



Universidad de Especialidades Espíritu Santo  
Facultad de Ciencias de la Comunicación

**EVALUACIÓN ESTRATÉGICA SOBRE LA IMPORTANCIA E IMPACTO  
DE UN ORGANISMO DE CONTROL Y DESARROLLO PARA LAS  
FUNDACIONES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL: CASO ACORVOL**

Trabajo de Investigación que se presenta como requisito para el título de  
Ingeniero en Marketing y Publicidad.

Autor:

Ricardo José Barriga Gonzaga

Tutor:

Christian Sáenz

Guayaquil, Septiembre de 2012



## **Agradecimiento**

Primero agradezco a Dios por un día más de vida, agradezco a mis padres y hermanos por siempre apoyarme en todo.

Gracias a la UEES y a mis maestros por estos años de estudio en los cuales he aprendido mucho y he podido implementar todos mis conocimientos en este trabajo.

Gracias a mi tutor Christian Sáenz por guiarme y apoyarme, y a la Ex Presidenta de Acorvol Elita Chacón por ayudarme con toda la información requerida para poder hacer un análisis concreto sobre esta institución y la red que ellos manejan lo cual ha permitido hacer un mejor desarrollo de este plan estratégico.

## **Dedicación**

Dedico el presente trabajo a mi familia por su apoyo incondicional y a todas las personas que me ayudaron en la elaboración del mismo, por medio de su ánimo, conocimientos y colaboración.

## ÍNDICE GENERAL

Índice general.....	iv
Índice de tabla.....	vii
Índice de gráficos.....	x
Resumen Ejecutivo.....	xii
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO I: El Problema.....	3
1.1    Enunciado del problema.....	3
1.2    Delimitación.....	4
1.3    Formulación del problema.....	4
1.4    Objetivos del trabajo.....	5
1.4.1  Objetivo General.....	5
1.4.2  Objetivos Específicos.....	5
1.5    Justificación.....	5
1.6    Hipótesis.....	6
CAPÍTULO II: Marco Referencial.....	7
2.1    Antecedentes.....	7
2.1.1  Entorno Económico del Ecuador.....	7
2.1.2  Fundaciones.....	11
2.1.3  Acorvol.....	13
2.1.4  Federación Ecuatoriana de Trabajo Voluntario FETV.....	15
2.1.5  Fundapi.....	16
2.1.6  Responsabilidad Social.....	18
2.1.7  Voluntariado.....	21
2.2    Marco conceptual.....	22
2.3    Marco teórico.....	24
2.3.1  Definiciones del Marketing.....	24

2.3.2	Comparaciones del Marketing.....	25
2.3.3	Diferencia entre el Marketing Social y el Marketing Comercial.....	26
2.3.4	Marketing Social.....	27
2.3.4.1	Elementos Claves del Marketing Social.....	28
2.3.4.2	Las 7P del Marketing Social.....	28
2.3.5	Marketing Social Corporativo.....	30
2.3.6	Responsabilidad Social Empresarial.....	31
2.3.6.1	Objetivos del RSE.....	31
2.3.6.2	Acciones dentro de la Responsabilidad Social.....	32
2.3.6.3	Definición de RS de la ISO 26000.....	33
2.3.7	Diferencias entre el Marketing Social y la Responsabilidad Social.....	34
2.3.8	Organizaciones sin fines de lucro – OSFL.....	35
2.3.9	Organizaciones no gubernamentales sin fines de lucro.....	36
2.3.10	Organizaciones no gubernamentales extranjeras.....	37
2.3.11	Marketing Social en las ONG sin fines de lucro.....	38
2.4	Marco Legal.....	40
	 CAPÍTULO III: Metodología.....	 43
3.1	Tipo de investigación y enfoque.....	43
3.2	Técnicas e instrumentos de recolección de información.....	43
3.2.1	Fuentes de datos primarios.....	44
3.2.2	Fuentes de datos secundarios.....	45
3.3	Población y muestra.....	46
	 CAPÍTULO IV: Análisis e interpretación de resultados.....	 49
4.1	Información y análisis sobre el control general de las fundaciones.....	49
4.2	Evaluación de las necesidades de las fundaciones.....	54
4.3	Información sobre el voluntariado.....	92

4.3.1	Datos según las investigaciones de la Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación ciudadana	92
4.3.2	Datos según el Registro Único de las Organizaciones de la Sociedad Civil (RUOSC).....	101
4.3.3	Datos según investigaciones propias en la ciudad: Guayaquil.....	105
4.4	Análisis de Organizaciones de ayuda a las fundaciones y al trabajo voluntario: Acorvol, FETV y Fundapi.....	113
4.4.1	Análisis de Acorvol como ente capacitador.....	118
4.5	ONG que ayudan.....	123
4.5.1	Junta de Beneficencia de Guayaquil.....	124
4.5.2	Organización de las Naciones Unidas – O.N.U.....	125
4.5.3	Organización de las Naciones Unidas para la Educación, UNESCO.....	127
4.5.4	PLAN Internacional.....	128
CAPÍTULO V: Conclusiones.....		130
CAPÍTULO VI: La Propuesta.....		134
BIBLIOGRAFIA.....		146

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Ecuador: Índice de desempleo de Ecuador (trimestres)...	9
Tabla 2	Número de establecimientos sin fines de lucro.....	11
Tabla 3	Acorvol: Áreas Temáticas.....	14
Tabla 4	FETV: Asociaciones que la conforman.....	16
Tabla 5	Empresas con RSE.....	19
Tabla 6	Marketing: Comparación 1.0, 2.0, 3.0.....	25
Tabla 7	Marketing Social: 7P.....	29
Tabla 8	Marketing Social y Responsabilidad Social: Diferencias.	34
Tabla 9	Habitantes entre 18 a 60 años de la ciudad de Guayaquil.....	46
Tabla 10	Requerimientos para ser parte del Registro Único de Organizaciones de la Sociedad Civil (RUOSC).....	51
Tabla 11	Autoridades a reportar.....	52
Tabla 12	¿Existe algún Organismo que controle sus actividades?	53
Tabla 13	Actividad de las fundaciones entrevistadas.....	55
Tabla 14	¿Qué necesidades tiene su institución?.....	57
Tabla 15	¿Qué actividades realiza para obtener fondos?.....	60
Tabla 16	Actividades y eventos que realizan.....	61
Tabla 17	¿El dinero recaudado alcanza a cubrir las necesidades?	62
Tabla 18	Población atendida.....	64
Tabla 19	Población a la que atienden.....	65
Tabla 20	¿A qué organismo ha presentado algún proyecto para obtener fondos?.....	66
Tabla 21	Proyectos con fondos adicionales.....	68
Tabla 22	¿Cuántos voluntarios tiene su institución?.....	71
Tabla 23	¿Existe un perfil para el voluntariado?.....	73
Tabla 24	Perfil requerido.....	74
Tabla 25	¿Necesitaría más voluntarios para sus actividades?.....	75
Tabla 26	¿Cuántos empleados tiene su institución?.....	76



Tabla 27	¿Empleados y voluntarios están capacitados?.....	77
Tabla 28	¿De quién recibe capacitaciones y asesoría?.....	79
Tabla 29	¿En qué áreas o cursos quisiera capacitar a sus empleados y voluntarios?.....	81
Tabla 30	¿Cree usted que es necesario que deba comunicar o promover sus actividades para conseguir fondos y voluntarios?.....	82
Tabla 31	¿Por qué promocionaría sus actividades?.....	83
Tabla 32	¿De qué manera se da a conocer las actividades y ayuda que presta su fundación?.....	85
Tabla 33	¿Se ha acercado a pedir donaciones?.....	86
Tabla 34	¿Ha tenido dificultades al pedir donaciones?.....	88
Tabla 35	¿Cuáles son las dificultades que ha tenido al pedir donaciones?.....	89
Tabla 36	¿Por qué las empresas o personas no ayudan más a las fundaciones?.....	90
Tabla 37	Concepto de Voluntariado.....	94
Tabla 38	Objetivos del Voluntariado.....	95
Tabla 39	Área de proyectos.....	96
Tabla 40	¿Existe déficit de voluntariado?.....	97
Tabla 41	Características del voluntariado.....	98
Tabla 42	Asistencia del voluntariado: tiempo promedio.....	98
Tabla 43	Voluntarios: Acompañamiento.....	100
Tabla 44	Voluntariado: Edades.....	100
Tabla 45	Rango de Edades.....	105
Tabla 46	Género.....	106
Tabla 47	Sectores.....	107
Tabla 48	¿Ha pertenecido o forma parte de algún grupo de voluntariado?.....	108
Tabla 49	¿Qué tipo de voluntariado hace o ha realizado?.....	109
Tabla 50	Otros tipos de voluntariado.....	110

Tabla 51	¿Cuánto tiempo lleva haciendo voluntariado?.....	111
Tabla 52	¿Qué lo motiva a hacerlo?.....	112
Tabla 53	Cuadro comparativo entre Acorvol, FETV y Fundapi....	113
Tabla 54	Gestión de Acorvol: Calificación.....	118
Tabla 55	Servicio de Acorvol: Afiliados.....	119
Tabla 56	Beneficios de Acorvol: Afiliados.....	120
Tabla 57	Resultados de las capacitaciones.....	122
Tabla 58	FODA Acorvol.....	159
Tabla 59	¿Ha escuchado de Acorvol?.....	162
Tabla 60	¿Qué hace Acorvol?.....	163
Tabla 61	Voluntariado: Participación.....	164
Tabla 62	Rango de edades que conocen Acorvol.....	165

## GRÁFICOS

Gráfico 1.	Población Nacional (Urbano-Rural).....	8
Gráfico 2.	Ecuador: Índice de pobreza (últimos 2 años).....	9
Gráfico 3.	¿Quién controla sus actividades?.....	53
Gráfico 4.	Necesidades de las fundaciones.....	58
Gráfico 5.	Actividades para conseguir fondos.....	60
Gráfico 6.	Actividades y eventos que realizan.....	61
Gráfico 7.	¿El dinero recaudado alcanza a cubrir las necesidades?.....	62
Gráfico 8.	Población a la que atienden.....	65
Gráfico 9.	¿A qué organismos ha presentado algún proyecto para obtener fondos?.....	67
Gráfico 10.	Cantidad de Voluntarios.....	72
Gráfico 11.	¿Existe perfil para el voluntariado?.....	73
Gráfico 12.	Necesidad de voluntarios.....	75
Gráfico 13.	Cantidad de empleados.....	76
Gráfico 14.	¿Empleados y voluntarios están capacitados?.....	78
Gráfico 15.	¿De quién recibe capacitaciones y asesorías?.....	79
Gráfico 16.	Áreas de capacitación.....	81
Gráfico 17.	¿Es necesario promocionar sus actividades?.....	83
Gráfico 18.	¿Por qué promocionar?.....	84
Gráfico 19.	¿Cómo se promocionan?.....	85
Gráfico 20.	¿Se ha acercado a pedir donaciones?.....	87
Gráfico 21.	¿Ha tenido dificultades al pedir donaciones?.....	88
Gráfico 22.	¿Cuáles son las dificultades?.....	89
Gráfico 23.	¿Por qué las empresas o personas no ayudan a las fundaciones?.....	91
Gráfico 24.	Clasificación del tipo de voluntariado: según concepto	94
Gráfico 25.	Objetivos del voluntariado.....	95
Gráfico 26.	Género de los voluntarios.....	97

Gráfico 27.	Capacitación previa de los voluntarios.....	99
Gráfico 28.	Voluntarios por edades.....	101
Gráfico 29.	Organizaciones a nivel nacional: Total voluntarios participantes.....	102
Gráfico 30.	Voluntarios: Sectores de participación.....	103
Gráfico 31.	Voluntarios: Tiempo promedio de permanencia.....	104
Gráfico 32.	Rango de edades/Encuestas.....	105
Gráfico 33.	Género/Encuestas.....	106
Gráfico 34.	Sectores/Encuestas.....	107
Gráfico 35.	¿Ha pertenecido o forma parte de algún grupo de voluntariado?.....	108
Gráfico 36.	¿Qué tipo de voluntariado hace o ha realizado?.....	109
Gráfico 37.	Otros tipos de voluntariado.....	110
Gráfico 38.	¿Cuánto tiempo lleva haciendo voluntariado?.....	111
Gráfico 39.	Motivaciones al voluntariado.....	112
Gráfico 40.	Servicios de Acorvol: Afiliados.....	120
Gráfico 41.	Beneficios de Acorvol: Afiliados.....	121
Gráfico 42.	Diagrama de Araña: Capacitaciones.....	122
Gráfico 43.	¿Ha escuchado de Acorvol?.....	162
Gráfico 44.	¿Qué hace la asociación?.....	163
Gráfico 45.	Participación en el voluntariado.....	165
Gráfico 46.	Rango de edades que conocen que hace Acorvol.....	166

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de investigación trata sobre el estudio de las necesidades de las fundaciones en la ciudad de Guayaquil en cuanto a la existencia de un organismo de control y desarrollo.

Los objetivos a cumplir fueron los siguientes:

- Identificar las diferentes necesidades de las fundaciones en la ciudad de Guayaquil.
- Determinar el grado de vinculación de la FETV, ACORVOL y FUNDAPI como organismo que controle y desarrolle a las fundaciones de Guayaquil.
- Plantear líneas de acción para posicionar y reforzar la misión del organismo que controle y desarrolle a las fundaciones.

Para obtener los resultados se realizaron entrevistas a representantes y directivos de 25 fundaciones seleccionadas con la finalidad de encontrar las necesidades de dichas entidades. Al mismo tiempo, a los presidentes de la Asociación Coordinadora del Voluntariado de la Provincia del Guayas (Acorvol), la Federación Ecuatoriana de Trabajo Voluntario (FETV) y a la Fundación de Ayuda por Internet (Fundapi), con el objetivo de conocer la actividad de cada una de ellas, y compararlas para determinar cuál sería el organismo más idóneo para impulsar el control, seguimiento y desarrollo en las demás fundaciones.

La conclusión del estudio es la siguiente:

Las fundaciones no requieren de un organismo de control debido a que esa actividad es propia del Estado Ecuatoriano. No obstante, se evidencia la necesidad de un organismo que brinde apoyo, desarrollo y seguimiento a las fundaciones. Parte de esas características las cumple Acorvol, pero las mismas deben ser fortalecidas. Es por eso, que como propuesta se presentan líneas de acción para que dicha asociación se enfoque en la promoción, desarrollo y seguimiento para las fundaciones de la ciudad de Guayaquil.

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación tiene como propósito analizar y conocer las necesidades de las fundaciones en la ciudad de Guayaquil. Para iniciar este análisis se dividió la investigación en seis capítulos.

### Capítulo 1.

En este capítulo se presenta la situación problemática a analizar, tal es: el diagnosticar las necesidades existentes en las fundaciones de la ciudad de Guayaquil, el realizar una comparación entre entidades que puedan dar respuesta a las expectativas analizadas y el determinar cuál de las instituciones se la podría fortalecer con líneas de acción que le permita realizar las funciones de control y desarrollo.

### Capítulo 2.

Aquí se presentan los antecedentes sobre el entorno económico del Ecuador, el voluntariado, el inicio de las fundaciones en el país y acerca de las organizaciones tales como: Acorvol, Fundapi y la FETV. También se muestra los modelos que soporten la investigación: marketing social, responsabilidad social y las ONG. A demás, se detallan las normativas en cuanto al voluntariado y a las fundaciones de la nación.

### Capítulo 3.

La sección trata sobre el tipo de investigación a realizar, que es de carácter descriptivo y comparativo. Por otra parte se señala las técnicas aplicadas, las cuales se dividieron en varios grupos; En entrevistas a los representantes de las fundaciones seleccionadas y a personajes conocidos en cuanto al voluntariado, a fin de conocer la situación actual de las entidades; y encuestas aplicadas al público general a fin de saber sobre la entidad más reconocida en este ámbito.

#### Capítulo 4.

El apartado se basa en el análisis y la interpretación de los datos obtenidos mediante las técnicas de investigación anteriormente descritas; además se exponen datos encontrados en diferentes fuentes en cuanto al voluntariado y a las fundaciones, tales como: datos según la Investigación de Julio César Benítez acerca del voluntariado en el Ecuador y su inserción en las políticas públicas, datos según el Registro Único de las Organizaciones de la Sociedad Civil y según investigaciones propias acerca del voluntariado en el país. Además se hace un análisis de vinculación entre las entidades de Acorvol, FETV y Fundapi con el organismo que se encargará de controlar y desarrollar a las fundaciones de la ciudad, y por último se muestran organizaciones a nivel mundial que ayudan a la sociedad.

#### Capítulo 5.

Presenta las conclusiones encontradas a lo largo de la investigación en cuanto a las necesidades de las fundaciones de la ciudad y acerca del organismo que se encargará de controlar y desarrollar a las mismas.

#### Capítulo 6.

Por último se plantea una propuesta que ayude al organismo de control y desarrollo a fortalecer la gestión de las fundaciones en la ciudad de Guayaquil, y se recomiendan nuevas acciones que puedan servir de apoyo al voluntariado en la ciudad.

## CAPÍTULO I. EL PROBLEMA

### 1.1 Enunciado del problema

El gobierno ecuatoriano desde los últimos años ha realizado grandes esfuerzos para mejorar la situación económica y social del país, lo que ha permitido reducir índices de pobreza y desigualdad en la sociedad, pero esta responsabilidad por cubrir las necesidades existentes en el país, no debe ser únicamente compromiso del gobierno sino también de la empresa privada, de las organizaciones y de la sociedad.

Con base en la conciencia social que poseen los ciudadanos y las empresas en nuestro país se han desarrollado grupos, movimientos y organizaciones de ayuda social sin fines de lucro que tienen como objetivo brindar apoyo a las necesidades de los menos favorecidos.

Actualmente existen entidades sin fines de lucro creadas para agrupar a las organizaciones de trabajo voluntario del Ecuador. Entre ellas están la FETV, (Federación Ecuatoriana de Trabajo Voluntario), quien es la encargada de coordinar a las asociaciones de voluntariado de cada provincia y la Mesa del Voluntariado, que tiene como finalidad fortalecer y promover el voluntariado, con organizaciones no solamente nacionales sino internacionales.

A nivel nacional también existe Fundapi<sup>1</sup> ONG sin fines de lucro que brinda ayuda por internet a las fundaciones, y ofrece un sitio web

---

<sup>1</sup> Fundapi, Fundación de Ayuda por Internet, que brinda apoyo en el campo de las Tecnologías de información y comunicación para las organizaciones de acción social.



www.sectorsocial.com para promocionar sus actividades sociales. En cuanto a nivel de provincias están las asociaciones encargadas de coordinar el voluntariado, como Segesvol<sup>2</sup> (Secretariado General de Servicio Voluntariado) en el Pichincha y Acorvol (Asociación de Coordinación del Voluntariado del Guayas) en el Guayas, quienes son las más activas. Vale mencionar que no todas las fundaciones están afiliadas a tales asociaciones provinciales.

Todas estas organizaciones y las fundaciones ayudan a la sociedad; realizan programas, campañas sociales y proyectos para responder a las necesidades existentes. En muchos casos las fundaciones no pueden realizar dichas acciones por falta de recursos, sea monetario, de voluntarios, de personal capacitado, de infraestructura, y de promoción.

## **1.2 Delimitación**

El ámbito de esta investigación estará limitada a la ciudad de Guayaquil y enfocada a fundaciones que presten ayuda social a través de la provisión de alimentos, educación, vivienda, salud y desarrollo familiar.

## **1.3 Formulación del problema**

Todas las organizaciones de cualquier tipo necesitan: recursos económicos, recursos humanos capacitados y una correcta comunicación de sus actividades de acuerdo a sus objetivos y a su mercado. Por este motivo surgen las siguientes interrogantes:

---

<sup>2</sup> Segesvol, (Secretariado General de Servicio Voluntariado) ,es la encargada de capacitar, motivar y coordinar al voluntariado de la provincia del Pichincha.

- ¿Cuáles son las necesidades de las fundaciones?
- ¿La FETV, ACORVOL y FUNDAPI cumplen el rol de responder a las necesidades de las fundaciones?
- ¿Es necesario que exista un organismo que controle o regule a las fundaciones?

## **1.4 Objetivos del trabajo**

### **1.4.1 Objetivo General**

Evaluar las necesidades emergentes de las fundaciones en la ciudad de Guayaquil, a través de técnicas de investigación, a fin de proponer un organismo que impulse el desarrollo de las mismas mediante líneas de acción.

### **1.4.2 Objetivos Específicos**

- Identificar las diferentes necesidades de las fundaciones en la ciudad de Guayaquil.
- Determinar el grado de vinculación de la FETV, ACORVOL y FUNDAPI como organismo que controle y desarrolle a las fundaciones de Guayaquil.
- Plantear líneas de acción para posicionar y reforzar la misión del organismo que control y desarrolle a las fundaciones.

## **1.5 Justificación**

Existe gran cantidad de fundaciones sin fines lucrativos que buscan responder a los problemas de la sociedad, pero no todos tienen ni el

soporte económico, ni de personal voluntario, y mucho menos reconocimiento en la comunidad. De todos estos organismos, son pocos los que tienen aceptación en la sociedad, entre ellos están: El Cuerpo de Bomberos y la Junta de Beneficencia de Guayaquil. Por esta razón la presente investigación busca realizar un estudio en el que se puedan analizar las necesidades de las fundaciones, luego establecer las vinculaciones entre la Asociación Coordinadora del Voluntariado de la provincia del Guayas (Acorvol), la Federación Ecuatoriana de Trabajo Voluntario (FETV) y la Fundación de Ayuda por Internet (Fundapi), a fin de determinar el organismo más eficiente que pueda ejercer el rol de controlar y desarrollar a las fundaciones de la ciudad de Guayaquil.

## **1.6 Hipótesis**

La hipótesis planteada a lo largo de esta investigación es la siguiente:

“Las fundaciones en Guayaquil tienen las siguientes necesidades no cubiertas:

- Ingresos económicos que soporten su gestión e infraestructura,
- Recursos humanos capacitados, que mejoren su gestión administrativa y operativa
- Comunicación y promoción para poder captar recursos económicos, voluntarios, y capacitaciones a su personal. Esta comunicación debe estar enfocada al desarrollo de confianza para el cumplimiento de sus fines y del beneficio social establecido”.

## **CAPITULO II. MARCO REFERENCIAL**

### **2.1 Antecedentes**

#### **2.1.1 Entorno Económico del Ecuador**

Según el último censo realizado por el INEC<sup>3</sup> el 5 de diciembre del 2010, el Ecuador consta de 14'306.876 habitantes, que es un 14,6 por ciento más que lo reportado en el censo realizado en el 2001. Estos resultados muestran el crecimiento de la población ecuatoriana a lo largo de este tiempo, requiriendo responder a un mayor número de necesidades de la comunidad. Tal incremento provoca mayor cantidad de necesidades en las áreas vulnerables del país

En la última década, el Ecuador ha tenido un gran avance en todas sus áreas, reduciendo tasas de pobreza, generando fuentes de trabajo, impulsando campañas nacionales para disminuir el analfabetismo, entre otras acciones, con la finalidad de crear un entorno de desarrollo y de mejora para la nación.

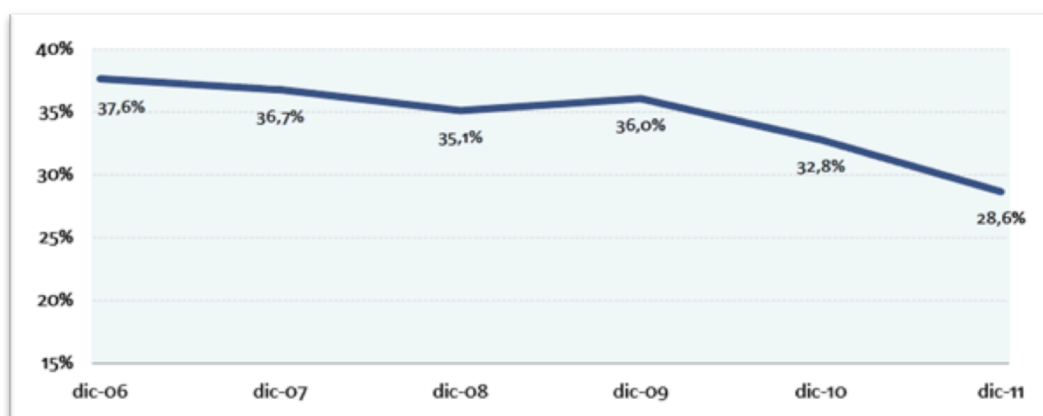
En cuanto al año 2011 se destaca que el Ecuador ha reducido el índice de pobreza en 4,4 puntos porcentuales, según la CEPAL<sup>4</sup>. El país pasó del 33% en el 2010 a un 28,6% en el 2011. Esto quiere decir que cerca de 600 mil ecuatorianos dejaron el nivel de pobreza.

---

<sup>3</sup> INEC: Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censo

<sup>4</sup> CEPAL: Comisión Económica para América Latina y el Caribe

## GRÁFICO 1: POBLACIÓN NACIONAL (URBANO-RURAL)



Fuente: Encuesta Nacional de Empleo Desempleo y Subempleo.

“La causa de esta caída de la pobreza, según los titulares del INEC y de la Senplades<sup>5</sup>, Byron Villacís y Fander Falconí, es la mayor generación de empleo”<sup>6</sup>. Las acciones tomadas por el gobierno actual, han repercutido en la reducción del índice de pobreza, sin embargo, seguimos siendo uno de los países con mayor nivel de pobreza en Latinoamérica.

Las investigaciones del segundo trimestre del presente año de la ciudad de Guayaquil muestra la más alta “...tasa de pobreza de la población económica activa (PEA) urbana con el 10,5%”. (Diario Expreso, 2012) En cuanto al desempleo, si nos basamos en las cifras proporcionadas por el Banco Central del Ecuador (BSE) en los dos últimos años, el país logró un mínimo de 4.88% en el mes de Marzo del 2012.

<sup>5</sup> Senplades: Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo

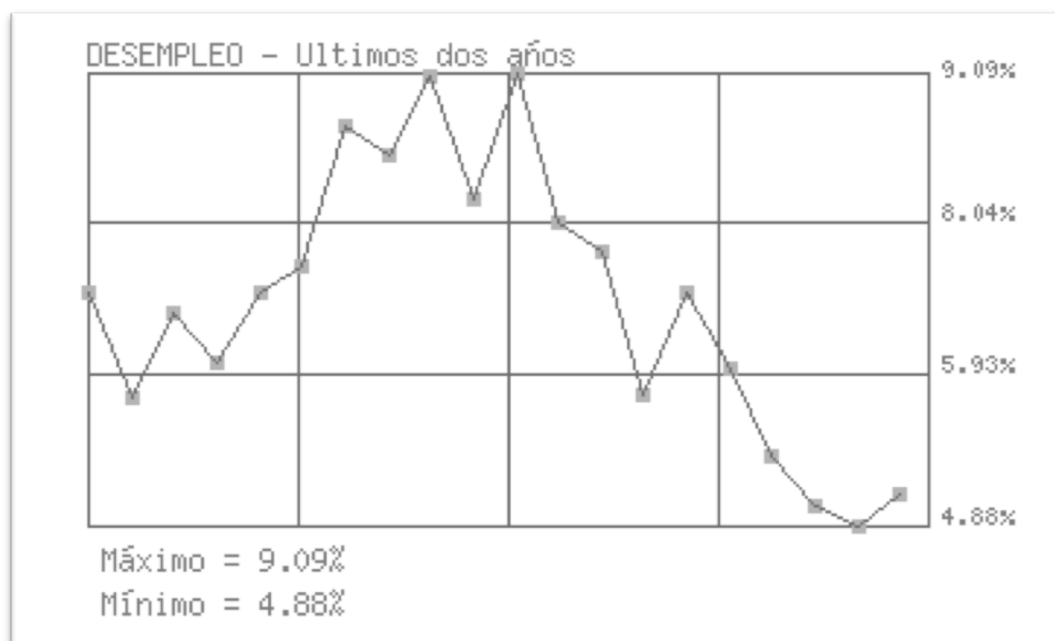
<sup>6</sup> (Diario El Universo, 2012)

**TABLA 1: ECUADOR: ÍNDICE DE DESEMPLEO (TRIMESTRAL)**

Fecha	Valor	Fecha	Valor
Junio-30-2012	5,19%	Diciembre-31-2009	7,93%
Marzo-31-2012	4,88%	Septiembre-30-2009	9,06%
Diciembre-31-2011	5,07%	Junio-30-2009	8,34%
Septiembre-30-2011	5,52%	Marzo-31-2009	8,60%
Junio-30-2011	6,36%	Diciembre-31-2008	7,31%
Marzo-30-2011	7,04%	Septiembre-30-2008	7,06%
Diciembre-31-2010	6,11%	Junio-30-2008	6,39%
Septiembre-30-2010	7,44%	Marzo-31-2008	6,86%
Junio-30-2010	7,71%	Diciembre-31-2007	6,07%
Marzo-31-2010	9,09%	Septiembre-30-2007	7,06%

Fuente: Banco Central del Ecuador. Elaboración: Propia.

**GRÁFICO 2: ECUADOR: ÍNDICE DE POBREZA (ÚLTIMOS 2 AÑOS)**



Fuente: Banco Central del Ecuador

La gráfica muestra que en el mes de Junio de 2012, la tasa de desempleo subió en relación a marzo del mismo año con 4,88%, sin embargo, la nueva tasa con 5,19% termina siendo un resultado favorable para el país. Guayaquil presenta la mayor tasa de desempleo entre las ciudades más grandes del país con un 6,3%. (Diario El Telégrafo, 2012)<sup>7</sup>.

Según un artículo publicado por la Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Sudamérica el 17 de abril del 2012, señala que hay 2'314.594 personas que poseen pleno empleo, de las cuales el 80,9% trabaja en empresas privadas. En el Estado labora el 19,1% de la población empleada, donde el año pasado alcanzaba el 21,4%. Otro factor influyente en el desarrollo de la nación es la tasa de analfabetismo, que al igual que las demás elementos analizados, también logró mejoras en sus resultados. Las investigaciones realizadas por el INEC en el 2010 dieron resultados de una mejora en la tasa de analfabetismo, determinando que el 6,8% de personas entre 15 años en adelante no sabe leer ni escribir. En comparación con el 9% del 2001, se registró una tasa de 2.2% menos, pero a pesar de tales resultados, el país necesita tener mayores mejoras a futuro.

La provincia de El Oro y Cotopaxi son las que menor rezago estudiantil presentaron con 7,25% y 7,82% respectivamente, mientras que los que obtuvieron mayor índice fueron Napo con 13,15% y Morona con 14,35%. En cuanto al género, en 1990 la mujer tenía un 13,8% y el hombre 9,5% en la tasa de analfabetismo, mientras que en el último Censo 2010 la mujer logró bajar la tasa al 7,7% y el hombre al 5,8%. También las investigaciones del Censo 2010, determinó que el 74,2% de la población estudia en establecimientos públicos.

Es visible que el analfabetismo ha reducido sus tasas en el país gracias a diversas "...campañas y programas que se focalizaron en el

---

<sup>7</sup> (Diario El Telégrafo, 2012)

alfabetismo y post-alfabetismo; las personas aprendieron los conocimientos básicos de la lectura, escritura y el cálculo matemático...” (DINEPP, 2008) pero pese a esto, se debe trabajar aún más con la población hasta erradicar el analfabetismo en la sociedad.

En conclusión, “...el espectacular crecimiento que hubo en 2011 en términos económicos ha permitido unos resultados tan favorables en términos de reducción de pobreza, inequidades y baja en el desempleo...” (Falconí, 2012) sin embargo, el país aún tiene un largo camino por mejorar en la educación, alimentación, desempleo, pobreza, etc.

### 2.1.2 Fundaciones

Las fundaciones son entidades que pertenecen a la sociedad civil y que en sus estatutos estipulen de manera clara que no buscan beneficios económicos para sí mismas, consideradas de esta manera como instituciones sin fines de lucro. Hay quienes son apoyados por el gobierno mientras que otros no tienen esa misma suerte. Según datos proporcionados por el INEC en diciembre del 2010, existen 3.075 establecimientos sin fines de lucro en la provincia del Guayas, y 1.959 en la ciudad de Guayaquil.

**TABLA 2: NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS SIN FINES DE LUCRO**

Provincia del <b>Guayas</b>	
Total de establecimientos	Establecimiento matriz sin fines de lucro
Número de establecimientos	<b>3.075</b>
Ciudad de <b>Guayaquil</b> de la provincia del Guayas	
Total de establecimientos	Establecimiento matriz sin fines de lucro
Número de establecimientos	<b>1.959</b>

Fuente: Censo Nacional Económico 2010. Elaboración: Unidad de procesamiento (UP) de la Dirección de Estudios Analíticos Estadísticos (DESAE) – Marcos Chico - INEC



Las organizaciones de la sociedad civil, creadas por iniciativa de la población, en las que normalmente dos o más personas deciden fundar una sociedad civil con la finalidad de atender problemas que se revelan en la sociedad, como la alimentación, educación, bienestar infantil, atención a discapacitados, etc. Además, podemos agregar a aquellas organizaciones que no están ligadas al gobierno, y persiguen objetivos sociales sin fines lucrativos, en este caso son llamadas, organizaciones no gubernamentales. Por ejemplo: la Cruz Roja, UNICEF, Fundaciones, Asociaciones civiles, entre otras.

Las organizaciones que no buscan un fin lucrativo también deben utilizar diferentes aplicaciones relacionadas con el marketing y publicidad para poder generar fondos suficientes para responder a los problemas de la sociedad. Utilizando el marketing, estas organizaciones logran tener procesos más eficientes, mejorando sus indicadores de desempeño. Por otra parte también hay aquellas instituciones que estando protegidas por una razón social en la que estipulan ser sin fines de lucro, se comportan como una más de las empresas lucrativas, por esta razón, se debe marcar una diferencia entre lo que se llama marketing social y marketing sin fines de lucro. Sin embargo, a pesar de constar con gran cantidad de grupos de interesados por responder a los problemas comunitarios, igualmente existen muchas necesidades en la población por mejorar. También existen las fundaciones fantasma, que son instituidas como entidades que buscan responder a las necesidades de la población, pero su verdadera finalidad es para poder tener beneficios y estar exentos de impuesto.

Para poder identificar a las fundaciones filantrópicas, se debe reconocer los siguientes criterios:

- No gubernamentales, sin fines de lucro.
- Propietarios de un fondo principal de su propiedad.

- Gestionada por sus propios fideicomisos y directores.
- Promueve actividades sociales, educativas, caritativas, religiosas o de otro tipo que contribuyen al bienestar común. (Baquero Novay, 2008)

Mediante estos criterios se pueden identificar cinco tipos de fundaciones: “Las de propósito general; las de propósito específico; familiares o personales; corporativas; y comunitarias.” (Baquero Novay, 2008) También se las puede clasificar como fundaciones privadas y/o públicas.

### **2.1.3 ACORVOL**

La Asociación Coordinadora del Voluntariado de la Provincia del Guayas, ACORVOL, es una “...Organización sin fines de lucro, de segundo nivel, única en su competencia en la Provincia. Está conformada por un equipo comprometido de voluntarios, cuyo propósito en la comunidad es fortalecer a las entidades afiliadas y organizaciones de la sociedad civil que trabajan por el desarrollo social de la provincia y del país, contribuyendo a la solución de los problemas sociales de manera efectiva y solidaria en la comunidad” (ACORVOL).

Fue creada el 13 de diciembre de 1973 por un grupo de damas conscientes de las necesidades en la comunidad. Tales interesados unificaron esfuerzos, y coordinaron acciones para diagnosticar las realidades existentes en el voluntariado y de esta manera crear mecanismos que permitan mejorar la situación de las personas voluntarias, y así poder ofrecerles capacitaciones, coordinaciones y asesoramiento en el campo del bienestar social.

“Es así que se recibe apoyo de Organismos Internacionales como el Fondo de Educación Exterior (su siglas en inglés: O. E. F.) para capacitación de facilitadoras en el área social. Está conformada por un equipo comprometido de voluntarios, cuyo propósito en la comunidad es fortalecer a las entidades afiliadas y organizaciones de la sociedad civil que trabajan por el desarrollo social de la provincia y del país, contribuyendo a la solución de los problemas sociales de manera efectiva y solidaria en la comunidad.” (Reseña Historica de ACORVOL)

ACORVOL se funda con 14 instituciones y actualmente cuenta con 76 instituciones afiliadas que están clasificadas en Redes Temáticas de acuerdo al servicio que prestan:

**TABLA 3: ACORVOL: ÁREAS TEMÁTICAS**

Área	# Instituciones
Salud	27
Educación	22
Adultos mayores	4
Niñez y adolescencia	12
Capacidades diferentes y rehabilitación	11

Fuente: Manuscrito No Publicado de las Ex Presidentas de ACORVOL. Elaboración: propia.

En cuanto a su financiación, la institución se ha autofinanciado a través de las actividades que realiza mes a mes de la cuota que cada miembro tiene que dar. Por otra parte existen empresas que les han brindado apoyo de manera gratuita mediante donaciones, y prestándoles lugares de trabajo o para realizar actividades, etc. No hay algún organismo que los ayude económicamente.

Su lugar de trabajo ha variado al pasar de los años. Los seis primeros años las integrantes de la fundación realizaban oficios en

diferentes casas o lugares, por motivos de presupuesto limitado. Luego de eso la Arquidiócesis de Guayaquil, les dio gratuitamente un local por un lapso de diez años. Los siguientes diez años se ubicaron de igual manera en un local gratuito de la Junta de Beneficencia de Guayaquil (Luque y Pedro Carbo). Pasado el tiempo designado de préstamo del sitio, se movilizaron por diez años más a la Avenida Roberto Gilbert Elizalde y Democracia (junto a la Fundación Cariño). Donde su edificación fue entregada en comodato y compartida con la Asociación ASVOLH.

En la actualidad, la nueva sede se encuentra en la Ciudadela Kennedy Norte, Calle Víctor Hugo Sicouret, Manzana 126, solar 22 y Av. Luis Orrantia Cornejo (Junto a la Iglesia San Gabriel de la Dolorosa). En este sector es donde existe una oportunidad de negocio, el cual la fundación quiere aprovechar para crear una fuente de ingreso para poder solventar costos fijos de la misma. Siendo un lugar comercial, no existen lugares cercanos de negocio, y es ahí donde se quiere ganar mercado. A partir de las investigaciones se analizará que es lo que se requiere en dicho sector y que sea de atractivo para ambos, la fundación y los habitantes de la ciudadela.

#### **2.1.4 Federación Ecuatoriana de Trabajo Voluntario (FETV)**

La FETV, es una entidad nacional, sin fines lucrativos que busca agrupar a las organizaciones de trabajo voluntario en todo el Ecuador. Este organismo fue creado el 21 de mayo de 1986, "...mediante el acuerdo ministerial 1122 con el nombre de Fundación Ecuatoriana de Trabajo Voluntario (FETV), razón social que fue cambiada por Federación Ecuatoriana de Trabajo Voluntario el 12 de marzo de 1992, según Acuerdo 001049 del Ministerio del Bienestar social". (Voluntariado Ecuador)

Este organismo tiene como finalidad fortalecer las Asociaciones Coordinadoras Provinciales del país para así poder mejorar las condiciones de vida de sectores vulnerables del país, consiguiendo impactos sostenibles. Está conformada por 13 asociaciones:

**TABLA 4: FETV: ASOCIACIONES QUE LA CONFORMAN**

Provincia	Asociación	Provincia	Asociación
Azuay	FUNVOLAZ	Loja	ACOVOL
Cañar	AMVOC	Los Ríos	CORVOURIOS
Chimborazo	VPCH	Manabí	AGOSVOL
El Oro	SERVORO	Pichincha	SEGESVOL
Esmeraldas	AESVOL	Tungurahua	AVT
Guayas	ACORVOL	Zamora Chinchipe	AVOL
Imbabura	AVI		

Fuente: Sitio web [voluntariadoecuador.jimdo.com](http://voluntariadoecuador.jimdo.com), (FETV). Elaboración: Propia

Para formar parte de tal entidad, deben ser instituciones socialmente responsables, y con un accionar de voluntariado.

### **2.1.5 Fundapi**

Fundapi es una organización con fines no lucrativos, también llamado Fundación de Ayuda por Internet. Tal entidad busca impulsar el desarrollo de las tecnologías de información y comunicación (TIC), en sectores menos favorecidos tecnológicamente.

La labor que realiza tiene como finalidad disminuir la brecha digital que existe en el Ecuador, mediante el involucramiento de ciertos factores, tales como:

- La realización de proyectos electrónicos, como el desarrollo de sitios web, e-learning, entre otros.
- Capacitaciones y asesorías en cuanto a las TIC.
- Seminarios y talleres del uso de las tecnologías.
- Preparación y configuración de equipos informáticos, y
- Por medio de la colaboración de organizaciones nacionales e internacionales adquiridas mediante convenios y alianzas estratégicas. (Fundapi, 2008)

Por otra parte, la Fundación presenta varios programas de inclusión digital, las cuales tienen cada uno, un objetivo diferente:

- **Net Tuesdays:** consta en dar capacitaciones mensuales en cuanto al uso de la web social.
- **Yanakana:** es un sitio web que ayuda a las personas y organizaciones interesadas en el manejo de las herramientas tecnológicas.
- **Wifi, Fundapi.org:** es un mapa de conectividad inalámbrica, en donde se muestra donde hay puntos de acceso a internet en el Ecuador.
- **Software libre:** Dedicado para las organizaciones sin fines de lucro, donde se les brinda asesorías, capacitaciones y abastecimiento de herramientas de software.

A demás, Fundapi también presenta un sitio web llamado Sectorsocial.org, en el que busca conectar a las organizaciones de la sociedad civil mediante la publicación de sus actividades y eventos. La comunicación en el sitio es gratuita y cualquier organización puede enviar algún dato informativo que desee dar a conocer a través de la red de entidades de acción social.

### **2.1.6 Responsabilidad Social**

Actualmente la tendencia mundial está encaminada cada vez más a la implementación de prácticas de responsabilidad social en las empresas. Su aparición es resultado de la necesidad latente de actuar de forma ética y sostenible en el ámbito comercial dentro de la sociedad. La implementación de prácticas de RSE tiene beneficios más profundos y duraderos que permitirán llevar a la sociedad humana a un desarrollo constante y sostenible.

La Responsabilidad Social Empresarial busca el bienestar mediante la actuación en diversas áreas de la empresa, tanto en el personal interno, proveedores y clientes extendiéndose la sociedad y el medio ambiente. Atrayendo beneficios intrínsecos tanto sociales como empresariales. Las empresas también son parte del vivir de una sociedad y tienen el deber moral de trabajar por el bienestar y el desarrollo sustentable.

En el Ecuador, las empresas con el pasar del tiempo han tenido mayor conocimiento de la Responsabilidad Social Empresarial. Según una investigación realizada por Ekos Negocios, proyecta que el 75% de los ecuatorianos tiene una noción parcial de lo que es la responsabilidad social empresarial. (Ekos, 2012) De acuerdo con estas investigaciones las empresas que son socialmente responsables podrían tener mejores ventas, debido a que el 94% de las personas cambiaría su marca actual de producto por una con responsabilidad social y en los servicios el 88% lo cambiaría. También muestra que las intenciones de compra de los ecuatorianos aumentarían en un 83% si tal compañía comunica que es socialmente responsable. Y ¿cómo se enteran que tal empresa es socialmente responsable? Según las investigaciones, los ecuatorianos presentan un 79% de enterarse por medio de la televisión, un 27% a través del periódico y un 21% de los amigos. El 81% consideran que

debería existir una entidad encargada de certificar que las empresas sean socialmente responsables y cumplan con tal objetivo. Mientras que el 79% considera que debería ser tarea del sector público.

Las investigaciones realizadas por la marca Ekos, demuestra que la responsabilidad social es un agregado para las empresas para mejorar su situación empresarial. El tema tiene buena acogida actualmente en la sociedad y cada vez las empresas están tomando rumbo para ser socialmente responsables, y de esta manera no solamente gana la empresa sino también la sociedad.

A continuación un listado de nueve empresas en Ecuador que son socialmente responsable, sea por medio de campañas, programas o fundaciones:

**TABLA 5: EMPRESAS CON RSE**

Empresa	Programa	Objetivos
Nestlé	La casa Nestlé	Informar a la sociedad sobre como alimentarse
	Nutrimóvil	Consultas nutricionales gratis
	Caravana Nesquik	Información de estilos de vida saludables
Nobis	Fundación Nobis	Crear condiciones favorables para los ecuatorianos, a través de servicios de educación, salud y bienestar familiar.



Corporación La Favorita	Mucho mejor si es hecho en Ecuador	Generar empleo a los ecuatorianos, mediante la compra de tales productos.
Dinners Club	Dona un buen libro por la Educación	Recaudar libros usados para formar pequeñas bibliotecas para escuelas.
Holcim	Fundación Holcim Ecuador	Apoya el desarrollo de base y fomenta espacios de diálogo y participación en la sociedad.
General Motors	Conductor Elegido	Reducir accidentes de tránsito
Sweet & Coffee	Deja tu marca	Recaudar fondos para instruir educativa y laboralmente a niños y jóvenes con discapacidad intelectual.
Fybeca	Con tu vuelto, ha vuelto mi esperanza	Recaudación de fondos para ayudar a los más necesitados
Pronaca	Mano Solidaria	Mejorar la educación y brindar asistencia a los sectores vulnerables
	Manos a la obra	Construcción de viviendas y recuperación de áreas deforestadas.
	Fundación San Luis	Educación de calidad a los sectores rurales y ayuda alimenticia a la población desprotegida.

Elaboración: propia

### **2.1.7 Voluntariado**

En el Ecuador la sociedad civil y la cooperación internacional son la base principal del voluntariado. Sin embargo, el Estado y la empresa privada también han demostrado existencia pero de manera marginal. En el Estado hay varias áreas donde el voluntariado se mantiene presente. En el área social del gobierno central está: el Instituto Nacional de la Niñez y la Familia (INNFA) y la Defensa Civil. Y dentro de los gobiernos regionales y locales, tenemos el Cuerpo de Bomberos, los patronales municipales, etc. En cuanto a los municipios, solo hay tres de ellos en el país, que presentan una instancia con el voluntariado: Sucre y San Vicente, en Manabí y Sigchos en Cotopaxi, donde hay Oficinas Municipales de Participación Ciudadana y Voluntariado (OMPCV).

En el país, el voluntariado es muy escaso y por eso, la falta de colaboración por parte de los ciudadanos ha impedido que la ayuda social se desarrollara. En el proyecto realizado por la Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación ciudadana, sobre “El Voluntariado en el Ecuador y su inserción en las Políticas Públicas”, publicado en el 2008 acerca del voluntariado, muestra que ...”más del 40% de las organizaciones registran un déficit de voluntarios, es decir, que más de 100.000 voluntarios al año no cubren, de ninguna manera, la demanda de esta labor”... sin embargo, a pesar de la poca participación que ofrecen los ciudadanos, esta es de nivel básico, es decir, ayudan en cosas como la construcción de casas, y otras actividades.

El voluntariado social, consiste en atender necesidades de personas y grupos sociales que estén más vulnerables ante situaciones y acciones de la vida. No es tan solo realizar una acción o entregar parte de su tiempo para colaborar con personas que necesiten de ayuda, es un compromiso que las personas adquieren por sí mismas. Buscan fomentar la integridad de las personas, promover una conciencia colectiva, luchar

por erradicar la discriminación social, y buscan atender a necesidades más urgentes de la comunidad.

La labor de los voluntariados proporciona ayuda a la comunidad en general "...pensar en 500.000 voluntarios anuales que trabajan 11.271.33 horas anuales (por voluntario), produciendo alrededor de \$1.000.000.000 anuales, que podría significar entre el 2 y el 3% del PIB ecuatoriano y un porcentaje de reinversión de recursos de 45 veces." (Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana, 2008)

El incremento de voluntarios ayudaría no solamente a las fundaciones a coordinar el trabajo o realizar actividades, sino que serviría de apoyo para la sociedad, y a través de estos resultados, el pueblo ecuatoriano mejoraría su situación económica.

## **2.2 Marco Conceptual**

- **Marketing:** es el conjunto de actividades que mediante un producto o un servicio buscan satisfacer las necesidades de los consumidores. Es una herramienta indispensable para el desarrollo de las empresas.
- **Marketing social:** es la aplicación de las estrategias de mercadeo comercial dirigidas al ámbito social, con la finalidad de influir en un público objetivo consiguiendo así un beneficio para la sociedad.
- **Marketing no lucrativo:** es el conjunto de acciones que llevan a cabo las asociaciones no lucrativas para el desarrollo sus funciones y servicios.

- **Marketing online:** es la apelación de técnicas del marketing en internet. De igual manera que el marketing tradicional, busca satisfacer las necesidades de los clientes pero mediante el uso de internet.
- **Investigación de Mercado:** Es un proceso sistemático que permite al investigador obtener información necesaria para la elaboración de planes estratégicos, creación de productos o servicios, conocer acerca de la satisfacción del cliente, etc. Es una herramienta necesaria para poder ejercer una estrategia de marketing en el mercado.
- **Responsabilidad Social:** es el compromiso que cada uno de nosotros tenemos ante los problemas de ámbito social y medio ambiental.
- **Responsabilidad Social Empresarial:** es la integración voluntaria por parte de las empresas con la finalidad de contribuir en el desarrollo sostenible de la sociedad, mediante el dar respuesta a los problemas sociales y/o medioambientales.
- **Posicionamiento:** Se refiere al lugar o espacio que ocupa una marca en la percepción mental de un cliente. Esto puede darle una diferencia de su competencia. El situarnos de una manera agradable en la mente del consumidor, permitirá influir en sus decisiones de compra.

## **2.3 Marco Teórico**

La investigación partirá desde las bases del marketing tradicional hasta llegar a la evolución del marketing social, ya que el mismo se ha ido desarrollando con las necesidades que presenta cada individuo a diario.

### **2.3.1 Definiciones del Marketing**

Philip Kotler, gurú del marketing lo define como un proceso de gestión social y administrativa mediante el cual los individuos satisfacen sus necesidades, intercambiando bienes y servicios. (Kotler, Armstrong, Saunders, & Wong, 2002)

Para la American Marketing Association, el marketing es “el desarrollo de las actividades empresariales cuyo fin es orientar el flujo de bienes y servicios del productor al consumidor”. (American Marketing Association, 2007)

Según Stanton, Etzel y Walker, "El marketing es un sistema total de actividades de negocios ideado para planear productos satisfactorios de necesidades, asignarles precios, promover y distribuirlos a los mercados meta, a fin de lograr los objetivos de la organización". (Etzel, Walker, & Stanton, 2004)

Para poder usar el marketing de una forma efectiva debemos conocer y tener claro el problema o a donde queremos llegar.

Las principales funciones del marketing son:

- El análisis del mercado
- Análisis de la competencia
- Planeación Estratégica
- Diseño de estrategias
- Implementación de estrategias
- Control y evaluación de las estrategias.

### 2.3.2 Comparaciones del Marketing

A continuación un cuadro con las comparaciones de los enfoques y evoluciones del marketing durante los años:

**TABLA 6: MARKETING: COMPARACIONES 1.0, 2.0, 3.0**

	Marketing 1.0	Marketing 2.0	Marketing 3.0
	<b><u>Marketing centrado en el producto</u></b>	<b><u>Marketing orientado hacia el cliente</u></b>	<b><u>Marketing dirigido a los valores</u></b>
Objetivo	Productos de ventas	Satisfacer y retener a los consumidores	Hacer del mundo un mejor lugar
Fuerzas que posibilitan	Revolución industrial	Información tecnológica	Tecnología New Wave
Cómo ven el mercado las compañías	Compradores masivos con necesidades físicas	Consumidor inteligente con mente y corazón	Un ser humano completo con mente, corazón y espíritu.
Concepto clave del Marketing	Desarrollo del producto	Diferenciación	Valores
Directivos del Marketing de la Compañía	Especificación del producto	Posicionamiento corporativo y del producto	Corporativo, visión, valores
Propuestas de valor	Funcional	Funcional y emocional	Funcional, emocional y espiritual

Interacciones con el Consumidor	Transacciones uno a muchos	Relaciones uno a uno	Colaboración de muchos a muchos
---------------------------------	----------------------------	----------------------	---------------------------------

Fuente: HSM. Foro Mundial de Marketing & Ventas (2-3/VI/10, México. Conferencia "Philip Kotler: Marketing 3.0")

Fuente: Obtenido el 7 de Agosto, 2012 de:

<http://manuelgross.bligoo.com/content/view/1025608/Philip-Kotler-Las-tres-orientaciones-del-marketing-Producto-Cliente-Persona.html>. Elaboración Propia. Elaboración: Propia.

Durante la primera etapa del marketing, su función como tal, era enfocarse al producto para obtener ventas. Se buscaba mejorar el producto únicamente, hasta que años después toma una orientación hacia algo no solamente funcional sino emocional, enfocándose en los gustos, preferencias y necesidades de los consumidores. Continuando con el proceso y la búsqueda insaciable de mejorar, el marketing se orienta hacia los valores agregando lo espiritual a la lista de valores.

### 2.3.3 Diferencia entre el marketing social y el marketing comercial

El marketing social busca el bien común y ayudar a mejorar el estilo de vida de la sociedad.

- **Las 4ps del marketing social:** Público, Asociados, Políticas y valor agregado por la causa social

El marketing comercial se enfoca en buscar un incremento en ingresos y mayor rentabilidad para una empresa.

- **Las 4ps del marketing comercial:** Producto, Precio, Plaza y Promoción.

### 2.3.4 Marketing Social

El marketing social no busca vender un producto como tal, sino que se preocupa por las necesidades de tipo social, humanitarias y espirituales de la sociedad, planteando y promoviendo ideas que buscan modificar comportamientos, actitudes, creencias, etc. en aspectos positivos obteniendo así un beneficio satisfactorio. El campo de acción del marketing social se extiende a las organizaciones sin fines lucrativos, fundaciones, entidades religiosas y al Estado. Las empresas actualmente también han implementado sus acciones enfocadas a responder tales necesidades con la finalidad de demostrar a la sociedad que también se preocupan por las personas. Por ejemplo: Sweet & Coffee una empresa nacional que mantiene su campaña “Deja tu Marca” que consiste que por cada taza de café que se venda, la empresa dona \$0,01 centavo a las familias de la provincia de Loja. “más de \$150.000 donados” y “más de 322 niños, jóvenes y adultos se han incluido en el circuito educativo laboral”. (Sweetandcoffee)

Kotler y Zaltman (1975) definen el marketing social como “el diseño, implantación y control de programas que buscan incrementar la aceptación de una idea o causa social en determinados grupos objetivo”. No se limita únicamente a la publicidad, sino que también usa herramientas que el marketing comercial utiliza para proyectar una idea. (Kotler & Zaltman, Journal of Marketing, 1971)

El marketing social es más que publicidad, sino es un compromiso con la sociedad para satisfacer necesidades sociales. Muchas empresas han fracasado al intentar implementar el marketing social por enfocarse



únicamente en la publicidad. Esto debe aplicarse con un compromiso y gran coherencia de la idea que se quiere comunicar y la práctica.

#### **2.3.4.1 Elementos claves del marketing Social**

- **Condición de extensión del marketing**  
La tecnología aplicada al diseño de las campañas
- **Su carácter de proceso social**  
La orientación debe ser dirigida al beneficio del individuo y al beneficio de la sociedad
- **Objetivo es el estudio de la relación de intercambio donde el producto es una idea o causa social**  
Incentivar a un grupo no solo a la compra de un producto si no a compartir una idea para encontrar el bien común.

#### **2.3.4.2 Las 7P del Marketing Social**

Los elementos básicos para elaboración de un plan de marketing son las 4P: producto, precio, plaza y promoción. Pero estas variables fueron creadas para empresas manufactureras, por ende no están considerados aspectos básicos que se deben aplicar para los servicios. A raíz de buscar modelos que se acoplen a las necesidades existentes de mercadotecnia, se agregaron las 3P de servicio. Para el marketing social se considera tomar las 7P que se detallan a continuación dedicado al grupo objetivo y a sus donadores:

**TABLA 7: MARKETING SOCIAL: 7P**

<b>7P</b>	<b>Grupo Objetivo</b>	<b>Donadores</b>
<b>Producto</b>	Busca la satisfacción del mercado meta	Busca una idea social
<b>Precio</b>	Debe ser un precio competitivo	Debe ser de una cuota mínima
<b>Plaza</b>	Ubicación ideal para la venta del producto o servicio	Ubicación ideal para la implementación del mínimo
<b>Promoción</b>	Da conocer el producto o servicio que satisfaga las necesidades del mercado	Comunicar frecuentemente la idea social
<b>Proceso</b>	El proceso como es?	Debe ser limpio y transparente
<b>Personal</b>	Capacitar al personal	Capacitar al personal
<b>Presentación</b>	Debe ser congruente con la posición competitiva en la que se encuentre	Cuidar la imagen para cumplir las expectativas de los interesados

Fuente: Pérez Romero, L. A, 2006. Marketing Social, teoría y práctica. Elaboración: Propia.

La mezcla de las 7P en el marketing social, produce una mejor relación entre el producto o servicio con el cliente o los donadores.

### **2.3.5 Marketing Social Corporativo**

La ética y el marketing en la sociedad muchas veces suena discrepante al nombrarlo, sobre todo por el hecho que en la era de la globalización todo producto en el mercado quiere ser vendido. Puede ser también, porque las personas piensan que las actividades que se llevan a cabo dentro de la ciencia del marketing no siempre se preocupan totalmente de las necesidades del consumidor, sino de las necesidades de venta en la empresa. Pero la ciencia del marketing no tiene el fin de manipular la mente del consumidor, sino más bien de ayudar a una necesidad que es existente. El marketing social no es nada más que el servir a la sociedad desde un punto ético y social usando las herramientas que existen (marketing mix).

El consumismo existe porque el consumidor piensa que el balance entre el poder de las empresas y el ejercicio de su responsabilidad social está muy desequilibrado. (Alonso Vázquez, 2006)

De esta forma el marketing podría llamarse social o buen marketing cuando la persona que lo practica tiene el control sobre el consumidor final del producto en venta, entiende la responsabilidad social que tiene en manos. El gran reto del marketing de social, es de conseguir que las empresas sean generadoras de beneficios económicos a largo plazo, a la vez que sean socialmente responsables y beneficiosas para la sociedad. Tal ayuda también dará un beneficio intangible pero importante en para las empresas, una mejor imagen ante la comunidad.

### 2.3.6 Responsabilidad Social Empresarial

La responsabilidad social empresarial se enfoca en el mejoramiento social y ambiental. Se establece en las empresas como una cultura, ya que va de la mano con la razón de ser de la empresa, la misma que busca llegar a un equilibrio económico y obtener bienestar social y el objetivo principal es el impacto positivo que se genere dentro de la institución y su entorno, haciendo los negocios más rentables de una forma ética.

#### 2.3.6.1 Objetivos de la RSE

- **Mayor Productividad:** Ofreciendo beneficios al cliente interno, y reteniendo al talento.
- **Lealtad del cliente:** Mantener la calidad de los productos, brindar un mejor servicio al cliente escuchando sus necesidades y quejas.
- **Acceso a Mercados:** por cumplir con leyes y normas.
- **Credibilidad:** Mejora su reputación y retiene clientes por ser una empresa que se preocupa por las comunidades y el medio ambiente. (CentraRSE, 2006)

Podemos llamar “Públicos Interesados” a los que son afectados positiva o negativamente por el giro que del negocio ya que son los que interactúan directamente con el mismo. Primero la empresa debe cambiar internamente, para luego enfocarse con lo externo y poder lograr un mayor éxito en su gestión.

## **2.3.6.2 Acciones dentro de la Responsabilidad Social**

### **Ética y Gobierno corporativo**

- La compañía debe realizar su gestión basándose en principios y valores,
- Se realizan programas de ética para que los clientes internos puedan aplicar esto dentro de todos los ámbitos empresariales y personales.
- Se establecen valores dependiendo el criterio o la importancia que da cada empresa.

### **Calidad de vida Laboral**

- Se basa en los derechos humanos, ya que esto garantiza el éxito en las compañías, porque cada cliente se siente apoyado e identificado con la empresa.
- Se establecen políticas corporativas que generen un mejor ambiente laboral y que exista equidad dentro de cada una de las oficinas.

### **Medio Ambiente**

- Las empresas deberán basar su crecimiento en el equilibrio del uso de los recursos ya que en un futuro puede haber escasez.
- Una gestión medio ambiental responsable ayudara a las empresas a mantenerse en el futuro.

### **Clientes y cadena de valor**

- Ayudará a optimizar la productividad ya que agregará valor a todos los procesos y mejorará la gestión de los Stakeholders.

- Ya que aportará a la sociedad y al ambiente y a su vez disminuirá los costos, existiendo una relación ganar-ganar.

### **Comunidad**

- Favorece al desarrollo de las comunidades aledañas a ellos, creando proyectos sociales para mejorar sus recursos y su forma de vivir.

#### **2.3.6.3 Definición de responsabilidad social de la ISO 26000**

Se define Responsabilidad Social como “la responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medioambiente, a través de un comportamiento transparente y ético” (¿Qué es la RSE?, 2011)

Se enfoca en:

- Contribuir al desarrollo sostenible, la salud y al bienestar de la sociedad.
- Tomar en consideración las expectativas de los stakeholders que sus partes interesadas dentro de la institución.
- Cumplir con la legislación y las normativas internacionales, las mismas que deben ir junto con el comportamiento de los clientes internos y la gestión de la empresa.

### 2.3.7 Diferencias entre Marketing Social y Responsabilidad Social.

Normalmente se suele pensar que ambos términos tienen un mismo significado, o que simplemente uno es la acción y el otro termino el resultado de tal acción. Sin embargo, ambos términos tienen varias diferencias:

**TABLA 8: MARKETING SOCIAL Y RESPONSABILIDAD SOCIAL: DIFERENCIAS**

	<b>Marketing Social</b>	<b>Responsabilidad Social</b>
Objetivo	Modificar el comportamiento y opiniones de los individuos, para mejorar situaciones sociales o medio ambientales.	Es una de las estrategias de la compañía, en la cual involucran en sus decisiones la rentabilidad, la mejora en la sociedad y el medio ambiente.
Razón de ser	Es una Táctica.	Es una Estrategia.
Involucrados	Targets. Área de Marketing.	Stakeholders. Todos los departamentos de la compañía.
Aplicación	Va dirigida a un segmento específico y lo más importante para ellos es la rentabilidad	La compañía junto a sus stakeholders, realizaran una estrategia para tener una mejor reputación ya que ayudará a su entorno e incrementar su rentabilidad
	El marketing social no siempre tiene relación con la responsabilidad social	El marketing social es una herramienta de la responsabilidad social

Elaboración: Propia.

### **2.3.8 Organizaciones sin fines de lucro – OSFL**

Una organización que pertenezca a la sociedad civil y que en sus estatutos estipule de manera clara que no busca beneficios económicos para sí misma, es considerada como una institución sin fines de lucro.

Las organizaciones de la sociedad civil, quienes son creadas por iniciativa de la población civil, en las que normalmente dos o más personas deciden fundar una sociedad civil con la finalidad de atender problemas que se dan en la sociedad, como la alimentación, educación, bienestar infantil, atención a discapacitados, etc. También podemos nombrar a aquellas organizaciones que no están ligadas al gobierno, y persiguen objetivos sociales sin fines lucrativos, en este caso son llamadas, organizaciones no gubernamentales. Por ejemplo: la Cruz Roja, UNICEF, Fundaciones, Asociaciones civiles, entre otras.

Las organizaciones que no buscan un fin lucrativo también han tenido que utilizar diferentes aplicaciones relacionadas con el marketing para poder generar fondos para responder a los problemas de la sociedad. Utilizando el marketing, estas organizaciones logran hacer más eficientes sus procesos y mejoran sus indicadores de desempeño, pero no deben integrarlos a la parte social. Lo ideal debe ser que estas organizaciones no olviden su función social y que siempre busquen ser autosuficientes. Por otra parte también hay aquellas instituciones que estando protegidas por una razón social en la que estipulan ser sin fines de lucro, se comportan como una más de las empresas lucrativas, por esta razón, se debe marcar una diferencia entre lo que se llama marketing social y marketing sin fines de lucro.



### **2.3.9 Organismos No Gubernamentales sin fines de lucro**

Estas instituciones funcionan como empresas autónomas e independientes, que buscan responder a un fin social para el bienestar de la sociedad, sin la ayuda gubernamental. Son denominadas organizaciones del Tercer Sector, debido a que en las dos últimas décadas ha tenido una gran expansión, y por su gran responsabilidad y compromiso que tienen al buscar responder cuestiones sociales a fin de mejorar la vida de la comunidad. Este sector nace a partir de la gran preocupación de las empresas y de la sociedad civil, por tratar de resolver problemas que se han dado en estas tres últimas década, como la desigualdad de oportunidades, pobreza, hambre, discapacidades, entre otras.

El crecimiento del Tercer Sector es claro en muchos países, no solo en los países desarrollados sino también en los que están en vías de desarrollo. Su preocupación por resolver estos problemas ha aumentado, y de esta manera se ven en la urgencia de lograr alianzas con organizaciones de los países subdesarrollados., a fin de dar una mano a las mismas.

Varios organismos con fines no lucrativos se han creado por raíces emotivas y sentimentales, es decir, por personas que directa o indirectamente fueron víctima de un problema social determinado. Por esta razón, tales personas que lideran las mismas, tienen una aptitud vigorosa por tratar de mantener y sacar adelante a la organización y así responder a necesidades sociales.

### **2.3.10 Organizaciones No Gubernamentales extranjeras**

Uno de los principales requisitos que se les exige a las organizaciones no gubernamentales extranjeras para establecerse en el país, se detalla en el Decreto 982, en el cual se ven en la obligación de presentar un solicitud al Ministerio de Relaciones Exteriores, explicando las labores y finalidades de la organización. Continuando el trámite, se da un proceso en el que se verifica los datos de tal organismo en su país de origen. A partir de esto, tal organismo es suscrito en un Convenio Básico de Funcionamiento con el Ministerio de Relaciones Exteriores. Tal convenio es necesario para llevar un registro de las actividades y ejercer control sobre los proyectos de la organización a participar.

El organismo encargado de registrar a las ONG extranjeras es la Agencia Ecuatoriana de Cooperación Internacional, AGECI.

*“Art. 17.- Las organizaciones no gubernamentales extranjeras interesadas en realizar actividades en el Ecuador deberán presentar una solicitud en tal sentido al Ministerio de Relaciones Exteriores, señalando cuáles son sus fines y las labores que desean efectuar en el país. Deberán acompañar la documentación legalizada que demuestre su existencia legal acompañada de su estatuto en idioma español.*”

*Art. 18.- El Ministerio de Relaciones Exteriores, a través de sus embajadas y consulados en el exterior, obtendrá información acerca de la legalidad, solvencia y seriedad de la Organización no Gubernamental Extranjera que haya presentado su solicitud. Dicha información se la requerirá tanto en el país donde la organización ha sido constituida y/o tiene su sede principal, como en aquellos en los que realiza o haya realizado actividades similares.”*

Fuente: Decreto 982. Capítulo VII. Organizaciones no gubernamentales extranjeras

El Ministerio de Relaciones Exteriores actualmente consta de 164 organizaciones extranjeras inscritas, según el sitio web.<sup>8</sup>

### **2.3.11 Marketing Social en las ONG sin fines de lucro**

Las ONG sin fines de lucro o fundaciones, al momento de desarrollar un plan de marketing, debe tomar en cuenta a todos los actores que se desenvuelven en su entorno:

- Población adoptante objetivo o mercado meta
- Para sus empleados
- Para el sector privado
- Para los donadores
- Para el sector gubernamental
- Para la sociedad en general: Bienestar social
- Para el Tercer Sector. (Pérez Romero, 2004)

Cada uno de estos miembros tiene una función que le permitirá a la ONG a tener un desarrollo sostenible y ayuda a la sociedad. Cuando se quiere llegar a grupos amplios con un fin social, es muy difícil poder medir la eficacia de tal mensaje o idea. Al intentar ampliar la cobertura se pierde eficacia, por eso es recomendable segmentar los grupos, como se muestra en la figura anteriormente citada. La segmentación ayudará en la elaboración del plan de marketing a desarrollar y del mensaje que se quiere dar a conocer.

---

<sup>8</sup> ONG Extranjeras que se encuentran en el Ecuador: Sitio web del Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración, [http://www.mmree.gob.ec/pol\\_exterior/reg\\_ongs.asp](http://www.mmree.gob.ec/pol_exterior/reg_ongs.asp).

## **Dificultades del Marketing Social en ONG sin fines de lucro**

El marketing en los organismos no gubernamentales sin fines de lucro tiene un grado de dificultad debido a sus maneras de conseguir fondos suficientes para los cumplimientos de los objetivos planteados. Es raro que una organización de este tipo tenga fondos suficientes para poder implementar una campaña compleja, porque normalmente ellos viven del día a día, hablando económicamente, y si tienen fondos ahorrados, los usan para cumplir objetivos establecidos que se basan en la ayuda a las necesidades de la población.

Debido a los bajos fondos, se las considera a los organismos sin fines lucrativos como instituciones de financiamiento débil. Sus recursos limitan el alcance de sus operaciones y también afectan al momento de crear estrategias de mercadotecnia.

Otro de los problemas que atenta con las organizaciones sin fines lucrativos es en la elaboración de objetivos medibles, que es requisito muy importante para poder tener un control y planificación de lo que se va a realizar. También podemos decir que el precio es otro tema de suma delicadeza para estos organismos sin fines lucrativos. Al momento de establecer el precio, deben ser flexibles y tener un idea de cuánto puede pagar el cliente, no se rigen tanto por la elaboración o mano de obra, sino por el bolsillo del que recibirá dicho producto o servicio, claro que de igual manera al establecer el precio, debe estar involucrado los costos de la elaboración, del tiempo y mano de obra, para poder pagar lo gastado. Pero el precio siempre en estos organismos tiende a ser mucho más bajos que los de empresas privadas u organismos con fines lucrativos.

## 2.4 Marco legal

En lo que concierne a las organizaciones de la sociedad civil, la Constitución de la República que fue aprobada en el 2008 por referéndum, detalla algunos artículos respecto al tema. En el artículo a continuación, se habla del reconocimiento de dichas organizaciones en la sociedad:

*“Art. 96.- Se reconocen todas las formas de organización de la sociedad, como expresión de la soberanía popular para desarrollar procesos de autodeterminación e incidir en las decisiones y políticas públicas y en el control social de todos los niveles de gobierno, así como de las entidades públicas y de las privadas que presten servicios públicos.*

*Las organizaciones podrán articularse en diferentes niveles para fortalecer el poder ciudadano y sus formas de expresión; deberán garantizar la democracia interna, la alternabilidad de sus dirigentes y la rendición de cuentas.”*

Fuente: Constitución de la República del Ecuador.

También se menciona en el art. 66 algunos derechos acerca de la libre expresión y participación en organizaciones:

*“Art. 66.- Se reconoce y garantizará a las personas: 11. El derecho a guardar reserva sobre sus convicciones. Nadie podrá ser obligado a declarar sobre las mismas. En ningún caso se podrá exigir o utilizar sin autorización del titular o de sus legítimos representantes, la información personal o de terceros sobre sus creencias religiosas, filiación o pensamiento político; ni sobre datos referentes a su salud y vida sexual, salvo por necesidades de atención médica. 12. El derecho a la objeción de conciencia, que no podrá menoscabar otros derechos, ni causar daño a las personas o a la naturaleza. 13. El derecho a asociarse, reunirse y manifestarse en forma libre y voluntaria. 15. El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental.”*

Fuente: Constitución de la República del Ecuador

En la nueva constitución, la Función de Transparencia y Control Social busca promover e impulsar un control sobre las organizaciones de la sociedad civil. El control que se busca llevar a cabo es para lograr equidad y transparencia en tales entidades. Existen limitantes para que tal control se pueda desarrollar.

En el nuevo Código Civil, se diferencia a las corporaciones o fundaciones de derecho público, y estas están regidas por leyes y reglamentos especiales.

*“Art. 564.- Se llama persona jurídica una persona ficticia, capaz de ejercer derechos y contraer obligaciones civiles, y de ser representada judicial y extrajudicialmente. Las personas jurídicas son de dos especies: corporaciones, y fundaciones de beneficencia pública. Hay personas jurídicas que participan de uno y otro carácter.*

*Art. 579.- Disuelta una corporación se dispondrá de sus propiedades en la forma que para este caso hubieren prescrito sus estatutos; y si en ellos no se hubiere previsto este caso, pertenecerán dichas propiedades al Estado, con la obligación de emplearlas en objetos análogos a los de la institución. Corresponde al Congreso señalarlos.”*

Fuente: Código Civil del Ecuador

Los artículos siguientes, 580 y 582 del Código Civil, son dedicados a las fundaciones:

*“Art. 580.- Las fundaciones de beneficencia que hayan de administrarse por una agrupación de individuos, se regirán por los estatutos que el fundador les hubiere dictado; y si el fundador no hubiere manifestado su voluntad a este respecto, o sólo la hubiere manifestado incompletamente, se suplirá esta falta por el Presidente de la República.*

*Art. 582.- Las fundaciones perecen por la destrucción de los bienes destinados a su manutención.”*

Fuente: Código Civil del Ecuador

Siguiendo con artículos relacionados con fundaciones, en el art. 581 se indica que los artículos del 568 al 579, serán aplicadas tanto para fundaciones y corporaciones.

*“Art. 581.- Lo que en los artículos 568 hasta el 579, se dispone acerca de las corporaciones y de los miembros que la componen, se aplicará a las fundaciones de beneficencia y a los individuos que las administran.*

*Art. 579.- Disuelta una corporación se dispondrá de sus propiedades en la forma que para este caso hubieren prescrito sus estatutos; y si en ellos no se hubiere previsto este caso, pertenecerán dichas propiedades al Estado, con la obligación de emplearlas en objetos análogos a los de la institución. Corresponde al Congreso señalarlos.*

*Art. 568.- Lo que pertenece a una corporación, no pertenece, ni en todo ni en parte, a ninguno de los individuos que la componen; y recíprocamente las deudas de una corporación no dan a nadie derecho para demandarlas, en todo o en parte, a ninguno de los individuos que componen la corporación, ni dan acción sobre los bienes propios de ellos, sino sobre los bienes de la corporación. Sin embargo, los miembros pueden, expresándolo, obligarse en particular, al mismo tiempo que la corporación se obliga colectivamente; y la responsabilidad de los miembros será entonces solidaria, si se estipula expresamente la solidaridad. Pero la responsabilidad no se extiende a los herederos, sino cuando los miembros de la corporación los hayan obligado expresamente. Si una corporación no tiene existencia legal, según el Art. 565, sus actos colectivos obligan a todos y cada uno de sus miembros solidariamente.”*

Fuente: Código Civil del Ecuador.

## **CAPÍTULO III. METODOLOGÍA**

### **3.1 Tipo de investigación y enfoque.**

De acuerdo a la naturaleza del presente trabajo de investigación se puede decir que esta será de índole:

- **Descriptiva:** se describe las necesidades de las fundaciones seleccionadas a investigar.
- **Propositiva:** se dará una propuesta para mejorar el organismo que será el encargado de controlar y desarrollar a las fundaciones en la ciudad de Guayaquil y de esta manera mejorar la gestión de cada una de ellas.
- **Comparativa:** se realizará una comparación entre tres organizaciones, Acorvol, FETV y Fundapi, con la finalidad de seleccionar la entidad más idónea para poder responder a las necesidades encontradas en las fundaciones de la ciudad de Guayaquil.

### **3.2 Técnicas e instrumentos de recolección de información.**

Para el presente trabajo de titulación se usará las siguientes técnicas de obtención de información:



### 3.2.1 Fuentes de datos primarios.

#### Encuestas:

- Público general: se encuestó a hombres y mujeres de entre 18 a 60 años que vivan en la ciudad de Guayaquil. Esta herramienta se realizó por muestreo probabilístico mediante la elaboración de un cuestionario con el fin de encontrar conocimientos acerca del voluntariado y de ACORVOL. **Véase las preguntas en el Anexo 1.**

#### Entrevistas:

- Se realizó entrevistas a un representante de 25 fundaciones seleccionadas de la ciudad de Guayaquil, a fin de encontrar e identificar las necesidades existentes en cada una de las instituciones investigadas. **Véase las fundaciones colaboradoras en el Anexo 2 y las preguntas efectuadas en el Anexo 3.**
- Se entrevistó a un representante de 25 instituciones de la red de Acorvol, con el objetivo de conocer su evaluación sobre la Asociación Coordinadora de Voluntariado como ente capacitador y la gestión. **Véase las instituciones participantes en el Anexo 4 y las preguntas realizadas en el Anexo 5.**
- Se efectuó una entrevista a la Sr. Elita Chacón, Ex Presidenta<sup>9</sup> de ACORVOL periodo 2010 -2012, para recaudar datos acerca de la situación de la asociación y factores importantes acerca del voluntariado, y de las fundaciones de la ciudad de Guayaquil. **Véase las preguntas en el Anexo 6.**

---

<sup>9</sup>El 26 de junio de 2012 fue posesionada la nueva Presidenta de ACORVOL Sra. Alba Viteri de Salame, periodo 2012 – 2014.

- También se obtuvo datos de personajes reconocidos en el voluntariado a nivel nacional: Msc. Julio César Benítez, Director Ejecutivo de SIGVOL<sup>10</sup>; Eduardo Bejar, Presidente de Fundapi; Giovana Coyawazo, Presidenta de la Mesa de Voluntariado y Rosa Velasteguí, Presidenta de la Federación Ecuatoriana de Trabajo Voluntario, FETV, para conocer acerca de las instituciones a las que pertenecen, e información importante con respecto al tema. ***Véase las preguntas en el Anexo 7.***

#### **Observación participante o activa:**

- Se analizó la situación interna de ACORVOL, durante cuatro meses. Tiempo de realización de la pasantía del autor del presente trabajo de investigación.

#### **3.2.2 Fuentes de datos secundarios.**

- Datos del INEC: Información de número de habitantes, índices de pobreza de la población, etc.
- Datos de la CEPAL: índices de pobreza, económicos, etc.
- Datos internos de ACORVOL: Información de la asociación: cantidad de organizaciones no gubernamentales afiliadas, metas a lograr, servicios, etc.
- Material escrito: Libros acerca del voluntariado, textos de marketing, etc.
- Internet: Información sobre fundaciones, ONGs, situación económica del país, índices de pobreza, etc.
- Material publicitario: Folletos, trípticos, dípticos, etc.

---

<sup>10</sup> SIGVOL, Servicio Ignaciano de Voluntariado, dedicado al desarrollo de los jóvenes,

### 3.3 Población y muestra.

Es necesario mencionar que el presente apartado fue considerado para la elaboración de encuestas que tenía como fin obtener información del voluntariado y del posicionamiento de Acorvol, mas no acerca de las entrevistas realizadas para conocer acerca de las necesidades de las fundaciones.

#### **Población:**

La población a investigar del presente trabajo, será 1.328.592 habitantes, hombres y mujeres de la ciudad de Guayaquil, de entre 18 a 60 años de edad, según último censo realizado por el INEC.

#### **Muestra:**

La técnica de muestreo aplicada en las encuestas, fue de tipo probabilístico estratificado simple, en el cual se consideró solo a hombres y mujeres de entre 18 a 60 años que vivan en la ciudad de Guayaquil.

**TABLA 9: HABITANTES ENTRE 18 60 AÑOS DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL**

<b>Categorías</b>	<b>Casos</b>	<b>%</b>
Hombres	649.729	48,9%
Mujeres	678.863	51,1%
Total	1.328.592	100%

Fuente: INEC, 2012. Elaboración: Propia

A partir de los datos brindados por el INEC, se realiza el cálculo de la muestra, en donde se dará uso a la siguiente fórmula de muestreo en base a una población infinita:

Población infinita > 100.000 habitantes

$$n = \frac{Z^2 \times p \times q}{E^2}$$

**Dónde:**

- P = Población o universo
- q = Probabilidad de que Si ocurra el evento
- p = Probabilidad de que No ocurra el evento
- N = Tamaño de la población
- n = Número de la muestra
- z = Nivel de confianza requerido
- E o s = Margen de error aceptado

**Nivel de confianza**

- 50% de confianza z= 0,674
- 90% de confianza z=1,645
- 95% de confianza z=1,96
- 99% de confianza z=2,576

**Datos:**

- P = 1.328.592 habitantes
- q = 50%
- p = 50%
- E = 5% = 0,05
- z = 1,96 (Nivel de confianza 95%)
- n = ?

Reemplazando los valores indicados en la formula anteriormente descrita, tenemos:

$$n = \frac{Z^2 \times p \times q}{E^2}$$
$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 \times 0,5}{0,05^2}$$
$$n = \frac{3,8416 \times 0,5 \times 0,5}{0,0025}$$
$$n = \frac{0,9604}{0,0025}$$
$$n = 385 \text{ encuestas}$$

Al reemplazar los valores la formula se encontró que se debe realizar 385 encuestas al mercado objetivo anteriormente determinado, pero esta cantidad se la redondeó a 400 encuestas a fin de tener una cantidad cerrada.

## CAPÍTULO IV. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

En el presente capítulo se detallará información general acerca de los controles a las que están expuestas las fundaciones del país, con la finalidad de conocer dicho control. También se describirán las necesidades de las fundaciones analizadas en el actual estudio. Además, se dará una comparación entre Acorvol, la FETV y Fundapi para determinar qué organismo es el más idóneo para ser la entidad que responda a las necesidades encontradas en las fundaciones. Por último, se mostraran varias organizaciones no gubernamentales de ayuda.

### **4.1. Información y análisis sobre el control general de las fundaciones.**

Las fundaciones están sujetas a ciertos controles que se encuentran estipulados en el Decreto 982, Capítulo IX, Evaluación y Control, el mismo que expone lo siguiente:

*“Art. 26.- Las fundaciones o asociaciones están sujetas a los siguientes controles:*

- a) Control de funcionamiento: a cargo del propio Ministerio que le otorgó la personería jurídica; el mismo que comprende la verificación de sus documentos, el cumplimiento del objeto y fines, el registro de directiva y la nómina de socios;*
- b) Control utilización de uso de recursos públicos: por parte de los organismos de control del Estado<sup>11</sup> y de la institución a través de la cual se transfiere los recursos públicos; y,*
- c) Control tributario a cargo del Servicio de Rentas Internas.*

---

<sup>11</sup> Organismos de control: SRI, Contralorías y Superintendencias.

*Art. 27.- Para los fines de control antes descritos, las fundaciones o corporaciones están obligadas a proporcionar las actas de asambleas, informes económicos, informes de auditoría y memorias aprobadas, o cualquier otra información que se refieran a sus actividades, requerida de manera anticipada y pública a los distintos ministerios y organismos de control y regulación, asimismo tendrán la obligación de facilitar el acceso a los funcionarios competentes del Estado para realizar verificaciones físicas.*

*Art. 28.- Las fundaciones o corporaciones que reciban recursos públicos deberán inscribirse en el Registro Único de las Organizaciones de la Sociedad Civil y acreditarse ante las correspondientes instituciones del Estado responsables de los recursos públicos, observando los requisitos que para caso establezcan la Ley y los reglamentos.”*

En el caso de ser fundación extranjera, el Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración, será la encargada de realizar el correspondiente seguimiento de las labores de tales organizaciones, con el objetivo de examinar sus trabajos de acuerdo con los fines propuestos y cerciorar el fiel cumplimiento de sus proyectos.

A fin de tener un mejor control sobre estas organizaciones, el gobierno ha establecido tales controles. El Registro Único de las Organizaciones de la Sociedad Civil, fue creado el 8 de Abril del 2009, y es definido como “...una base de datos pública donde constan las organizaciones que cumplan los requisitos establecidos en el Código Civil y Decretos Ejecutivos vinculantes que establecen la normativa para su constitución, funcionamiento, registro, acreditación y control”.<sup>12</sup>

El RUOSC brinda una forma en que las organizaciones de la sociedad civil puedan acceder a tal información almacenada que les permita realizar actividades coordinadas con otras organizaciones sociales. El registrarse es de carácter obligatorio para todas las

---

<sup>12</sup> Registro Único de las Organizaciones de la Sociedad Civil. 2010. RUOSC. Extraído el día 17 de Mayo 2012. <http://www.sociedadcivil.gob.ec/>

organizaciones de la sociedad civil, y para poder ser parte del mismo deberán completar varios requerimientos.

**TABLA 10: REQUERIMIENTOS PARA SER PARTE DEL REGISTRO ÚNICO DE ORGANIZACIONES DE LA SOCIEDAD CIVIL (RUOSC)**

Registro Único de Contribuyentes (RUC)
Acuerdo de creación otorgado por el Ministerio Institucional o Institución legalmente acreditada.
Estatutos legalmente inscritos en el Ministerio Institucional o Institución legalmente acreditada en formato digital (PDF, DOC, JPG), con un peso menor a 6MB
Directiva de la organización actualizada en el Ministerio o Institución legalmente acreditada (Se requiere el número de cédula de los directivos)
Lista de Socios con su respectivo número de cédula
Constitución del patrimonio de la organización
Información de los proyectos ejecutados y en ejecución

Fuente: UNICEF y UEES. Diagnóstico de organizaciones que trabajan con jóvenes de 12 a 18 años, 2010. Elaboración: Propia.

A demás de los controles anteriormente mencionados, las fundaciones deben reportarse a algunas autoridades de control, entre ellas están los ministerios, autoridades tributarias y la Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana.



## TABLA 11: AUTORIDADES A REPORTAR

La autoridad que las crea y las disuelve: Ministerios del ramo, tienen la obligación de verificar el cumplimiento del objeto y fines, el registro de la directiva y la nómina de socios. En la práctica, difícilmente se realiza un control, porque no poseen registros automatizados o digitalizados de estas organizaciones.

La autoridad que regula las relaciones laborales: inspectores del Ministerio de Trabajo e Inspectores del IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social)

La autoridad que controla las obligaciones tributarias: Servicio de Rentas Internas (SRI). En noviembre de 2007, el SRI creó una Dirección exclusivamente para la gestión de instituciones sin fines de lucro, las mismas que están exentas del pago del Impuesto a la Renta.

Sistema Ecuatoriano de Cooperación Internacional, creado para el control de las ONG extranjeras liderado por el Consejo Directivo de la Cooperación Internacional, conformado por: el Presidente de la República, quien lo preside; el Ministro de Relaciones Exteriores; el Ministro Coordinador de la Producción; el Ministro Coordinador de Desarrollo Social; el Ministro de Patrimonio Natural; el Ministro de Seguridad Interna; la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES); y el representante de la Asociación de Municipalidades del Ecuador y de los Consejos Provinciales.

Secretaría de Pueblos y Participación Ciudadana, adscrita a la Presidencia de la República, registrará a todas las OSFL. No tendrá la competencia de regulador pero sí de registro obligatorio para fines estadísticos y para transparentar la información. En la actualidad, cada secretaria de Estado maneja su propia información, pero no hay un sistema de estadísticas que permitan conocer el número de corporaciones y fundaciones que existen en el Ecuador ni a nivel de provincias.

Fuente: UNICEF y UEES. Diagnóstico de organizaciones que trabajan con jóvenes de 12 a 18 años, 2010. Elaboración: Propia.

Después de mencionadas las formas de control generales de las fundaciones, ahora se detallarán los resultados de las entrevistas, analizando los aspectos de: promoción, capacitación, voluntariado, proyectos, donaciones, necesidades y sector atendido.

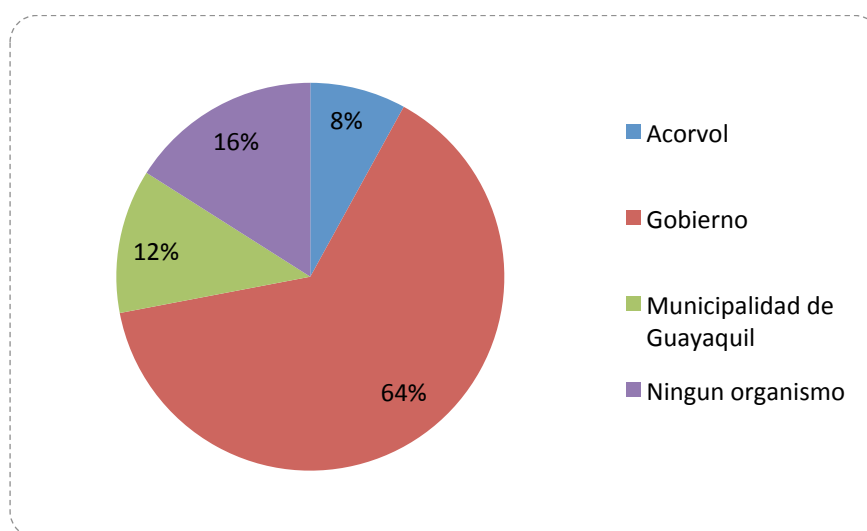
En una de las preguntas que se realizó, se quiso saber si los directores, voluntarios y administradores de las propias fundaciones tenían conocimiento sobre el control al que debería estar sometido, por lo tanto se le preguntó:

**TABLA 12: ¿EXISTE ALGÚN ORGANISMO QUE CONTROLE SUS ACTIVIDADES?**

Organismo de Control	Cantidad	%
Acorvol	2	8%
Gobierno	16	64%
Municipalidad de Guayaquil	3	12%
Ningún Organismo	4	16%
Total	25	100%

Fuente: Entrevistas. Elaboración: Propia.

**GRÁFICO 3: ¿QUIÉN CONTROLA SUS ACTIVIDADES?**



Fuente: Entrevistas. Elaboración: Propia.

El 64% comentó ser reguladas por algún organismo que sea perteneciente al gobierno, el 16% dijo no estar reguladas por ninguna entidad, el 12% por el Municipio de Guayaquil y un 8% considera a Acorvol como ente regulador de actividades. Lo que nos da a entender que al menos un 36%<sup>13</sup> no conoce realmente las maneras que el gobierno controla a las organizaciones sociales. No tienen claro que el gobierno por medio de los varios organismos de control, como el SRI O ROUSC, controla las actividades que cada ONG. La Presidenta Nancy Pallo de Vargas de la Fundación Monseñor Enrique Julhes nos dijo: “No tenemos un organismo que controle nuestras actividades, a parte de lo que debemos hacer legalmente, declaraciones al SRI, pagar bomberos...”

Luego de conocer las formas de control a las que están expuestas las fundaciones, se analizará las necesidades encontradas en las entrevistas del presente trabajo.

#### **4.2 Evaluación de las necesidades de las fundaciones.**

Para conocer la evaluación realizada mediante el método de entrevistas acerca de las necesidades de las fundaciones analizadas, primeramente se debe conocer la actividad a la que cada una de las entidades realiza:

---

<sup>13</sup> Suma de los porcentajes de ACORVOL 8%, Municipalidad de Guayaquil 16% y Ningún Organismo 12%.

**TABLA 13: ACTIVIDAD DE LAS FUNDACIONES ENTREVISTADAS**

Fundación	Actividad
Fundación Acción Solidaria	Ayudan a niños de escasos recursos a que estudien para que no trabajen en la calle.
Fundación ADES	Brindan proyectos educativos para niños con discapacidad leve y moderada.
Fundación Amar	Se encarga de capacitar a jóvenes y adultos con discapacidad física y mental.
Fundación Cardiológica del Consuelo	Ayudan a los niños enfermos del corazón, donde se los opera y se les brinda tratamiento médico.
Fundación Casa de la Misericordia	Dan formación espiritual a todas las edades. Brindamos alimentación, charla y asistencia médica.
Fundación Cooperadoras Salesianas	Se dedica a la capacitación a la mujer, en economía doméstica, corte y confección, enfermería, trabajos manuales. Todo lo que sirva para mejorar a la mujeres en sus roles y su nivel económico mediante el trabajo de esas actividades.
Fundación Crecer	Se encarga de recoger a los niños y niñas adolescentes de las calles de Guayaquil que están trabajando, y reinsertarlos tanto en su familia como en la sociedad, a través de la educación integral.
Fundación Educar en Cristo	Se encarga de dar educación, salud y comida dirigida a los niños y jóvenes de sectores marginales de la vía a la costa. También tenemos un comedor en puerto Hondo.
Fundación Es Justo y Necesario	Brinda educación personalizada de carácter católico a niños de escasos recursos. También les da alimentación, y control médico.
FASINARM	Brinda ayuda educativa niños con discapacidad intelectual.

FUNARMAF	Dar atención odontológica y rehabilitación a niños con anomalías de labio leporino y paladar fisurado. Esto se lo hace por medio de ortodoncia removible.
Fundapi	Ayuda a las organizaciones de la sociedad civil a captar el campo de las nuevas tecnologías.
Funsiba Fundación Sin barreras	Atender adolescentes y adultos con discapacidad intelectual profunda.
Fundación Gracias María	Nosotros damos servicio de guardería, desarrollo infantil, maternal, pre kínder y kínder.
Fundación Guayaquil Tercera Edad	Dan guardería para adultos mayores en donde se les da gimnasia, baile terapia, rehabilitación, cursos, entre otras cosas.
Fundación Leónidas Ortega	Contribuye a mejorar la educación del país
Fundación Monseñor Enriques Julhes	Proporcionan servicios médicos a la comunidad en cuanto a la salud mediante el centro médico de la institución.
Fundación Niños con Futuro	Dar educación a 350 alumnos de 1ro de básico hasta 5to de básico.
Fundación Nuevo Mundo	Dan formación integral en educación, salud y bienestar infantil.
Padre Damián	Ayuda a enfermos de Hansen, enfermedad conocida como Lepra.
Fundación Pilares	Al rescate de niños y adolescentes con problemas de aprovechamiento e indisciplina en las instituciones fiscales educativas (acuerdo con el Ministerio de Educación) y atención a los niños con discapacidades (Programa mi Peluche Especial). Cursos de capacitación y la búsqueda de niños de intelecto

	superior.
Fundación Renal del Ecuador Iñigo Álvarez de Toledo	La fundación se dedica a pacientes con insuficiencia renal crónica terminal. Se ayuda en la detección de patologías renales, diálisis e incentiva el trasplante renal.
Fundación Semillas de Amor	Promueve del desarrollo integral de los niños, niñas y adolescentes en el marco de la convención de los derechos de los niños. Se promueve dicho desarrollo a partir de la erradicación progresiva del trabajo infantil, la disminución de la violencia intrafamiliar e institucional (especialmente del sistema educativo)
Fundación Sor Dominga Bocca	La fundación se dedica al rescate de las niñas de la calle, de las chicas abandonadas sin protección de su familia. Brindamos atención integral a las niñas y adolescentes de la calle dándoles alimentación, vestuario, educación, atención médica, asistencia psicológica y capacitación artesanal.
Fundación VIDHA	Trabaja en la temática de VIH y Sida en la ciudad de Guayaquil.

Fuente: Entrevistas. Elaboración: Propia.

Luego de conocer qué actividad realizan las fundaciones del presente proyecto, se analizarán las preguntas referente a las necesidades de cada una de ellas. En la entrevista se realizó una pregunta directa acerca de las necesidades generales de la fundación.

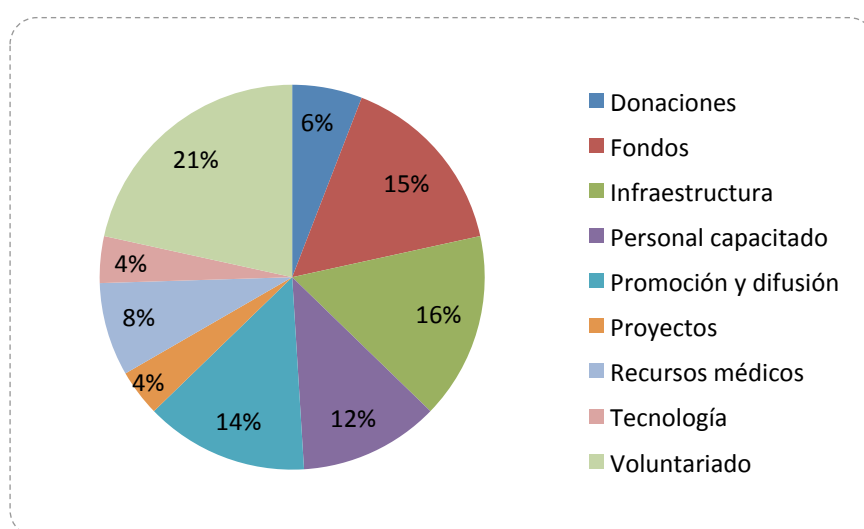
**TABLA 14: ¿QUÉ NECESIDADES TIENE SU INSTITUCIÓN?**

Variables	Cantidad	%
Donaciones	3	6%
Fondos	8	16%
Infraestructura	8	16%

Personal capacitado	6	12%
Promoción y difusión	7	14%
Proyectos	2	4%
Recursos médicos	4	8%
Tecnología	2	4%
Voluntariado	11	22%
Total	51	100%

Fuente: Entrevistas. Elaboración: Propia.

#### GRÁFICO 4: NECESIDADES DE LAS FUNDACIONES



Fuente: Entrevistas. Elaboración: Propia.

Agrupando y analizando las diferentes necesidades de la pregunta establecida en el párrafo anterior, se encuentra que existe una gran necesidad de participación de voluntarios, 21%. Uno de los comentarios que se recibió en cuanto a esta pregunta, fue de Laura Vera de Guevara, presidenta de la Fundación Cardiológica Cristo del Consuelo, que dijo: "...tenemos un déficit de voluntarios jóvenes, sí nos gustaría que gente joven participe y que sean parte de nuestra institución, pero no sabemos cómo llegar a ellos".

Como segunda necesidad identificada con 16% se encontró la infraestructura, en el cual se consideraron los comentarios de reconstrucción de plantel o creación de nuevos locales. Una de las acotaciones respecto a esta necesidad fue de la Presidenta Sara de Pareja de la Fundación Sor Dominga Bocca quien expresó: "...una de las necesidades es de infraestructura, tenemos una casa donde recibimos a las chicas, pero si necesitaríamos un lugar más amplio, tener un local más grande..." dado sus comentarios, está claro que su mejora en las edificaciones de la institución es necesaria para poder cubrir la demandas que su entidad tiene como objetivo<sup>14</sup> lograr. Algo importante a mencionar, es que el 15% comentó sobre la obtención de fondos como necesidad, sin embargo, no quiere decir que los demás no lo requieran, sino que fueron más específicos en cuanto a sus necesidades.

Durante el período de que se planteó para la realización de las entrevistas, se observó deficiencias de todo aspecto en las entidades que se visitó, tales como: limitación de espacios y de equipos tanto de oficina como médicos, también la falta de voluntariado, personal no capacitado y partes de las instalaciones que se encontraban en pésimas condiciones, que necesitaban un arreglo inmediato.

La coordinadora de Relaciones Pública de la Fundación Leónidas Ortega Moreira expuso, "...como toda organización de acción social necesita primeramente son los recursos económicos, con que se puede cubrir las becas que otorgamos, mejorar la situación de la edificación, que por el momento tenemos ciertos espacios que necesitan arreglarse. También los materiales de los chicos..."

---

<sup>14</sup> La fundación se encarga de rescatar a las chicas de la calle sin protección familiar, a fin de darle una atención integral. Fundación Sor Dominga Bocca.



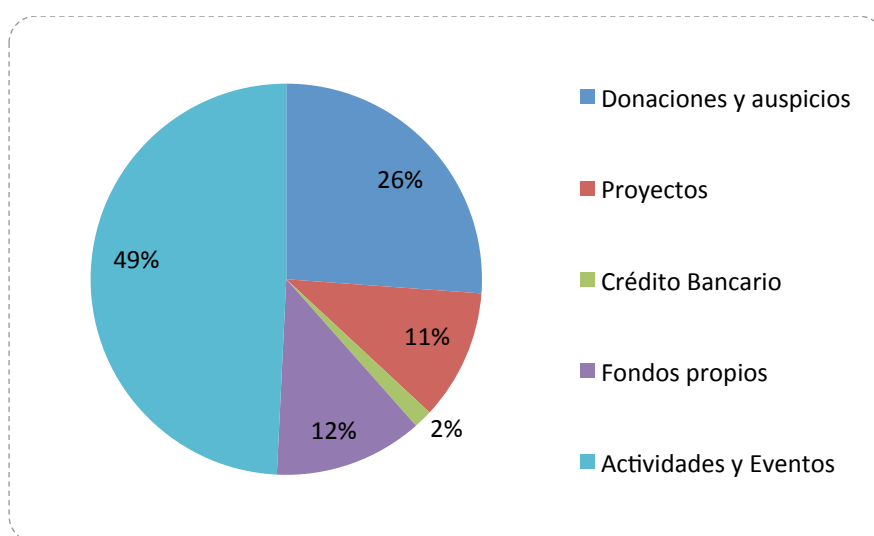
Continuando el análisis, y para conocer mejor la situación de las instituciones, otra pregunta consistió en las actividades que realizaban para obtener fondos que les permitan cubrir tales necesidades.

**TABLA 15: ¿QUÉ ACTIVIDADES REALIZA PARA OBTENER FONDOS?**

Variables	Cantidad	%
Donaciones y auspicios	17	26%
Proyectos	7	11%
Crédito Bancario	1	2%
Fondos propios	8	12%
Actividades y Eventos	32	49%
Total	65	100%

Fondos. Elaboración: propia.

**GRÁFICO 5: ACTIVIDADES PARA CONSEGUIR FONDOS**



Fuente: Entrevistas. Elaboración: propia.

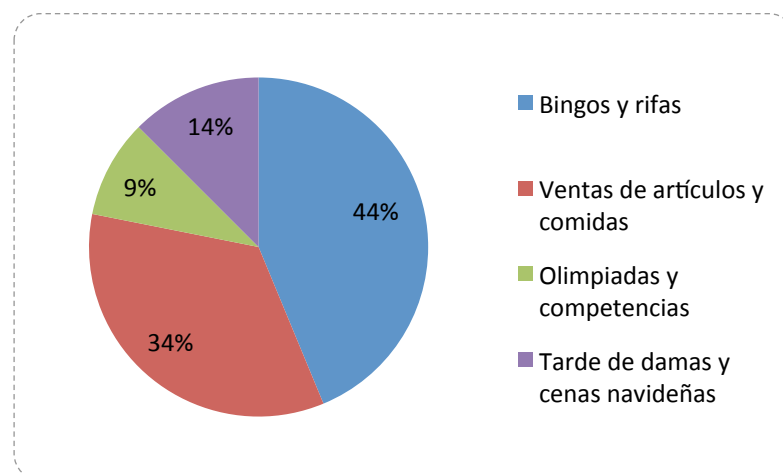
Realizada tal interrogante, se descubre que el 49% desarrolla actividades y eventos a fin de conseguir fondos, de las cuáles son las siguientes:

**TABLA 16: ACTIVIDADES Y EVENTOS QUE REALIZAN**

Variables	Cantidad	%
Bingos y rifas	14	44%
Ventas varios	11	34%
Olimpiadas y competencias	3	9%
Tarde de damas y cenas navideñas	4	13%
Total	32	100%

Fuente: Entrevistas. Elaboración: propia.

**GRÁFICO 6: ACTIVIDADES Y EVENTOS QUE REALIZAN**



Fuente: Entrevistas. Elaboración: propia.

Se denota que la forma tradicional de conseguir fondos no ha cambiado, la realización de bingos y rifas (44%), y la venta de artículos y comidas (34%). Tales fundaciones se mantienen con sus actividades tradicionales, y no buscan nuevas actividades para obtener fondos.

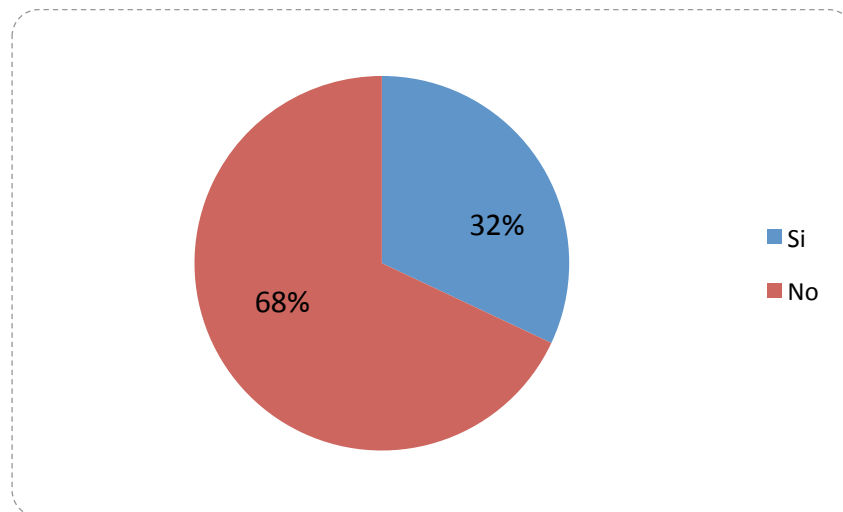
Queriendo conocer el impacto de las actividades antes mencionadas, se cuestionó si el dinero recaudado a través de tales actividades, cubría sus necesidades.

**TABLA 17: ¿EL DINERO RECAUDADO ALCANZA A CUBRIR LAS NECESIDADES?**

Variables	Cantidad	%
Si cubren	8	32%
No cubren	17	68%
Total	25	100,00%

Fuente: Entrevistas. Elaboración: propia.

**GRÁFICO 7: ¿EL DINERO RECAUDADO ALCANZA A CUBRIR LAS NECESIDADES?**



Fuente: Entrevistas. Elaboración: propia.

A pesar de realizar diferentes acciones a fin de cubrir las necesidades, el 68% comentó que tales operaciones no son suficientes para cubrir las demandas que ellos atienden, y solo un 32% afirma poder

cubrirla. Estas actividades no se realizan periódicamente, se crean eventos programados para ciertas fechas determinadas en el año.

En cuanto a esta interrogante, para la Presidenta María Eugenia Peña de Rosales de la Fundación Crecer, las actividades realizadas no son suficientes, “no alcanza a cubrir todas las necesidades, tenemos más del 40% en contra anual”. Dada esas circunstancias se ven en la necesidad de buscar formas de consecución de fondos para que sirva de apoyo para completar sus insuficiencias. Agregando comentarios al respecto, Isabel Siguenza de Veintimilla, presidenta de la Fundación Gracias María, a pesar de ser parte del 68%, su comentario fue con finalidad positiva, “no siempre, porque la labor es difícil, pero se tiene que hacer cubrir las necesidades”.

Por otro lado, Eduardo Reyes Presidente de la Fundación Pilares mencionó: “tenemos necesidades que debemos de cubrirlas como sea, organizando actividades o pequeñas colectas que nos sirvan para completar tales insuficiencias”. Está claro que las fundaciones dependen del día a día para poder cubrir las necesidades que tienen.

Continuando la línea y para un mejor relato del tema, se consideró agregar información acerca de la población atendida a nivel nacional, en una investigación realizada por la Secretaria de Pueblos, Movimientos Sociales y participación ciudadana, dirigida por Julio César Benítez acerca de “El Voluntariado en el Ecuador y la inserción en las políticas públicas”, publicado en el 2008.

**TABLA 18: POBLACIÓN ATENDIDA**

POBLACIÓN ATENDIDA	PORCENTAJE
Primera infancia (0 a 5 años)	1,08%
Discapacitados	1,08%
Población general	<b>22,58%</b>
6 a 11 años	3,23%
12 a 29 años	2,15%
Adultos mayores de 60 años	3,23%
Mujeres	1,08%
Familia	1,08%
Adultos mayores de 60 años, mujeres, población en general	3,23%
Discapacitados	1,08%
Familia, población en general	4,30%
Jóvenes (12 a 29 años), adultos (30 a 60 años), migrantes, refugiados	5,38%
Migrantes, refugiados, familia	1,08%
Mujeres, familia	1,08%
Mujeres, niños y niñas (6 a 11 años), migrantes, refugiados, discapacitados	1,08%
Mujeres, primera infancia (0 a 5 años), niños y niñas (6 a 11 años)	1,08%
Niños y niñas (6 a 11 años), adultos (30 a 60 años), discapacitados	<b>10,75%</b>
Población en general, migrantes, refugiados, LGTB	2,15%
Primera infancia (0 a 5 años), niños y niñas (6 a 11 años), adultos mayores desprotegidos (mayores de 60 años)	<b>18,28%</b>
Nulos	15,05%

Fuente: Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación ciudadana. “El voluntariado en el Ecuador y la inserción en las políticas públicas”, 2008.

La tabla muestra que a nivel nacional la población de mayor atención fue la población en general con el 22,58%. De la existencia de varias áreas por atender, muchas ONGs se dedican a un target amplio, y general. Como la Junta de Beneficencia, que su labor benéfica tiene amplio alcance, también tenemos a la ONG FUNDES<sup>15</sup> que contribuye al mejoramiento de la calidad de vida de la población más vulnerable del Ecuador, procurando el desarrollo sustentable y sostenible a través de la creación, organización y fortalecimiento de pequeñas micro empresas para las comunidades y población en general.

<sup>15</sup> Fundes: Corporación para el desarrollo y la creatividad productiva.

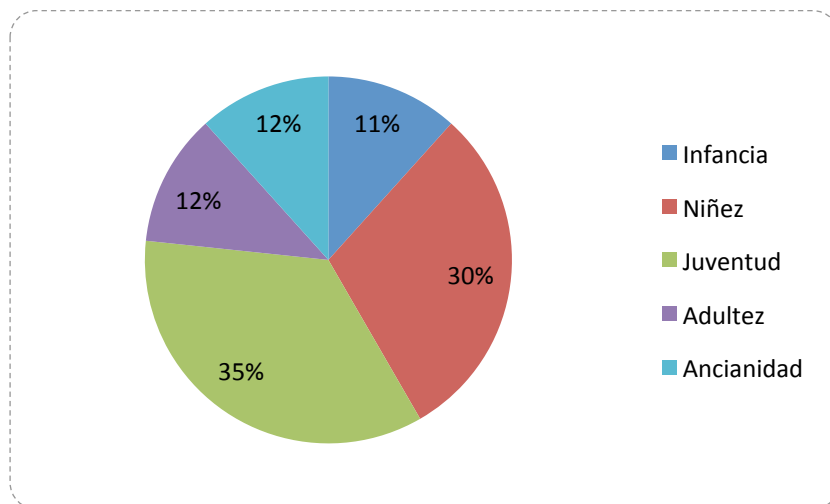
En cuanto a la población que atienden las fundaciones de la ciudad de Guayaquil del presente estudio, son:

**TABLA 19: POBLACIÓN A LA QUE ATIENDEN**

Variables	Cantidad	%
Infancia ( 0 a 6 años)	7	12%
Niñez (6 a 12 años)	18	30%
Juventud (12 a 25 años)	21	35%
Adultos ( 25 a 60)	7	12%
Tercera Edad (60 en adelante)	7	12%
Total	60	100%

Fuente: Entrevistas. Elaboración: propia.

**GRÁFICO 8: POBLACIÓN A LA QUE ATIENDEN**



Fuente: Entrevistas. Elaboración: propia.

Se agrupó a la población por etapas de desarrollo humano para tener una facilidad en el análisis de la información obtenida en las entrevistas. Las cuales proyectan que la población más atendida fue la juventud con 35%, seguido de la niñez con un 30%, mientras que el grupo de menor acogida por parte de la población está la infancia con un 11%.

De las fundaciones analizadas que atienden a la juventud están: la Fundación Creer, Fundación Nuevo Mundo, Fundación Educar en Cristo, Fundación Semillas de Amor, entre otras.

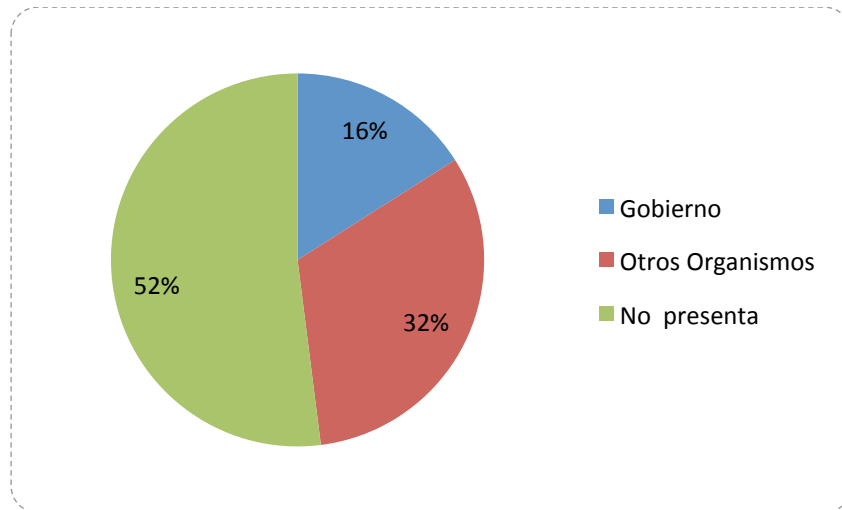
Terminado el detalle de las áreas atendidas, se muestra a continuación preguntas acerca de los proyectos que han realizado o de los planes a ejecutar, y si existe relación con algún organismo que los ayude en la elaboración de los mismos.

**TABLA 20: ¿A QUÉ ORGANISMO HA PRESENTADO ALGÚN PROYECTO PARA OBTENER FONDOS?**

<b>Variables</b>	<b>Cantidad</b>	<b>%</b>
Gobierno	4	16%
Otros Organismos	8	32%
No presenta	13	52%
Total	25	100%

Tabla 5.6.7. Presentación de Proyectos. Elaboración: propia.

### GRÁFICO 9: ¿A QUÉ ORGANISMOS HA PRESENTADO ALGÚN PROYECTO PARA OBTENER FONDOS?



Fuente: Entrevista. Elaboración: propia.

De acuerdo a gráfico, se puede ver que más de la mitad no ha presentado ningún proyecto, lo que denota un desconocimiento para realizar proyectos, de esta manera crear nuevas fuentes de consecución de fondos, como es el caso de la Fundación Amar, quien su administradora Diana Dávila expresó “Se lo ha pensado, pero no tenemos quien nos guíe y nos brinde asesoría para sacar adelante el proyecto.”

Es importante mencionar que los que han presentado proyectos, no siempre se les han podido realizar, hay casos en los que no han tenido respuesta alguna, Jenny Muñoz, Directora de la Fundación Crecer, comentó “...estamos constantemente presentando proyectos pero como no somos las únicas instituciones, muchas veces esos recursos dan prioridades a otras organizaciones con problemáticas más emergentes...”



Indagando sobre el tema, se entró en la curiosidad de saber que actividades o proyectos realizarían si las fundaciones consiguieran fondos adicionales:

**TABLA 21: PROYECTOS CON FONDOS ADICIONALES**

<b>Fundación</b>	<b>Actividades o proyectos</b>
Fundación Acción Solidaria	Se harían adecuaciones a las instalaciones, se daría educación a más niños en riesgo de ser trabajadores de las calles y ayuda a las comunidades rurales.
Fundación ADES Ayuda en Desarrollo Social	Fortalecer la parte de los discapacitados y también poder atender a más niños.
Fundación Amar	Se cubriría gastos que se tienen, y se arreglaría el local y sus equipos que son muy viejos.
Fundación Cardiológica Cristo del Consuelo	Se tiene una lista de espera, que con fondos adicionales se pudiera responder a esas necesidades. También se cubriría los insumos que se tienen, medicinas, etc.
Fundación Casa de la Misericordia	Una de los proyectos en mente, sería la reconstrucción de los comedores.
Fundación Cooperadoras Salesianas	Se quiere trabajar con los niños los días sábados porque trabajamos solamente de lunes a viernes. Queremos darles más tiempo a ellos.
Fundación Crecer	El proyecto que tenemos es un proyecto integral que aborda al niño y a la familia con una intervención individual para el niño y el familiar..
Fundación Educar en Cristo	Nos gustaría poder realizar más casas de retiro, dar mayor cantidad de seminarios y convivencias, y también ampliaríamos el comedor.

Fundación Es Justo y Necesario	Se hiciera la ampliación de las aulas, o se crearían nuevas aulas y se conseguiría más alimentos.
Fasinarm	En los proyectos se tiene pensado realizar la compra de nuevos equipos y material didáctico para los chicos. Y arreglar partes de la institución.
FUNARMAF	Se compraría más recursos odontológicos para atender a los niños que están en lista de espera. También se actualizarían los equipos.
Fundapi	Se quiere involucrar a todas las organizaciones de la sociedad civil a que tengan acceso a internet y se adapten a las nuevas tecnologías.
Funsiba Fundación Sin barreras	Por el momento se tiene pensado crear la casa hogar para atender a un total de 100 personas.
Fundación Gracias María	Se remodelaría la guardería que tiene 20 años. Queremos arreglar ciertas partes como baños y cocina, porque ahora el gobierno y las municipalidades están revisando los establecimientos y deben ser adecuados.
Fundación Guayaquil Tercera Edad	En primer lugar se hiciera un dispensario médico. También se quiere hacer una piscina con agua temperada para que los adultos puedan realizar actividades.
Fundación Leónidas Ortega	Proyectos, tenemos pensado construir un lugar donde se puedan realizar campamentos y nuevas actividades para los niños.
Fundación Monseñor Enrique Julhes	Uno de los proyectos sería continuar la construcción de nuestra edificación de la maternidad. Queremos llenar la maternidad de todos los recursos que debería tener.
Fundación Niños con Futuro	Por ahora se tiene pensado ampliar los salones para poder recibir más niños.

Fundación Nuevo Mundo	Si tuviéramos fondos adicionales haríamos un tecnológico en lo que es el colegio, invertiría en máquinas industriales para hacer un colegio tecnológico donde se de costura, mecánica y otras áreas.
Fundación Padre Damián	Se remodelaría el establecimiento, en especial el techo.
Fundación Pilares	Queremos invertirlos en un local, para dar atención a la educación especial y la capacitación de nuestros diferentes talleres y seminarios.
Fundación Renal del Ecuador Iñigo Álvarez de Toledo	Se tiene pensado crear un centro de diálisis nuevo y en otro sector.
Fundación Semillas de Amor	Se quisiera hacer actividades de incidencia política, también la incorporación de software que permita la conectividad con el sector productivo.
Fundación Sor Dominga Bocca	Se quisiera tener un local nuevo, para poder recibir a más chicas.
Fundación VIDHA	Tenemos muchos proyectos, pero hay ciertos de base que siempre se deben cubrir, porque son permanentes. Si hubieran más fondos se cubrirían las rotulas de stock de medicinas que en ciertas ocasiones suceden.

Fuente: Entrevistas. Elaboración: Propia.

Más de la mitad de los entrevistados comentó que entre sus planes de proyectos está la creación o remodelación de las instalaciones, sea para poder atender la demanda, o para proporcionar mejores condiciones a las personas que acuden al establecimiento. La administradora Germania Morán, de la Fundación Padre Damián, comentó “con más fondos, se remodelaría el techo del área de los chicos porque

actualmente no está en buen estado debido a los años, si se debe arreglar para tener una infraestructura adecuada para atender a las personas que requieren de nuestros servicios” Para ella si hay una necesidad de construir, debido a las condiciones de desgaste que su edificación presenta por el pasar de los años. Mientras que las personas que entre sus proyectos no mencionaban nada acerca de sus instalaciones, tenían proyectos para obtener más fondos sea por medio de la realización de más actividades tradicionales o por medio de planes para dar un beneficio a los necesitados, como es el caso de César López, capacitador de la Fundación Semillas de Amor, que comentó: “si tuviéramos fondos adicionales suficientes, se realizarían actividades de incidencia política, las cuales permitirían tener mayor radio de acción en la opinión pública y en la articulación de los tres sectores, público, privado y de la sociedad civil, para el diseño de políticas, planes, programas y proyectos en favor de la niñez”.

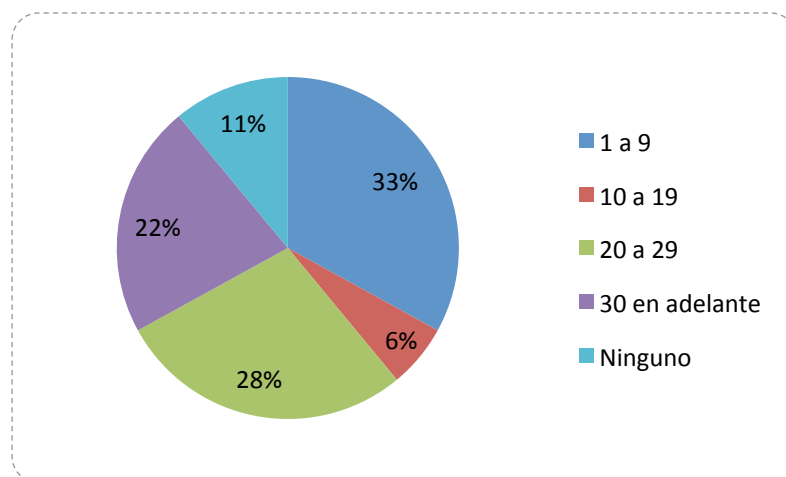
Por otra parte, se interesó saber acerca del personal y se cuestionó acerca de: cantidad de voluntarios, el perfil de los mismos, cantidad de empleados y si ellos se encuentran capacitados.

**TABLA 22: ¿CUÁNTOS VOLUNTARIOS TIENE SU INSTITUCIÓN?**

<b>Variables</b>	<b>Fundaciones</b>	<b>%</b>
1 a 9	8	32%
10 a 19	3	12%
20 a 29	7	28%
30 en adelante	5	20%
Ninguno	2	8%
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>100%</b>

Fuente: Entrevistas. Elaboración: propia.

## GRÁFICO 10: CANTIDAD DE VOLUNTARIOS



Fuente: Entrevistas. Elaboración: propia.

La gráfica, demuestra que hay una mala distribución del voluntariado, debido a que en varias fundaciones hay quienes tienen una cantidad entre 20 a 29 voluntarios 28%, mientras que en otras, 8%, carecen de ellos. Es necesario mencionar que el voluntariado fue una de las necesidades establecidas por los entrevistados. Como es el caso de la Fundación Sin Barreras, que presentan un déficit del voluntariado: "...debido a las nuevas políticas no tenemos voluntarios", comentó Bolívar Mendoza, director de la fundación. De igual manera Fundapi es otra fundación quien presenta un déficit de voluntarios: "...las personas que buscan ayuda social, prefieren colaborar en algo que tenga contacto con la persona necesitada, mas no en algo como lo que hace nuestra fundación que es la ayuda por internet...", comentó, Eduardo Bejar, Presidente de la fundación.

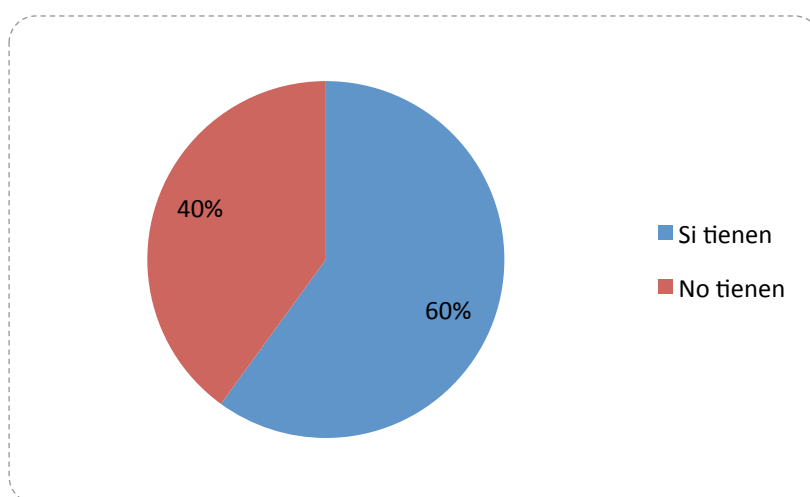
Manteniendo un interés en el voluntariado, se quiso saber si tenían perfiles requeridos para los voluntarios.

**TABLA 23: ¿EXISTE PERFIL PARA EL VOLUNTARIADO?**

Variables	Cantidad	%
Si tienen	15	60%
No existe perfil requerido	10	40%
Total	25	100%

Fuente: Entrevistas. Elaboración: propia.

**GRÁFICO 11: ¿EXISTE PERFIL PARA EL VOLUNTARIADO?**



Fuente: Entrevistas. Elaboración: Propia.

En cuanto al perfil, el 60% presenta parámetros y requerimientos que necesita un voluntario para poder ser parte y servir a la fundación. Mientras que el 40% no tiene un perfil adecuado, su entrada es libre para los voluntarios.

La fundación Semillas de Amor forma parte del grupo que presenta un perfil estándar establecido para el voluntariado. Su perfil requerido es de "...jóvenes entre 20 y 30 años, de ambos sexos, con profesiones afines a las ciencias sociales (psicología, pedagogía, sociología...)",

comentó Cesar López, capacitador de la fundación. También hay otras instituciones que mantienen parámetros para el voluntariado, como es el caso de la Fundación VIDHA, Fundación ADES, Fundación Pilares, entre otras. Y de las que no presentan algún perfil requerido, está la Fundación Educar en Cristo, que su requisito es de tener buena voluntad y las ganas de ayudar.

A continuación se muestra los perfiles que toman en cuenta las fundaciones:

**TABLA 24: PERFIL REQUERIDO**

Variables	Cantidad	%
Edad	3	12%
Edad, nivel de formación, tipo de formación, sexo	2	8%
Edad, nivel de formación	1	4%
Edad, nivel formación, sexo	1	4%
Edad, sexo	4	16%
Edad, tipo de formación	1	1%
Edad, tipo de formación, nivel de formación, sexo	1	1%
Nivel de formación, género	1	1%
Nivel de formación, tipo de formación, género	1	1%
Nulos	10	40%
Total	25	100%

Fuente: Entrevistas. Elaboración: propia.

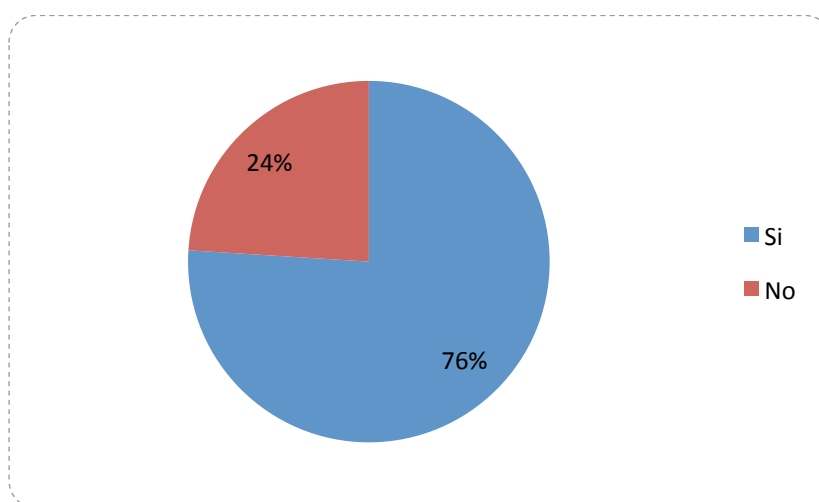
Con afán de saber más del voluntariado en las fundaciones analizadas, se averiguó si necesitaban más voluntarios para sus actividades:

**TABLA 25: ¿NECESITARÍA MÁS VOLUNTARIOS PARA SUS ACTIVIDADES?**

Variables	Cantidad	%
Si	19	76%
No	6	24%
Total	25	100%

Fuente: Entrevistas. Elaboración: propia.

**GRÁFICO 12: NECESIDAD DE VOLUNTARIOS**



Fuente: Entrevistas. Elaboración: Propia.

De tal búsqueda realizada, se descubrió que el 76% de los entrevistados, necesitan voluntarios, mientras que el 24% dice no ser una necesidad por ahora. De las instituciones analizadas, la Fundación ADES, tiene un perfil en cuanto a los requerimientos para el voluntariado, en su



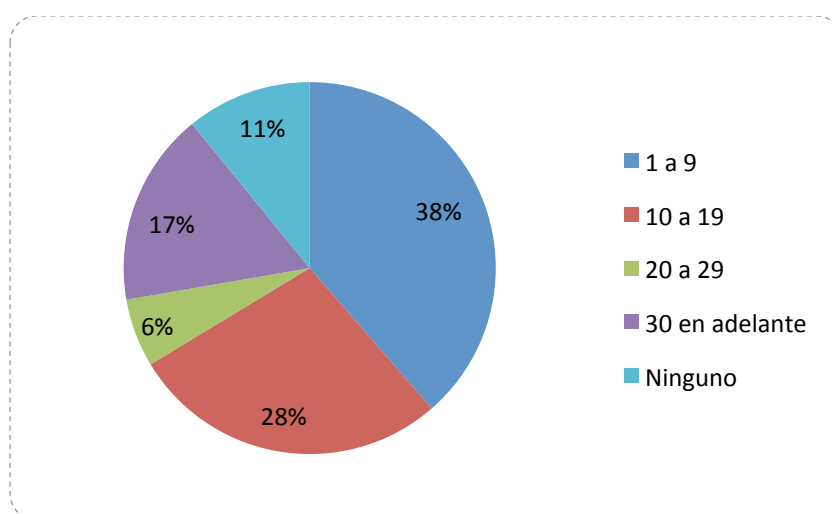
caso “prefieren voluntarios que hablen inglés” según comentó Claudia Patricia Uribe, Directora Ejecutiva de la entidad. Por otra parte, están los que son selectos que requieren voluntariado joven como la Fundación Casa de la Misericordia o la Fundación Renal del Ecuador Iñigo Álvarez de Toledo. Para continuar con el análisis del personal de las fundaciones, también se quiso conocer la cantidad de empleados que manejan.

**TABLA 26: ¿CUÁNTOS EMPLEADOS TIENE SU INSTITUCIÓN?**

Variables	Cantidad	%
1 a 9	8	39%
10 a 19	7	28%
20 a 29	3	6%
30 en adelante	5	17%
Ninguno	2	11%
Total	25	100%

Fuente: Entrevistas. Elaboración: Propia.

**GRÁFICO 13: CANTIDAD DE EMPLEADOS**



Fuente: Entrevistas. Elaboración: Propia.

La cantidad de empleados se la agrupó en rangos para facilidad de medición, de las cuales el rango de 1 a 9 empleados, tuvo mayor peso con un 38%, seguido del rango entre 10 a 19 empleados, con un 28%. Algo importante a notar, es que existe un 11% que no trabaja con empleados, únicamente a base de voluntariado, como es el caso de la Fundación Pilares. También hay quienes se manejan únicamente con 1 o 2 empleados, quienes son los encargados de la limpieza, pero el resto son personas que acuden voluntariamente para brindar la labor social, como es el caso de la Fundación Casa de la Misericordia, Fundación Guayaquil Tercera Edad, Niños con Futuro, etc.

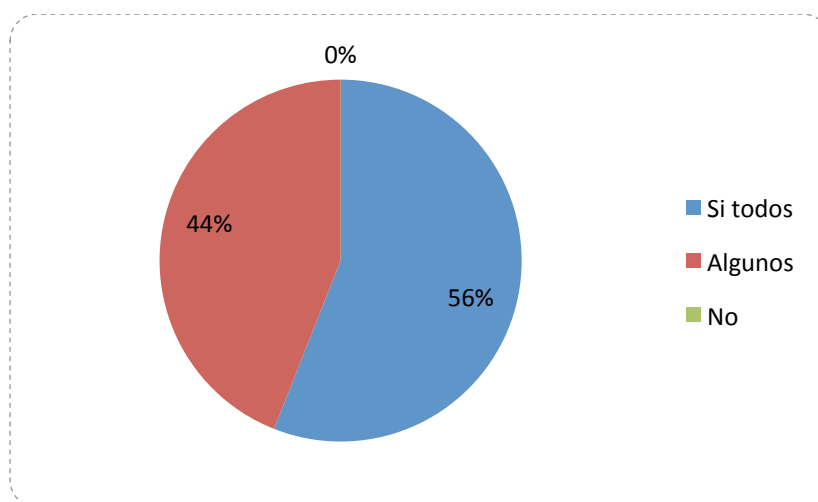
A raíz de todas estas preguntas en relación al personal, el saber si los empleados y voluntarios se encontraban capacitados o no, era necesario.

**TABLA 27: ¿EMPLEADOS Y VOLUNTARIOS ESTÁN CAPACITADOS?**

Variables	Cantidad	%
Sí, todos	14	56%
Algunos	11	44%
No	0	0%
Total	24	100%

Fuente: entrevistas. Elaboración: propia

#### GRÁFICO 14: ¿EMPLEADOS Y VOLUNTARIOS ESTÁN CAPACITADOS?



Fuente: Entrevistas. Elaboración: propia.

Para tener una mejor clasificación en las respuestas, se utilizó tres tipos de respuestas, Si todos, algunos y no, en donde el 56% acepta tener a todos sus empleados y voluntarios capacitados, mientras que el 44% dice tener a algunos capacitados. Esto permite apreciar que se le da una relevancia importante en cuanto a la capacitación del personal y del voluntariado en las fundaciones. Hay quienes consideran que no todos los empleados requieren capacitación debido a que solo cumplen funciones básicas en la institución, como resalta la Directora de Relaciones Públicas, Erika Chacón de la Fundación Acción Solidaria: “... los empleados que trabajan en las áreas y profesores si deben estar capacitados por las exigencias de cada puesto, pero los empleados que hacen actividades básicas, no necesitan...”

De los representantes de las instituciones quienes respondieron sin titubear y con un rotundo Sí a la interrogante; la fundación Sor Dominga Bocca, Fundación Cooperadoras Salesianas, Funsiba, entre otras.

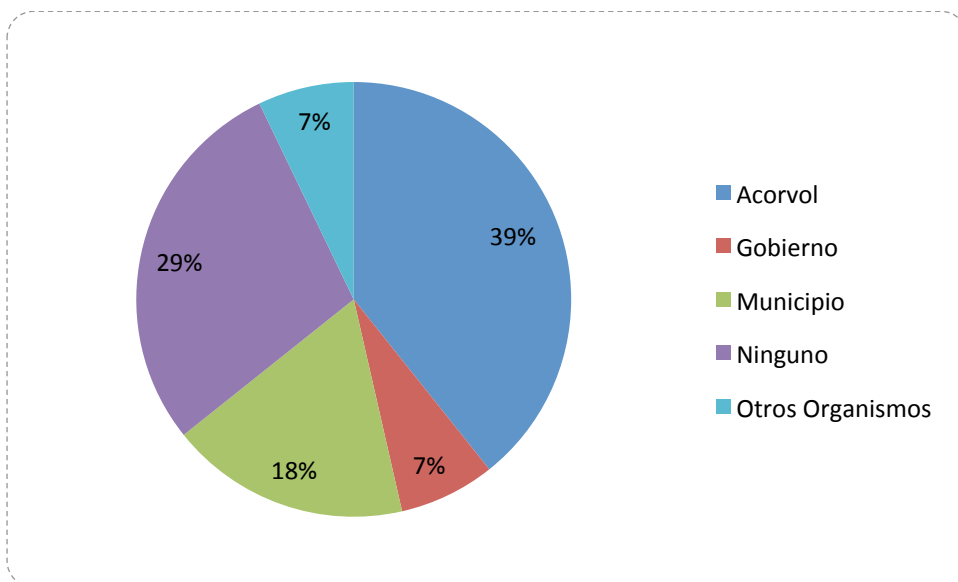
En vista que se analizaba la capacitación del voluntariado y del personal de las fundaciones, se tenía que conocer de dónde provenía ese aprendizaje:

**TABLA 28: ¿DE QUIÉN RECIBE CAPACITACIONES Y ASESORÍAS?**

Variables	Cantidad	%
Acorvol	11	39%
Gobierno	2	7%
Municipio	5	18%
Nadie	6	29%
Otros Organismos	2	7%
Total	28	100%

Fuente: Entrevistas. Elaboración: propia.

**GRÁFICO 15: ¿DE QUIÉN RECIBE CAPACITACIONES Y ASESORÍAS?**



Fuente: Entrevistas. Elaboración: propia.

En la búsqueda de organismos que benefician a las fundaciones en su capacitación y asesoría, se encontró que: Acorvol la Asociación Coordinadora del Voluntariado del Guayas se hace conocer como un entidad que capacita y asesora a las organizaciones de la sociedad civil, logrando una participación del 33% en los entrevistados. También están otros organismos que proveen esta labor a las fundaciones entre ellas tenemos; la Municipalidad de Guayaquil con 17%, el gobierno con 3% y otros organismos varios, como Juconi<sup>16</sup> o Profesionales, con un 10%. Entre los comentarios archivados, la Directora Administrativa y Social de la Fundación VIDHA en cuanto a si tenían quienes los capaciten, comentó, “Si estamos con la Red Cantonal de VIH, que es del Municipio, que buscan fortalecer internamente a las organizaciones y brindan talleres gratuitos”. Una de las representantes del voluntariado Luisiana Monsal, de la Fundación Casa de la Misericordia, explicó que ellos mismo capacitaban a su personal y voluntarios, pero también recibían el apoyo de Acorvol.

Un dato importante a notar es la participación del Gobierno o reconocimiento del mismo como ente capacitador y/o asesor, vemos que no se preocupa en dar una ayuda a las entidades de ayuda social, su apoyo es muy limitado.

Luego de saber que organismos brindan los servicios de capacitación a las fundaciones en la ciudad de Guayaquil, se interesó en conocer los cursos y áreas en los que capacitarían a sus empleados y voluntarios.

---

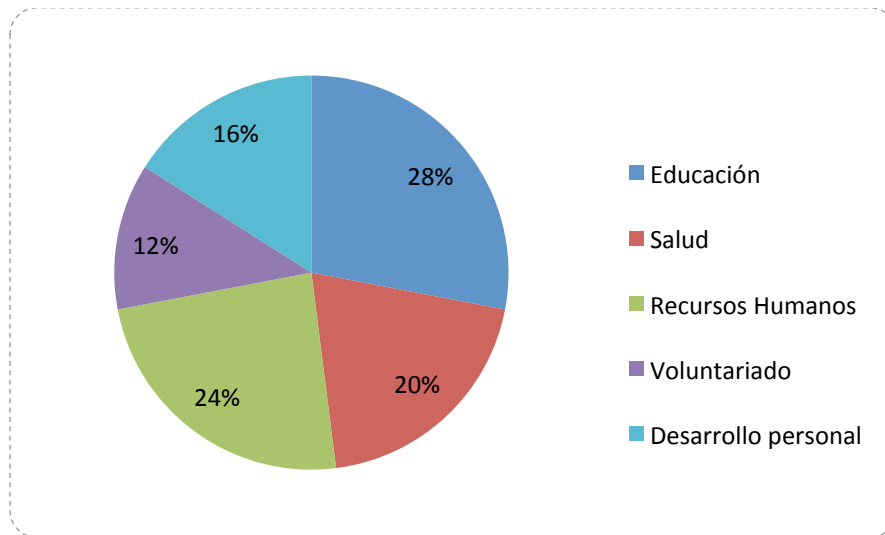
<sup>16</sup> JUCONI – Fundación Junto con los niños, brinda servicios especializados a niños y adolescentes trabajadores de la calle. Para conseguir fondos provee capacitaciones.

**TABLA 29: ¿EN QUÉ ÁREAS O CURSOS QUISIERA CAPACITAR A SUS EMPLEADOS Y VOLUNTARIOS?**

Áreas de capacitación	Cantidad	%
Educación	7	28%
Salud	5	20%
Recursos Humanos	6	24%
Voluntariado	3	12%
Desarrollo personal	4	16%
Total	25	100%

Fuente: Entrevistas. Elaboración: propia

**GRÁFICO 16: ÁREAS DE CAPACITACIÓN**



Fuente: Entrevistas. Elaboración: Propia.

Las respuestas obtenidas en el presente literal, fueron clasificadas por áreas para tener una facilidad al momento de tabularlas. Tales resultados muestran que el área más acogida para los entrevistados, es la educación con 28%. Sin embargo, se puede notar un interés por darles una alternativa de mejora a sus empleados y voluntarios, seleccionando

las áreas de recursos humanos, desarrollo personal y voluntariado, con 24% ,16% y 12% respectivamente.

La Presidenta Norma Espinel de la Fundación Funarmaf, es una de las que se preocupa en el voluntariado y nos comentó: "...me gustaría que brinden talleres acerca de lo que es ser voluntario, que sirva para concientizar dicha actividad..." Otras de las personas que se une a la causa de preocupación por el desarrollo del personal, es la Presidenta Lucía Carcelén de Blum, perteneciente a la Fundación Renal del Ecuador Iñigo Álvarez de Toledo, expuso: "Sería bueno tener cursos relacionadas al apoyo y motivación del personal como liderazgo, trabajo en grupo, y otras actividades que sirvan para mejorar su formación..."

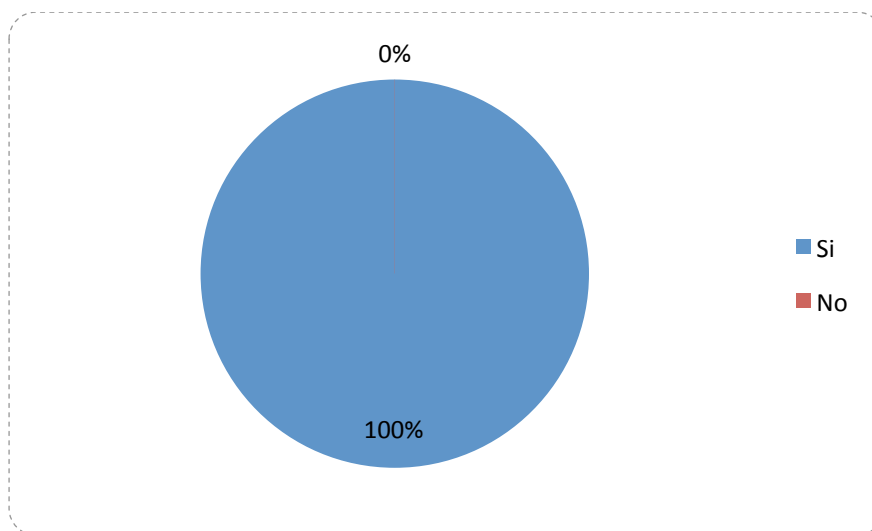
Dejando a un lado la instrucción de los empleados y del personal de acción social, a continuación se mostrará información interesante acerca de la promoción y comunicación de las actividades y de la organización:

**TABLA 30: ¿CREE USTED QUE ES NECESARIO QUE DEBA PROMOCIONAR O PROMOVER SUS ACTIVIDADES PARA CONSEGUIR FONDOS Y VOLUNTARIOS?**

Variables	Cantidad	%
Si	25	100%
No	0	0%
Total	25	100%

Fuente: Entrevistas. Elaboración: propia.

**GRÁFICO 17: ¿ES NECESARIO PROMOCIONAR SUS ACTIVIDADES PARA CONSEGUIR FONDOS?**



Fuente: Entrevistas. Elaboración: propia.

Todos los entrevistados consideran necesario la promoción y comunicación de sus actividades a fin de conseguir voluntarios y fondos. Además, el implementar tales gestiones que pueden generar otros resultados, tales como: credibilidad, auspicios, donaciones, entre otras. A continuación se muestra las respuestas adicionales obtenidas:

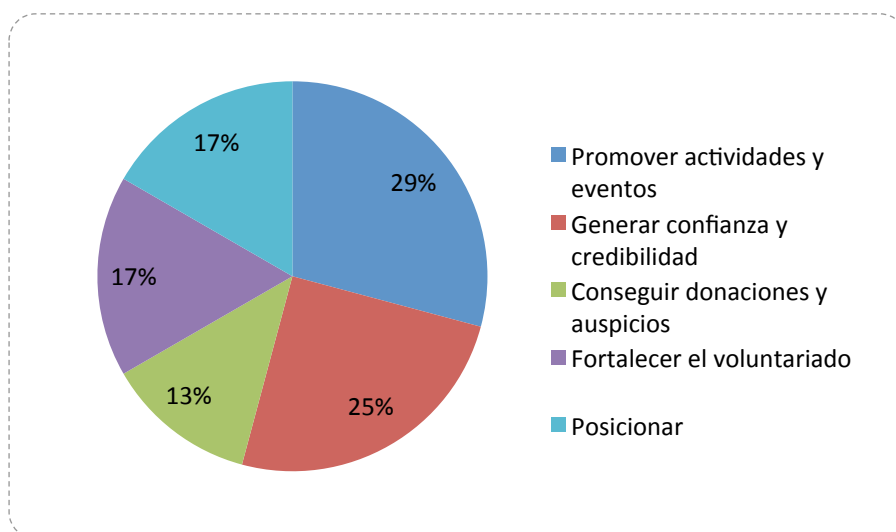
**TABLA 31: ¿POR QUÉ PROMOCIONARÍA SUS ACTIVIDADES?**

Variables	Cantidad	%
Promover actividades y eventos	7	29%
Generar confianza y credibilidad	6	25%
Conseguir donaciones y auspicios	3	13%
Fortalecer el voluntariado	4	17%
Posicionar	4	17%
Total	24	100%

Fuente: Entrevistas. Elaboración: propia.



## GRÁFICO 18: ¿POR QUÉ PROMOCIONAR?



Fuente: Entrevistas. Elaboración: propia.

Las fundaciones preferiblemente utilizan la comunicación y promoción para poder promover sus actividades y con el afán de generar credibilidad. Se denota que las fundaciones buscan crear vínculos de confianza con las personas y las empresas, a través de la comunicación.

Uno de los comentarios al respecto fue del Presidente Eduardo Molestina Escudero de la Fundación Es Justo y Necesario, quien se expresó “...es necesario para conseguir fondos y voluntarios, pero también es importante para generar confianza, crear vínculos con empresas y más...”

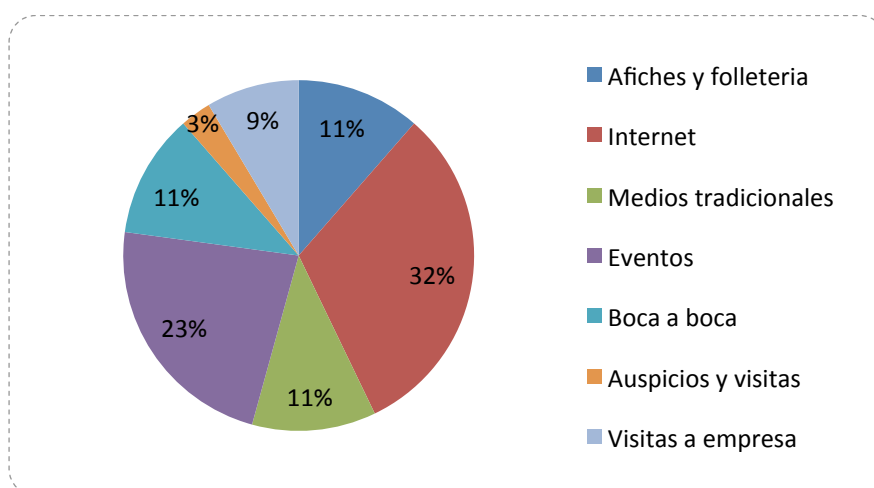
Luego del conocimiento del “porque” las fundaciones comunican sus actividades y eventos, debemos de observar la manera de difundir las actividades:

**TABLA 32: ¿DE QUÉ MANERA DA A CONOCER LAS ACTIVIDADES Y AYUDA QUE PRESTA SU FUNDACIÓN?**

Variables	Cantidad	%
Afiches y folletería	4	11%
Internet	11	31%
Medios tradicionales	4	11%
Eventos	8	23%
Boca a boca	4	11%
Auspicios y visitas	1	3%
Visitas a empresa	3	9%
Total	35	100%

Fuente: Entrevista. Elaboración: Propia.

**GRÁFICO 19: ¿CÓMO SE PROMOCIONAN?**



Fuente: Entrevistas. Elaboración: propia.

En la gráfica se observa al Internet con un 31%, es el medio por el cual la mayoría promociona lo que hace. La Presidenta de la Fundación Renal del Ecuador Íñigo Álvarez de Toledo, Lucía de Carcelén, respecto al tema comentó: “...nos promocionamos por medio de la página web y Facebook porque son medios de bajo costo, y porque se quiere llegar al público internacional, para conseguir donantes...” Las dos razones

fundamentales para promocionarse en el internet son bajo costo y alcance. La segunda forma por la cual las fundaciones se promocionan, es a través de sus propios eventos 23%, aprovechando su espacio buscan crear lazos con las personas y con las empresas para que conozcan las causas por la que la entidad trabaja.

Como se conoce, las fundaciones siempre se manejan con un presupuesto ajustado, por esa razón buscan medios de bajo costo para poder promocionar sus actividades y eventos, en este caso, las mayoría que tiene acceso a internet, aprovechan este medio y a través de sus propios eventos para así dar a conocer la actividad que realizan o algún tema en especial.

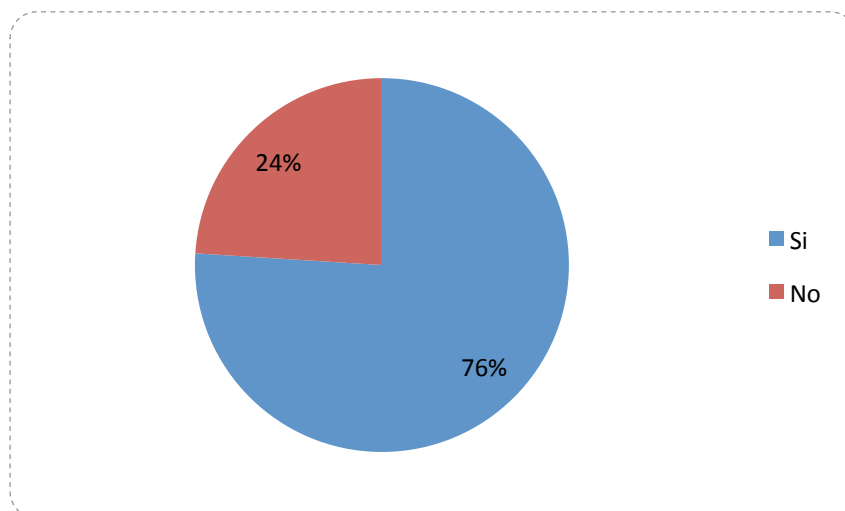
Los medios señalados son maneras para promocionar y mostrar a la sociedad la gestión que se realiza. Una vez conocida sus acciones tales entidades pueden acudir a empresas con la finalidad de conseguir donaciones.

**TABLA 33: ¿SE HA ACERCADO A PEDIR DONACIONES?**

Variables	Cantidad	%
<b>Si</b>	19	76%
<b>No</b>	6	24%
<b>Total</b>	25	100%

Fuente: Entrevistas. Elaboración: propia.

## GRÁFICO 20: ¿SE HA ACERCADO A PEDIR DONACIONES?



Fuente: Entrevistas. Elaboración: Propia.

El 76% de los entrevistados comentan que si se han acercado a muchas organizaciones a pedir colaboración para cubrir sus necesidades, mientras que el 24% muestra no utilizar esa estrategia para conseguir fondos para su organización. Al poder apreciar que la mayoría de las fundaciones se acerca a las empresas a fin de obtener donaciones, se admira el incansable esfuerzo que realizan para cubrir necesidades existentes en la sociedad.

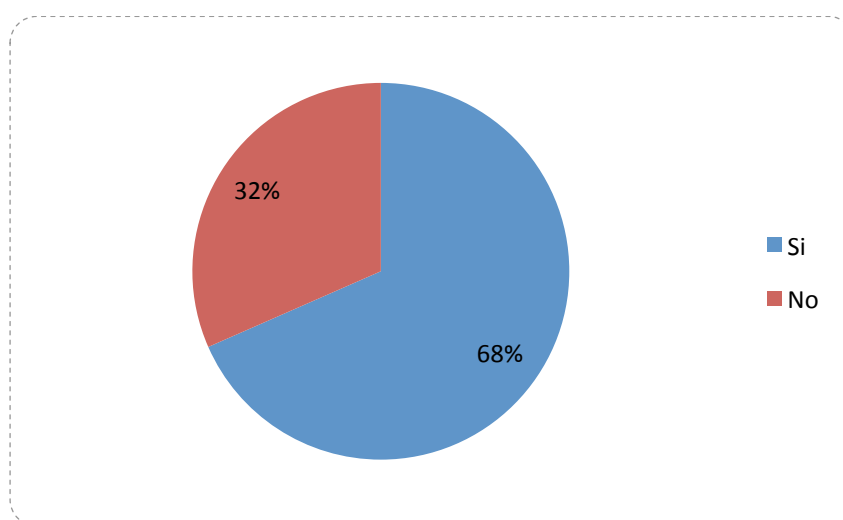
De las entidades que se han acercado a pedir donaciones están la Fundación Niños con Futuro, Fundación ADES, Fundación Educar en Cristo, Fundación Cardiológica Cristo del Consuelo, Fundación Padre Damián etc. Todas las organizaciones quienes respondieron de manera afirmativa, se les preguntó si han tenidos dificultades y cuáles han sido.

**TABLA 34: ¿HA TENIDO DIFICULTADES AL PEDIR LAS DONACIONES?**

Variables	Cantidad	%
<b>Si</b>	13	68%
<b>No</b>	6	32%
<b>Total</b>	19	100%

Fuente: Entrevistas. Elaboración: Propia.

**GRÁFICO 21: ¿HA TENIDO DIFICULTADES AL PEDIR DONACIONES?**



Fuente: Entrevistas. Elaboración: Propia.

El 32% de las fundaciones comentan que no han tenido dificultades al pedir donaciones porque el directivo solo acude a las que tienen personas conocidas o mantienen algún vínculo. Mientras tanto hay quienes se les dificulta el obtener donaciones (68%), como comenta Claudia Patricia Uribe, Directora Ejecutiva de la Fundación ADES: “Si lo hemos hecho, y no es nada fácil, nosotros si hemos tenido muchas dificultades al pedir donaciones. Muchas veces las recepcionistas no pasan las llamadas, o simplemente se niegan.” De igual forma, el Presidente Educador Reyes, de la Fundación Pilares, comentó: “...si hemos tenido dificultades, por eso ahora solo pedimos donaciones a las

empresas donde tenemos algún conocido ya que por lo general las empresas se han negado porque ellos ya manejan sus recursos con otras fundaciones...”

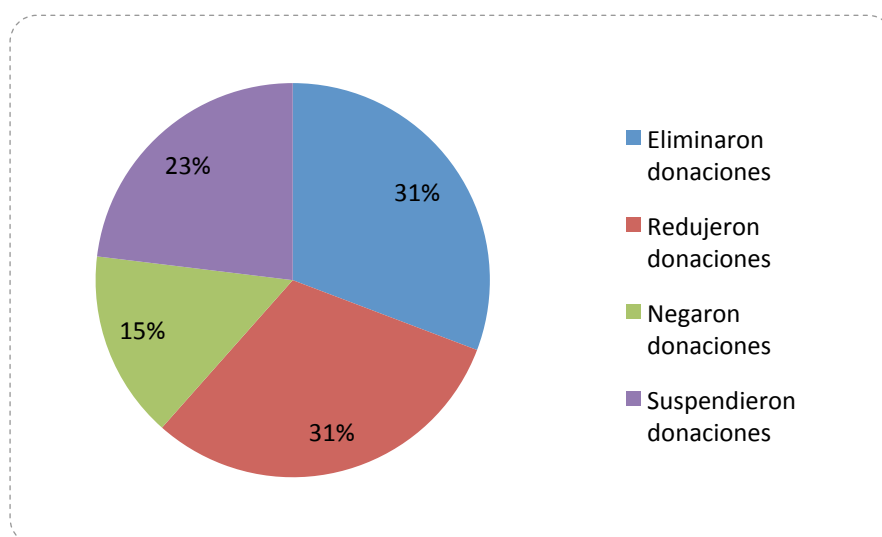
Al observar las diferentes dificultades que se presentaron, se quiso indagar más en el tema y para un mejor estudio, se analizaron y clasificaron las respuestas obtenidas en las siguientes variables:

**TABLA 35: ¿CUÁLES SON LAS DIFICULTADES QUE HA TENIDO AL PEDIR DONACIONES?**

Variables	Cantidad	%
Eliminaron donaciones	4	32%
Redujeron las donaciones	4	32%
Negaron donaciones	1	16%
Suspendieron donaciones	2	21%
Total	11	100%

Fuente: Entrevistas. Elaboración: Propia.

**GRÁFICO 22: ¿CUÁLES SON LAS DIFICULTADES?**



Fuente: Entrevista. Elaboración: Propia.

Según las experiencias que han tenido las instituciones entrevistadas, se denota que existen cambios en cuanto a donaciones en las empresas, tanto así que muchas han reducido parte de la ayuda que hacían, también hay quienes han suspendido, negado y hasta en el peor de los casos, se han eliminado tales acciones, dejando a organismos sociales sin una fuente de recursos.

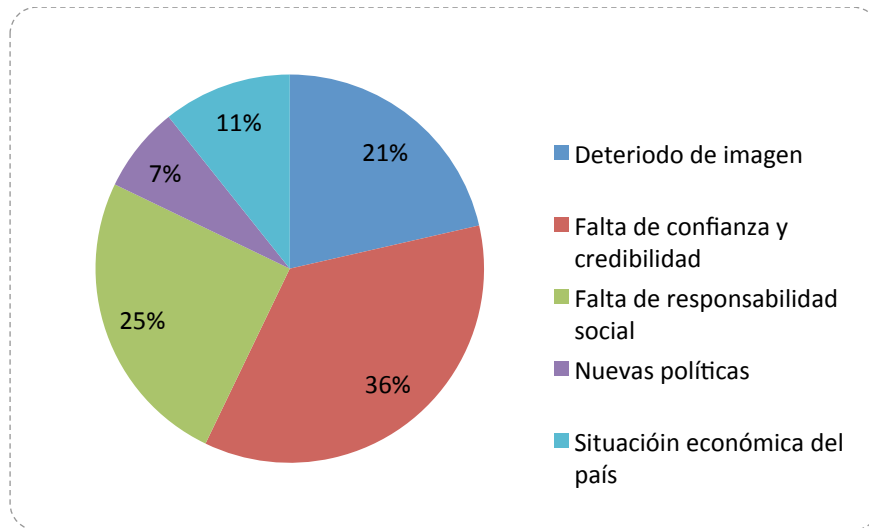
Involucrándose más en el tema de las donaciones, se preguntó a las personas entrevistadas, acerca de su opinión en base a su experiencia de por qué las empresas no ayudan más a las fundaciones. A continuación los resultados obtenidos:

**TABLA 36: ¿POR QUÉ LAS EMPRESAS O PERSONAS NO AYUDAN MÁS A LAS FUNDACIONES?**

Variables	Cantidad	%
Desconocimiento de la ONG	4	15%
Falta de confianza y credibilidad	8	31%
Situación económica del país	3	12%
Nuevas políticas	2	8%
Falta de responsabilidad social	5	19%
Deterioro de imagen	4	15%
Total	26	100%

Fuente: Entrevistas. Elaboración: Propia.

### GRÁFICO 23: ¿POR QUÉ LAS EMPRESAS O PERSONAS NO AYUDAN MÁS A LAS FUNDACIONES?



Fuente: Entrevistas. Elaboración: propia

De acuerdo a los criterios de las personas que fueron del grupo encuestado, consideran que las razones más importantes por las cuales las empresas ya no presentan más ayuda a las fundaciones son: la falta de confianza y credibilidad de tales entidades, y la falta de responsabilidad social que tienen las empresas. Opiniones respecto al tema:

*“...hay un mal concepto de lo que hacen las fundaciones. Piensan que solo es de asistencia y de dar cosas. Piensan que tenemos la plata en los bolsillos...”* Directora Administrativa y Social, Silvia Rivera San Lucas, Fundación VIDHA.

*“...el gobierno les ha puesto nueva políticas que han hecho que las empresas bajen sus donaciones y hasta dejen de donar...”* Directora Ejecutiva, Liliani de Wright, Fundación Niños con Futuro.



En cuanto a las donaciones extranjeras, el presidente de Fundapi, Eduardo Béjar explicó porque las empresas del exterior ayudan menos a las fundaciones del Ecuador: "...desde el año pasado por Julio, el Banco Mundial cambió la categorización del país, que antes lo consideraba al país de renta media baja, y ahora lo considera un país de renta media alta, de esta manera ocasiona que la mayoría de organismos internacionales que financian con proyectos sociales, cierran sus operaciones a Ecuador, y se vayan a otros países como Bolivia y Perú que tienen categorización de renta media baja hacia abajo"

### **4.3 Información del Voluntariado:**

En cuanto al voluntariado, primero se reunió información relevante acerca del voluntariado a nivel nacional a fin de analizarla.

A través del trabajo voluntario, las fundaciones se ahorran un porcentaje del sueldo del personal y lo pueden aplicar en otra actividad o necesidad que puedan tener, facilita el intercambio de experiencia y conocimientos tanto del voluntario como de la fundación.

#### **4.3.1. Datos según las investigaciones de la Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación ciudadana.**

Los siguientes datos fueron obtenidos de la investigación realizada por parte de la Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación ciudadana, sobre "El Voluntariado en el Ecuador y su inserción en las políticas públicas" escrito Julio César Benítez, 2001. Tales datos son acerca del voluntariado a nivel nacional, pese a que su

investigación es macro, ciertos datos sirven para comparar con el análisis del voluntariado a nivel de ciudad, Guayaquil, que se detallará más adelante.

Tal investigación reveló que existen 507 grupos voluntarios en el Ecuador en el 2001, de los cuales el 42,5% fue creado en la década de los 90.

En cuanto al trabajo de los grupos de voluntariado, el estudio dio las siguientes pistas:

- El 26% se dirige al área de salud y nutrición,
- 14% desarrollo comunitario,
- 13% protección al menor,
- 9% educación formal,
- 8% rehabilitación,
- 6% a fortalecimiento organizacional,
- 5% educación especial
- 4% ecología y ambiente;
- 3% vivienda e infraestructura,
- y 3% empleo;

Mientras que a los grupos etáros a los que se dirigen están:

- 28% niñez
- 24% adulto
- 24% jóvenes
- 24% adulto mayor

Es decir, de la distribución de 1.016 encuestas, de las cuales se tiene certeza que 371 llegaron a organizaciones de voluntariado, ya que están registradas de esa forma a redes locales de voluntariado; el resto fueron

aplicadas a ONG a nivel nacional, pero no se conoce qué porcentaje de ellas incluyen el área de voluntariado en su labor.

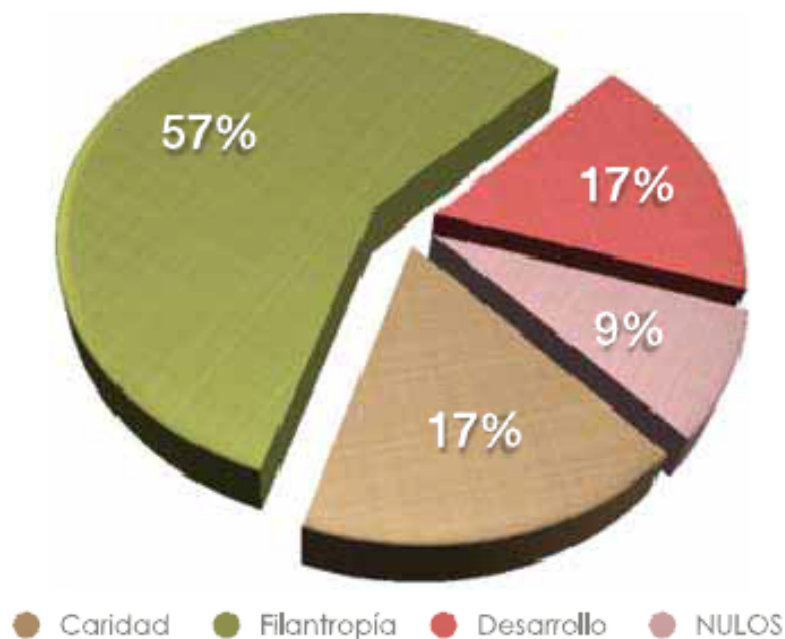
A continuación el análisis de varias variables:

**TABLA 37: CONCEPTO DE VOLUNTARIADO**

CONCEPTO DE VOLUNTARIADO	PORCENTAJE
Caridad	17,20%
Filantropía	56,99%
Desarrollo	17,20%
Nulos	8,60%

Fuente: Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación ciudadana, El Voluntariado en el Ecuador y su inserción en las políticas públicas, 2008, p 35.

**GRÁFICO 24: CLASIFICACIÓN DEL TIPO DE VOLUNTARIADO: SEGÚN CONCEPTO**



Fuente: Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación ciudadana, El Voluntariado en el Ecuador y su inserción en las políticas públicas, 2008, p 35.

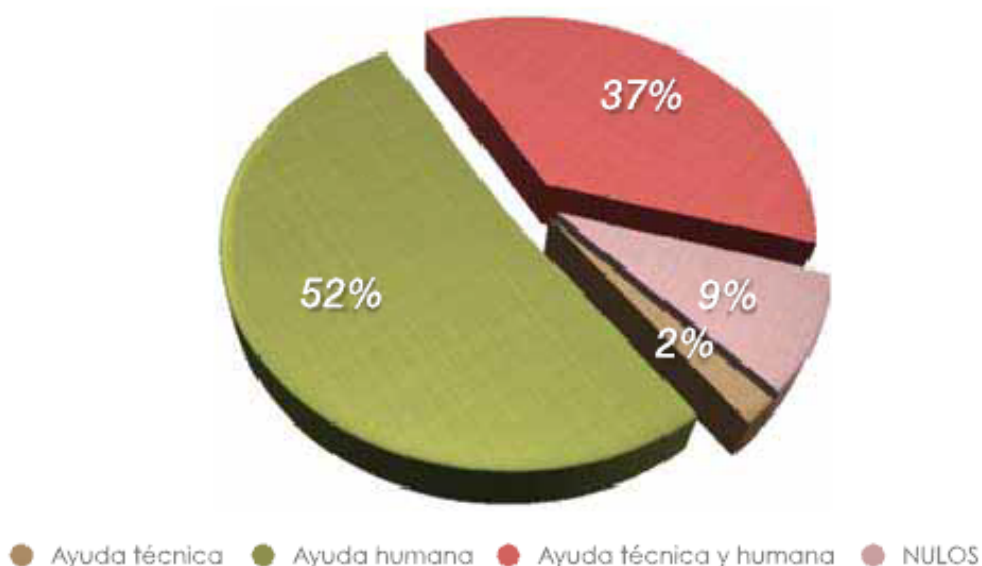
El voluntariado de filantropía<sup>17</sup> es el concepto que más proponen las organizaciones de análisis en tal proyecto, 57%. Este tipo de voluntariado es de carácter humanitario, en el que la busca ofrecer una ayuda de manera desinteresada sin recibir dinero de por medio.

**TABLA 38: OBJETIVOS DEL VOLUNTARIADO**

OBJETIVOS DEL VOLUNTARIADO	PORCENTAJE
Ayuda técnica	2,15%
Ayuda humana	52,69%
Ayuda técnica y humana	36,56%

Fuente: Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación ciudadana, El Voluntariado en el Ecuador y su inserción en las políticas públicas, 2008, p 35.

**GRÁFICO 25: OBJETIVOS DEL VOLUNTARIADO**



Fuente: Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación ciudadana, El Voluntariado en el Ecuador y su inserción en las políticas públicas, 2008, p 36.

<sup>17</sup> La Real Academia de la Lengua Española define a la filantropía como el amor al género.

De acuerdo a la gráfica, la mitad de la población investigada prefiere realizar actividades de ayuda humanitaria. La colaboración de carácter técnico tiene poca acogida 9%, lo que evidencia que a las personas les gusta brindar un apoyo de tipo humanitario, es decir, que tenga contacto físico con la persona necesitada, en vez de ayudar mediante una enseñanza o capacitación.

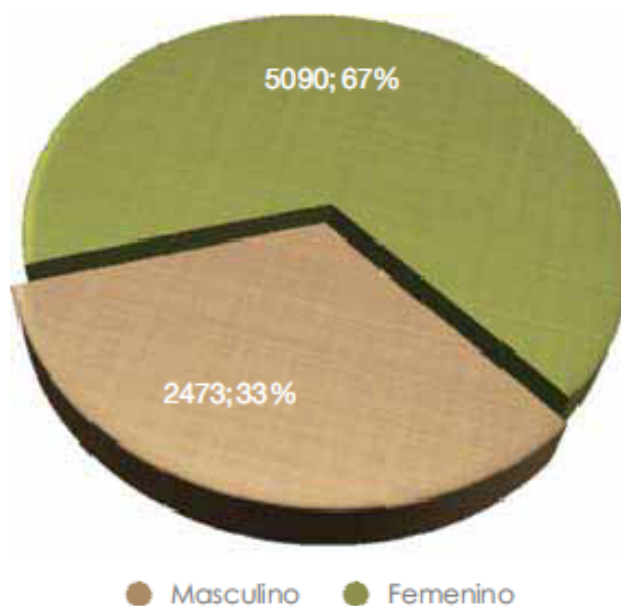
**TABLA 39: ÁREA DE PROYECTOS**

ÁREA	PORCENTAJE
Educación	3,23%
Derechos humanos	1,08%
Servicios básicos	1,08%
Otros	1,08%
Salud	20,43%
Desarrollo Comunitario	7,53%
Radio	1,08%
Medio ambiente	1,08%
Derechos	2,15%
Desarrollo Institucional	3,23%
Educación, salud, desarrollo comunitario	34,41%
Género, movilidad humana, educación	1,08%
Salud, desarrollo comunitario, derechos humanos	3,23%
Salud, educación	1,08%
Salud, emprendimiento productivo	1,08%
Salud, otros	3,23%
Salud, vivienda emergente	1,08%
Vivienda	1,08%
Nulos	11,83%

Fuente: Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación ciudadana, El Voluntariado en el Ecuador y su inserción en las políticas públicas, 2008, p 40.

La mayor cantidad de proyectos realizados son hechos para el área de Educación, salud y desarrollo comunitario, 36,41%. Lo que se entiende que en la sociedad los problemas de mayor necesidad están en cuanto a la salud y educación, por eso el voluntariado se dirige a atender esas áreas a diferencia de las otras mostradas en la tabla.

### GRÁFICO 33: GÉNERO DE LOS VOLUNTARIOS



Fuente: Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación ciudadana, El Voluntariado en el Ecuador y su inserción en las políticas públicas, 2008, p 46.

El género femenino predomina en el voluntariado, 67%, a diferencia del masculino que tiene un 33%. Las mujeres presentan mayor interés en dar una ayuda solidaria a los grupos con menos ventajas de la sociedad.

**TABLA 40: ¿EXISTE DÉFICIT DE VOLUNTARIADO?**

DÉFICIT	PORCENTAJE
Existe déficit (Si)	40,86%
No existe déficit (No)	3,23%
Nulos	55,91%

Fuente: Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación ciudadana, El Voluntariado en el Ecuador y su inserción en las políticas públicas, 2008, p 47.

Se muestra que existe un alto porcentaje de falta de voluntariado en las organizaciones sociales. A continuación se detallan las características que se requieren en el déficit.

**TABLA 41: CARÁCTERISTICAS DEL DÉFICIT**

CARACTERÍSTICAS DEL DÉFICIT	PORCENTAJE
Jóvenes	4,30%
Mayores	1,08%
Activos comprometidos	33,33%
Profesionales	2,15%
NULOS	59,14%

Fuente: Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación ciudadana, El Voluntariado en el Ecuador y su inserción en las políticas públicas, 2008, p 46.

El déficit se encuentra en los voluntarios que sean activos comprometidos, que se involucren de lleno en las actividades.

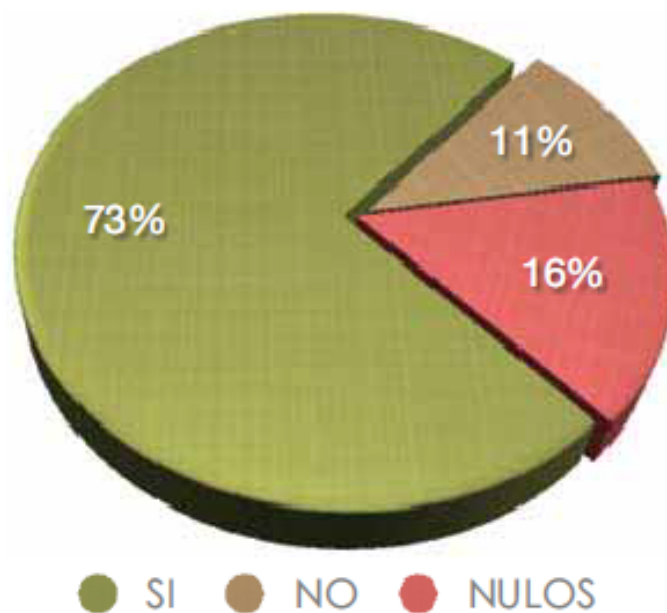
**TABLA 42: ASISTENCIA DEL VOLUNTARIADO: TIEMPO PROMEDIO**

PROMEDIO DE TIEMPO DE VOLUNTARIOS	CÓDIGO	FRECUENCIA
Promedio de tiempo de los voluntarios (activos, permanentes, constantes): son considerados aquellos que trabajan todos los días un mínimo de 3 horas al día, 3 días a la semana, durante un mínimo de 9 meses al año.	Número	1'048.234
Promedio de tiempo de los voluntarios (pasivos, temporales, estacionales): son considerados aquellos que solo acuden durante un determinado tiempo, 2 veces al mes, o 3 ó 4 meses al año. La mayoría de ellos son profesionales.	Número	311.147
Promedio de tiempo de los voluntarios (eventuales, ocasionales): son aquellos que acuden solo cuando son necesitados con extrema urgencia, por lo general para organizar eventos o prestar un servicio específico.	Número	454.299
TOTAL		1.813.680

Fuente: Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación ciudadana, El Voluntariado en el Ecuador y su inserción en las políticas públicas, 2008, p 48.

La tabla demuestra que a pesar de que exista una alta frecuencia en cuanto al voluntariado que acude 3 horas diarias, hay un gran porcentaje que le dedica muy poco tiempo a la acción solidaria, entre ellos están los voluntarios pasivos, considerados por ayudar al menos 2 veces al mes, y están los voluntarios eventuales u ocasionales quienes son aquellos que acuden muy rara vez, para cubrir eventos o alguna actividad.

**GRÁFICO 27: CAPACITACIÓN PREVIA DE LOS VOLUNTARIOS**



Fuente: Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación ciudadana, El Voluntariado en el Ecuador y su inserción en las políticas públicas, 2008, p 50.

El 73,12% de los voluntarios reciben capacitación previa, lo que hace que tales personas se encuentren aptas para poder desenvolverse de manera adecuada al sector o área destinada. Esto demuestra que las organizaciones de acción social le dan importancia a sus voluntarios para



que se encuentren capacitados para poder realizar las actividades que les corresponda a cada uno.

**TABLA 43: VOLUNTARIOS: ACOMPAÑAMIENTO**

ACOMPAÑAMIENTO	PORCENTAJE
sí	74,19%
NO	9,68%
NULOS	16,13%

Fuente: Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación ciudadana, El Voluntariado en el Ecuador y su inserción en las políticas públicas, 2008, p 51.

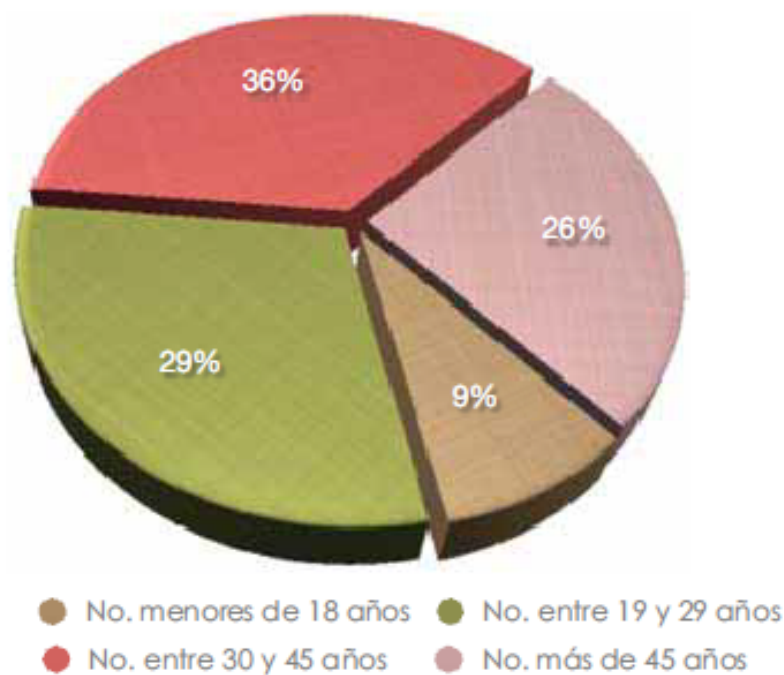
El 74,19% recibe acompañamiento y dirección de sus actividades. lo que se da a entender que tales voluntarios tienen una persona que los guíe y direcciona en cuanto a su labor a desarrollar en tal institución. De igual manera que la capacitación del gráfico anterior, el acompañamiento en el voluntariado es un interés que presentan las organizaciones para que cada persona pueda realizar sus actividades debidamente y conozca lo que debe de hacer.

**TABLA 44: VOLUNTARIADO: EDADES**

Nº total	8.263
Nº de menores de 18 años:	666
Nº entre 19 y 29 años	2.192
Nº entre 30 y 45 años	2.684
Nº de más de 45 años	1.930

Fuente: Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación ciudadana, El Voluntariado en el Ecuador y su inserción en las políticas públicas, 2008, p 46.

**GRÁFICO 28: VOLUNTARIOS POR EDADES**



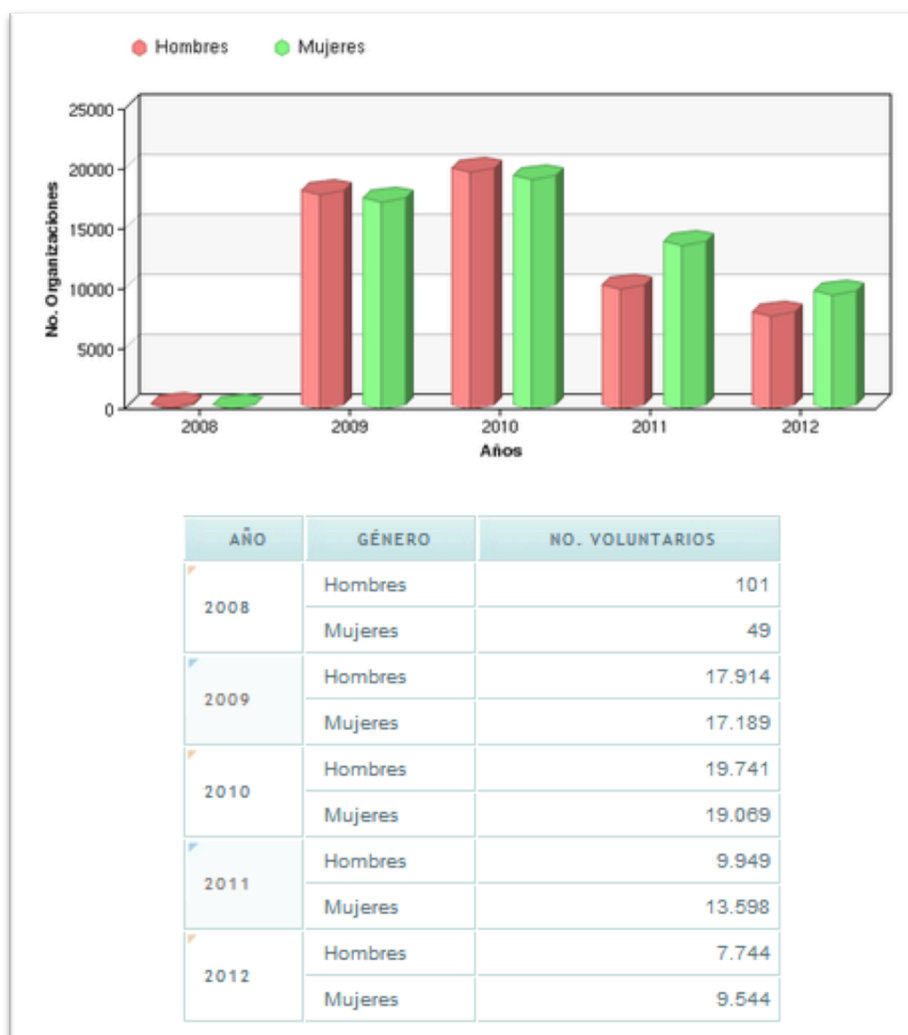
Fuente: Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación ciudadana, El Voluntariado en el Ecuador y su inserción en las políticas públicas, 2008, p 43.

Las personas de entre 30 a 45 años son las que más participación presentan en el voluntariado, a diferencia de los menores de 18 años quienes tienen muy poco interés en realizar acciones de ayuda social.

#### **4.3.2 Datos según el Registro Único de las Organizaciones de la Sociedad Civil (RUOSC):**

A partir de investigaciones realizadas por el Registro Único de Organizaciones de la Sociedad Civil, se describen los siguientes datos en cuanto al voluntariado:

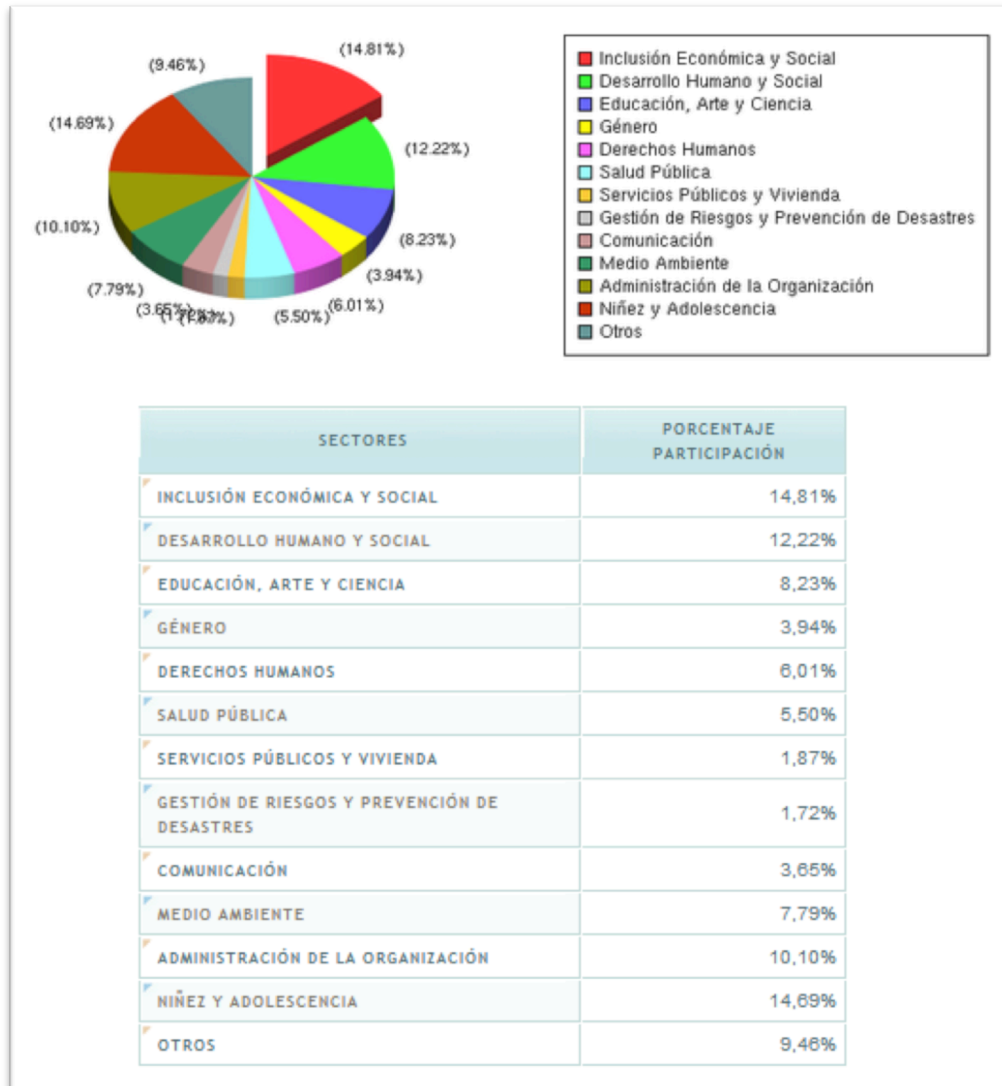
**GRÁFICO 29: ORGANIZACIONES A NIVEL NACIONAL: TOTAL VOLUNTARIOS PARTICIPANTES**



Fuente: Registro Único de Organizaciones de la Sociedad Civil, RUOSC.

La gráfica muestra que desde el año 2010 hasta la actualidad ha habido una disminución en cuanto a la participación de las personas en el voluntariado. En cuanto al género, en los dos últimos años la mujer ha perdido mayor participación en relación al hombre.

### GRÁFICO 30: VOLUNTARIOS: SECTORES DE PARTICIPACIÓN



Fuente: Registro Único de Organizaciones de la Sociedad Civil, RUOSC.

El sector de mayor presencia en cuanto al voluntariado, es la inclusión Económica y Social, seguido de la niñez y adolescencia. En contraste, el sector de menor interés por los voluntarios tenemos la prevención de desastres y la vivienda.

**TABLA 31: VOLUNTARIOS: TIEMPO PROMEDIO DE PERMANENCIA**



Fuente: Registro Único de Organizaciones de la Sociedad Civil, RUOSC.

Existe una gran salida del voluntariado en su primer mes de actividad, el 15,99% permanece alrededor de 30 días siendo voluntario. Mientras que la mayor permanencia se centra de 1 a 3 años de voluntariado. De alguna manera, las personas que deciden formar parte del grupo humanitario, pero al poco tiempo dejan esa participación, lo que puede explicar que el área o sector al que tal persona acudió no era la indicada para él o ella, por ende quiere decir que no fue encaminado de manera correcta.

### 4.3.3 Datos según investigaciones propias en la ciudad: Guayaquil.

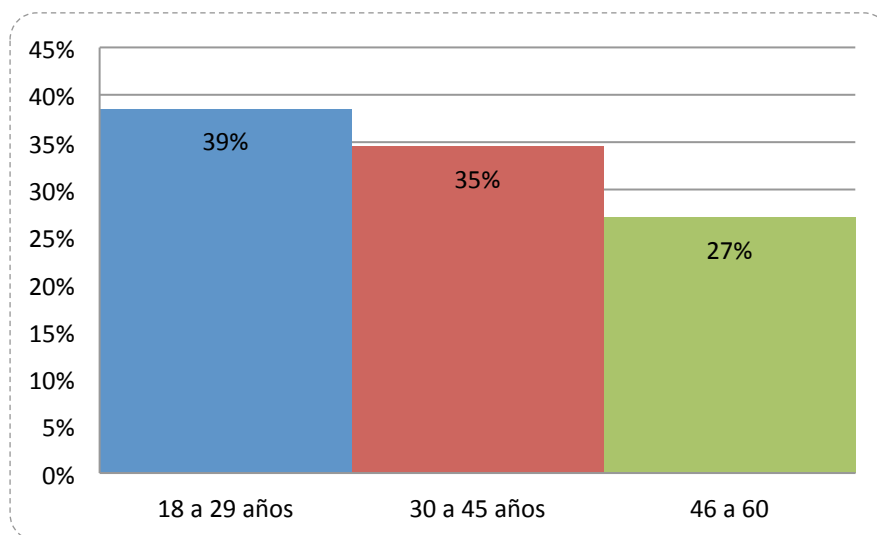
Se realizó una encuesta a 400 personas de género masculino y femenino, de entre 18 a 60 años de edad de la ciudad de Guayaquil, con el fin de descubrir los aspectos relacionados con el voluntariado y conocer el grado de conocimiento que tiene la comunidad acerca de la Asociación Coordinadora del Voluntariado del Guayas, Acorvol. Para ver las preguntas del cuestionario, **véase Anexo 1**.

**TABLA 45: RANGO DE EDADES**

Rango	Encuestas	%
18 a 29 años	154	39%
30 a 45 años	138	35%
46 a 60 años	108	27%
TOTAL	400	100%

Fuente: Encuestas. Elaboración: Propia.

**GRÁFICO 32: RANGO DE EDADES/ENCUESTAS**



Fuente: Encuestas. Elaboración: Propia.

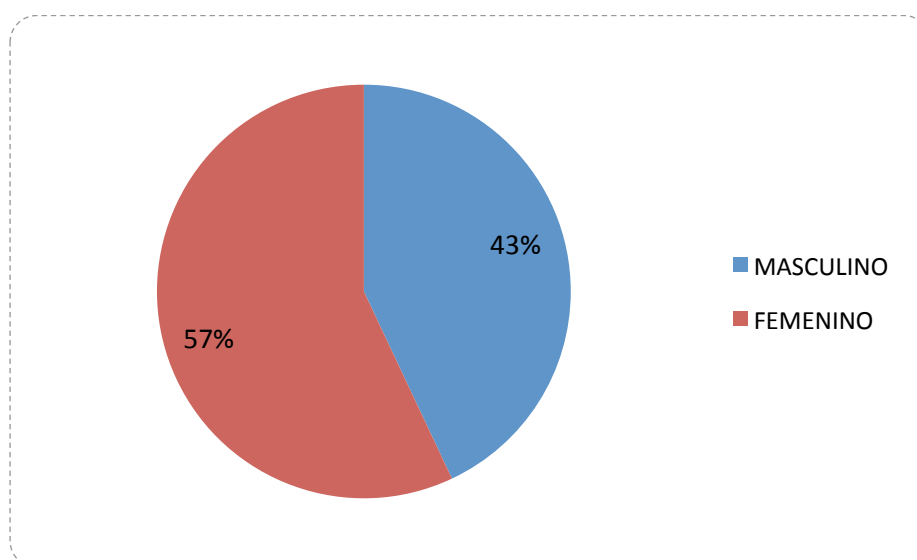
Durante la etapa de realización de encuestas, el rango que mayor participación tuvo en las mismas, fue el de los jóvenes, de 18 a 29 años de edad, con un 39%. El siguiente rango fue entre 30 a 45 años que fueron el 35% de los encuestados, y por último de 46 a 60 años con 26%.

**TABLA 46: GÉNERO**

Género	Encuestas	%
Masculino	172	43%
Femenino	228	57%
Total	400	100%

Fuente: Encuesta. Elaboración: Propia.

**GRÁFICO 33: GÉNERO/ENCUESTAS**



Fuente: Encuestas. Elaboración: Propia.

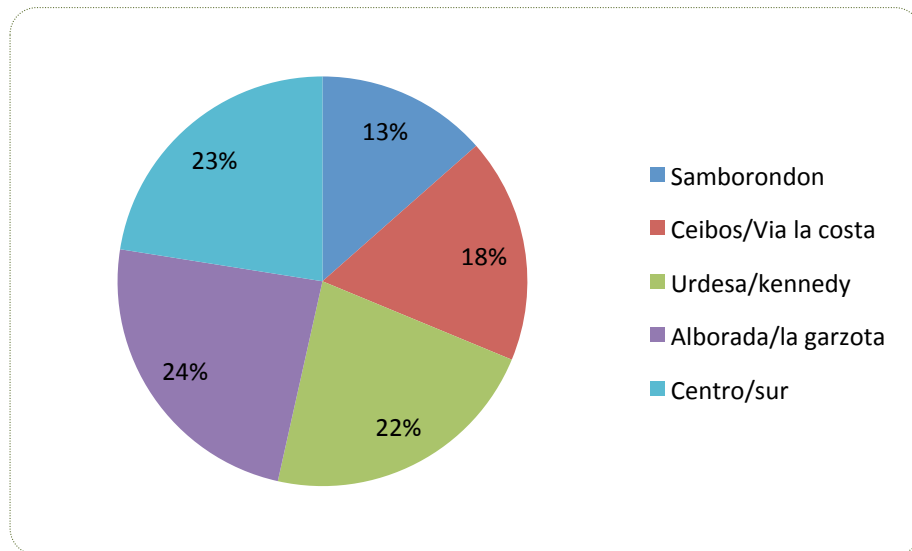
Del universo de personas encuestadas entre 18 a 60 años, las mujeres fueron las que mayor proporción obtuvieron en la muestra, con 57%. Los datos obtenidos fueron mayormente del género femenino.

**TABLA 47: SECTORES**

Sector de encuesta	Encuestas	%
Samborondón	54	14%
Ceibos/Vía la costa	71	18%
Urdesa/kennedy	89	22%
Alborada/la garzota	96	24%
Centro/sur	90	23%
Total	400	100%

Fuente: Encuestas. Elaboración: Propia.

**GRÁFICO 34: SECTORES/ENCUESTAS**



Fuente: Encuestas. Elaboración: Propia.

Se dividió en 5 sectores a la ciudad de Guayaquil, tratando de abarcar toda la comunidad. Las personas encuestadas identificaban el sector donde vivían, y en el caso de no constar en la lista, seleccionaban el lugar más cercano a su domicilio.

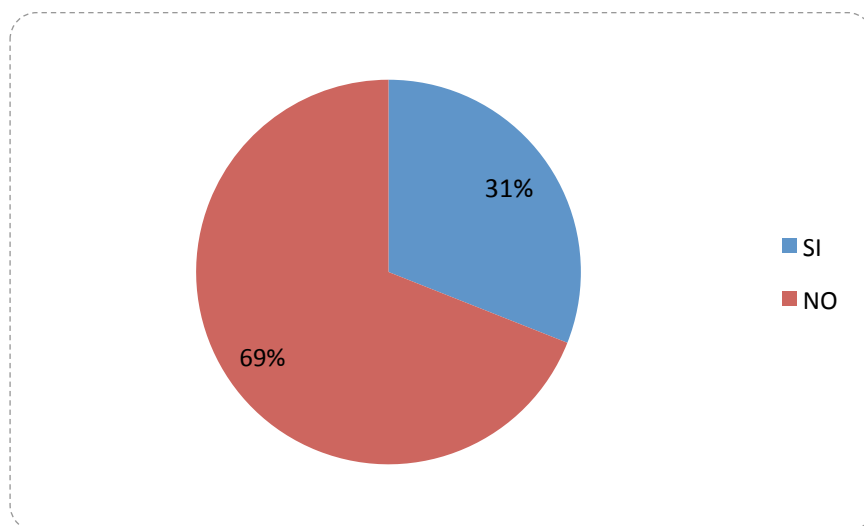


**TABLA 48: ¿HA PERTENECIDO O FORMA PARTE DE ALGÚN GRUPO DE VOLUNTARIADO?**

Variable	Encuestas	%
SI	124	31%
NO	276	69%
Total	400	100%

Fuente: Encuestas. Elaboración: Propia.

**GRÁFICO 35: ¿HA PERTENECIDO O FORMA PARTE DE ALGÚN GRUPO DE VOLUNTARIADO?**



Fuente: Encuestas. Elaboración: Propia.

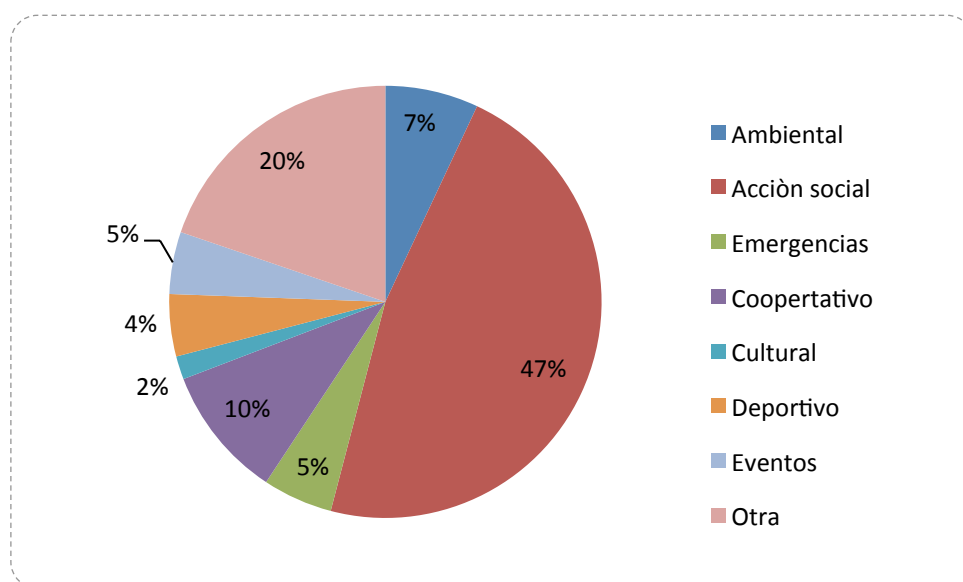
El 31% de los encuestados afirma pertenecer o haber formado parte de algún grupo de formación, pastoral o voluntariado, mientras que el 65% admite no haber sido participe de esas actividades. La gráfica nos demuestra que existe un 31% de personas interesadas entre 18 a 60 años, que puede ofrecer una ayuda social a la comunidad.

**TABLA 49: ¿QUÉ TIPO DE VOLUNTARIADO HACE O HA REALIZADO?**

Variable	Cantidad	%
Ambiental	12	7%
Acción social	81	47%
Emergencias	9	5%
Cooperativo	17	10%
Cultural	3	2%
Deportivo	8	5%
Eventos	8	5%
Otra	34	20%
Total	172	100%

Fuente: Encuestas. Elaboración: Propia.

**TABLA 36: ¿QUÉ TIPO DE VOLUNTARIADO HACE O HA REALIZADO?**



Fuente: Encuestas. Elaboración: Propia.

El voluntariado de tipo Acción social es el área que predomina entre los encuestados con 47%. Se entiende como acción social a

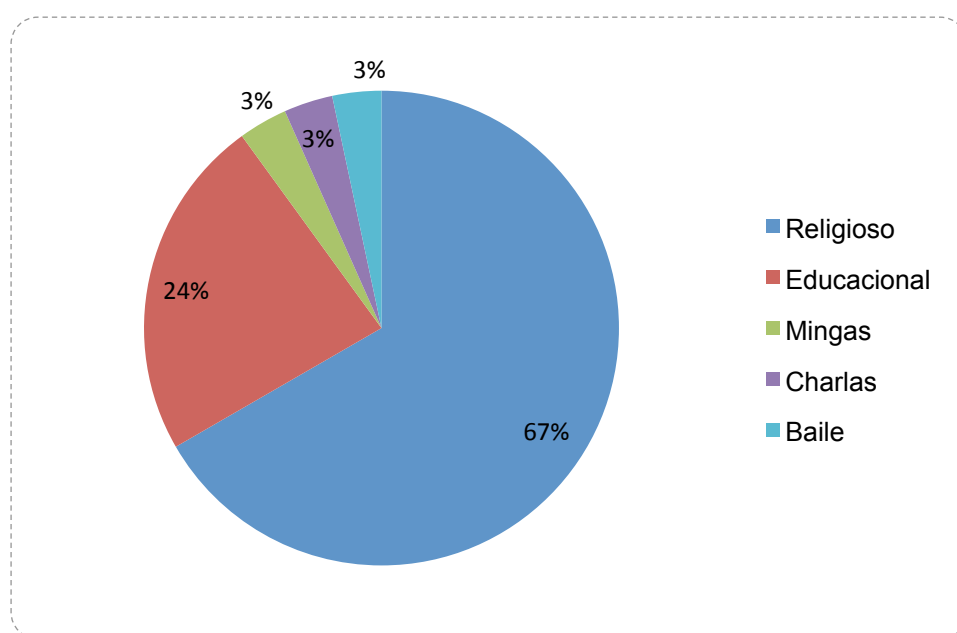
“aquella conducta en la que el significado que a ella atribuye el agente o agentes entraña una relación con respecto a la conducta de otra u otras personas y en las que tal relación determina el modo en que procede dicha relación”. (Giner, 2001) En cuanto a otra actividad, tenemos las siguientes opciones elegidas por los encuestados:

**TABLA 50: OTRAS TIPOS DE VOLUNTARIADO**

Variable	Cantidad	%
Religioso	20	67%
Educacional	7	23%
Mingas	1	3%
Charlas	1	3%
Baile	1	3%
Total	30	100%

Fuente: Encuestas. Elaboración: Propia.

**GRÁFICO 37: OTROS TIPOS DE VOLUNTARIADO**



Fuente: Encuestas. Elaboración: Propia.

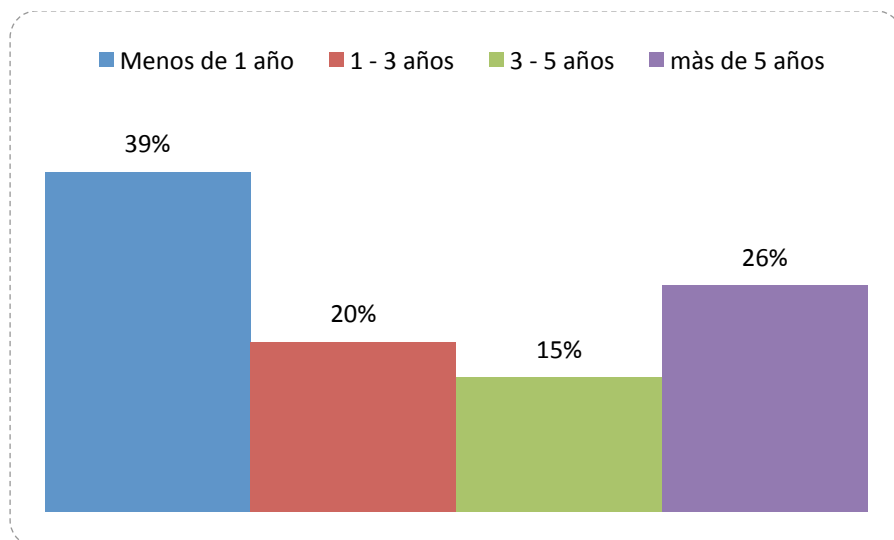
En cuanto a otros tipos de voluntariado, el de carácter religioso fue el de mayor voto con un 67%. Que constituye el 12% en el universo completo de tipos de voluntariado.

**TABLA 51: ¿CUÁNTO TIEMPO LLEVA HACIENDO VOLUNTARIADO?**

Tiempo haciendo voluntariado	Cantidad	%
Menos de 1 año	48	39%
1 - 3 años	24	20%
3 - 5 años	19	15%
Más de 5 años	32	26%
Total	123	100%

Fuente: Encuestas. Elaboración: Propia.

**GRÁFICO 38: ¿CUÁNTO TIEMPO LLEVA HACIENDO VOLUNTARIADO?**



Fuente: Encuestas. Elaboración: Propia

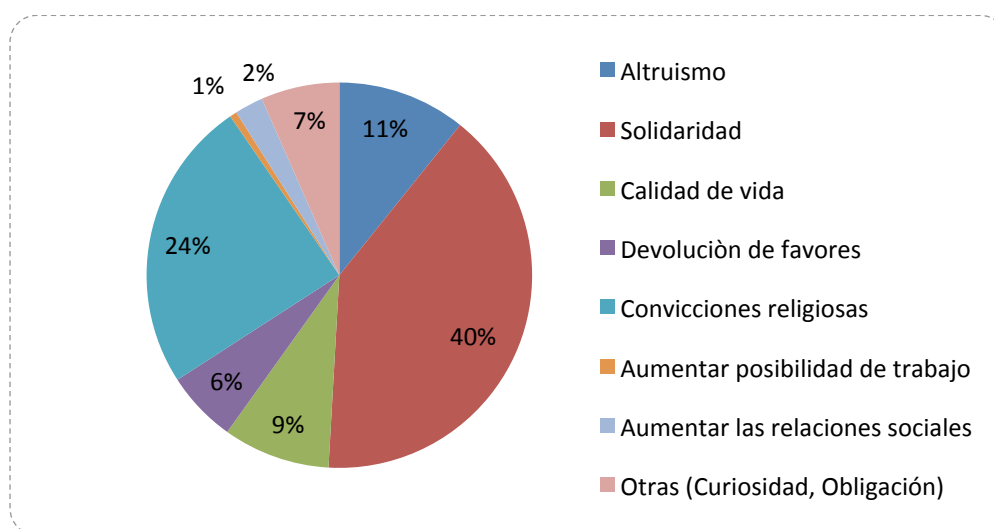
Coincidiendo con los datos del gráfico (tiempo promedio de permanencia) obtenidos del Registro Único de Organizaciones de la sociedad civil, el tiempo promedio de permanencia es de menos de 1 año.

**TABLA 52: ¿QUÉ LO MOTIVA A HACERLO?**

Variables	Cantidad	%
Altruismo	18	11%
Solidaridad	67	40%
Calidad de vida	15	9%
Devolución de favores	10	6%
Convicciones religiosas	41	24%
Aumentar posibilidad de trabajo	1	1%
Aumentar las relaciones sociales	4	2%
Otra	11	7%
Total	167	100%

Fuente: Encuestas. Elaboración: Propia.

**GRÁFICO 39: MOTIVACIÓN AL VOLUNTARIADO**



Fuente: Encuestas. Elaboración: Propia.

La solidaridad con un 40% es el factor más relevante que las personas consideran una razón por la cual se motivaron a realizar el voluntariado. Seguido de las convicciones religiosas con un 24%. Lo que denota que existe un gran motivación por la ayuda social en la comunidad.

#### 4.4 Análisis de organismos de ayuda a las fundaciones y al trabajo voluntario: Acorvol, FETV y Fundapi.

El presente literal busca clasificar, comparar y diferenciar tres organizaciones sin fines de lucro que tengan como objetivo el voluntariado y que sean capaces de adquirir nuevas cualidades como entidad de control y desarrollo:

**TABLA 53: CUADRO COMPARATIVO ENTRE ACORVOL, FETV Y FUNDAPI**

LOGO			
ONG	Asociación Coordinadora de Voluntariado de la Provincia del Guayas	Federación Ecuatoriana de Trabajo Voluntario	Fundación de Ayuda por Internet
NACE	Creada el 13 de diciembre de 1973, y obtuvo su personería jurídica en junio de 1976.	Fue creado el 21 de mayo de 1986,	Fue aprobada el 21 de Agosto de 2001.

ACTIVIDAD	Fortalecer a las entidades afiliadas y organizaciones de la sociedad civil que trabajan por el desarrollo social de la provincia y del país, contribuyendo a la solución de los problemas sociales de manera efectiva y solidaria en la comunidad	Agrupar y coordinar las acciones de voluntariado a través de las organizaciones de trabajo voluntario en todo el Ecuador.	Su ámbito de acción se centra en la ayuda a las organizaciones de la sociedad civil
MISIÓN	Somos una institución coordinadora del voluntariado del Guayas que genera y fortalece capacidades en sus entidades afiliadas para atender de manera efectiva y solidaria las necesidades de la comunidad.	Apoyar el desarrollo integral de la sociedad Ecuatoriana con la construcción de las Organizaciones de Voluntariado en las organizaciones sociales y organizaciones de base territorial, fortaleciendo su capacidad de gestión, inclusión y Ayuda en todo el País en los sectores sociales más vulnerables.	Planeación y ejecución de Iniciativas, relacionadas a las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), orientadas a promover el desarrollo de las personas y comunidades mediante su adopción en sectores tecnológicamente menos favorecidos.
VISIÓN	Ser la institución referente del voluntariado en el país, que contribuye a generar impactos sostenibles en las intervenciones de sus entidades afiliadas y que basa su accionar en el trabajo en redes	Ser la entidad de representación, agrupación y coordinación del voluntariado del Ecuador.	Integrar a las organizaciones de la sociedad civil con las tecnologías de información median la ejecución de programas que permitan el desarrollo de la comunidad en el ámbito tecnológico.
SEGMENTO	Organizaciones de la sociedad civil que trabajan por el desarrollo social de la provincia y del país	Organizaciones de trabajo voluntario de las diferentes provincias del país.	Organizaciones de la sociedad civil que trabajan por el desarrollo social del país
REQUISITOS	Solicitud de afiliación, dirigida a la Presidenta de la institución. - Copia de Acuerdo de Creación y nombramiento de	Obtener un acuerdo Ministerial para ser legalizado y ser una Organización de voluntariado	Requisito técnico: tener acceso al internet. Requisito de promocionar: acceso libre. Las instituciones que

<p>su directiva, otorgado por el Ministerio Correspondiente.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Copia del Estatuto vigente</li> <li>- Nómina de los voluntarios de la Fundación, Asociación, con datos de c/u como: dirección, número de teléfono, número de cedula.</li> </ul> <p>Luego de haber presentado toda la documentación indicada, serán visitados por una comisión de ACORVOL, previo notificación a la Institución que solicita la afiliación.</p>		<p>quieran publicar su artículo deberán enviarlo al correo de FUNDAPI con los datos necesarios.</p>
<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">SERVICIOS</p> <p>Provisión de capacitación Asistencia técnica Asesorías y consultorías al voluntariado y al público en general Servicios de coordinación interinstitucional a través de redes temáticas Comunicación y promoción de servicios de instituciones afiliadas a través de diferentes órganos informativos Participación continua en la sociedad civil en representación del voluntariado</p>	<p>Capacitación al voluntariado Servicios de coordinación interinstitucional Comunicación y promoción Participación continua en la sociedad civil</p>	<p>Asistencia técnica en el área tecnológica. Relacionadas con las Tecnologías de Información y Comunicación. Promoción de actividades mediante la página <a href="http://sectorsocial.org">sectorsocial.org</a> Proyectos Electrónicos Capacitaciones, seminarios y talleres Consultorías en áreas relacionadas a proyectos de TIC. Desarrollo de Portales Web Comunitarios, e-Learning y Gobierno Electrónico.</p>



BENEFICIOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Representación como una asociación ante entidades locales, nacionales e internacionales</li> <li>-Convenios, alianzas, acuerdos o proyectos interinstitucionales u organizacionales, de ámbito local, nacional o internacional</li> <li>-Difusión de los servicios y actividades de las instituciones afiliadas hacia la comunicad y/o empresas de la localidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Beneficios propios de satisfacción de ayudar a la sociedad</li> <li>Promover y fortalecer el voluntariado</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Difusión de los servicios, eventos y actividades de las hacia la comunidad y/o empresas a nivel nacional</li> <li>Preparación, configuración y reciclaje de equipos informáticos</li> <li>Enseñanza del uso de las tecnologías</li> <li>Alianzas estratégicas con Organizaciones y Agrupaciones de ámbito nacional e internacional para ejecución de proyectos e intercambio de experiencias.</li> </ul>
PROMOCIÓN	A través de medios de comunicación, sitio web, redes sociales, y por eventos	A través de medios de comunicación y eventos.	Internet y redes sociales.
AFILIADOS	76 organizaciones	13 Asociaciones Coordinadoras del voluntariado de varias provincias	No tiene afiliados, pero está en contacto con un promedio de 500 a 600 organizaciones, quienes han publicado en su sitio web
COBERTURA	Provincial: Guayas	Nacional	Nacional

Fuente: Entrevistas. Elaboración: Propia.

A partir del cuadro y su comparación, se eligió a la Asociación de Coordinación del Voluntariado como la entidad más idónea para el cumplimiento de las metas del organismo a crear.

Razones por las cuales se consideró a Acorvol la mejor opción para el presente trabajo de investigación:

- Su accionar es únicamente en la provincia del Guayas, y no es a nivel nacional, lo que permitiría una mejor habilidad de control y desarrollo para las fundaciones de la ciudad de Guayaquil.
- Es la única entidad que tiene una gran cantidad de afiliados, 76. A pesar de que Fundapi pueda llegar a 500 o 600 contactos a nivel nacional, no son sus afiliados y no tienen que rendirles cuenta de ningún carácter.
- Una de las cosas no muy positivas de la FETV, es su baja participación durante los años en cuanto al voluntariado. Incluso su sitio web no ha sido actualizada en mucho tiempo.
- Acorvol y Fundapi son los más recomendables en cuanto a capacitaciones, asesoría y desarrollo, sin embargo, la Fundación de Ayuda por internet, como su nombre lo indica, únicamente se dedica a las tecnologías de información y comunicación, lo que limita el accionar de la organización a crear. Mientras que Acorvol si presenta un accionar más amplio en ese aspecto.

Es importante mencionar, que únicamente se tomaron tales organismos que para propio consentimiento presentaban mayor acogida en cuanto al voluntariado.

#### 4.4.1 Análisis de Acorvol como ente capacitador:

La finalidad de este apartado es para afirmar que Acorvol cumple como una entidad de capacitación, pero para eso primero se debe calificar la gestión como entidad de ayuda social, para luego calificar la capacitación, mediante entrevistas instituciones afiliadas y a personas y organismos no afiliados.

**TABLA 54: GESTIÓN DE ACORVOL: CALIFICACIÓN**

Variables	Promedio 25 Instituciones
Eficiencia	4,3
Compromiso	4,2
Capacidad	4,2
Responsabilidad	4,6
Puntualidad	4,2
Innovación	<b>3,8</b>
Servicio	4,3
Seriedad	4,6
Transparencia	3,8
Comunicación	<b>4,6</b>
Muy malo 1, Malo 2, Normal 3, Bueno 4, Muy Bueno 5	

Fuente: Entrevistas. Elaboración: Propia

Nota: Para ver el detalle de los resultados de la tabla, **véase Anexo 8.**

La tabla muestra que la institución realiza una buena gestión con un 4,19 y que las variables deficientes son; la comunicación y la creatividad. La presidente de ASVOLH<sup>18</sup> Patricia Puccini de Raad, expuso conformidad en cuanto a la gestión que realiza Acorvol, pero

<sup>18</sup> Asociación de Voluntariado Hospitalario

recomendó que la comunicación debiera de mejorar, y enviarla con más días de anticipación. Mientras que en cuanto a la creatividad, Norma de Martí, presidenta del Comité de Damas del C.I.C.G, dijo “Acorvol debe de realizar más cursos, a bajos costos y talleres más creativos y variados...” Entre las variable de mayor valoración que presentó están la seriedad y el servicio que ofrece, a pesar de que la comunicación no es tan eficiente, sin embargo su gestión tiene buena acogida.

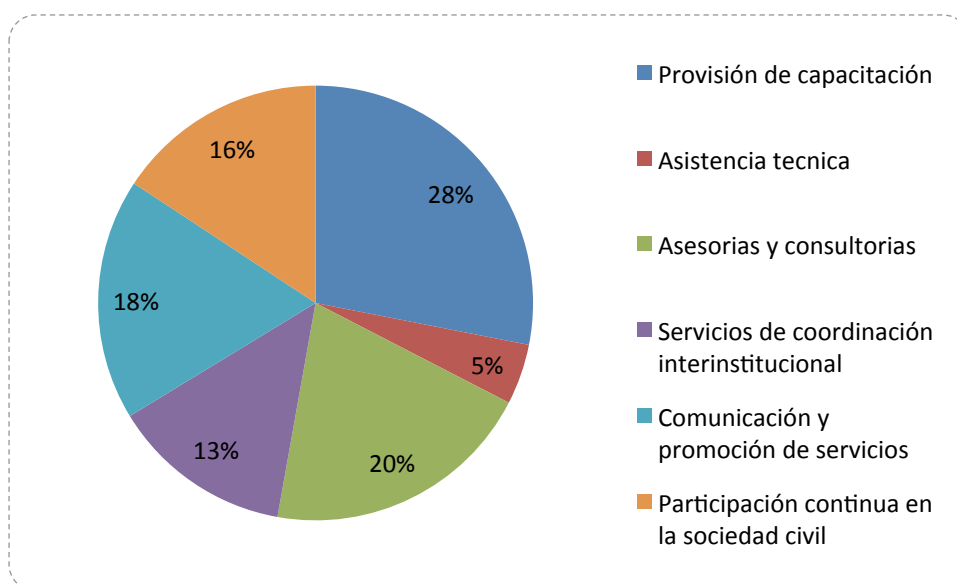
La gestión no es la única analizada, también se preguntó acerca de los servicios y beneficios que Acorvol ofrece, con la intención de saber cuáles son los más recordados:

**TABLA 55: SERVICIO DE ACORVOL: AFILIADOS**

Servicios	Cantidad	%
Provisión de capacitación	25/25	28%
Asistencia técnica	4/25	4%
Asesorías y consultorías al voluntariado y al público en general	18/25	20%
Servicios de coordinación interinstitucional a través de redes temáticas	12/25	13%
Comunicación y promoción de servicios de instituciones afiliadas a través de diferentes órganos informativos	16/25	18%
Participación continua en la sociedad civil en representación del voluntariado	14/25	16%
Total	89/150	100%

Fuente: Entrevistas. Elaboración: propia.

### GRÁFICO 40: SERVICIOS DE ACORVOL: AFILIADOS



Fuente: Entrevistas. Elaboración: Propia.

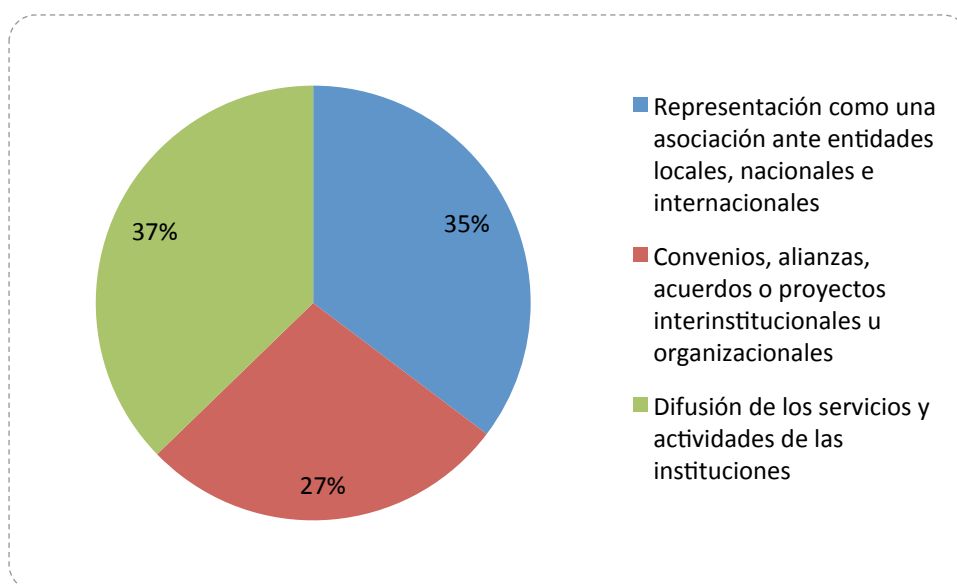
La gráfica denota que la asistencia técnica es un servicio de menor conocimiento por parte de los directivos de las instituciones afiliadas. Es claro que no existe una buena comunicación en cuanto a los servicios ofrecidos. Mientras que en los beneficios, los resultados son los siguientes:

### TABLA 56: BENEFICIOS DE ACORVOL: AFILIADOS

Beneficios	Cantidad	%
Representación como una asociación ante entidades locales, nacionales e internacionales	18/25	35%
Convenios, alianzas, acuerdos o proyectos interinstitucionales u organizacionales, de ámbito local, nacional o internacional	14/25	27%
Difusión de los servicios y actividades de las instituciones afiliadas hacia la comunidad y/o empresas de la localidad	19/25	37%
<b>Total</b>	<b>51/75</b>	<b>100%</b>

Fuente: Entrevistas. Elaboración: Propia.

#### GRÁFICO 41: BENEFICIOS DE ACORVOL - AFILIADOS



Fuente: Entrevistas. Elaboración: propia.

La gráfica proyecta que la comunicación de los beneficios si ha llegado en su mayoría a los representantes de las fundaciones, sin embargo, la baja recordación en uno de sus beneficios denota que no hay retentiva en cuanto al mismo, por lo que Acorvol, debería de comunicarlos frecuentemente, para que estén al tanto de lo que tienen a disposición.

Luego de analizada la gestión como entidad, ahora se mostrarán los datos obtenidos de la calificación en cuanto a las capacitaciones otorgadas por Acorvol. Tales datos fueron obtenidos de las entrevista con los representantes de las instituciones de la Red de Acorvol.

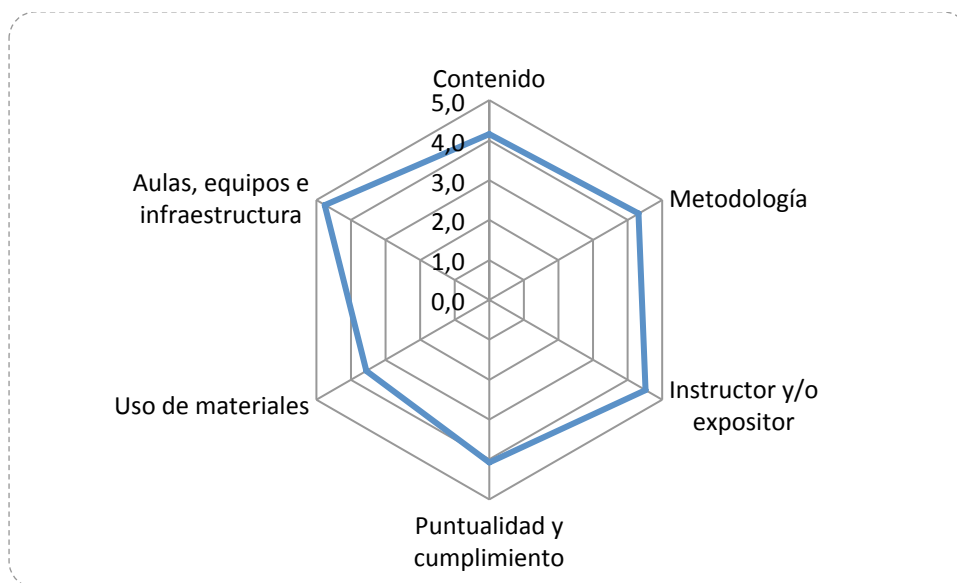
**TABLA 57: RESULTADOS DE LAS CAPACITACIONES**

Variables	Valoración
Contenido	4,2
Metodología	4,3
Instructor y/o expositor	4,5
Puntualidad y cumplimiento	4,1
Uso de materiales	3,6
Aulas, equipos e infraestructura	4,8
Total	4,2

Muy malo 1, Malo 2, Normal 3, Bueno 4, Muy Bueno 5

Fuente: Encuestas. Elaboración: Propia

**GRÁFICO 42: DIAGRAMA DE ARAÑA: CAPACITACIONES**



Fuente: Entrevistas. Elaboración: Propia.

La gráfica denota que en cuanto a la gestión que realiza Acorvol como ente capacitador es considerada buena, teniendo puntos positivos como los instructores o expositores, o los equipo e infraestructura, los cuáles fueron los puntos de mayor calificación. Mientras que el uso de

materiales de trabajo presenta una baja a diferencia de las demás. Lo que nos dice que no dan suficientes materiales para la realización del curso.

En fin, luego del análisis en cuanto a capacitaciones y como entidad, ACORVOL, cumple los requisitos como una organización capaz de impartir conocimientos y preparaciones a las entidades de la sociedad civil, y en general.

Nota: Para conocer el análisis acerca de la situación de Acorvol, **véase el Anexo 9.**

#### **4.5 ONG que ayudan.**

Las Organizaciones no gubernamentales, llamadas por sus siglas ONGs, también conocidas como fundaciones o asociaciones, son creadas bajo la figura jurídica de organizaciones privadas sin fines de lucro. Estas corporaciones no lucrativas tienen como finalidad responder a las necesidades de la comunidad. Su participación puede ser en diferentes áreas, como en la de los recién nacidos, niños, jóvenes, o también por alguna causa social, como la lucha contra el VIH, o la protección animal, etc.

Actualmente en el país existen alrededor de unas 50.000 Organizaciones No Gubernamentales, según un anuncio publicado en el diario El Universo el sábado 9 de Octubre del 2010. Esta información fue brindada por el Presidente Rafael Correa, y quien también señaló que “en los ministerios ecuatorianos se han registrado un total de 50.164



ONG, mientras que en el Servicio de Rentas Internas (SRI), la agencia de recaudación tributaria del Estado, se han inscrito 49.215.”

La gran cantidad de ONGs inscritas no son creadas con la finalidad de fortalecer aspectos sociales, sino que fueron únicamente creadas para evadir impuestos. Según un estudio realizado por el Sistema de Registro Único de la Sociedad Civil acerca de las organizaciones no gubernamentales, detalla que existen 55.277 en el país.<sup>19</sup>

#### **4.5.1 Junta de Beneficencia de Guayaquil.**

La Junta de Beneficencia de Guayaquil es la organización sin fines lucrativos más grande del Ecuador. Nace en 1888 por la preocupación de un grupo de filántropos por buscar una forma de ayudar a los habitantes de más bajos recursos de la ciudad de Guayaquil. El nacimiento y crecimiento de la misma se debe a las donaciones y al compromiso de la comunidad por mejorar la situación de la ciudad. La institución busca ayudar a las personas más necesitadas, y gracias a esto, han sido millones de personas quienes han sido beneficiadas. Y no solamente brinda ayuda, también ofrece empleo directo a más de 7.000 personas, e indirectamente provee ingresos a más de 3.200 familias que se dedican a la venta de la Lotería Nacional. También proporciona ayuda a diversas fundaciones del país, gracias a la ayuda de instituciones externas. Esta entidad ha beneficiado a millones de personas, en áreas de la salud, educación, atención y protección al adulto mayor, o directamente ayudando a fundaciones.

---

<sup>19</sup> Diario El Universo.2010. Extraído el día 10 de Agosto 2012.  
<http://www.eluniverso.com/2010/10/09/1/1355/correa-anuncia-revision-organizaciones-gubernamentales.html>

La Junta trabaja con aliados quienes desde sus inicios han aportado con donaciones económicas y valioso tiempo, que con el pasar de los años han formado lo que ahora es la Junta de Beneficencia. Entre tales aliados están las empresas privadas, fundaciones, hospitales, misiones médicas y personas. Sus valores son: Innovación, Integridad, Liderazgo, Solidaridad y Sostenibilidad.

Además, la Junta de Beneficencia es una gran fuente de empleo, ya que ofrece empleo directo a más de 7.000 personas, e indirectamente provee ingresos a más de 3.200 familias que se dedican a la venta de Lotería Nacional. (Junta de Beneficencia de Guayaquil)

#### **4.5.2 Organización de las Naciones Unidas - O.N.U.**

Fue fundada al culminar la segunda guerra mundial mediante la Carta De Naciones Unidas, el 24 de Octubre de 1945, en San Francisco (California) integrada por 51 países. La misma coopera y sirve de intermediario en asuntos como el Derecho internacional, la paz y seguridad internacional, el desarrollo social y económico, derechos humanos y asuntos humanitarios.

En la actualidad se han unido 193 miembros, los idiomas oficiales son el chino, español, francés, inglés y ruso; están financiados por contribuciones voluntarias, de sus miembros, organizaciones, entre otros. Las Naciones Unidas apoyan a la promoción, desarrollo, aplicación de principios y normas en el derecho internacional.

### **Valores Fundamentales:**

- Derechos Humanos
- Normas Laborales
- Medio Ambiente
- Lucha contra la corrupción

### **Propósitos de las Naciones Unidas:**

- Ser intermediarios, tomar medidas para mantener la paz y la seguridad internacional.
- Fortalecer relaciones donde perdure el respeto y la igualdad de derecho entre los países
- Ayuda internacional, siempre que sea necesario tanto en problemas económicos, sociales, culturales o humanitarios.  
(Naciones Unidas)

### **La O.N.U y la sociedad**

Las ONGs trabajan junto con las Naciones Unidas, los mismos que asisten a reuniones y conferencias donde se hacen consultas y se comparten opiniones. “Alrededor de 13.000 Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC) han establecido relaciones con el Departamento de Asuntos Económicos y Sociales (DAES). La gran mayoría de estas OSC son Organizaciones No Gubernamentales (ONG); existen también organismos, fundaciones, asociaciones y casi 1.000 Organizaciones de los Pueblos Indígenas (OPI) enlistados como OSC en el DAES, el cual mantiene una base de datos de OSC registradas” (O.N.U)

#### **4.4.3 Organización de las Naciones Unidas para la Educación - UNESCO**

La UNESCO es parte de la O.N.U, se fundó el 16 de noviembre del 1945, y se formó con el objetivo de promover la paz y la seguridad por medio de la educación, la ciencia, cultura y comunicación. Guía a los pueblos para mejorar su desarrollo, optimizando el uso de los recursos naturales e inculcando valores culturales para poder sacar adelante a los países más necesitados sin que pierdan la esencia de su cultura. El organismo cuenta con 195 miembros y 8 miembros asociados, cada dos años se reúne el Consejo General para proponerse nuevos objetivos, y dos veces al año se reúne el consejo directivo para ver si se ha cumplido con los objetivos propuesto.

“La misión de la UNESCO consiste en contribuir a la consolidación de la paz, la erradicación de la pobreza, el desarrollo sostenible y el diálogo intercultural mediante la educación, las ciencias, la cultura, la comunicación y la información.” (UNESCO, who we are)

#### **Prioridades**

- Igualdad de género
- África
- Mejorar la educación y el aprendizaje
- El uso de la información y comunicación para que las sociedades adquieran mayor conocimiento
- Abordar y promover los temas éticos y culturales dentro de la sociedad.

La UNESCO concede premios internacionales a los que se esfuerzan y crean proyectos innovadores que puedan ayudar y mejorar la sociedad. Los cinco sectores en los que trabaja la UNESCO, son en programas de educación, ciencias naturales, ciencias sociales y humanas, cultura, comunicación e información.

#### **4.4.1.4 PLAN INTERNACIONAL**

Plan internacional, es una organización no gubernamental, nacida en España en 1937. Su nacimiento se debe gracias al periodista británico John Langdon-Davies y por el voluntario inglés Eric Muggeridge, quienes se preocuparon por la situación de los niños que sus vidas fueron arruinadas durante la guerra civil en España, y dieron origen a la organización. (PLAN, Historia, 2012)

El objetivo de la ONG es conseguir mejorar la calidad de vida de los niños más necesitados de países en vía de desarrollo, a través de un proceso que incorpore a las personas de todas las culturas, y les otorgue propósitos y valores a sus vidas. En cuanto a la misión, quieren ser reconocidas mundialmente como un organismo de ayuda por su formidable labor basada en plena transparencia y responsabilidad. PLAN promueve los derechos de la infancia para que millones de niños y niñas puedan salir de la pobreza en la que se encuentran, y al mismo tiempo desarrollan planes que ayudan al desarrollo de sus comunidades.

Actualmente, tienen 7 áreas por las que realizan sus acciones de cooperación al desarrollo infantil:

- Educación
- Salud
- Agua y saneamiento
- Hábitat
- Seguridad económica
- Emergencias
- Participación infantil

A través de las siete áreas, logra ayudar a más de 1,5 millones de niños y sus familias, directamente, y cerca de 9 millones de personas, indirectamente. Su trabajo está presente en 68 países, y estimula proyectos de ayuda en países de bajo desarrollo. (PLAN Internacional, 2012)

## CAPÍTULO V. CONCLUSIONES

La mayoría de las fundaciones conocen que tanto el Gobierno como el Municipio de Guayaquil, controlan sus actividades. No obstante algunas de las fundaciones creen que su accionar no es controlado por ninguna entidad del país. Lo que nos da a entender que al menos un 36% no conoce realmente las maneras en que el gobierno controla a las organizaciones sociales.

Por otra parte, los representantes de las fundaciones consideran que no cuentan con la infraestructura idónea, y con el suficiente recurso humano para poder realizar sus actividades, pero ante todo tienen presente otras necesidades, tales como: Fondos, promoción y personal capacitado.

La autogestión a través de las actividades es la mayor fuente de ingreso para las fundaciones seguido de las donaciones y auspicios, fondos propios, proyectos y crédito bancario. Existe una limitada planeación estratégica para la recaudación de fondos.

Entre las actividades tradicionales para conseguir fondos son; bingos, rifas, ventas de comida, pulguero, entre otras. De esta forma se confirma que no existen nuevas fuentes de consecución de fondos, lo que hace monótono su gestión de financiamiento.

Se comprueba que a través de sus actividades tradicionales, únicamente alcanzan a cubrir la tercera parte de las necesidades existentes de la fundación.

De las fundaciones entrevistadas, la mitad no ha presentado proyecto a algún organismo para apoyar su gestión, porque no cumplieron con los lineamientos y no se encontraban lo suficientemente preparados para este proceso. Sin embargo, los que han presentado sus proyectos al gobierno u otros organismos, no tuvieron un trámite rápido y en otros casos una respuesta no favorable.

Las fundaciones cuentan con voluntarios para llevar a cabo su labor, lo que se evidencia es que es limitado el número de participantes o integrantes, porque en su mayoría no son activos y comprometidos.

Las fundaciones siempre van a necesitar voluntariado, por esta razón la mitad de ellas han creado perfiles estandarizados acorde a sus necesidades. Sin embargo hay instituciones que presentan libre acceso para los que quieran ayudar desinteresadamente.

Las fundaciones se interesan en instruir a sus voluntarios y empleados, porque valoran los resultados de las mismas, sin embargo, Acorvol y la Municipalidad de Guayaquil, se preocupan por brindarles este servicio. Caso contrario es el desinterés del gobierno en ayudar a estas entidades, y en muchas ocasiones hay fundaciones quienes hacen caso omiso a esta actividad.

Todas las fundaciones están conscientes que el promocionar y comunicar sus actividades, generan como resultado la obtención de fondos y voluntariado. Por eso su difusión es a través del internet, y mediante sus propias actividades y eventos.



Las nuevas políticas de donaciones y la incertidumbre por las nuevas elecciones han afectado el flujo normal de donaciones. Además, las empresas por tema de RSE, han invertido sus recursos en sus propias fundaciones o en compromisos adquiridos con anterioridad, limitando la ayuda a otras.

Otros de los factores que han disminuido en la consecución de donaciones por parte de la ciudadanía ha sido la falta de credibilidad de estas entidades, porque no existe una rendición de cuentas respecto a la labor que se ejecuta con el dinero recaudado.

Acorvol a pesar de no tener un gran margen de posicionamiento en la ciudad de Guayaquil 7,5%, sin embargo ayuda a las fundaciones afiliadas a su red en la consecución de fondos y capacitación del voluntariado.

Los servicios de capacitaciones que Acorvol ofrece, han sido calificados de una buena manera por parte de los implicados, lo que permite demostrar que la institución cumple como ente capacitador del voluntariado.

En cuanto a la vinculación entre la FETV, ACORVOL Y FUNDAPI como organismo que regule y desarrolle a las fundaciones de Guayaquil, se da en los servicios que éstas proporcionan a las demás instituciones. Cada una de ellas brinda capacitaciones al voluntariado, en el caso de Acorvol, fortalece a los voluntarios en cuanto a su desarrollo personal en liderazgo, trabajo en equipo, responsabilidad social, etc. En cambio, Fundapi, ofrece servicios en el campo tecnológico. Y por último la FETV, quien da capacitación específicamente a las entidades coordinadoras de voluntariado de cada provincia.

Fundapi y la FETV a pesar de realizar una buena labor en el campo de las ONGs, no fueron determinadas como la entidad que pueda ser quien controle y desarrolle a las fundaciones de la ciudad de Guayaquil, mientras que Acorvol, por sus cualidades, localidad, experiencia y evolución ha sido calificada para tal puesto desarrollando a las organizaciones mediante sus capacitaciones.

No existe la necesidad de crear un organismo encargado de controlar y regular las gestiones de las fundaciones, porque esa labor le compete al gobierno, quien es la única entidad que pueda inspeccionar la actividad de cada una, y que actualmente ya lo hace mediante sus organismos de control: SRI, Contraloría general del Estado, RUOSC, entre otros.

## CAPÍTULO VI. PROPUESTA

La hipótesis del presente trabajo se cumple ya que a lo largo de todo el estudio realizado se vislumbra en las fundaciones que las necesidades no cubiertas más relevantes son:

- Ingresos económicos que soporten su gestión e infraestructura,
- Recursos humanos capacitados, que mejoren su gestión administrativa y operativa
- Comunicación y promoción para poder captar recursos económicos, voluntarios, y capacitaciones a su personal.

Es por esto que se plantea el fortalecimiento de un organismo que pueda ayudar a tales entidades a desarrollarse en el ámbito de la acción social. El organismo seleccionado en el estudio es Acorvol, debido a su trayectoria, experiencia y eficiencia en cuanto a tareas relacionadas con el voluntariado.

La propuesta es que Acorvol sea el organismo encargado de impulsar el desarrollo de las fundaciones de la ciudad de Guayaquil, gracias a la eficacia que ha demostrado en su tarea de capacitación al voluntariado.

A continuación se proponen líneas de acción que permitirán a dicha institución fortalecer su accionar:

***Nota:** las estimaciones de los costos son obtenidos de acuerdo con consultas a miembros de Acorvol, con imprentas y agencias de publicidad.*

## **Línea de acción #1:**

### **Obtener nuevas formas de consecución de fondos.**

Actualmente la consecución de fondos es a través de actividades tradicionales como: bingos, eventos benéficos, rifas, venta de comidas, pulgueros, etc.

No obstante se sugiere:

#### **a) Optimizar el empleo de la guía de servicios y adicionar nuevos auspiciantes.**

Acorvol lanza cada 2 años una guía de servicios el cual tiene un costo aproximado de entre \$10.000 a \$15.000, que es donada por la impreña Senefelder. Mediante el uso de la guía se piensa mejorar la imagen de Acorvol y de cada una de las instituciones afiliadas. También servirá como fuente de recaudamiento de fondos, debido a que venderá espacios en dicha guía a las empresas. El precio de cada guía era de \$3,50.

En la guía anteriormente publicada, no se aprovechó el espacio de auspicios por motivos personales de los que lideraban tal edición. Solo se vendieron espacios a la Junta de Beneficencia, Agripac, Dinners Club, De Pratty, Hospital Clínica Kennedy Alborada, UNIMEP, UNHCR ACNUR, y el Jardín Escuela Bilingüe Loreto. A través de estos auspicios se ganó poco entre \$1500 a \$2000 aproximadamente, por esta razón la próxima impresión debe aprovecharse los espacios con auspicios a fin de generar fondos. Para conocer la portada y el interior de la guía de servicios, **véase en el anexo 10.**

**b) Optimizar el empleo del suplemento del Diario Expreso a través de auspicios.**

Cada 5 de diciembre Acorvol lanza al mercado un suplemento que le proporciona no solamente información sino también fondos a partir de los auspicios obtenidos. Se espera optimizar dicho material con auspicios como se la ha venido haciendo pero a diferencia que los años anteriores, desde ahora se reflejará la gestión que realiza mediante investigaciones y eventos realizados. El costo estándar está por los \$2000 cada 5000 ejemplares. Para conocer dos de los ejemplares realizados, **véase Anexo 11 y Anexo 12.**

**c) Desarrollar una rendición de cuentas digital para crear credibilidad en la sociedad.**

Al igual que la Fundación Vidha que realiza anualmente una rendición de actividades y proyectos que ha hecho durante el año, destinada para sus colaboradores y donantes, para crear credibilidad, se creará la misma idea, pero será más compleja, abarcando las actividades de cada una de las instituciones afiliadas. Para abaratar los costos, se la realizará digitalmente. El costo aproximado de elaboración de una memoria anual es de \$1000 a \$1500.

**d) Realización de competencia 5K. (Instituciones afiliadas).**

De igual manera que muchas empresas han obtenido fondos a partir de competencias, Acorvol también entrará en tal sección. La Fundación RSA, hace pocos meses desarrollo una competencia 5K del que obtuvo gran provecho. Para conocer un artículo acerca del mismo, **véase Anexo 13.**

Los costos de la competencia serán cubiertos por las empresas donantes y auspicios. El costo promedio de una competencia de esta índole es alrededor de

\$10000 a \$15000, involucrando premios, permisos y todos los requerimientos para la ejecución de la misma.

## **Línea de acción #2:**

### **Conseguir Recursos humanos capacitados**

- Para mejorar la gestión de algunos proyectos, se necesitará gente que conozca más a fondo sobre diversos temas.
- Se pueden establecer convenios con universidades de Guayaquil, para que los alumnos de los últimos años puedan cubrir sus horas de emprendimiento social (requisito para sacar sus títulos profesionales). Acorvol ayudará a dirigir a los estudiantes dependiendo la necesidad que tenga cada fundación, o dado el caso que se creen nuevos proyectos los mismos podrían evaluar si son rentables.
- En la creación de nuevos proyectos, se podría contar con la ayuda de alumnos que estudien economía, administración o carreras afines, ya que ellos podrán hacer una evaluación más profunda de revisar la factibilidad de ejecutar o no un nuevo proyecto.
- En la creación de bancos comunitarios, se necesitarán alumnos de carreras administrativas o a fines, ya que tienen mayor conocimiento sobre controles y finanzas.
- En ciertas comunidades se crean huertos orgánicos, se arman galpones, se crían diversos animales, en este caso se necesitaría llevar alumnos que estudien ingeniería ambiental o carreras afines para una mejor gestión de este tipo de proyectos.

#### **a) Desarrollar servicios de elaboración de proyectos**

Acorvol puede ofrecer un nuevo servicio de creación proyectos, o podría asesorar a su red para promover nuevos planes.

- Crear el departamento de proyectos para motivar y dirigir a las instituciones afiliadas en la elaboración de tal gestión.
- Guiar y asesorar en la elaboración de proyectos.
- Conseguir personal profesional en cuanto a la elaboración de proyectos.

### **Línea de acción #3:**

#### **Mejorar la comunicación y promoción.**

Se va a aprovechar los medios tecnológicos para mejorar la comunicación y la promoción de las fundaciones, para que toda la población las conozca y puedan ser parte de sus eventos y por qué no parte de la red de Acorvol; como donantes o como voluntarios.

##### **a) Desarrollo de sitio web.**

Reestructurar el sitio web para darle una imagen actualizada y de cambios a la organización. El actual portal no llama la atención, y no proyecta todo lo que hacen las instituciones. Para conocer el sitio web actual **véase Anexo 14**, y para conocer la propuesta del sitio web **véase Anexo 15**. Según estimación el darle tal arreglo a la web, estaría entre \$600 a \$1500, depende de la empresa que la desarrolle.

##### **b) Estructura del sitio web.**

El sitio web será desarrollado para mostrar los nuevos proyectos y las actividades de las fundaciones, para que éstas puedan conseguir fondos y voluntarios y al mismo tiempo ofrecer sus productos y servicios a la sociedad.

- **Red de fundaciones**

El servicio será ofrecido a las fundaciones que son parte de la red de Acorvol, En la página se ingresará la información más relevante detallada de la mejor forma para poder llegar a las personas.

La misma que contará con:

- El nombre de la institución
- A qué se dedica
- Lugar de la operación
- Objetivo principal
- Número de beneficiarios
- Cronograma de eventos
- Teléfono
- Dirección
- Sitio web de la fundación
- Contacto

- **Noticias y boletines mensuales.**

En las noticias y boletines mensuales se podrá demostrar que se han cumplido las metas establecidas y mostrar las innovaciones de cada proyecto realizado y proyectos futuros. Las instituciones deben comprometerse a enviar la información correspondiente a las actividades y proyectos, para tener actualizada la página mensualmente y poder ingresar fotos para llamar la atención y demostrar que las fundaciones se mantienen trabajando arduamente. Además, se subirán videos de la situación de cada institución o de los campos que cada una atiende para darle credibilidad a la actividad que realizan. También existirá una pestaña de las actividades próximas a realizar para que las personas que deseen hacer voluntariado puedan conocer la fecha y de que se trata dicha acción.



- **Donaciones.**

Se podrán realizar donaciones con víveres, bienes y aportación monetaria para la creación de nuevos proyectos para las instituciones deseadas, o su vez contactarse directamente con ellos. Habrá un espacio para los proyectos por realizar, en transcurso y terminados, para captar la atención de los donantes, y si existe interés puedan aportar. Se podrá ver la cantidad de dinero restante para culminar dicho proyecto o actividad.

- **Viveres y Bienes.**

A las personas que deseen donar esto, se mostrará el contacto de las personas encargadas de coordinar la entrega de víveres y bienes para poder distribuirla de la mejor forma a las instituciones.

### **Aportación monetaria**

- **Donación**

Contarán con un enlace que diga ¡dona ya!, donde se podrá donar directamente mediante tarjeta de crédito o débito a la cuenta, ingresando datos personales e indicando el proyecto o la fundación que le gustaría apoyar.

- **Donación Apadrina niños**

Se hará un detalle de algunos niños de las fundaciones para que puedan ser apadrinados, el mismo que contará con un enlace que diga apadrinar niño.

- **Venta de productos y servicios**

Aquí mostraremos los productos y servicios que hacen o realiza cada fundación los mismo que podrán ser comprados a través de este portal o servirá para mostrar con lo que cuentan varias de las fundaciones para poder ofrecer a la sociedad. Habrá la opción de mostrar productos que podrán ser comprados y donados a otra fundación que podría tener esa necesidad.

- **Resultados**

En esta parte se mostrará lo recaudado por meses, la cantidad de personas beneficiadas y las historias de las personas que han podido salir adelante gracias a la diversidad de los proyectos elaborados por las fundaciones.

- **Mantenimiento del sitio web**

Definir personal encargado especialmente para que esté en constante actualización de los medios de internet. En este punto se comprende la actualización constante del sitio web y redes sociales dado el caso que sea requerido.

**c) Restructuración del Acorvolito.**

Acorvolito es un periódico de Acorvol que se manejaba dentro de la red de afiliados, cada dos meses, con la intención de información acerca de las actividades que se realizaban y las que estaban planeadas a futuro. Para conocer dos ejemplares **véase en Anexo 16 y Anexo 17.**

La impresión del pequeño diario era donada por Senefelder, y su costo estimado era entre \$100 a \$150, debido a que eran impresas en escala de grises. Para reducir costos, se propone elaborarlo digitalmente para ser enviado a cada una de las instituciones.

#### **Línea de acción #4:**

##### **Ampliar su alcance**

- a) Promover y comunicar las actividades de la organización y de sus afiliados a fin de crear conocimiento de las entidades mediante un plan de comunicación.
- b) Posicionar a ACORVOL como referente del voluntariado, coherente a sus principios de acción en la provincia del Guayas y sirva como ente canalizar de donaciones para suplir con recursos a las entidades afiliadas.
- c) Definir y desarrollar una estrategia de comunicación que proporcione una mejora y reconocimiento de la imagen Acorvol, basada en herramientas de comunicación, y en la proyección de sus acciones.
- d) Incrementar la credibilidad en la relación entre el tercer sector de acción social y las empresas generando mecanismos de transparencia y control.
- e) Promover el trabajo en redes entre las instituciones afiliadas para lograr el fortalecimiento y alcanzar mejores impactos

Adicionalmente de la propuesta planteada, se sugiere las siguientes recomendaciones:

- Las fundaciones deben asesorarse y estar en constante actualización respecto a temas legales que rigen a estas organizaciones no lucrativas.
- La elaboración de un plan operativo anual logrará una labor eficiente y organizada que garantice el desarrollo de todos los proyectos a fin de obtener resultados óptimos.
- La búsqueda de nuevas formas de autogestión, a través de actividades creativas permitirá que la sociedad participe activamente en todas estas propuestas, con lo que se ganará recursos y personas comprometidas con la labor de cada fundación.
- Se debería contactar personal especializado para los temas de intereses a nivel de capacitación para que las fundaciones puedan aprovechar estos espacios en beneficio de su personal y voluntarios obteniendo un bien común.

## PRESUPUESTO

Se tomaron valores aproximado del costo de cada variable.

### Presupuesto anual

<b>Variables</b>	<b>Precio</b>
Guía de servicios	\$11,200
Suplementos Diario Expreso	\$2,240
Competencia 5k	\$11,200
Sitio web administrable	\$2,240
Acorvolito	\$1,120
Personal en proyectos	\$5,376
Memorias	\$1,680
<b>Total</b>	<b>\$35056</b>

**\*\*Valores incluyen IVA.**

## CRONOGRAMA

Actividad	2012		2013											
	Nov	Dic	Ene	Feb	Mar	Abril	Mayo	Jun	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic
Guía de servicios			X											
Suplementos Diario Expreso		X												X
Competencia 5k									X					
Sitio web administrable		X	X											
Personal en proyectos			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Memorias			X											
Actualización sitio web y redes sociales		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Acorvolito			X		X		X		X		X		X	

## Bibliografía

- (s.f.). Recuperado el 11 de Agosto de 2012, de UNESCO, who we are:  
<http://www.unesco.org/new/es/unesco/about-us/who-we-are/introducing-unesco/>
- (s.f.). Obtenido de Naciones Unidas: <http://www.un.org/es/>
- (2006). Recuperado el 10 de Agosto de 2012, de CentraRSE:  
[http://siteresources.worldbank.org/CGCSRLP/Resources/Que\\_es\\_RSE.pdf](http://siteresources.worldbank.org/CGCSRLP/Resources/Que_es_RSE.pdf)
- (2008). Recuperado el 12 de Agosto de 2012, de Fundapi:  
[http://www.fundapi.org/index.php?option=com\\_content&task=view&id=5&Itemid=6](http://www.fundapi.org/index.php?option=com_content&task=view&id=5&Itemid=6)
- (2011). Recuperado el 10 de Agosto de 2012, de Acción RSE:  
<http://www.accionrse.cl/contenidos.php?id=44&que-es-la-RSE.htm>
- (2012). Recuperado el 10 de Agosto de 2012, de PLAN Internacional: <http://plan-espana.org/ong>
- (2012). Recuperado el 10 de Agosto de 2012, de PLAN, Historia: <http://plan-espana.org/ong/plan-internacional>
- (2012). Recuperado el 10 de Agosto de 2012, de PLAN Internacional: <http://plan-espana.org/que-hacemos>
- ACORVOL. (s.f.). *ACORVOL*. Recuperado el 16 de Julio de 2012, de  
<http://acorvol.org/index.php/institucion/>
- ACORVOL. (s.f.). *Reseña Historica de ACORVOL*. Guayaquil, Guayas, Ecuador: Ex Presidentas de la Organización ACORVOL.
- Alonso Vázquez, M. (2006). En *Marketing Social Corporativo* (pág. 15).
- American Marketing Association. (17 de Diciembre de 2007). Obtenido de AMA Definition of Marketing:  
<http://www.marketingpower.com/Community/ARC/Pages/Additional/Definition/default.aspx>
- Baquero Novay, M. A. (2008). Estudio de factibilidad para el diseño del proyecto de constitución de una organización de capacitación educativa y transferencia de tecnología para la población de la parroquia Gualea, del Distrito Metropolitana de Quito, Provincia del Pichincha. *Tipos de Fundaciones*, 34-35. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Benítez, J. C. (2008). *El Voluntariado en el Ecuador y su Inserción en las Políticas Públicas*. Quito, Pichincha, Ecuador: Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana.

- Bouleau, J. P. (5 de Octubre de 2010). *Pensamiento Imaginactivo*. Obtenido de <http://manuelgross.bligoo.com/content/view/1025608/Philip-Kotler-Las-tres-orientaciones-del-marketing-Producto-Cliente-Persona.html>. Elaboración Propia.
- Diario El Telégrafo. (Junio de 2012). *El Telégrafo*. Recuperado el 20 de Julio de 2012, de [http://www.telegrafo.com.ec/index.php?option=com\\_zoo&task=item&item\\_id=46517&Itemid=11](http://www.telegrafo.com.ec/index.php?option=com_zoo&task=item&item_id=46517&Itemid=11)
- Diario El Universo. (1 de Mayo de 2012). <http://www.eluniverso.com>. (E. Universo, Editor) Recuperado el 20 de Julio de 2012, de <http://www.eluniverso.com/2012/05/01/1/1356/930-mil-dejaron-ser-pobres-cinco-anos-segun-inec.html>
- Diario Expreso. (Junio de 2012). *Expreso.ec*. Recuperado el 23 de Julio de 2012, de <http://expreso.ec/expreso/plantillas/nota.aspx?idart=2406032&idcat=19409&tipo=2>
- DINEPP, F. (7 de Marzo de 2008). Obtenido de [http://www.unesco.org/fileadmin/MULTIMEDIA/INSTITUTES/UII/confintea/pdf/National\\_Reports/Latin%20America%20-%20Caribbean/Ecuador.pdf](http://www.unesco.org/fileadmin/MULTIMEDIA/INSTITUTES/UII/confintea/pdf/National_Reports/Latin%20America%20-%20Caribbean/Ecuador.pdf)
- Ekos. (01 de Julio de 2012). La RSE exige ser y parecer. *Ekos Negocios*, 70-75.
- Etzel, M. J., Walker, B. J., & Stanton, W. J. (2004). *Marketing* (13th Edition ed.). Mc Graw Hill.
- Falconí, F. (20 de Enero de 2012). (D. Hoy, Editor) Recuperado el 19 de Julio de 2012, de <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/pobreza-se-reduce-en-mas-de-cuatro-puntos-529507.html>
- Fundapi. (s.f.). Recuperado el 25 de Agosto de 2012, de Acorvol: <http://acorvol.org/>
- Giner, S. (2001). En *Teoría Sociológica Clásica Ariel* (pág. 283). Madrid. Obtenido de Teoría Sociológica Clásica Ariel, Madrid.
- Junta de Beneficencia de Guayaquil. (s.f.). Recuperado el 10 de Agosto de 2012, de Junta de Beneficencia de Guayaquil: <http://www.juntadebeneficencia.org.ec/es/beneficiarios>
- (1971). *Journal of Marketing*. En P. Kotler, & G. Zaltman, *Social Marketing: An Approach to Planned Social Change* (págs. 3-12).
- Kotler, P., Armstrong, G., Saunders, J., & Wong, V. (2002). Capítulo 1: ¿Qué es Marketing? En *Principles of Marketing*. Inglaterra: Prentice Hall.
- O.N.U. (s.f.). Recuperado el 12 de Agosto de 2012, de La ONU y la sociedad civil: <http://www.un.org/es/civilsociety/>
- (2004). *Marketing Social, teoría y práctica*. En L. A. Pérez Romero.



(1986). En A. Ries, & J. Trout, *Marketing de Guerra* (pág. XIV). McGraw-Hill.

Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana. (2008). Conclusiones y propuestas. En J. C. Benítez, *El Voluntariado en el Ecuador y su inserción en las Políticas Públicas* (pág. 84). Quito, Ecuador.

*Sweetandcoffee*. (s.f.). Recuperado el 10 de Agosto de 2012, de <http://www.sweetandcoffee.com.ec/>

Voluntariado Ecuador. (s.f.). *Sitio web de la F.E.T.V.* (Jimdo, Productor) Recuperado el 17 de Julio de 2012, de <http://voluntariadoecuador.jimdo.com/qu%C3%A9-es-la-f-e-t-v/>

## ANEXO 1

### ENCUESTA A LA COMUNIDAD

Edad: \_\_\_\_\_

Sexo: Masculino \_\_\_\_\_ Femenino \_\_\_\_\_

Sector: Samborondón \_\_\_\_\_ Ceibos/Vía La Costa \_\_\_\_\_

Urdesa/Kennedy \_\_\_\_\_ Alborada/La Garzota \_\_\_\_\_

Centro/Sur \_\_\_\_\_

1. ¿Ha pertenecido o forma parte de algún grupo de formación, pastoral o voluntariado?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

***Si su respuesta es no pase a la sexta pregunta.***

2. ¿Cuál? \_\_\_\_\_

3. ¿Qué tipo de voluntariado hace o ha realizado? (Marque todas las que aplique)

- Ambiental
- Cooperativo
- Eventos
- Acción social
- Cultural
- Otra \_\_\_\_\_
- Emergencias
- Deportivo

4. ¿Cuánto tiempo lleva haciendo voluntariado?

Menos de 1 año

1-3 años

3-5 años

más de 5

5. ¿Qué lo motivo a hacerlo?

Altruismo

Calidad de vida

Convicciones religiosas

Aumentar las relaciones sociales

Solidaridad

Devolución de favores

Aumentar posibilidad de trabajo

Otra \_\_\_\_\_

*(ALTRUISMO: LOS VOLUNTARIOS PRESENTAN EL BENEFICIO DE OTROS SIN RECIBIR NINGUNA GRATIFICACION ECONOMICA POR ELLO).*

6. ¿Ha escuchado de Acorvol?

Sí \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

¿Donde/Como? \_\_\_\_\_

***Si su respuesta es NO, termine la encuesta***

7. ¿Qué hace esta asociación? (Marque todas las que aplique)

Actividades centradas en la salud

Protección de rescate de animales

Trabaja con persona con VIH

Coordinadora del voluntariado

Cuidado de niños

Trabaja con discapacitados

Actividades religiosas

Otras \_\_\_\_\_

## ANEXO 2

### PARTICIPANTES DE LAS FUNDACIONES ENTREVISTADAS

Fundación	Representante	Cargo
Fundación Acción Solidaria	Erika Chacón Maldonado	Directora de Relaciones Públicas
Fundación ADES Ayuda en Desarrollo Social	Claudia Patricia Uribe	Directora Ejecutiva
Amar	Diana Dávila	Administradora
Fundación Cardiológica Cristo del Consuelo	Laura Vera de Guevara	Presidenta
Fundación Casa de la Misericordia	Luciana Monsal	Representante Voluntariado
Fundación Cooperadoras Salesianas	Clemencia de Rumbea	Presidenta
Fundación Crecer	María Eugenia Peña de Rosales	Presidenta
Fundación Educar en Cristo	Padre Raniero Marinsione	Presidente
Fundación Es Justo y Necesario	Eduardo Molestina Escudero	Presidente
Fasinarm	Jaqueline Hidrbo	Coordinadora RRPP
FUNARMAF	Norma Espinel	Presidenta
Fundapi	Eduardo Bejar	Presidente
Funsiba	Bolívar Mendoza	Director
Fundación Gracias María	Isabel Siguenza de Veintimilla	Presidenta
Fundación Guayaquil Tercera Edad	Norka Vergara de Gómez	Presidenta

Fundación Leónidas Ortega Moreira	Ivana Terán	Representante del Voluntariado
Fundación Monseñor Enriques Julhes	Nancy Pallo de Vargas	Presidenta
Fundación Niños con Futuro	Lilianne de Wright	Directora Ejecutiva
Fundación Nuevo Mundo	Maribel de Vanoni	Presidenta
Fundación Padre Damián	Germania Moran	Administradora
Fundación Pilares	Eduardo Reyes	Presidenta
Fundación Renal del Ecuador Iñigo Álvarez de Toledo	Lucía Carcelén de Blum	Presidenta
Fundación Semillas de Amor	César López	Capacitador
Fundación Sor Dominga Bocca	Sara de Pareja	Presidenta
Fundación VIDHA	Silvia Rivera San Lucas	Directora Administrativa y Social

Fuente: Entrevistas. Elaboración Propia.

### ANEXO 3

#### PREGUNTAS DE LAS ENTREVISTAS DIRIGIDAS A LOS REPRESENTANTES DE LAS FUNDACIONES SELECCIONADAS

Nombre:

Cargo:

Institución:

1. ¿A qué actividad se dedica su fundación?
2. ¿Qué necesidades tiene su fundación? (Guía: recursos económicos, personal calificado, voluntarios, infraestructura, promoción, etc...)
3. ¿Qué actividades realiza para obtener fondos? (guía: recibe ayuda del gobierno, organismos nacionales o internacionales o empresas)
4. ¿El dinero recaudado cubre sus necesidades?
5. ¿Ha realizado o presentado algún proyecto para obtener fondos del gobierno u organismos de crédito o sin fines de lucro?
6. ¿Qué actividades o proyectos realizaría si consiguiera fondos adicionales?.
7. ¿Se ha acercado a empresas para pedir donaciones?, si es afirmativo que dificultades ha encontrado
8. ¿Cuántos voluntarios tiene su fundación?
9. ¿Qué perfil tienen los voluntarios? (edad, sexo, profesión, NSE)
10. ¿Necesitaría más voluntarios para sus actividades?
11. ¿Cuántos empleados tiene la fundación?
12. ¿Sus empleados y los voluntarios se encuentran capacitados para realizar sus actividades?
13. ¿Trabaja o recibe ayuda de algún organismo en cuanto a capacitaciones o asesoría a bajo costo o gratis?
14. ¿En qué áreas o cursos quisiera capacitar a sus empleados y voluntarios?
15. ¿De qué manera da a conocer o promueve las actividades y ayuda que presta su fundación?
16. ¿Usted cree que es necesario que deba comunicar o promover sus actividades para conseguir fondos y voluntarios?
17. ¿Existe algún organismo que controle sus actividades?
18. Cuales son para usted las razones por las cuales las empresas o las personas no ayudan más a las fundaciones (guía: imagen, confianza, no conocen, falta de responsabilidad social).

## ANEXO 4

### PARTICIPANTES DE LAS ENTREVISTAS ACERCA DE LA GESTIÓN DE ACORVOL

Institución	Representante	Cargo
Fundación Acción Solidaria	Erika Chacón Maldonado	Directora de Relaciones Púlicas
Fundación Ecuatoriana Pro-Infantil – FEPRI	Patricia Vallejo de Gonzenbach	Directora de Proyectos
Asociación de Enfermos Incurables AEI	Rosario Cortez	Presidenta
CREER	Renata Domínguez	Coordinadora Pedagógica
Asociación de Voluntariado Hospitalario, ASVOLH	Patricia Puccini de Raad	Presidenta
Fundación Cardiológica Cristo del Consuelo	Laura Vera de Guevara	Presidenta
Fundación Casa de la Misericordia	Luciana Monsal	Representante Voluntariado
Fundación Cariño	Lourdes de Reinoso	Presidenta
Comité de Damas del C.I.C.G	Norma de Martín	Presidenta
Fundación Cooperadoras Salesianas	Clemencia de Rumbea	Presidenta
Fundación Crecer	María Eugenia Peña de Rosales	Presidenta
Fundación Es Justo y Necesario	Eduardo Molestina Escudero	Presidente
FUNARMAF	Norma Espinel	Presidenta

Fundación Guayaquil		
Tercera Edad	Norka Vergara de Gómez	Presidenta
Fundación Leónidas Ortega		
Moreira	Ivana Terán	Representante del Voluntariado
Fundación Monseñor		
Enriques Julhes	Nancy Pallo de Vargas	Presidenta
Fundación Niños con Futuro		
	Lilianne de Wright	Directora Ejecutiva
Fundación Nuevo Mundo		
	Maribel de Vanoni	Presidenta
Fundación Padre Damián		
	Germania Moran	Administradora
Fundación Renal del		
Ecuador Iñigo Álvarez de Toledo	Lucía Carcelén de Blum	Presidenta
Fundación Semillas de Amor		
	César López	Capacitador
SOLCA		
	María del Carmen Yépez	Presidenta
Fundación Sor Dominga		
Bocca	Sara de Pareja	Presidenta
Asociación de voluntariado		
educativo AVE	Leticia Soriano de Guerrero	Presidenta
La Sociedad Ecuatoriana		
Pro-Rehabilitación de los Lisiados SERLI	Esther Pinto de Loor	Directora

Fuente: Entrevistas. Elaboración Propia.

## ANEXO 5

### ENTREVISTA A REPRESENTANTES DE LA RED ACERCA DE LA GESTIÓN DE ACORVOL

Nombre:

Cargo:

Institución:

1. ¿Qué opina acerca de Acorvol?
2. Conoce servicios que ofrece Acorvol? ¿Cuáles?
3. Conoce los beneficios de Acorvol? ¿Cuáles?
4. ¿Cómo calificaría la gestión a Acorvol como Coordinadora del Voluntariado? En cuanto a:
  - Eficiencia
  - Compromiso
  - Capacidad
  - Responsabilidad
  - Puntualidad
  - Comunicación
  - Creatividad
  - Servicio
  - Seriedad
  - Transparencia
5. ¿Qué otros servicios quisiera que Acorvol les pueda ofrecer?
6. ¿Cómo calificaría las capacitaciones y talleres de Acorvol? En cuanto:
  - Contenido
  - Metodología
  - Instructor y/o expositor
  - Puntualidad y cumplimiento
  - Uso de materiales
  - Aulas, equipos e infraestructura
7. Para usted ¿Cuáles cree que son las falencias que Acorvol tiene como entidad?
8. Para usted ¿Cuáles son las cosas positivas de Acorvol?
9. ¿Qué recomendaciones le daría a Acorvol?



## ANEXO 6

### PREGUNTAS PARA LA PRESIDENTA DE ACORVOL

1. ¿A qué se dedica su organización?
2. ¿Cuál es la misión?
3. ¿Cuál es la visión?
4. ¿A qué segmento o sector va dirigido?
5. ¿Cuáles son los servicios que da su organización?
6. ¿Cuáles son los beneficios que brinda su organización?
7. ¿Cuáles son los requisitos formar parte de su organización?
8. ¿Cuál es el procedimiento?
9. ¿De dónde saca sus fondos?
10. ¿Cuántas organizaciones pertenecen a su red?
11. ¿De qué manera promociona a las organizaciones de su red?
12. Ya ha tenido experiencia consiguiendo fondos para fundaciones?
13. ¿Cuál cree que es el mayor problema para obtener fondos u otro tipo de ayuda para fundaciones.
14. ¿Qué tipo de coordinación ofrece ACORVOL?
15. ¿A quiénes coordina?
16. ¿Qué se necesita para formar parte de su coordinación?

En cuanto a capacitaciones:

17. ¿Tipos de capacitaciones ofrece?
18. ¿A quién va dirigido las capacitaciones?
19. ¿Cada cuánto se dan las capacitaciones?
20. ¿Cuánto duran las capacitaciones?
21. ¿Tiene algún costo? ¿Cuánto?

## ANEXO 7

### PREGUNTAS PARA PRESIDENTES DE ACORVOL, FETV Y FUNDAPI

Nombre:

Cargo:

Institución:

1. ¿A qué se dedica su organización?
2. ¿Cuál es la misión?
3. ¿Cuál es la visión?
4. ¿A quién va segmento o sector va dirigido?
5. ¿Cuáles son los servicios que da su organización?
6. ¿Cuáles son los beneficios que brinda su organización?
7. ¿Cuáles son los requisitos formar parte de su organización?
8. ¿Cuál es el procedimiento para formar parte?
9. ¿De dónde saca sus fondos?
10. ¿cuántas organizaciones tiene en su red?
11. ¿De qué manera promociona a las organizaciones de su red?
12. Ya ha tenido experiencia consiguiendo fondos para fundaciones?
13. ¿Cuál cree que es el mayor problema para obtener fondos u otro tipo de ayuda para fundaciones?

## ANEXO 8

### CALIFICACIÓN DE LA GESTIÓN DE ACORVOL

25 Instituciones	Eficiencia	Compromiso	Capacidad	Responsabilidad	Puntualidad	Innovador	Servicio	Transparencia	Comunicación	Seriedad
A	5	3	5	3	4	5	3	5	4	4
B	5	4	3	5	4	5	5	5	4	5
C	5	5	3	4	4	5	4	5	3	5
D	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5
E	4	4	5	5	5	5	5	4	3	5
F	4	4	4	4	3	3	4	5	4	5
G	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4
H	5	3	4	5	4	3	4	4	4	5
I	5	4	3	5	4	4	4	5	3	4
J	4	5	4	4	4	3	5	5	4	5
K	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5
L	5	4	5	4	4	4	3	5	3	4
M	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5
N	4	4	3	4	4	3	5	5	4	4
O	5	4	4	5	4	3	5	4	3	5
P	4	3	5	5	3	4	4	5	4	4
Q	4	4	4	5	3	4	5	4	4	5
R	5	5	5	5	4	3	3	4	5	5
S	4	5	4	4	4	3	5	4	4	4
T	5	4	4	5	5	3	4	5	5	5
U	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4
V	4	5	4	5	5	3	5	5	3	5
W	4	4	4	4	5	3	4	4	3	4
X	4	4	4	5	4	3	4	5	4	5
Y	4	5	4	5	4	4	4	4	3	4
<b>TOTAL</b>	<b>4,5</b>	<b>4,2</b>	<b>4,2</b>	<b>4,6</b>	<b>4,2</b>	<b>3,8</b>	<b>4,3</b>	<b>4,6</b>	<b>3,8</b>	<b>4,6</b>

Fuente: Entrevistas. Elaboración Propia.

## ANEXO 9

### ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN DE ACORVOL

#### A. Análisis FODA

**TABLA 58: FODA ACORVOL**

<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
Transparencia Institucional Apertura al cambio de paradigmas Grupo humano comprometido Credibilidad que parte de principios comunes de trabajo Experiencia Reconocimiento Institucional	Capacitar académicamente a voluntarias para una efectiva labor Inclusión del tema de responsabilidad social en empresas Demanda de Capacitación Nuevos espacios que nos dan a las Instituciones públicas Estrategias con los medios de comunicación
<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
Falta de planificación Institucional Recursos humanos Profesionalismo Comunicación y mantenimiento de acuerdos Diferencia de criterios genera división Poco poder de convocatoria	Falta de voluntariado joven Falsa interpretación del término voluntario Poco interés de los medios de comunicación en este tema Poder económico de ONG's Falta de ley que soporte de voluntariado Inestabilidad política y económica Pérdida de sensibilidad ciudadana frente a problemas sociales Otras ONG's se aprovechan del Voluntariado Competencia en la capacitación

Fuente: Entrevistas. Elaboración: Propia.

#### B. Análisis Interno.

En el año 2009 se tuvo la oportunidad de formar parte de Acorvol realizando ayuda social técnico, y a partir de ese tiempo se ha apoyado en la gestión, regularmente, y de esta manera se puede analizar la

situación internamente de la institución desde el punto de vista de un miembro imparcial en cuanto a opiniones del tema.

**A partir de dicho estudio, se pudo obtener variedad de conclusiones, tales como:**

- La información entre departamentos es lenta.
- En las reuniones la mayoría del personal no estaba presente, tanto interno como con las instituciones de la red.
- Existe diversidad de pensamientos de los miembros de la entidad.
- La información enviada desde la presidencia se atascaba en secretaría.
- Carecen de planes de marketing.
- Sitio web no presenta una imagen atractiva.
- Las redes sociales y sitio web no se actualizan a diario.

**Se recomienda:**

- Mejorar la comunicación entre los miembros de la institución y entre departamentos.
- Organizar y armar un plan de marketing para mejorar las acciones que realizan.
- Incrementar grado de compromiso en cuanto a reuniones y actividades por parte de los miembros de la asociación.
- Actualizar a diario y mejorar el diseño del sitio web, y redes sociales.
- Crear un departamento de proyectos.
- Rearmar el departamento de comunicación.
- Incentivar a los miembros interno y de las redes a involucrarse más en la labor.

### **C. Instituciones fuera de la Red de Acorvol.**

Mediante un sondeo a diferentes instituciones se obtuvo las siguientes conclusiones acerca de Acorvol en cuanto a su imagen y actividad:

- Todas las organizaciones han escuchado de Acorvol, sin embargo, hay quienes no conocen sus actividades pero es reconocido por sus acciones de ayuda a la comunidad.
- Muchas organizaciones lo conocen como ente involucrado en el voluntariado. Este es el caso de Bolívar Mendoza de la Fundación Sin Barreras, quien no conocía las gestiones de Acorvol, pero sabía que su labor tenía relación con los voluntarios y las organizaciones de la sociedad civil.
- Otras organizaciones lo reconocen como una entidad encargada de la salud de los sectores pobres.
- Es reconocido en eventos y en comerciales de televisión.

#### **Se Recomienda:**

- Mejorar la imagen en cuanto a al voluntariado, y proponer acciones para ser la coordinadora del voluntariado a nivel provincial.
- Aclarar lo que la entidad realiza.
- Fortalecer su posicionamiento.

### **D. Posicionamiento de Acorvol en la comunidad.**

Se encuestaron a 400 personas de entre 18 a 60 años, de género femenino y masculino, y que vivan en la ciudad de Guayaquil, con la

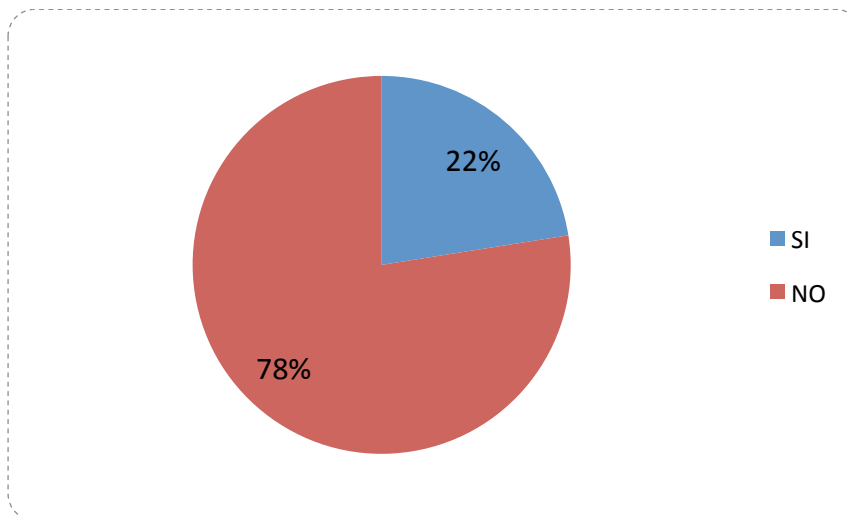
finalidad de conocer el grado de posicionamiento que tienen de Acorvol. Dicha investigación dio como resultado los siguientes análisis:

**TABLA 59: ¿HA ESCUCHADO DE ACORVOL?**

VARIABLES	Cantidad	%
SI	90	23%
NO	310	78%
Total	400	100%

Fuente: Encuestas. Elaboración: Propia.

**GRÁFICO 43: ¿HA ESCUCHADO DE ACORVOL?**



Fuente: Encuestas. Elaboración: Propia.

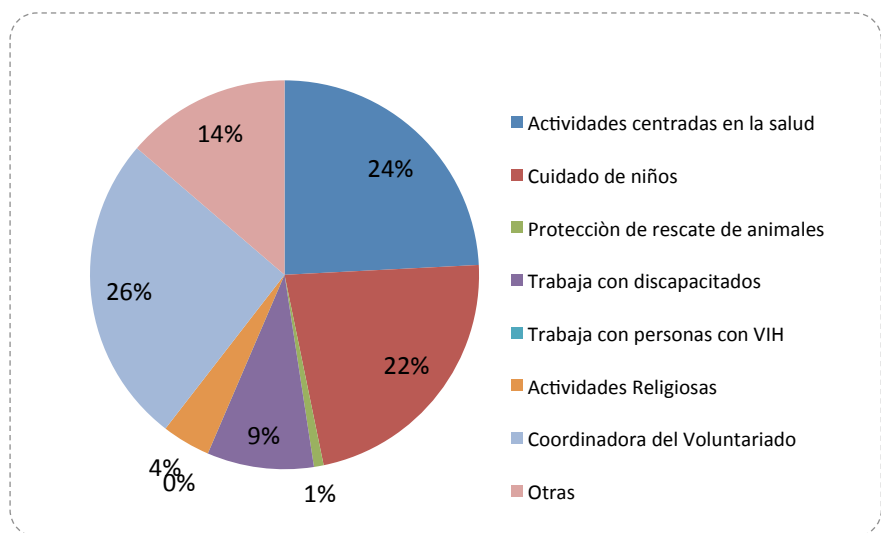
Solo el 22% de los encuestados afirma haber escuchado el nombre de Acorvol, sin embargo no significa que sepan que hace la organización ni de qué se trata, únicamente nos da a entender que la entidad tiene poco reconocimiento por parte del grupo analizado. Tal resultado demuestra poco reconocimiento o recuerdo del nombre Acorvol. Por esa razón se realizó otra pregunta en cuanto a lo que esa la institución:

**TABLA 60: ¿QUÉ HACE ACORVOL?**

Variables	Cantidad	%
Actividades centradas en la salud	30	24%
Cuidado de niños	28	23%
Protección de rescate de animales	1	1%
Trabaja con discapacitados	11	9%
Trabaja con personas con VIH	0	0%
Actividades Religiosas	5	4%
Coordinadora del Voluntariado	32	26%
Otras	17	14%
Total	124	100%

Fuente: Encuestas. Elaboración: Propia.

**GRÁFICO 44: ¿QUÉ HACE LA ASOCIACIÓN?**



Fuente: Encuestas. Elaboración: Propia.



De las personas que dijeron haber escuchado de Acorvol, el 26% lo relaciona con la coordinación del voluntariado. Un 24% lo relaciona con las actividades centradas en la salud y un 22% con el cuidado de niños. Esto quiere decir que la actividad que tiene Acorvol no es claramente percibida por la sociedad, muchos lo relacionan con actividades que realizan sus fundaciones afiliadas, en vez de reconocer su verdadera labor.

Para un estudio más a fondo, se analizarán factores de las personas que conocían que Acorvol era la coordinadora del voluntariado (31 personas = 7,5% del grupo objetivo), en cuanto a rango de su participación en voluntariado, edad y sexo:

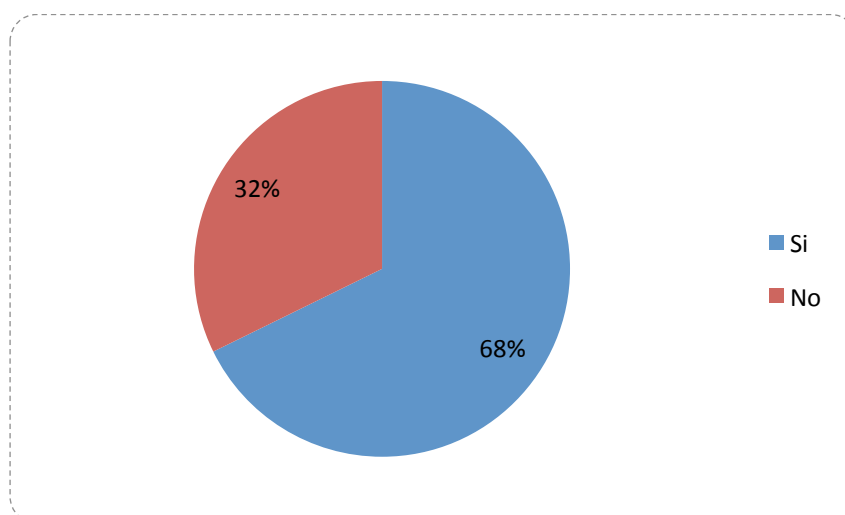
Participación en el voluntariado:

**TABLA 61: VOLUNTARIADO: PARTICIPACIÓN**

Variables	Cantidad	%
Si	21	68%
No	10	32%
Total	31	100%

Fuente: Encuestas. Elaboración: Propia.

## GRÁFICO 45: PARTICIPACIÓN EN EL VOLUNTARIADO



Fuente: Encuestas. Elaboración: Propia.

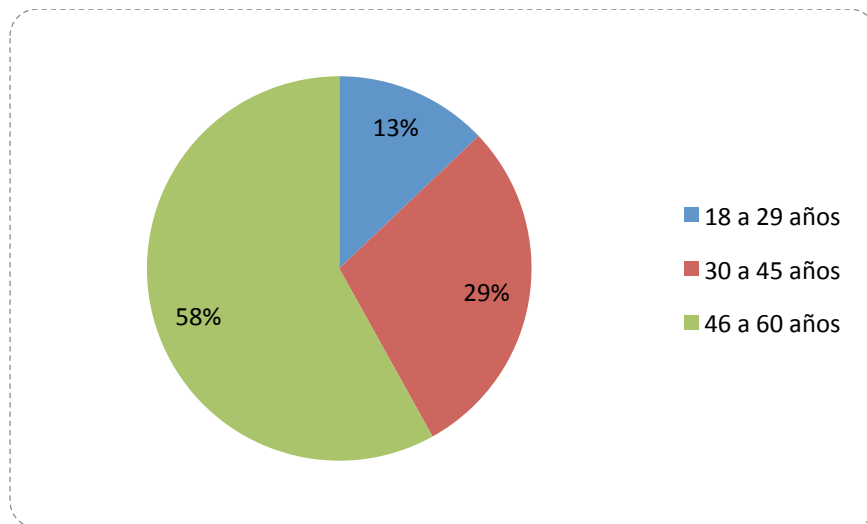
Las personas que conocía lo que realmente hacía Acorvol, tienen un 68% en cuanto a participación en el voluntariado, es decir, que los que conocían era debido a que tenían relación con acciones de ayuda social.

**TABLA 62: RANGO DE EDADES QUE CONOCEN QUE HACE ACORVOL**

Variables	Hombres		Mujeres		Total	
	#	%	#	%	#	%
Rango de edades						
18 a 29 años	2	13%	2	13%	4	13%
30 a 45 años	5	31%	4	27%	9	29%
46 a 60 años	9	56%	9	60%	18	58%
Total	16	100%	15	100%	31	100%

Fuente: Encuestas. Elaboración: Propia.

#### GRÁFICO 46: RANGO DE EDADES QUE CONOCEN QUE HACE ACORVOL

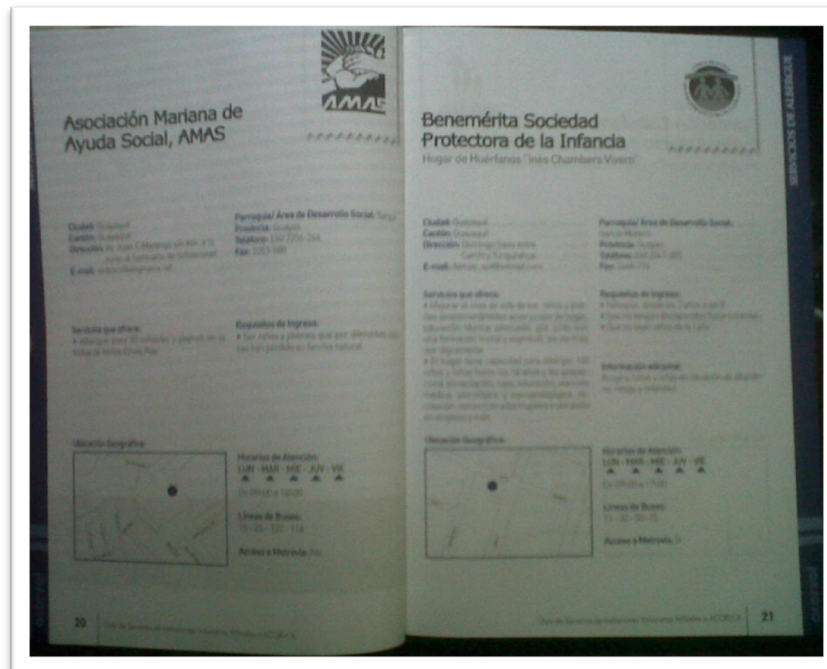


Fuente: Entrevistas. Elaboración: Propia.

El rango de edad de mayor conocimiento en cuanto a los Beneficios y Servicios que ofrece Acorvol fue, de 46 a 60 años en adelante con un 58%. Los mayores de 46 años son los que más voluntariado hacen y por ende conocen más acerca del tema y lo relacionado con el mismo, por eso, tal grupo está más al tanto de las organizaciones que ayudan a las fundaciones y a los voluntarios.

## ANEXO 10

### PORTADA E INTERIOR DE LA GUÍA DE SERVICIOS DE ACORVOL



Fuente: Imagen tomada al materia. Elaboración: Propia

# ANEXO 11

## PORTADA E INTERIOR: SUPLEMENTO DE ACORVOL Dic, 2010



Fuente: Diario Expreso, diciembre 2010.

## ANEXO 12

### PORTADA E INTERIOR: SUPLEMENTO DE ACORVOL Dic, 2011



Fuente: Diario Expreso, diciembre 2010.

## ANEXO 13

### COMPETENCIA 5K DE LA FUNDACIÓN RSA



Fuente: Grupo RSA. Obtenido 29 Agosto. <http://www.rsa.ec/fundacion/>

## ANEXO 14

### IMAGEN DEL SITIO WEB ACTUAL DE ACORVOL



Fuente: Fundapi. (s.f.). Recuperado el 25 de Agosto de 2012, de Acorvol:

<http://acorvol.org/>



## ANEXO 15

### PROPUESTA DEL SITIO WEB DE ACORVOL

The screenshot displays the proposed website for ACORVOL. At the top left is the ACORVOL logo. To the right, there is a social media link for Twitter with the text "Síguenos en twitter" and a Twitter bird icon. Below the logo is a navigation menu with the following items: Inicio, Quienes somos, Instituciones Afiliadas, Redes Temáticas, and Contáctenos. A search bar is located on the right side of the navigation menu.

The main banner features a photograph of a group of women in professional attire standing in front of a backdrop with the ACORVOL logo. To the right of the photo, the text reads: "Grupo de voluntarias recibieron charla introductoria del Programa 'Well Life' de la Fundación MDP." Below the banner are four circular navigation dots.

Below the banner, there are three blog post entries, each with a small image, a title, a byline, a date, and a comment count:

- Promoviendo la capacitación del voluntariado**  
Blog entry by Diana Cevallos | June 23, 2012 | 8 comentarios  
Bases de selección a aquellas personas con un alto potencial entendido como talento, no solo identificándolo en forma individual sino lo adocia como activo para la organización en su conjunto, en el puesto óptimo para que desarrolle sus habilidades. El retener o incluso atraer a aquellas... [Leer más >](#)
- Entrega de Guía de Servicios**  
Blog entry by Carla Sellan | June 22, 2012 | 6 comentarios  
Entrega de "Guías de Servicios de Instituciones de voluntariado afiliadas a ACORVOL" a los profesores de la Escuela Rocafuerte y Colegio Anzotegui, de la Benévola Sociedad Filantrópica del Guayas. También a la Unidad de Equitación y Remonta Guayaquil de la Policía Nacional, Azuayense... [Leer más >](#)
- II Fase del programa de formación**  
Blog entry by Diana Cevallos | June 21, 2012 | 7 comentarios  
Dirigido a: Directivos, Representantes de Instituciones de Voluntariado, Empresarios y personal administrativo de Empresas con Responsabilidad Social Empresarial, Funcionarios PCH, Universitarios, abierto al público. Justificación: Bases de selección a aquellas personas con un alto... [Leer más >](#)

On the right side of the page, there is a Facebook widget for "ACORVOL en Facebook" with a "Me gusta" button. Below it is a Twitter widget for "ACORVOL" showing a list of tweets with their content, dates, and interaction options like "reply", "retweet", and "favorite". At the bottom of the Twitter widget is a "Join the conversation" button.

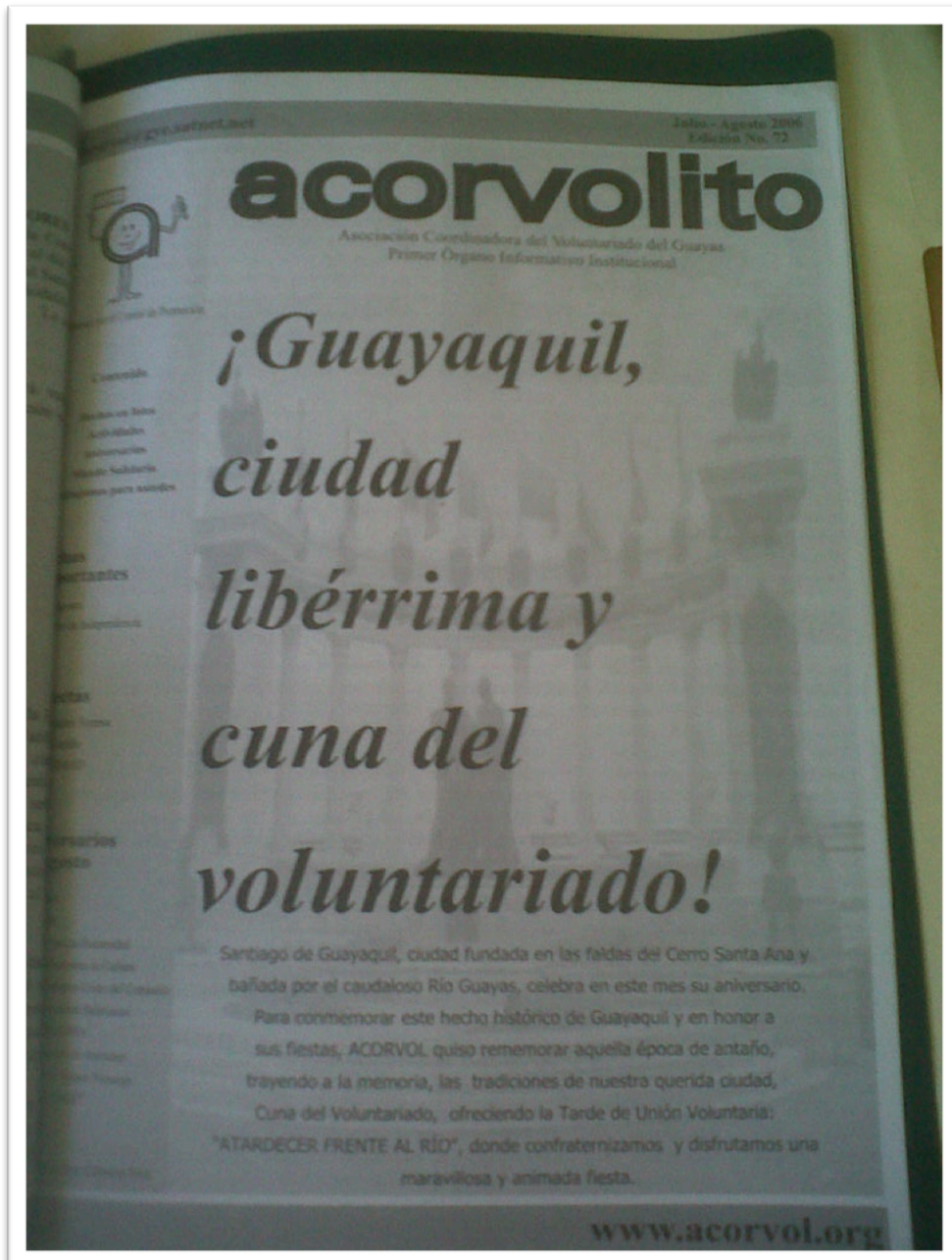
At the bottom of the page, a blue footer bar contains the text: "Asociación Coordinadora del Voluntariado del Guayas. Todos los derechos reservados 2012".

Elaboración: Propia.



ANEXO 17

ACORVOLTO PORTADA AGOSTO/SEPTIEMBRE



Fuente: Acorvol. Periódico: Agosto-Septiembre 2006, Edición No 72. Elaboración: Propia.