

**UNIVERSIDAD LATINA DE COSTA RICA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS LICENCIATURA EN  
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS**

**“DESARROLLO DE UNA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA, MEDIANTE EL  
POSICIONAMIENTO DE MARCA, PROMOCIÓN AL PÚBLICO Y  
ADMINISTRACIÓN ECONÓMICA EFICIENTE, QUE GARANTICE LA  
AUTOSUSTENTABILIDAD ECONÓMICA DE LA RESERVA MADRE VERDE”**

**INGRID MARÍA VARGAS BLANCO**

**SOFÍA MARÍA SANCHO RAMÍREZ**

**PROYECTO DE GRADUACIÓN PRESENTADO COMO REQUISITO PARCIAL  
PARA OPTAR POR EL GRADO DE LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE  
NEGOCIOS**

**GRECIA, COSTA RICA**

**ENERO, 202**

# Tribunal Examinador

Julio, 2016

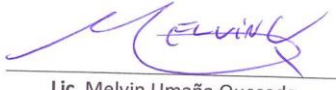


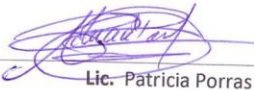
(TFG E#08)

## TRIBUNAL EXAMINADOR

Esta tesis fue aprobada por el Tribunal Examinador de la carrera de **Administración de Negocios**, requisito para optar por el grado **Licenciatura**

  
Lic. Hammer Rojas Hidalgo  
Tutor

  
Lic. Melvin Umaña Quesada  
Lector

  
Lic. Patricia Porras Jiménez  
Lector quien Preside

## VERIFICACION DEL TRIBUNAL EXAMINADOR

\_\_\_\_\_  
NOMBRE DE DIRECTOR DE CARRERA

\_\_\_\_\_  
FIRMA

\_\_\_\_\_  
FECHA

\_\_\_\_\_  
Sello de la Escuela

# Declaración Jurada

Julio, 2016



## DECLARACIÓN JURADA

(TFG E#07)

Yo, Ingrid María Vargas Blanco estudiante de la Universidad Latina de Costa Rica, declaro bajo la fe de juramento y consciente de las responsabilidades penales de este acto, que soy Autor Intelectual de la Tesis / Proyecto de Grado titulada (o):

“DESARROLLO DE UNA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA, MEDIANTE EL POSICIONAMIENTO DE MARCA, PROMOCIÓN AL PÚBLICO Y ADMINISTRACIÓN ECONÓMICA EFICIENTE, QUE GARANTICE LA AUTOSUSTENTABILIDAD ECONÓMICA DE LA RESERVA MADRE VERDE”

Por lo que libero a la Universidad de cualquier responsabilidad en caso de que mi declaración sea falsa.

Es todo, firmo en Grecia a los 20 días del mes de Enero del año 2020.

  
Firma

Ingrid María Vargas Blanco  
Nombre sustentante

2 0699 0652  
Cédula sustentante

# Tribunal Examinador

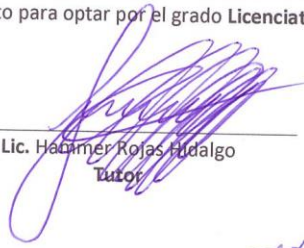
Julio, 2016

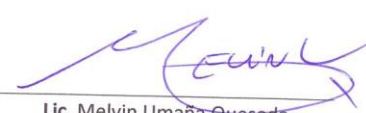



(TFG E#08)

## TRIBUNAL EXAMINADOR

Esta tesis fue aprobada por el Tribunal Examinador de la carrera de **Administración de Negocios**, requisito para optar por el grado **Licenciatura**

  
Lic. Habimer Rojas Hidalgo  
Tutor

  
Lic. Melvin Umaña Quesada  
Lector

  
Lic. Patricia Porras Jiménez  
Lector quien Preside

## VERIFICACION DEL TRIBUNAL EXAMINADOR

NOMBRE DE DIRECTOR DE CARRERA

FIRMA

FECHA

Sello de la Escuela

# Declaración Jurada

Julio, 2016



## DECLARACIÓN JURADA

(TFG E#07)

Yo, Sofía María Sancho Ramírez estudiante de la Universidad Latina de Costa Rica, declaro bajo la fe de juramento y consciente de las responsabilidades penales de este acto, que soy Autor Intelectual de la Tesis / Proyecto de Grado titulada (o):

“DESARROLLO DE UNA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA, MEDIANTE EL POSICIONAMIENTO DE MARCA, PROMOCIÓN AL PÚBLICO Y ADMINISTRACIÓN ECONÓMICA EFICIENTE, QUE GARANTICE LA AUTOSUSTENTABILIDAD ECONÓMICA DE LA RESERVA MADRE VERDE”

Por lo que libero a la Universidad de cualquier responsabilidad en caso de que mi declaración sea falsa.

Es todo, firmo en Grecia a los 20 días del mes de Enero del año 2020.

Firma

Sofía María Sancho Ramírez  
Nombre sustentante

2 0681 0347  
Cédula sustentante

## Carta de la organización involucrada



FUNDACIÓN  
MADRE VERDE

Fundada en el 2000  
www.fundacionmadreverde.org

Palmares, 26 de julio de 2019  
FMV 139-19

Señores  
Universidad Latina de Costa Rica.  
Sede Grecia

Estimados señores:

Por medio de la presente, La Fundación Madre Verde, cédula jurídica 3-006-261053, ubicada en La Granja, Palmares, Alajuela, expresa su conformidad con el desarrollo del Trabajo Final de Graduación en la carrera de Administración de Negocios de las estudiantes Sofía María Sancho Ramírez, cédula de identidad 206810347 e Ingrid María Vargas Blanco cédula de identidad 206990652, así como la obtención y presentación de la información necesaria para su correcta culminación.

Así mismo, declara que no conoce vínculos de parentesco hasta tercer grado de consanguinidad con empleados o dueños de la organización, ni existe ninguna relación laboral con las estudiantes proponentes del proyecto.

Sin más sobre el particular, se suscribe atentamente,

Sonia Chaves Quirós  
Representante Legal



## Carta Finalización



# FUNDACIÓN MADRE VERDE

Fundada en el 2000

www.fundacionmadreverde.org

Palmares, 12 de diciembre de 2019

FMV 173-19

Señores  
Universidad Latina de Costa Rica  
Sede Grecia

Estimados Señores

Por medio de la presente la Fundación Madre Verde hace constar que el proyecto de tesis desarrollado en la Fundación durante los meses de Setiembre a Diciembre del 2019 por las estudiantes Sofía María Sancho Ramírez cédula 206810347 e Ingrid María Vargas Blanco cédula 206990652, ha finalizado de conformidad a lo establecido con sus objetivos.

Sin más a que referirnos,

Se despide atentamente,

  
Delegada Ejecutiva

Fundación Madre Verde

12-12-2019



8810-2014



madreverdefundacion@gmail.com



Palmares de Alajuela, Costa Rica



## **Agradecimientos**

*A Dios, por darme la vida y por permitirme cumplir este sueño.*

*A mis padres, por su amor incondicional, por sus oraciones, por sus palabras de aliento y por ser mi mayor motivación.*

*A mis hermanos, por impulsarme y por creer en mí.*

*A mis amigos por la paciencia, por nunca dejarme caer.*

*A Ingrid V.B, por su amistad incomparable y única, por darme su amor, por compartir conmigo esta hermosa aventura.*

*A mis profesoras y profesores, por el tiempo y esfuerzo que dedicaron a compartir sus conocimientos, y en especial a nuestros tutores Lic Patricia Porras y Hammer Rojas por guiarnos, corregirnos y acompañarnos en esta etapa.*

*A mi amigo y compañero Oscar C.V por su apoyo incondicional y su gran disposición a ayudar.*

***Sofía María Sancho Ramírez.***



## **Dedicatoria**

*A Dios, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente, por sus continuas bendiciones, por los ángeles que ha puesto en mi camino y que han sido apoyo fundamental.*

*A mis padres, por inculcarme el valor del esfuerzo y la perseverancia, a mis hermanos Emilio y Elieth, por motivarme a dar lo mejor de mí, a mi cuñado Edwin y a mi sobrino Fabricio por tanto amor, y a mis amigos Alex, Marco, Ingrid y Milena por su apoyo incondicional en este proceso.*

***Sofia Maria Sancho Ramirez.***

## **Agradecimientos**

*A Dios en primer lugar por la vida, por la salud y por el trabajo. Por darme las fuerzas para salir adelante y luchar por mis sueños.*

*A mis padres German y Rosita por todo el apoyo durante este tiempo, por los valores y enseñanzas que me hicieron llegar hasta aquí, porque de ellos aprendí que con esfuerzo, dedicación y persistencia se pueden lograr grandes cosas cuando así nos lo proponemos.*

*A Patricia Porras por compartir su conocimiento y por ser una guía en este proceso, por ser un ejemplo de excelencia.*

*A Hammer Rojas por sus consejos y acompañamiento durante estos meses.*

*A Oscar Cascante Vargas por su amistad y apoyo incondicional, por ser un ejemplo a seguir.*

*Y finalmente a la vida por cruzar a Sofía Sancho Ramírez en este camino y por permitirnos estar juntas en este proyecto. Por su amistad y apoyo incondicional y por ayudarme a levantarme en los peores momentos.*

***Ingrid Vargas Blanco***

## **Dedicatoria**

*A mis padres German y Rosita, mis hermanos Melissa y Jose David, a Gustavo y Emiliano por ser el motor de mi vida, por creer en mí siempre y por nunca dejarme caer.*

***Ingrid Vargas Blanco***

## Resumen

La presente investigación pretende, luego de estudiar los aspectos administrativos relacionados con la Fundación Madre Verde, lograr que esta sea auto sustentable y no dependa primariamente de donaciones, pues los objetivos conservacionistas de dicha fundación justifican que se le apoye, ya que configuran una garantía de acceso a recurso hídrico y conservación de otros recursos naturales en el futuro.

En el primer capítulo se realiza una introducción al tema y una referencia general a la Fundación Madre Verde, su naturaleza y quehacer, luego se establecen los objetivos, alcances y delimitaciones de la investigación, esto con la finalidad de ubicar al lector en el tiempo y el espacio en que se desarrolla la investigación.

En el capítulo segundo se hace referencia al contexto de la investigación, así como a los referentes teóricos que la sustentan y se interrelacionan entre sí para basar los diferentes acercamientos analíticos, de tal forma que se consigan los objetivos propuestos. En el tercer capítulo se explican los métodos de recolección informativa en la figura de cuestionarios, encuesta y observación, con la finalidad de cotejar dichos datos para concluir el perfil de la propuesta que debe realizarse, la información se sistematiza mediante gráficos y la consideración de los porcentajes obtenidos.

En el capítulo cuarto se analizan los datos recogidos mediante los métodos ya referidos, a partir de estos se localizan las debilidades y fortalezas de la actual gestión y se adecuan con arreglo a los resultados obtenidos. Consecuentemente se pasa al capítulo quinto de conclusiones y recomendaciones que se vierten del análisis general.

## Tabla de Contenidos

Tribunal Examinador.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Tribunal Examinador.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Declaración Jurada .....	ii
Declaración Jurada .....	iv
Carta de la organización involucrada .....	v
Carta Finalización.....	vi
Agradecimientos.....	vii
Dedicatoria.....	viii
Agradecimientos.....	ix
Dedicatoria.....	x
Resumen .....	xi
CAPÍTULO I.....	xix
Aspectos Generales.....	xix
1.1 Introducción.....	1
1.2 Antecedentes del problema de estudio .....	3
1.3 Justificación del proyecto .....	5
1.4 Planteamiento del problema .....	8
1.5 Objetivos de la investigación .....	8
1.5.1 Objetivo general .....	9
1.5.2 Objetivos específicos:.....	9
1.6 Delimitación, Alcance o Cobertura.....	9
1.7 Restricciones y/o Limitaciones .....	10
CAPÍTULO II.....	11
Marco Contextual y Teórico.....	11
2.1. Marco Situacional.....	12
2.1.1. Reseña Histórica .....	13
2.1.2. Misión:.....	16
2.1.3. Visión: .....	16
2.1.4. Valores:.....	16
2.1.5. Organigrama Administrativo .....	17
2.2. Marco Teórico .....	17
2.2.1 Administración .....	17
2.2.2 Administración Económica .....	19
2.2.3 Desarrollo Sostenible.....	20

2.2.4 Desarrollo Sostenible importancia.....	22
2.2.5 Eco Turismo .....	24
2.2.6 Estrategias de Mercadeo.....	26
2.2.7 Fundación .....	27
2.2.8 Mercadeo .....	28
2.2.9 Modelo Administrativo.....	29
2.2.10 Modelos de Desarrollo Sostenible .....	31
2.2.11 Planificación .....	32
2.2.12 Planificación Estratégica .....	34
2.2.13 Posicionamiento de Marca.....	35
2.2.14 Promoción al Público.....	37
2.2.15 Recurso Hídrico.....	38
2.2.16 Reserva .....	39
2.2.17 Sustentabilidad Económica.....	41
<b>CAPÍTULO III .....</b>	<b>43</b>
<b>Marco Metodológico .....</b>	<b>43</b>
3.1 Enfoque y tipo de investigación .....	44
3.1.1 Enfoque de la investigación.....	44
3.1.1.1 Enfoque Mixto.....	44
3.1.2 Tipo de la investigación.....	45
3.1.2.1 Investigación descriptiva: .....	45
3.1.2.2 Investigación transversal: .....	45
3.2 Sujeto y fuentes de información .....	45
3.2.1 Sujetos de información .....	45
3.2.2 Fuentes de información .....	46
3.2.2.1 Fuentes primarias.....	46
3.2.2.2 Fuentes secundarias .....	46
3.3 Población. ....	47
3.4 Tipo de Muestreo y Muestra.....	47
3.4.1 Muestreo .....	47
3.4.2 Muestra: .....	47
3.5 Técnicas e Instrumentos de Recolección de la Información .....	48
3.5.1 Entrevista:.....	48
3.5.2 Cuestionario:.....	48
3.5.3 Observación: .....	49
<b>CAPÍTULO IV .....</b>	<b>50</b>
<b>Análisis de los Resultados .....</b>	<b>50</b>

4.1. Análisis de Resultados.....	51
4.2 Análisis del cuestionario.....	52
4.2.1 Sexo. ....	53
4.2.2 Edad. ....	54
4.2.3 Lugar de residencia.....	55
4.2.4 Conocimiento acerca de La Fundación Madre Verde. ....	56
4.2.5 Conocimiento sobre los esfuerzos que realiza la fundación para la preservación del ambiente en la zona. ....	57
4.2.6 Realización de visitas a la Fundación Madre Verde.....	58
4.2.7 Frecuencia de visitas a la Fundación Madre Verde. ....	59
4.2.8 Conocimiento de la forma en que se financia la Fundación Madre Verde....	60
4.2.9 Inversión en publicidad de La Fundación Madre Verde. ....	61
4.2.10 Conocimiento sobre Ecoturismo. ....	62
4.2.11 Práctica del Ecoturismo. ....	63
4.2.12 Medidas de racionamiento de agua. ....	64
4.2.13 Estrategia más apta para que la población reconozca a nivel cantonal el trabajo de la Fundación Madre Verde. ....	65
4.2.14 Medidas para aumentar la cantidad de visitantes en la Fundación.....	67
4.2.15 Conocimiento sobre la procedencia del agua de Palmares. ....	68
4.2.16 Anuencia de la población a contribuir monetariamente. ....	69
4.2.17 Beneficios de una mayor inyección económica. ....	70
4.3 Análisis de la entrevista.....	71
4.4 Análisis de la observación. ....	77
4.5. Hallazgos de la investigación. ....	78
CAPÍTULO V.....	83
Propuesta de Mercadeo.....	83
5.1 Propuesta. ....	84
5.1.1 Introducción a la propuesta.....	84
5.1.2 Estrategias para el cumplimiento de las propuestas. ....	85
5.1.2.1. Creación de un programa de involucramiento de escuelas y colegios para la confección de la rotulación interna de la reserva. ....	86
5.1.2.2. Desarrollar un plan de patrocinio para la adecuación de los espacios de la Fundación Madre Verde conforme a la ley 7600. ....	86
5.1.2.3. Gestionar la acreditación del permiso para el desarrollo del turismo formal de la Fundación Madre Verde ante el Instituto Costarricense de Turismo. ....	87
5.1.2.4 Cumplir con las condiciones y requisitos que solicitan las instituciones públicas que pueden utilizar los servicios de la Fundación. ....	88
5.1.2.5. Incentivar la práctica del senderismo en empresas e instituciones para mejorar la calidad de vida de sus colaboradores. ....	88

5.1.2.6 Mejorar las técnicas de mercadeo para lograr un mejor posicionamiento de la Fundación a nivel cantonal y regional. ....	88
5.1.2.7 Buscar retroalimentación de parte de las universidades públicas y privadas para identificar oportunidades de mejora. ....	89
5.1.2.8 Diseñar un programa de voluntariado para aumentar el nivel de involucramiento de la comunidad.....	89
5.1.2.9 Coordinar con el gobierno local la colaboración continua para el éxito de los eventos organizados. ....	90
5.1.3 Presupuesto para el cumplimiento de las estrategias.....	90
CAPÍTULO VI .....	91
Conclusiones y Recomendaciones.....	91
6.1 Conclusiones.....	92
6.2 Recomendaciones. ....	94
CAPITULO VII.....	96
Referencias Bibliográficas.....	96
7.1 Referencias Bibliográficas.....	97
Anexos .....	102



## Lista de Cuadros y Figuras

Cuadro #1 Sexo. ....	53
Cuadro #2 Edad. ....	54
Cuadro #3 Lugar de residencia.....	55
Cuadro #4Ha escuchado acerca de La Fundación Madre Verde.....	56
Cuadro #5 Conocimiento sobre los esfuerzos que realiza la fundación para la preservación del ambiente en la zona. ....	57
Cuadro #6 Realización de visitas a la Fundación Madre Verde.....	58
Cuadro #7 Frecuencia de visitas a la Fundación Madre Verde .....	59
Cuadro #8Conocimiento de la forma en que se financia la Fundación Madre Verde .....	60
Cuadro #9 Inversión en publicidad de La Fundación Madre Verde.....	61
Cuadro #10 Conocimiento sobre Ecoturismo.....	62
Cuadro #11 Práctica del Ecoturismo .....	63
Cuadro #12 Medidas de racionamiento de agua.....	64
Cuadro #13 Estrategia más apta para que la población reconozca a nivel cantonal el trabajo de la Fundación Madre Verde. ....	65
Cuadro #14 Medidas para aumentar la cantidad de visitantes en la Fundación .....	67
Cuadro #15 Conocimiento sobre la procedencia del agua de Palmares .....	68
Cuadro #16 Anuencia de la población a contribuir monetariamente .....	69
Cuadro #17 Beneficios de una mayor inyección económica.....	70

## Lista de Gráficos

Gráfico #1 Sexo.....	53
Gráfico #2 Edad.....	54
Gráfico #3 Lugar de residencia .....	55
Gráfico #4 Ha escuchado acerca de La Fundación Madre Verde .....	56
Gráfico #5 Conocimiento sobre los esfuerzos que realiza la fundación para la preservación del ambiente en la zona. ....	57
Gráfico #6 Realización de visitas a la Fundación Madre Verde .....	58
Gráfico #7 Frecuencia de visitas a la Fundación Madre Verde.....	59
Gráfico #8 Conocimiento de la forma en que se financia la Fundación Madre Verde .....	60
Gráfico #9 Inversión en publicidad de La Fundación Madre Verde .....	61
Gráfico #10 Conocimiento sobre Ecoturismo .....	62
Gráfico #11 Práctica del Ecoturismo.....	63
Gráfico #12 Medidas de racionamiento de agua. ....	64
Gráfico #13 Estrategia más apta para que la población reconozca a nivel cantonal el trabajo de la Fundación Madre Verde. ....	65
Gráfico #14 Medidas para aumentar la cantidad de visitantes en la Fundación.....	67
Gráfico #15 Conocimiento sobre la procedencia del agua de Palmares.....	68
Gráfico #16 Anuencia de la población a contribuir monetariamente .....	69
Gráfico #17 Beneficios de una mayor inyección económica .....	70

## Lista de Tablas

Tabla #1 Presupuesto para el cumplimiento de las estrategias.....	90
---	----

**CAPÍTULO I**  
**Aspectos Generales**

## **1.1 Introducción**

Las personas nacidas en la década de los ochenta recuerdan que en los libros de texto de ciencias se incluía al agua dentro de la lista de los recursos inagotables, tal aseveración era de carácter indiscutible; sin embargo, con el paso del tiempo organizaciones internacionales y grupos científicos y ecológicos lanzan la voz de alarma: el agua no solo no es inagotable, sino que de acuerdo con las proyecciones, si no se hacen cambios a nivel mundial en los planos gubernamental y ecológico, el agotamiento de dicho recurso esta apenas a unas décadas de distancia.

Por esta razón, la Organización de las Naciones Unidas (ONU) durante la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo (CNUMAD) llevada a cabo en 1992, recomienda declarar el 22 de marzo como el Día Mundial del agua dulce para llamar la atención sobre la vulnerabilidad de este recurso y la importancia de protegerlo y usarlo de manera responsable, pues la vida en el planeta depende de él.

La mayoría de las necesidades básicas del ser humano están directamente relacionadas con el uso del agua, sin embargo, no se hace conciencia del proceso que requiere para que cada día se cuente con ella en los hogares. En muchos países basta con abrir la llave del grifo para disfrutar del precioso líquido; no obstante, en regiones desérticas o con graves problemas de contaminación hídrica se puede constatar la angustia que produce la escasez de este valioso recurso.

La problemática de escasez del agua es, actualmente, una situación que afecta a miles de personas a nivel mundial. Según la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2017) aproximadamente 3 de cada 10 personas no cuentan con acceso al agua potable y 6 de cada 10, no disponen de saneamiento seguro,

factor que causa una alta tasa de mortalidad y pérdidas en sectores socioeconómicos como el agrícola, ganadero y turístico. En Costa Rica, los esfuerzos por conservar el agua se ven reflejados en proyectos que buscan la preservación del medio ambiente por medio de Organizaciones no gubernamentales (ONGs).

Esta investigación pretende brindar a la Fundación Madre Verde, una serie de aportes basados en una planificación estratégica más consistente, que le permita ser autosustentable económicamente y que asegure la perdurabilidad de la iniciativa ambiental.

Se pretenden identificar estrategias de mercadeo que logren el posicionamiento de esta como una marca representativa del desarrollo sostenible y el ecoturismo a nivel regional y nacional, además de diseñar una estrategia de administración económica eficiente, mediante la revisión y readaptación del modelo administrativo actual de la reserva, de forma tal que se garantice la auto sustentabilidad económica de la Fundación Madre Verde.

En Costa Rica y alrededor del mundo, la inconciencia en temas relacionados al medio ambiente y a la perdurabilidad del agua pareciera ser un tema al que se le presta menos importancia de la que en realidad requiere, por esta razón se considera pertinente la realización de dicha investigación.

## 1.2 Antecedentes del problema de estudio

Para finales de la década de los ochenta y principios de los noventa organizaciones internacionales y gobiernos han comprendido que el gasto incontrolado del agua es contraproducente y totalmente opuesto al desarrollo sostenible. Por esta razón, como se ha establecido, se comienzan a realizar esfuerzos para revertir tal situación y asegurar la preservación de tan valioso recurso.

En el caso específico de Costa Rica-país con mucha riqueza hídrica- “dispone de poco más de 110.000 millones de m<sup>3</sup> de agua (Estado de la Nación, 2005) distribuidos en una densa red hídrica constituida por dos vertientes: Caribe y Pacífico.” (Valverde 2013, p. 5) se han hecho esfuerzos importantes en este ámbito; sin embargo, tal información no es del todo clara porque no especifica cuántos de esos metros cúbicos de agua son potables.

Esta consideración repercute en el caso específico del cantón de Palmares, en cual, debido a la contaminación de sus ríos cercanos y a la falta de nacientes viables para la construcción de acueductos, depende del cantón de San Ramón para su abastecimiento. Sin embargo, esta situación se extiende a muchos otros lugares: Según el Décimo Primer Informe del Estado de la Nación (2005) “las concentraciones de nitratos en algunos pozos y manantiales de la Gran Área Metropolitana (GAM) han llegado al nivel máximo recomendado por las autoridades del área de la salud.” (Alvarado y Ramírez, 2011, p. 73)

Para el periodo 2013-2018, la junta directiva de la Fundación Madre Verde propone y crea un plan de desarrollo para todas sus actividades, no obstante, debido a la inexistencia de voluntarios y apoyo parcial de la población que el mismo no da frutos, ni el éxito esperado.

Por esta razón se considera importante proponer un diseño de trabajo diferente al actual, que contribuya al mejoramiento de su operación. Estas circunstancias no son exclusivas de la Fundación Madre Verde:

Un estudio técnico realizado por la Universidad de Costa Rica establece que más del 70% del territorio nacional tiene potencial de recarga acuífera, y que solamente una área de recarga acuífera ha sido declarada oficialmente a nivel nacional y otra a nivel municipal (Área de Recarga Acuífera Río Bananito declarada mediante Decreto Ejecutivo No. 28024 y Área de Recarga Acuífera de Aserrí, declarada por Acuerdo No. 01-27 de la Municipalidad de Aserrí), lo cual no garantiza que estén debidamente protegidas (Alvarado y Ramírez, 2011, p. 75)

Debido a esto, es preciso buscar estrategias de gestión administrativa que brinden mayor visibilidad a estos proyectos y garanticen su funcionamiento, pues ante los factores de poca disponibilidad de agua potable, dificultad para declarar territorios como reservas para la conservación del agua y el desconocimiento de la opinión pública de lo apremiante que es tener acceso al recurso hídrico, los esfuerzos de ASADAS y reservas deben multiplicarse.

En cuanto a los estudios sobre conservación del recurso hídrico las conclusiones son más o menos las mismas, se debe procurar que el país genere espacios de información y destine presupuestos para la implementación de ASADAS y reservas como la de la Fundación Madre Verde; pero estas deben recibir el apoyo institucional para que labor conjunta genere réditos.

Las Asadas, se mantienen con la esperanza de ser operadores eficientes y solventes, pero los recursos son limitados y si no cuentan con facilidades



financieras y una gestión más estricta, con recursos frescos y visión de futuro, 6la administración en años venideros será igual de difícil o vendrán en picada, como en muchos casos ha ocurrido en el país, ejemplo el sector contaminado con arsénico en Guanacaste. (Ángulo, 2015)

La conclusión del XXI Informe del Estado de la Nación es congruente con esta visión de trabajo conjunto. En síntesis, en relación con los antecedentes se pueden desglosar tres conclusiones generales:

- Hay gran cantidad de agua en Costa Rica pero no toda esta cantidad es de agua potable.
- Una gestión eficiente en la administración de las Asadas y Reservas es necesaria para garantizar el buen funcionamiento de tan importantes proyectos de conservación.
- El estado debe supervisar y apoyar estos esfuerzos que tienden hacia una gestión eficiente.

### **1.3 Justificación del proyecto**

La Fundación Madre Verde es una organización no gubernamental, sin fines de lucro constituida legalmente el 03 de enero del 2000. La misma se encuentra ubicada en el distrito de la Granja de Palmares. Es creada con fines científicos y de investigación para la conservación y el desarrollo sostenible; la cultura y la educación.

La Fundación Madre Verde es el fruto del esfuerzo de 3 empresas privadas del cantón de Palmares, la Asociación Cívica Palmarena (ACP), COOPAVEGA y COOPEPALMARES

las cuales aportaron el dinero en el año 1998 para la compra del terreno, un total de ¢50.000.000.

Sus esfuerzos de conservación giran en torno a la Reserva Natural Madre Verde, un área de bosque de 40 hectáreas, considerándose un sitio de gran importancia para la conservación del recurso hídrico y la biodiversidad del cantón de Palmares. La Reserva representa un instrumento importante para la educación ambiental, el esparcimiento, y la realización de actividades que le permiten a la Fundación Madre Verde generar ingresos para su operación y el desarrollo de sus actividades.

Pone a disposición de los visitantes algunos atractivos para la recreación y educación ambiental como: senderos de diferente nivel de dificultad con aproximadamente 3 kilómetros de extensión en total, un área de camping, un área recuperada por regeneración natural y reforestación con aproximadamente 6000 árboles sembrados, un espacio para la recreación, jardín de polinizadores, jardín de plantas medicinales e instalaciones donde operó una antigua lechería.

La Fundación Madre Verde obtiene sus ingresos por medio de las donaciones de empresas del sector privado del cantón de Palmares, además de diversas actividades y servicios que brindan al público. La misma cuenta al día de hoy con un total de 107 socios patrocinadores, el organigrama de la Fundación está conformado por comisiones, integradas de manera voluntaria por socias y socios, amigos (as) y miembros de la comunidad Palmareña.

Tiene como órgano máximo la Asamblea General que se reúne una vez al año, y es coordinada por una Junta Administrativa, y una Dirección Administrativa que se divide en dos áreas; la estructura administrativa integrada por un Asistente Administrativo(a), Personal

de Operación, Equipo de Voluntariado y Equipo de Comunicación. Por otro lado, la estructura de Comisiones integrada por la Comisión de Educación Ambiental, la Comisión Financiera, Comisión de Deporte y Cultura y por último la Comisión de Turismo.

La importancia de la Reserva para el cantón de Palmares se centra en el deseo de la población de lograr en un futuro auto abastecerse de recurso hídrico, ya que actualmente Palmares depende de San Ramón para la obtención del agua. El objetivo principal de este proyecto es realizar una investigación enfocada en aspectos que se consideran primordiales para que la Fundación Madre Verde se convierta en una institución autosustentable y no dependa en su mayoría de las donaciones del sector privado. Representa una oportunidad para que las futuras generaciones de Palmares cuenten con este recurso vital, sin depender de ningún otro cantón como lo es de San Ramón actualmente.

Se pretende posicionar a la Fundación Madre Verde para dar seguridad a la población de que se cuenta con los recursos para abastecer al cantón de Palmares de forma suficiente y que además puede beneficiar a otros cantones aledaños si se administra de manera correcta, se desea hacer consciencia y contribuir a la conservación de esta fundación creada con el esfuerzo de los habitantes de la zona por conservar recurso hídrico que en algún momento se consideró inagotable.

La Fundación Madre Verde ha logrado ser líder regional en la protección y conservación del recurso hídrico, lo cual ha generado consecuencias positivas como el respaldo y apoyo técnico y financiero de diferentes entidades a nivel nacional e internacional.

Se considera pertinente estructurar una planificación estratégica que brinde independencia económica a la fundación, sin que esto signifique renunciar al aporte de estos donantes.

Un objetivo tan noble y previsor como lo es la conservación de la naturaleza y los recursos naturales en general no debe depender únicamente de la buena voluntad de la empresa privada y particulares, sino que su gestión debe ser auto sustentable, para de este modo, asegurar la continuidad de dicho proyecto, por esta razón, y aplicando el concepto de planificación sobre contingencias, es preciso establecer un modelo administrativo que le permita al proyecto solventar los gastos necesarios que aseguren su continuidad.

Este objetivo no debe comprenderse como un esfuerzo por lucrar con la fundación, lo cual está fuera de regla y se aleja de los objetivos y atribuciones de una organización no lucrativa, sino que, tal y como se ha explicado, tiende a la gestión independiente de la organización, en el entendido de que su objetivo, de la máxima importancia, implica el funcionamiento y éxito del proyecto.

#### **1.4 Planteamiento del problema**

Existe un peligro inminente para la Reserva Madre Verde, debido a que la misma depende en su mayoría, de los aportes económicos brindados por los donantes de la empresa privada y/o socios patrocinadores. Pero, ¿qué sucedería si estos retiraran su apoyo? ¿La fundación está en condiciones de afrontar esta situación? Es gracias a estas interrogantes que surge la preocupación de investigar que herramientas pueden ser útiles para que la Fundación Madre Verde se convierta en una organización autosustentable.

Se considera un proyecto de gran importancia a nivel regional, ya que el objetivo principal de la fundación es el futuro abastecimiento de agua para el cantón de Palmare y alrededores ya que este depende en su mayoría del cantón de San Ramón.

#### **1.5 Objetivos de la investigación**

### **1.5.1 Objetivo general**

Analizar el desarrollo de una planificación estratégica, mediante el posicionamiento de marca, promoción al público y administración económica eficiente, que garantice la auto sustentabilidad económica de la Reserva Madre Verde durante el periodo comprendido en los meses de setiembre y diciembre del año 2019.

### **1.5.2 Objetivos específicos:**

Identificar estrategias de mercadeo que logren el posicionamiento de la Fundación Madre Verde como una marca representativa del desarrollo sostenible y el eco turismo a nivel regional y nacional.

Diseñar una estrategia de administración económica eficiente, mediante la revisión y readaptación del modelo administrativo actual de la reserva, de forma tal que se garantice la auto sustentabilidad económica de la Fundación Madre Verde.

Desarrollar una propuesta de planificación estratégica dirigida al posicionamiento de marca y a la administración económica eficiente con el fin de alcanzar la auto sustentabilidad de la Fundación Madre Verde.

### **1.6 Delimitación, Alcance o Cobertura**

La trascendencia de la investigación recae sobre el hecho de concientizar, responsabilizar e involucrar a mayor escala a la población palmareña, sobre este gran esfuerzo por conservar y preservar un recurso tan preciado y que amenaza con escasearse si no se toman las acciones correctas.

En este plano, es necesario identificar los métodos y estrategias de mercadeo, idóneos y eficientes, necesarias para lograr el posicionamiento de la Fundación Madre Verde como

una marca representativa del desarrollo sostenible y el eco turismo a nivel regional y nacional. Además, por medio de una estrategia de administración económica eficiente, se busca una revisión y readaptación del modelo administrativo actual de la reserva, que asegure la auto sustentabilidad económica de la Fundación Madre Verde para el período comprendido entre septiembre y diciembre del año 2019.

### **1.7 Restricciones y/o Limitaciones**

Fundación Madre Verde, cantón de Palmares, provincia de Alajuela, Costa Rica, en el periodo que va del segundo al tercer cuatrimestre del año 2019.

En el desarrollo de la investigación se considera que se pueden enfrentar las siguientes limitaciones:

- La oposición por parte de la población que colabore al desarrollo de la investigación.
- Poco apoyo de parte de la población y de la compañía
- Falta de disposición de los miembros de la Fundación para brindar información relevante para la investigación.

**CAPÍTULO II**  
**Marco Contextual y Teórico**

## **2.1. Marco Situacional**

En la actualidad, uno de los temas relevantes gira en torno a los esfuerzos por conservar el recurso hídrico y por concientizar a la población sobre la importancia de trabajar en conjunto para amortiguar el daño que el mismo ser humano ha causado en la naturaleza. Consecuentemente, el objeto de estudio se centra en una finalidad de orden ecológico, dicho de otra forma, se busca una gestión empresarial que se dirija a la conservación de recursos naturales necesarios para la vida y el equilibrio del ser humano y del ecosistema con el cual interacciona.

En Costa Rica los esfuerzos por contribuir a esta causa se han visto reflejados en distintas organizaciones que convergen desde distintos sectores: empresarial, institucional y académico, entre otros, en estos sectores, en mayor o menor medida, se ha llegado a conclusiones terminantes: ahorrar y conservar el recurso hídrico es prioritario si se desea un desarrollo sostenible.

La Fundación Madre Verde tiene esta percepción muy bien definida, la fundación es una organización no gubernamental sin fines de lucro constituida legalmente con la cédula número 3-006-261053 el 3 de enero del 2000, su órgano máximo lo representa la Asamblea General. En la zona de Occidente, Fundación Madre Verde es la única dedicada a la conservación ambiental y del recurso hídrico.

La Fundación anteriormente hizo un esfuerzo por contar con un plan de desarrollo, sin embargo, en una evaluación realizada, se identifican en su contenido varias inconsistencias y carencias que lo hacían poco viable por lo que los objetivos planteados en ese momento, no se cumplieron, Según el Informe Estado de la Nación (2017):



Tal como se mencionó anteriormente, alrededor de un 31% de la población costarricense es abastecida de agua potable, gracias a la labor que ejecutan los operadores comunales. Estas organizaciones sin fines de lucro realizan un aporte fundamental en materia de saneamiento a pesar de que cuentan con recursos limitados y que poseen debilidades en materia de organización y planificación, que atentan constantemente con la sostenibilidad del servicio brindado. (Informe Estado de la Nación, 2017, p 16)

Por consiguiente, esta investigación tiene como fin brindar a la Fundación, en el período comprendido entre setiembre y diciembre del año 2019, estrategias de mercadeo adaptadas a las necesidades existentes, que garanticen un aumento considerable en la venta de los servicios que ofrece para asegurar la perdurabilidad y estabilidad económica del proyecto, por medio de la creación de un plan de asesoría ambiental dirigida al sector educativo y a empresas públicas y privadas de la zona de Occidente y alrededores, además de la creación de nuevos servicios que generen más ingresos.

### **2.1.1. Reseña Histórica**

La historia de la Fundación Madre Verde se remonta a 1990 cuando en una reunión de la Asamblea General de la Asociación de Desarrollo Integral de la Granja de Palmares, un grupo de personas expresó su preocupación por el recurso hídrico del distrito y su posible escasez futura; las acciones para su protección debían ser inmediatas.

Es así como la Asociación de Desarrollo crea la comisión encargada del diseño y desarrollo de un proyecto de conservación del recurso; que iniciaría con la propuesta de la compra de las tierras propiedad de La FEYBA de Palmares S.A., por su alto potencial hídrico, belleza escénica y un arraigado sentimiento de pertenencia de parte de los vecinos. Estas eran

tierras dedicadas a la producción de café y ganado, con pequeños reductos de bosque y charrales.

Esta comisión inicia la búsqueda de fondos para la adquisición de la finca, ante el gobierno nacional y local, instituciones, cooperantes internacionales y sector privado. El precio de la finca ascendía a ¢24.000.000 (veinticuatro millones de colones), por lo que se ofrece al propietario un adelanto como señal de trato de ¢200.000 colones. Este monto fue recaudado entre los vecinos de la comunidad, sin embargo, al no poder levantar los fondos restantes, la comisión se desintegra y desiste de la idea de compra (1991-1993). Este representó el primer intento de adquirir la finca. No es sino hasta 1998 que, ante la amenaza del interés del IDA (Instituto de Desarrollo Agrario) de parcelar y otorgar esas tierras a agricultores, un grupo de personas de la zona se organizan nuevamente para la compra, ya con fines de conservación.

Esta iniciativa se fortalece cuando el IDA desiste de la idea de parcelar gracias a que estudios, realizados por su equipo de ingenieros, revelaran que el 85% de las tierras eran de vocación forestal y solo un 15% podían dedicarse a la agricultura. Esta decisión desencadenó una serie de protestas de los parceleros, que llevaron entre otras cosas a la quema de la finca. (Campos, 2013). Es en ese momento que el Ing. Carlos Suarez Badilla recomienda constituir una fundación ya que consideraba que era el tipo de figura legal que contaba con mayor credibilidad ante los donantes internacionales.

Es así como nace la Fundación Madre Verde, el 3 de enero de 2000, una Organización No Gubernamental, sin fines de lucro. Creada con fines científicos e investigación para la conservación y el desarrollo sostenible; la cultura y la educación. Una de las primeras actividades que le dio vida a la Fundación, fue la campaña para obtener los fondos para

comprar la propiedad donde hoy se asienta la Reserva Natural Madre Verde. Lo que representó todo un reto ya que sus propietarios habían incrementado el precio a ¢100.000.000 (Cien millones de colones). Como no se encontró ningún donante dispuesto a invertir esa suma, asesorados por el Señor Emel Rodríguez, en ese entonces Coordinador del Proyecto Corredor Biológico Mesoamericano, realizan un intercambio con la Fundación Monte Alto para aprender del proceso de adquisición de la Reserva Natural Monte Alto.

Con este insumo, deciden emprender una campaña similar a la de Monte Alto, que consistía en captar los fondos a través de certificados que se ofrecieran a la población Palmareña, que a su vez los convirtiera en aliados de este esfuerzo ambiental.

El primer contactado fue la Asociación Cívica Palmareña (ACP) y otras instituciones como COOPAVEGA y COOPEPALMARES. La ACP no solo aportó dinero, sino que también negoció con el propietario una rebaja en el precio; por lo que logra que se reduzca el monto a la mitad (¢50.000.000) y además que esta suma no fuera de contado, sino que se pudiera pagar a tres años plazo. Para lograr este objetivo, la ACP aportó un total de ¢30.000.000 (Treinta millones de colones) que pagaría en 3 años en cuotas de diez millones (¢10.000.000) cada uno más interés sobre los saldos; COOPAVEGA R.L contribuyó con tres millones de colones (¢3.000.000), mismos que se usaron para el enganche de compra y COOPEPALMARES R.L con un millón de colones (¢1.000.000). Más de 500 palmareños comprometidos con la causa donaron para tal fin, logrando así la meta y en menor tiempo. (Campos, 2013).

Al momento de su constitución la Fundación fue integrada por 28 socios fundadores y de acuerdo con los estatutos a partir de ese año en cada Asamblea General, nuevos socios se pueden incorporar hasta máximo de 10 socios patrocinadores por año (estas son personas

colaboradoras y amigas de la Fundación que desean continuar trabajando por el medio ambiente), actualmente se cuenta con un total de 107 socios patrocinadores, de los cuales 39 son mujeres, 65 son hombres y 3 son organizaciones comunales. Desde la constitución de la Fundación un total de 5 socios han fallecido: Sr. Buenaventura Rodríguez, Sr. Alvaro Vargas Vásquez, Sr. Allin Corrales, Sr. Samuel Barrantes Zamora y Sra. María Flor Rodríguez Barboza; personas que contribuyeron a los logros actuales de la Fundación.

#### **2.1.2. Misión:**

“Somos una organización ambiental que promueve y ofrece espacios para el aprendizaje y la felicidad, en armonía con la naturaleza”

#### **2.1.3. Visión:**

“Ser una organización ambiental referente y autosostenible, que contribuye con el desarrollo integral de la comunidad”

#### **2.1.4. Valores:**

- Honestidad: Honramos y defendemos el patrimonio de la Fundación y somos transparentes en nuestro accionar.
- Compromiso: Damos nuestro mejor esfuerzo para conseguir los objetivos de la organización.
- Respeto: Trato considerado hacia toda forma de vida.

## 2.1.5. Organigrama Administrativo



## 2.2. Marco Teórico

### 2.2.1 Administración

Según Fernando Correa (2009) se define Administración como: “el proceso de diseñar y mantener un entorno en el que, trabajando en grupos, los individuos cumplan eficientemente objetivos específicos.” (p.6) Esta definición implica un modelo administrativo que comprende la administración como la capacidad de delegar tareas, lo que a un tiempo remite a la consideración del recurso humano, pues parte del principio de que debe lograrse un entorno donde el trabajo colectivo logre objetivos previamente trazados.

Esta noción supone el alcance de un entorno adecuado como algo posterior al trazado de los objetivos específicos, es decir, se trata de una idea de administración que se enfoca en el contexto en el cual se deben cumplir los objetivos de una empresa y una especial atención

al recurso humano en tanto gestor de las distintas metas. Dicha noción también implica que la administración no se basa en modelos preestablecidos, sino que esta, debe diseñarse atendiendo factores particulares de cada situación, por lo que un modo de administración exitoso en ciertas circunstancias puede no serlo en otras y es a esto que se refiere la idea de diseño establecida en la cita de líneas arriba.

La siguiente cita más o menos mantiene la misma idea de la anterior; sin embargo, añade o especifica más en relación con las funciones que los individuos realizan dentro del grupo de trabajo:

La administración también se puede definir como el proceso de crear, diseñar y mantener un ambiente en el que las personas laboren o trabajen en grupos, y alcancen con eficiencia las metas seleccionadas. Con administración, las personas realizan funciones de planeación, organización, integración de personas y de bienes o cosas, dirección y control. (Sánchez, 2015, p. 46)

Además de la afirmación de que la administración es un diseño basado en el contexto y la relación del recurso humano con los otros recursos, y estos, con los objetivos trazados, es preciso referirse a la continuación o perduración del diseño que responda a los propósitos de la organización, pues no basta con establecer el diseño adecuado, sino que este debe mantenerse.

Así mismo, la administración se comprende como un proceso de creación, diseño y mantenimiento de un entorno en donde el recurso humano esté en condiciones de ensamblar el trabajo de individuos que se unen con un fin específico.

En el caso de la Fundación Madre Verde se precisa establecer un diseño que permita, considerando el contexto y la interacción del recurso humano con los recursos disponibles, establecer la organización que dé pie a la consecución de los objetivos trazados en lo que será la estrategia administrativa que se desarrollará en la presente investigación.

### **2.2.2 Administración Económica**

La administración económica considerada como un “Conjunto de procedimientos y órganos por medio de los cuales la autoridad pública interviene en la economía” (García, 1953, p. 15) está determinada por la organización social y política de un estado sin que esto implique que esté exenta de la influencia de agentes externos como lo son las instituciones económicas globales.

La administración económica no debe comprenderse como un solo concepto, sino que es una forma de englobar distintos conceptos en uno solo con un afán ordenador:

La Administración económica está compuesta por múltiples organizaciones públicas que tienen y ejercen competencias de este orden. Hablamos de ella en singular sólo para facilitar la comprensión de lo que realmente es un complejo integrado por la Administración estatal, la autonómica, los distintos entes locales (municipios, diputaciones provinciales, mancomunidades, consorcios) y los entes instrumentales dependientes de cada una de estos niveles (agencias, organismos autónomos, entidades públicas empresariales, sociedades públicas, fundaciones etc.). Todo un aparato institucional que debe amoldarse a las necesidades de la estructura económica, mediante la flexibilidad y la eficacia (compatibles con la legalidad), para evitar entorpecer su buen funcionamiento. (Rivera, 2015, p. 58)

Como se ha establecido la administración económica debe amoldarse a la estructura económica, y por tanto se encuentra ligada al contexto socio económico y político. Otra propiedad que se espera de la administración económica es la eficacia, pues de su buen funcionamiento depende en gran medida la adecuada administración de los fondos públicos.

En cuanto a la Fundación Madre Verde, aunque es privada, tiene interrelación con diferentes instancias de la administración pública, representados en la figura de instituciones autónomas como lo es el I.C.E. (Instituto Costarricense de Electricidad), gabinetes ejecutivos como lo es el M.I.N.A.E. (Ministerio de Ambiente y Energía) e instituciones gubernamentales como es el caso de A.Y.A., entre otras, y su buen funcionamiento depende de la eficacia de estas instancias propias de la administración pública.

### **2.2.3 Desarrollo Sostenible**

El desarrollo sostenible es un concepto tomado de la ecología que considera la posibilidad de sustentar el espacio humano sin abusar ni degradar el ecosistema, parte de la idea de que el recurso natural es escaso y valioso y no debe someterse a los intereses socioeconómicos. Este concepto encierra además la idea de preservar con la mente puesta en el futuro:

“El desarrollo sostenible se define como el tipo de desarrollo que satisface las necesidades de las generaciones actuales sin poner en peligro las posibilidades de desarrollo de las generaciones futuras.” (Gaona, 2006, p 28)

Todas las acciones realizadas por los seres humanos diariamente, desde la forma de vestirse, alimentarse, o relacionarse, repercuten negativa o positivamente en el medio ambiente, por lo general, la mayoría de estas lo comprometen y afectan.



El planeta está siendo víctima de la ambición de las empresas por crecer desmedidamente y maximizar sus ganancias sin importar cuales sean los medios para conseguirlo, es por ello que el término de globalización en los últimos años ha sido mal empleado, pues a partir de una interpretación errónea se ha provocado una brecha en los principios fundamentales de sostenibilidad que engloban la responsabilidad social, protección ambiental y objetivos económicos, ya que el crecimiento debe procurarse lográndose con respeto de la naturaleza y los seres humanos.

El desarrollo sostenible se comprende entonces como la capacidad de crecer respetando el espacio ecológico, basado en la idea de cubrir las necesidades humanas considerando el entorno biofísico, por esto se dice que: “Satisface las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para atender sus propias necesidades” (Sosa Flores, 2007, p 10)

En el año 2015, La Organización de las Naciones Unidas (ONU), lanza un acuerdo internacional llamado “Agenda de Desarrollo Sostenible 2030”, revisable a ese año, y que involucra 17 objetivos que giran en torno a la lucha por disminuir la desigualdad de género y condiciones sociales, contra la pobreza, y al cuidado del planeta. Este proyecto se encuentra en un lapso crucial, es el momento clave para que los sectores públicos y privados, instituciones de todos los niveles, gobiernos y en general todas las personas se involucren para así, marcar un punto de inflexión que apoye el tan importante motivo.

Si bien es cierto, cada gobierno debe fijar el camino a seguir para el cumplimiento de este objetivo global, Costa Rica, por ejemplo, ha sido el primer país en el mundo en firmar el acuerdo e incorporar legislaciones y políticas.

Es así como Fundación Madre Verde se encuentra beneficiada con el programa de Pago de Servicios Ambientales que otorga el Estado, el cual es un reconocimiento financiero por los esfuerzos de fundaciones de esta índole, personas físicas o jurídicas, por conservar la biodiversidad de los bosques, belleza escénica y protección del recurso hídrico. Además, otras instituciones como el SINAC o la Municipalidad de Palmareño les apoya en las actividades organizadas por la fundación, como limpieza de quebradas, ríos, patrullajes.

Madre Verde es un ejemplo del compromiso por aprovechar y conservar de una forma sostenible, y brindar al palmareño y vecinos de cantones aledaños una opción diferente de recreación, sin comprometer los recursos que en un futuro cercano pueden abastecer esta zona, y asegurar calidad de vida para las siguientes generaciones.

#### **2.2.4 Desarrollo Sostenible importancia**

El desarrollo sostenible comporta el equilibrio entre el factor social y el factor biológico, comprendiendo que la utilización de los recursos naturales no debe someterse al interés meramente económico, pues estos recursos son limitados y valiosos e implican un artículo de primera importancia porque el desarrollo sostenible garantiza la pervivencia de las futuras generaciones. Por esta razón, se puede establecer que la importancia del desarrollo sostenible, aunque situada en el presente, está dirigida hacia el futuro:

(...) la publicación, en 1987, del ya citado Informe Brundtland de la Comisión Mundial del Medio Ambiente y del Desarrollo (CMMAD), que proclamó el desarrollo sostenible como el objetivo central de la política económica. Según esta Comisión, el desarrollo sostenible sería «aquél que es capaz de cubrir las necesidades del presente sin comprometer las posibilidades de las futuras

generaciones para satisfacer sus propias necesidades» (Paniagua y Moyano, 1998, p. 154.)

Esa cobertura de las necesidades actuales sin ir en detrimento de las futuras, es la mejor forma de establecer la importancia del desarrollo sostenible, pues involucra la conciencia de preservar para el futuro, contrario a la que se practicaba décadas atrás, pues siempre se sacrificaba el interés ecológico al interés económico, fuera por ignorancia, o como simple manifestación del consumismo desmedido, de acuerdo con Minguet:

Sin embargo, a comienzos de este nuevo siglo, la sucesión de grandes conferencias internacionales y las evaluaciones de sus resultados nos informan de la progresión de los problemas que originaron la idea de sostener el desarrollo, destacando la virtualidad de la crítica académica al optimismo económico y tecnológico, y de la crítica moral de los nuevos movimientos sociales a la creciente falta de solidaridad de las generaciones presentes y futuras. Es necesario, ¿por tanto que todo despliegue de recursos que se viene realizando se acompañe de los instrumentos precisos para hacer llegar los mensajes y promover una cultura de la sustentabilidad. (Minguet, 1998, p. 224).

En este sentido, de acuerdo a lo mencionado en la cita anterior, se pueden encontrar tres puntos sobre la importancia del desarrollo sostenible. En primer lugar, la preservación del equilibrio natural frente al optimismo económico y tecnológico, el cual no debe servir de justificación para un desarrollo ciego a la importancia del factor ecológico. En segunda instancia la noción básica de solidaridad entre generaciones, pues el desarrollo sostenible implica, como se ha señalado, el preservar desde el hoy pensando en el mañana y el tercer

punto que se refiere a la necesidad de que los mensajes relativos a la importancia del desarrollo sostenible sean claros y pertinentes.

La Fundación Madre Verde encuentra uno de los puntos primordiales de su justificación en su empeño de preservar recursos naturales dentro de un modelo de desarrollo sostenible, pues quienes idearon este proyecto tienen clara la importancia de preservar para el futuro, de considerar a las nuevas generaciones y de destinar recursos económicos pensando en un desarrollo en equilibrio con la naturaleza.

### **2.2.5 Eco Turismo**

El ecoturismo comienza a partir de la década de los ochenta en el Caribe costarricense según investigaciones de Dehoorne, Murat y Petit-Charles (2010) y marca un punto de arranque para una forma alternativa de turismo. Pues la forma más adecuada de definir ecoturismo es comenzar diciendo que es una alternativa al turismo convencional, ya que su marca distintiva es el interés por disfrutar en armonía con la naturaleza:

El ecoturismo, modelo de desarrollo alternativo al servicio de la preservación de ambientes naturales protegidos, herramienta de lucha contra la pobreza, instrumento de desarrollo sostenible al corazón de nuevos modelos de gobernanza, etc. (World Tourism Organization, 2003 y 1992), abre un marco conceptual original que permite imaginar gestiones renovadas de desarrollo a partir de los ingresos provenientes de consumo turístico, mejor pensadas y organizadas. (Dehoorne, Murat y Petit-Charles, 2010, p.123)

El ecoturismo va más allá de la simple industria y considera el factor humano en una interacción equilibrada con el espacio ecológico, en una relación con fines más sociales y afines al desarrollo sostenible. Esta modalidad turística también ofrece la oportunidad de

realizar un turismo en donde además del aspecto recreativo, las personas pueden adquirir una experiencia directa con la naturaleza y sus procesos:

La Unión Mundial para la Naturaleza (UICN, por sus siglas en inglés) citado en Jiménez Bulla, 2013 define el ecoturismo como:

Aquella modalidad turística ambientalmente responsable, consistente en viajar o visitar áreas naturales sin disturbar con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestres) de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural (del presente y del pasado) que puedan encontrarse ahí, a través de un proceso que promueva la conservación, tiene bajo impacto ambiental y cultural, y propicia un involucramiento activo y socio-económicamente benéfico de las poblaciones locales. (Jiménez, 2013, p 17)

La relación con la comunidad y con el entorno en términos de una conexión basada en la retroalimentación es importante dentro del ecoturismo, por lo que se puede establecer que más allá del aspecto económico, esta modalidad turística estimula relaciones de índole social.

En el caso de la Fundación Madre Verde, esta debe posicionarse como una marca de ecoturismo que ofrezca al público la posibilidad de recrearse y a la vez compenetrarse con la Reserva, de forma tal, que esta sea sinónimo de turismo ecológico en el marco de un modelo de desarrollo sostenible.

## 2.2.6 Estrategias de Mercadeo

Una estrategia de mercadeo debe ser posterior a la elaboración de un plan estratégico, pues este determina la estrategia de mercadeo que mejor se ajusta al plan estratégico diseñado; por lo tanto, una vez este se ha planteado, se puede tener un panorama más claro, pues es el trazado que una estrategia de mercadeo requiere.

Por consiguiente, sin un plan estratégico y sin una estrategia comercial no se puede diseñar una estrategia de mercadeo coherente con el producto o servicio que se ofrece para clientes potenciales. Por esta razón una estrategia de mercadeo contempla:

(...) parámetros de habilidades, alcance geográfico, necesidades y deseos de los consumidores y sistemas de administración. Se analizan también competencias y habilidades para cada aspecto relativo a la mezcla de mercadeo, investigación de mercado, comportamiento del consumidor, desarrollo y lanzamiento de nuevos productos, manejo de intermediarios, proveedores, distribuidores, selección, capacitación y motivación de la fuerza de ventas. (Salame, 2013, p.65)

Desde esta perspectiva la definición más concisa de estrategia de mercadeo es la de aquella que consiste en el: “diseño e implementación que tienen como propósito la realización eficaz y eficiente de los actos de ventas de la organización.” (Lee, 2007 p.44). En síntesis, el concepto de estrategias de mercadeo se refiere a un diseño que tiene como finalidad una venta de productos o servicio eficaz y eficiente, la cual se realiza apoyándose en el plan estratégico y la estrategia comercial.

En el caso de la Fundación Madre Verde se debe diseñar una estrategia que permita una venta de los productos y servicios por ella ofertados y que, de conformidad con los

criterios del mercadeo, contemple en su diseño los tipos de servicios ofrecidos, la clientela a quien va dirigido y su perfil general, así como los medios de publicidad más acordes con las estrategias delineadas por la Fundación.

### **2.2.7 Fundación**

Una fundación se entiende como un tipo de persona jurídica sin fines de lucro, para la cual sus fundadores aportan un patrimonio que debe ser utilizado en proyectos de bien común: mejoras a la comunidad, cuidado del medio ambiente, conservación de espacios y recursos naturales, entre otros. Los proyectos deben ser consecuentes con su planteamiento social, establecido en un inicio; a la vez, debe procurarse la conservación del patrimonio para futuros planes.

Natalia Contreras (2008) en su tesis de licenciatura define puntualmente el concepto de Fundación. Desde su punto de vista, “en general, la Fundación está dirigida a un fin ideal externo y se constituye por voluntad de un fundador, que puede ser una o varias personas naturales o jurídicas” (Contreras, 2008, p. 17). Se desprende de esta definición, la relevancia de las fundaciones como medio de proyección e impacto a nivel social, debido a que su principal causa es la de ayudar a un ente externo, en el cual se identifican ciertas necesidades.

Asociado a lo anterior, resulta fundamental rescatar el mérito de las Fundaciones, ya que sus iniciativas nacen de la solidaridad y la preocupación de una o más personas por el mejoramiento de determinado aspecto; en este sentido, debe tenerse claro que “el abanico de fines de interés general que la ley reconoce son amplísimos: educativos, culturales, científicos, deportivos, sanitarios, medioambientales, laborales y un enorme etcétera” (Del Campo, 2007, p. 24). De este modo, se develan la variedad de fines que puede perseguir una Fundación y su importancia como medio para alcanzar el bienestar social.

Por otra parte, el término también puede comprenderse como: “Las fundaciones son organizaciones constituidas sin ánimo de lucro, cuyo patrimonio está afectado de un modo duradero a la realización de fines de interés general.” (Linares, 1998, p.24)

Tras el abordaje teórico de este concepto, se establece que La Fundación Madre Verde –fundación en que se enfoca este proyecto-, tiene como fin la persecución de un interés medioambiental, que beneficie tanto a la comunidad como a la preservación de los recursos naturales, especialmente, el recurso hídrico.

### **2.2.8 Mercadeo**

"Es un sistema de actividades mercantiles proyectado para planear, establecer precios, promover, y distribuir algo de valor, que satisfaga deseos, tanto de consumidores domésticos como de usuarios industriales" (Céspedes Sáenz, 2010, p 4).

“Es el proceso de desarrollar, promover, y distribuir productos con el fin de satisfacer las necesidades y deseos de los clientes”. (Scheider Farese, Kimbrell, and Woloszyk, 2001, p 3)

A lo largo de la historia, el mercadeo ha sido una de las piezas fundamentales para lograr el desarrollo y el éxito de cualquier proyecto, sea grande o pequeño, el mercadeo abarca una serie de funciones que ayudan a las empresas a lograr y satisfacer las necesidades de la población y por otro lado, cumplir las metas de la organización.

La Fundación Madre Verde requiere de la aplicación de un plan de mercadeo que le ayude a dar a conocer su nombre a nivel nacional y de esta forma sacar provecho del potencial de la organización y de la importancia que representa este proyecto al tratar un tema con tanto auge en la actualidad como lo es la preservación del agua.



El mercadeo es la clave para llegar a la población deseada, por medio de la investigación de mercados, la innovación y creatividad en los procesos de mercadeo, se puede lograr la captación de nuevos mercados y por ende la generación y/o aumento en las ganancias de la organización. Actualmente existe una gran cantidad de métodos y tecnologías que se usan en la actualidad como un aliado para llegar de manera más directa a la población meta, lo cual ha provocado la evolución del mercadeo en el transcurso de los años.

La función principal del mercadeo en la Fundación Madre Verde lograr el desarrollo de estrategias que promuevan la preservación de los recursos naturales del cantón de Palmarese en especial el recurso hídrico para que así, la fundación logre posicionarse como una organización líder en su área.

### **2.2.9 Modelo Administrativo**

El concepto de modelo implica un diseño que procura anticipar las diferentes problemáticas que se pueden verter de una actividad en particular, aplicado a la administración, este concepto adquiere la connotación de un itinerario a seguir en el ejercicio de la gerencia. Según Espinoza (2009) y algunos teóricos de la administración entre los que se puede citar a Zacarías Torres (2014), Henry Fayol, padre de la administración clásica, estableció el primer modelo administrativo el cual dio pie a que se crearan los modelos posteriores, tal modelo según recuerda Espinoza (2009) consta de las siguientes partes:

- La planificación consiste en examinar el futuro y elaborar un plan de acción.
  
- La organización consiste en construir una estructura dual (material y humana) para conseguir los fines.

- La dirección consiste en el mantenimiento de la actividad entre el personal de la organización. El personal debe ser motivado y estimulado.
- La coordinación consiste en la cohesión, integración y armonía de toda la actividad y el esfuerzo.
- El control consiste en constatar que todo haya sido efectuado en conformidad con el plan establecido. (p. 55)

Aunque se establece que en los modelos contemporáneos deben ser flexibles y adecuados a los tiempos corrientes, se reconoce que en su diseño los modelos conservan la estructura clásica, la cual se puede adaptar, como se ha dicho, a los desafíos de la actualidad. Un modelo administrativo está diseñado para ser eficiente, pues de él dependen las pautas de funcionamiento de un negocio o actividad:

En la definición del modelo administrativo eficiente es necesario que las organizaciones definan su direccionamiento estratégico. El direccionamiento estratégico de las organizaciones, comprende los objetivos estratégicos de la organización, los cuales deben ser diseñados por todos los miembros de la organización. Según la estrategia comprende el plan general de la empresa para sobrevivir en el medio y en cual desarrolla sus actividades. La estrategia le permite a la empresa identificar y definir el modelo de negocios pertinente, quiénes son sus clientes, como se debe competir, qué tipo de organización es la que se tiene y qué está tratando de lograr la empresa. (Osorio, Escobar y Botero, 2010, p.131)

Se entiende que el modelo administrativo implica la definición de un direccionamiento estratégico, por esa razón, este último determina al modelo administrativo o lo que es lo mismo: el modelo administrativo consiste en una serie de puntos que están determinados por el direccionamiento estratégico, este a su vez, se compone de objetivos diseñados por los individuos agrupados para trabajar en un bien común. Cuando en la definición de administración se establecía la idea de crear un diseño, ese diseño se relaciona con el concepto de modelo administrativo. En este punto se define la estrategia como un producto del modelo, o dicho de otro modo el plan general de una empresa se desprende de su modelo administrativo.

Para puntualizar, la Reserva Madre Verde, debe establecer un direccionamiento estratégico que le permita definir el modelo administrativo pertinente con el fin de proyectar el plan general de la Fundación.

#### **2.2.10 Modelos de Desarrollo Sostenible**

Los modelos de desarrollo sostenible consideran la disponibilidad de los recursos naturales en función del desarrollo humano, a saber, si estos son capaces de sustentar el desarrollo humano sin verse afectados de manera profunda:

El desarrollo sostenible se ocupa de modelos de consumo material susceptibles de ser repelidos respetando a la vez la diversidad cultural. Esos modelos reconocen las limitaciones del espacio ambiental. No tratan el eco espacio como un bien gratuito, que puede saquear a voluntad cualquier nación o individuo. Fijan un precio a ese espacio, reflejando su relativa escasez de hoy y de mañana. Esos modelos de desarrollo tratan el espacio ecológico como

cualquier otro activo escaso y se ocupan de políticas de gestión sensata.  
(Pronk, Illaq y Haq, 1992, p. 800-801)

En consecuencia, los modelos de desarrollo sostenible se caracterizan por procurar el desarrollo como producto de la equilibrada interacción entre el componente social y el componente biofísico, administrando este último como un recurso escaso y valioso, de forma tal que las gestiones que en función de este se realicen, sean responsables y estén en armonía con el aspecto ecológico:

El modelo de desarrollo sostenible, definido a partir del concepto de sustentabilidad de los sistemas productivos, se centra en el objetivo de satisfacer las necesidades de la generación presente, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para compensar las propias. En este sentido, la urgencia de transitar de un paradigma racional que privilegió durante décadas el control y uso eficiente de la naturaleza, hacia otro más congruente con el sentido de supervivencia y continuidad de la especie humana (Villaruel, 1998, p.1)

En el caso de la Fundación Madre Verde, si se quiere ser coherentes con la visión y la misión de la empresa es preciso que los modelos administrativos estén de acuerdo con la noción de modelos de desarrollo sostenible, en donde se fusione la preocupación por lograr un desarrollo económico con la preocupación ecológica que le da su razón de ser.

### **2.2.11 Planificación**

La planificación implica un proceso cuyo motor principal consiste en proyectarse para el futuro, estableciendo las pautas a seguir y escogiendo los métodos apropiados y la experticia requerida para lograr una finalidad previamente establecida; Contasti (s.f.), citado

en Molins, (1998, p.19) en su Manual de planificación, define el concepto de la siguiente manera: “La planificación es una disciplina orientada a la selección de objetivos derivados de un fin previamente establecido y al logro de estos objetivos de una manera óptima.”

Anterior a la planificación está el trazado de los objetivos, los cuales determinan los pasos a seguir. La planificación se relaciona con el recurso humano y su idoneidad y con estrategias efectivas para determinados propósitos. Así mismo, debe estar sustentada en trabajo investigativo que refuerce lo que se pretende hacer, de forma tal que implica un ejercicio de estudio y de proyección en donde deben anticiparse las posibles variables para que dicha planificación resulte lo más acertadamente posible.

Es verdad que la planificación parte de supuestos y generalizaciones; sin embargo, el trabajo investigativo serio puede prever, con márgenes de error aceptables, ciertas contingencias futuras. La planificación es una parte muy importante de la administración y del diseño de un entorno en donde los individuos se agrupan para cumplir objetivos en común:

Es toda actividad que debe planificarse antes de ejecutarse, esta se concebía como una manera de ver hacia el horizonte, hacia adelante, hacia lo que se tiene que hacer. Todo lo que nosotros hagamos, en alguna medida, implicará la reacción de algo o de alguien. La planificación de largo plazo se hace de una forma sencilla y solo requiere de supuestos y proyecciones. (Lizaraz, 2009, p 4)

Al llevar este concepto al terreno concreto de la Fundación Madre Verde y su quehacer, es imperativo realizar una planeación basada en los objetivos y valores de dicho proyecto, comprendiendo el entorno y los alcances y delimitaciones que la Reserva como tal

tiene, para de este modo anticipar y proyectar considerando las probables fluctuaciones a las que se pueda ver sometida, considerando además, en todo momento, que debido a la naturaleza del proyecto, tal planificación debe darse dentro del marco del desarrollo sostenible.

### **2.2.12 Planificación Estratégica**

La planificación estratégica es un concepto más específico y por lo general implica una transformación: "...es un proceso socio-político y científico orientado por objetivos de transformación cuanti-cualitativos de un sector particular de la realidad." (Editorial Brujas, 2016, p 42)

Desde esta perspectiva la planificación estratégica no es rígida, sino que por el contrario tiende a romper esquemas, pues su finalidad es transformar en términos cualitativos y cuantitativos. Si bien es cierto, la planificación, como se explicó en el apartado anterior, consiste en supuestos y proyecciones, la planificación estratégica está sustentada por un estudio minucioso de la situación, sea para emprenderla o para transformarla.

Este estudio minucioso implica revisar el estado actual de las circunstancias (diagnóstico) que permite identificar los errores y comprenderlos de forma tal que puedan revertirse y evitarse en el futuro:

La planificación estratégica "es una poderosa herramienta de diagnóstico, análisis, reflexión y toma de decisiones colectivas, acerca del quehacer actual y el camino que deben recorrer en el futuro las comunidades, organizaciones e instituciones. No solo para responder ante los cambios y las demandas que les impone el entorno y lograr así el máximo de eficiencia y calidad en sus

intervenciones, sino también para proponer y concretar las transformaciones que requiere el entorno” (Navajo, 2011, p 27)

Así pues, del diagnóstico se vierte un análisis del cual se desprende la estrategia de planificación más idónea para lograr los objetivos propuestos. La planificación estratégica, además, comprende que las empresas se encuentran en un mundo para nada rígido, sino que constantemente está expuesto al cambio y las fluctuaciones, y gran parte de una planificación estratégica viene dado por la capacidad de esta de amoldarse a esos cambios.

Los alcances y objetivos que la Fundación Madre Verde se trace, deben formularse dentro del marco de una planificación estratégica, que comienza con el diagnóstico de la situación actual con la finalidad de realizar un análisis exhaustivo de los pasos precisos para lograr las transformaciones necesarias que le permitan a la reserva una gestión exitosa.

### **2.2.13 Posicionamiento de Marca**

La marca designa a productos o servicios y los identifica en medio del gran caudal de ofertas que existen en el mercado. Una marca, hablando en términos mercadológicos, debe llenar una necesidad mediante un beneficio que ella, aunque tiene competidores, pueda sufragar de manera más completa:

Se entiende el posicionamiento como un lugar que debe ocupar un producto o servicio en la mente del consumidor. En términos estrictos, el posicionamiento se evidencia en la imagen de marca construida por los clientes. En teoría, el posicionamiento del producto es función de la empresa, pero en realidad lo construye el cliente a partir de las experiencias y sensaciones que la marca le permite tener y que hace explícita en su propuesta de valor. (Velázquez et, 2016, p.20)

Todas las marcas, no obstante, en mayor o en menor medida, han debido posicionarse, este posicionamiento de la marca se puede definir como la capacidad del departamento de mercadeo de dar visibilidad a tal marca y colocarla como prestigiosa en su área de influencia, generando en los consumidores o usuarios, la necesidad de obtener el beneficio que tal marca ofrece.

La marca como tal implica un nexo entre los factores mercadológicos y la concretización del producto o servicio en la realidad del cliente, ubicar o colocar esta marca implica generar en el cliente la idea de que esa marca específica de bien o servicio es lo que necesita en determinado contexto: “Posicionamiento de la marca será el vínculo adecuado entre la promesa de la misma y el grado de satisfacción del mercado al momento de tener la experiencia de uso.” (Velásquez, Navas, Escolar, Días, Morales y Guerra, 2016, p. 161)

Cuando esa marca establece un referente mental en el consumidor, asociado normalmente con calidad y prestigio, es cuando, según lo dicho por Esparragoza (2014), esta se ha posicionado en el horizonte de expectativas del consumidor, lo que comprende que el costo de un producto se justifica por la marca; es decir, factores tales como calidad, durabilidad o incluso diseño se consideran no cada uno por aparte u objetivamente, sino que quedan anclados al prestigio de la marca.

Desde este punto de vista, los productos o servicios ofertados por la Fundación Madre Verde, deberían lograr que su calidad esté respaldada por una marca debidamente posicionada dentro del ámbito del eco turismo. Para de esta manera tener ventaja sobre las otras opciones que el mercado ofrece.



## **2.2.14 Promoción al Público**

El mercadeo que, tal y como se ha dicho, implica una serie de acciones relacionadas con la comercialización de un producto o servicio, posee ciertos impulsores que potencian el proceso de hacer una marca visible y relacionarla con calidad.

El libre mercado se caracteriza por una competencia entre ofertas de productos o servicios, por tal motivo, cualquier ventaja sobre las otras ofertas puede resultar de suma importancia, para estos efectos existen mecanismos como la promoción al público: “Por promoción dirigida al consumidor se entiende cualquier tipo de ventaja adicional o actividad especial ligada al producto y creada para atraer directamente la atención de los clientes” (Marketing promocional, 2009, p.9)

De esta manera la promoción al público se convierte en un instrumento que ayuda a visibilizar un producto o servicio y hacerlo, mediante la promoción, más atractivo, pues esta origina un estímulo positivo extra: si se compra tal producto o servicio, se obtiene algo más por el mismo precio, esto causa un efecto en el consumidor, el cual, por lo general, con este estímulo, se ve impulsado a optar por la opción que le ofrece algo adicional. La promoción al consumidor implica vender más:

Quando nos referimos al objetivo que se persigue con la promoción dirigida al consumidor final, nos estamos centrando en intentar hacer uso de sus comportamientos de compra durante el periodo en que se está realizando la promoción; dicho de una forma más directa, lo que se intenta es vender más en un plazo determinado. (Rivera, 2002, p.120)

De esta manera, se maximiza, mediante una promoción pertinente, la venta de un producto que de otra forma se vendería de manera más lenta. Desde esta perspectiva se puede

resumir que la promoción al público busca hacer un servicio o producto sea más atractiva que otros porque ofrece algo más que a sí mismo, y además propicia en el consumidor el interés de adquirirlo en mayor escala que otros productos o servicios, precisamente porque se enfoca en el consumidor final y aprovecha los impulsos consumistas de este.

En el caso de la Fundación Madre Verde, se debe tener en cuenta que hay otras opciones de ecoturismo en la región y por lo tanto, se debe ser consciente del público meta y la zona de influencia de la Fundación con la finalidad de que se diseñen promociones atractivas para dicho público, de forma tal que la oferta de la Fundación brinde algo más que las demás y estimule de esta forma, al potencial consumidor.

#### **2.2.15 Recurso Hídrico**

La forma más concisa de definir recurso hídrico es señalar que se trata del agua potable disponible para consumo humano, para riego y proyectos hidroeléctricos, y que, por su ubicación, es susceptible de ser aprovechada, excluyendo con esto, no solo las aguas oceánicas o contaminadas, sino aquellos mantos acuíferos subterráneos, los cuáles resultan inaccesibles para el aprovechamiento humano.

El recurso hídrico entonces es el agua que puede ser aprovechada por los seres humanos: “El agua es el recurso que además de tener un valor vital para los ecosistemas, las sociedades y el desarrollo de actividades económicas, goza también de una riqueza altamente codiciada por los usuarios privados y gubernamentales” (Nava y Gandin, 2015, p. 121)

El recurso hídrico, por tanto, es altamente valorado no solo por su valor de líquido vital, cuyo consumo es crucial para que la vida de los seres vivos sea posible, sino que va más allá de esto y se convierte en un insumo muy apreciado por los sectores económicos e industriales, pues el recurso hídrico:

Es el elemento central del nexo de desarrollo y tiene conexiones con todos los ámbitos de la vida humana -desde necesidades básicas como la alimentación, la salud y la energía, hasta la actividad de la industria y el comercio-, entender el futuro de los recursos hídricos es fundamental a la hora de analizar la prosperidad venidera y evitar una catástrofe (Ünver, 2012, p. 72)

Desde esta perspectiva se comprende claramente que el recurso hídrico es la base del bienestar presente y futuro, y, por tanto, implica un valioso recurso que es vital tanto para el desarrollo humano como ecológico.

La Fundación Madre Verde tiene dentro de sus objetivos más cruciales asegurar la reserva de este valioso recurso, en este empeño, demuestra una visión adelantada que se proyecta al futuro, pues se comprende que el bienestar y el desarrollo de las futuras generaciones está en directa correlación con los esfuerzos que en ella se hagan.

En el plano social y de la salud, el recurso hídrico, por obvias razones biológicas es vital; aunque este solo factor sería suficiente para velar por su conservación, queda claro que, en tanto insumo para el desarrollo de la industria y el comercio, tal recurso es indispensable. En Costa Rica, además, se tiene la experiencia cercana de la producción de energía hidroeléctrica, forma de energía limpia coherente con el desarrollo sostenible.

#### **2.2.16 Reserva**

Una reserva en realidad es una forma de área protegida que busca conservar el equilibrio ecológico de un territorio dado y la conservación de los recursos naturales que en ella se encuentran. Conocidas en el ámbito biológico como reservas de la biosfera, representan una categoría de las áreas protegidas. La primera definición de área protegida implica sus delimitaciones y objetivos: “El CDB (Convenio sobre la Diversidad Biológica

1992) plantea que las áreas protegidas son aquellas que están “definidas geográficamente que hayan sido designadas, reguladas y administradas para alcanzar objetivos específicos de conservación”. (Corzo, 2012, p. 224)”.

Esto admite una delimitación geográfica que idealmente establezca límites naturales, no imaginarios o artificiales, que estén reguladas por instituciones privadas o estatales, y administradas con miras a conservar, sea fauna, flora o recursos naturales.

La diferencia entre área protegida y reserva natural es la que propicie una definición más precisa del segundo concepto. Un área protegida supone un área geográfica delimitada por el estado, en tanto que la reserva consiste en un terreno más pequeño que no necesariamente es administrado por el estado:

(...) se entiende por reserva natural la parte o el todo del área de un inmueble que conserve una muestra de un ecosistema natural y sea manejado bajo los principios de la sustentabilidad en el uso de los recursos naturales, cuyas actividades y usos se establecerán de acuerdo con la reglamentación y la participación de las organizaciones sin ánimo de lucro de carácter ambiental. (Mayorquín, Valenzuela y Rangel, 2010, p. 383)

En el caso de la Reserva Madre Verde, la misma se encuentra administrada por la fundación, con el objetivo de conservar, entre otros, el recurso hídrico con el que cuenta en el distrito de La Granja de Palmares. Razón por la cual, esta reserva se maneja bajo los principios de sustentabilidad en el uso de los recursos naturales. Entonces desde la perspectiva de la biología, la reserva es una categoría de los distintos tipos de área protegida, con la salvedad de que esta no es administrada por el estado sino por una fundación sin fines de lucro y de que su extensión territorial es más pequeña.

## **2.2.17 Sustentabilidad Económica**

El concepto de sustentabilidad económica está ligado con el modelo de desarrollo sostenible e implica una revisión a los modelos económicos productivistas:

El concepto de sustentabilidad planteado en la Declaración de Rio de 1992, incluyó tres objetivos básicos a cumplir:

Ecológicos. Representan el estado natural (físico) de los ecosistemas, los que no debe ser degradados sino mantener sus características principales, las cuales son esenciales para su supervivencia a largo plazo.

Económicos. Debe promoverse una economía productiva basada y auxiliada por el conocimiento (know-how) y el desarrollo técnico científico, que proporcionar los ingresos suficientes para garantizar la continuidad en el manejo sostenible de los recursos.

Sociales. Los beneficios y costos deben distribuirse equitativamente entre los distintos grupos, etc. (Moreno Bustamante-Chaparro Ávila, 2008, p 8)

Este concepto, que abarca los niveles ecológicos, económicos y sociales tiende a una posición claramente equilibrada que pretende, antes que obedecer a intereses meramente económicos, atender a intereses signados por la preocupación por preservar los recursos naturales y la justicia social: “La sustentabilidad económica importa una gestión adecuada de los recursos que justifique la continuidad del sistema económico vigente”. (Pérez Bustamante, 2007, p 123).

Muchos sectores se han enterado de que la explotación de la naturaleza en aras del desarrollo económico es similar a matar a la gansa de los huevos de oro y comprenden que

los recursos naturales, deben considerarse bienes imprescindibles, escasos y valiosos, los cuales no deben derrocharse sin ningún tipo de consideración. En otras palabras, cualquier sistema político y económico que no considere modelos de desarrollo sostenible no debería ser viable porque la prioridad consiste en preservar para el futuro.

La Fundación Madre Verde debe enmarcarse dentro de esta noción de sustentabilidad económica y dar una visión renovada basada en este término, lo cual es coherente con los objetivos de la Fundación.

**CAPÍTULO III**  
**Marco Metodológico**

### **3.1 Enfoque y tipo de investigación**

#### **3.1.1 Enfoque de la investigación**

##### **3.1.1.1 Enfoque Mixto**

Hernández S, R. Fernández C, Baptista L (2014)

...lo define como la integración sistemática de los métodos cuantitativo y cualitativo en un solo estudio con el fin de obtener una “fotografía” más completa del fenómeno, y señala que éstos pueden ser conjuntados de tal manera que las aproximaciones cuantitativa y cualitativa conserven sus estructuras y procedimientos originales (“forma pura de los métodos mixtos”); o bien, que dichos métodos pueden ser adaptados, alterados o sintetizados para efectuar la investigación y lidiar con los costos del estudio (“forma modificada de los métodos mixtos”) (Hernández, 2014 p.34)

Esta investigación tiene un enfoque mixto ya que se utilizan tanto datos cualitativos como cuantitativos. Para el enfoque cualitativo, se obtiene la información por medio de la revisión de documentos, entrevistas abiertas, el método de observación, anotaciones, etc., para el entendimiento de los procesos administrativos aplicados por Madre Verde.

Por otra parte, se analizan aspectos cuantitativos referentes a la situación económica actual de la reserva, lo que permite diseñar una estrategia de administración eficiente que garantice la autosustentabilidad de dicha organización.



### **3.1.2 Tipo de la investigación**

#### **3.1.2.1 Investigación descriptiva:**

Según Hernández la investigación descriptiva se define como: “Busca especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población.” (Hernández S, R. Fernández C, Baptista L, 2014, p.92).

Con base en los objetivos de esta investigación, en los cuales se pretende generar estrategias de mercadeo que permitan incrementar los ingresos, es imperativo examinar cuales han sido los alcances de la Fundación en este sentido, cuáles técnicas han sido aplicadas y cuales han dado resultados positivos o negativos, así como los desafíos económicos que ha enfrentado Madre Verde en el proceso para lograr su autosustentabilidad.

#### **3.1.2.2 Investigación transversal:**

Hernández et al, (2014, p. 154): “Los diseños de investigación transeccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único” (Liu, 2008 y Tucker, 2004).

Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Por tal razón, la presente investigación se efectúa en el periodo comprendido entre los meses de setiembre y diciembre del año 2019.

### **3.2 Sujeto y fuentes de información**

#### **3.2.1 Sujetos de información**

“Para comenzar diremos que entendemos por sujeto a la persona (o equipo de personas) que adquiere o elabora el conocimiento”. (Sabino, 1992) citado en Cascante. (2018)

Los principales sujetos de información que se toma en cuenta para la recolección de la información requerida para la presente investigación son los colaboradores que estén directamente relacionados con la operación de la Fundación Madre Verde, que puedan compartir datos valiosos para el sustento del proyecto.

### **3.2.2 Fuentes de información**

#### **3.2.2.1 Fuentes primarias**

“Datos no recogidos ni elaborados de antemano. En este caso es necesario realizar todo un proceso de obtención de información del mercado con el propósito especial de satisfacer las necesidades de una investigación concreta.” (Fernández, 2004, p. 28)

Las fuentes primarias son las fuentes documentales necesarias para del proceso de obtención de información de primera mano, para, así lograr que la que la investigación este sustentada por datos valiosos y concisos. En la presente investigación se utilizan principalmente, como medios para obtener la materia prima necesaria, algunos instrumentos como las entrevistas y visitas periódicas a la fundación.

#### **3.2.2.2 Fuentes secundarias**

“Proporcionan información ya recogida y elaborada previamente (estadísticas, libros, revistas, estudios anteriores...)”. (Fernández, 2004, p.25)

Para efectos del presente proyecto de investigación las principales fuentes secundarias que se utilizan son la información y los documentos con lo que cuente La Fundación Madre Verde y a los que se tenga acceso durante el proceso de investigación como lo es el Plan Estratégico 2012 – 2018.

### **3.3 Población.**

De acuerdo con Tamayo y Tamayo, población se le conoce a la “totalidad de un fenómeno de estudio, es decir, incluye todas las unidades de análisis que integran un fenómeno que se indaga, debiendo cuantificarse para un determinado estudio un conjunto N de entidades que comparten una determinada característica”. (Tamayo y Tamayo, 2004, p.176)

La población de estudio que se toma en consideración para el desarrollo de este proyecto son los miembros de la Fundación Madre Verde que están relacionados de alguna u otra forma con la iniciativa, que tienen los conocimientos requeridos y que pueden aportar información útil para la correcta puesta en marcha de los objetivos propuestos.

### **3.4 Tipo de Muestreo y Muestra**

#### **3.4.1 Muestreo**

Una unidad de muestreo es un elemento, o unidad que contiene el elemento, disponible para selección en alguna etapa del proceso de muestreo. (Malhotra, 2004, p 316)

#### **3.4.2 Muestra:**

Hernandez, Fernandez y Baptista explican este término como: “La muestra es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, y que tiene que definirse y delimitarse de antemano con precisión, además de que debe ser representativo de la población”. (Hernández S, R. Fernández C, Baptista L, 2014, p.92)

Para satisfacer este apartado, cabe señalar que la muestra puede ser de dos tipos: la probabilística en la cual todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de formar parte del estudio en cuestión, caso contrario, en la muestra no probabilística, no toda la población tiene la misma posibilidad de ser elegida.

Tomando en cuenta todos los elementos necesarios para su selección, se procede a definir la muestra y su tamaño, que son de suma importancia para la obtención de los datos que justifiquen el propósito fundamental de esta investigación.

### **3.5 Técnicas e Instrumentos de Recolección de la Información**

#### **3.5.1 Entrevista:**

Nos referimos con el termino entrevista a una forma especializada de interacción verbal, que se realiza con un propósito definido y se centra en un área determinada de contenido, con la exclusión consiguiente de otros asuntos ajenos a la misma. (Kahn y Cannell) citado en López-Fé y Figueroa (2002, p 205)

El método de recolección de información por medio de entrevista se aplica en primera instancia a la encargada administrativa de la oficina de Madre Verde como el principal filtro de información, posteriormente serán sondeados los miembros de la Junta Directiva para enriquecer el proyecto con información brindada por los más conocedores en la materia.

#### **3.5.2 Cuestionario:**

Un cuestionario se refiere a:

Un sistema de preguntas racionales, ordenadas en forma coherente, tanto desde el punto de vista lógico como psicológico, expresadas en un lenguaje sencillo y comprensible, que generalmente responde por escrito la persona interrogada, sin que sea necesaria la intervención de un encuestador.

Por medio de una serie de preguntas aplicadas a una parte de la población del cantón de Palmare, se pretende recabar los fundamentos necesarios para respaldar el cumplimiento de los objetivos propuestos en esta investigación.

### **3.5.3 Observación:**

“La observación es la más común de las técnicas de investigación; la observación sugiere y motiva los problemas y conduce a la necesidad de la sistematización de los datos”

Durante este proceso de recolección de datos, es imperativo realizar visitas periódicas a la Fundación para prestar atención sobre los procesos y formas de operación de todas las áreas en estudio.

**CAPÍTULO IV**  
**Análisis de los Resultados**

#### **4.1. Análisis de Resultados**

El análisis de resultados se elabora con base a los datos obtenidos a partir de tres instrumentos:

- La entrevista que consiste de 15 preguntas en donde se consulta a la asistente administrativa de la Fundación Madre Verde cuestiones atinentes a la gestión de la reserva y demás activos.
- El cuestionario con preguntas de respuesta restringida dirigida a un porcentaje de la población que demuestra una prueba de estudio, la cual tiene como finalidad recabar información sobre el conocimiento que la población general tienen acerca de Madre Verde.
- La observación analítica del espacio para una impresión directa y objetiva del mismo.

Mediante la obtención de estos datos y el análisis de los mismos se pretende diseñar una propuesta que tienda a la auto sustentabilidad de la Fundación Madre Verde, para tales efectos la información recabada por los métodos utilizados se examina con la finalidad de ubicar aquellas estrategias administrativas que han resultado ser efectivas y aquellas que no lo han sido tanto; esto con la finalidad de plantear propuestas basadas en el análisis y que implique innovación.

De la mano con esto es importante conocer el alcance en materia mercadológica que ha tenido la gestión actual, a fin de cotejar tales alcances con la disponibilidad de las personas para utilizar los servicios ofrecidos por la fundación, esto se enlaza con el análisis y graficado de las encuestas realizadas.

## 4.2 Análisis del cuestionario

Según datos consultados en el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) sobre la población del cantón de Palmares, rangos de edad y otros datos de interés, se decide realizar un cuestionario que consta de 17 preguntas para su aplicación a una cantidad determinada de personas definidas con base en la fórmula para obtener la muestra del total de la población correspondiente necesaria para efectos de esta investigación.

La fórmula utilizada propone ser aplicada a una cantidad de 90 personas, para lo cual se realizan visitas físicas a los distritos aledaños de Palmares. A continuación, se adjunta el cálculo realizado.

$$n = \frac{K^2 * p * q * N}{(e^2 (N-1) ) + K^2 * p * q}$$

Variable	Valor
N	35000
K	95%
E	5%
P	0.5
Q	1 - 0.5

De los resultados obtenidos en el cuestionario, se aportan la materia prima para el desarrollo de la presente tesis, el contenido por su parte permite recabar datos reales y confiables sobre opinión y conocimiento de los habitantes de dicho cantón, sobre los esfuerzos y métodos de la Fundación Madre Verde para la conservación del medio ambiente.

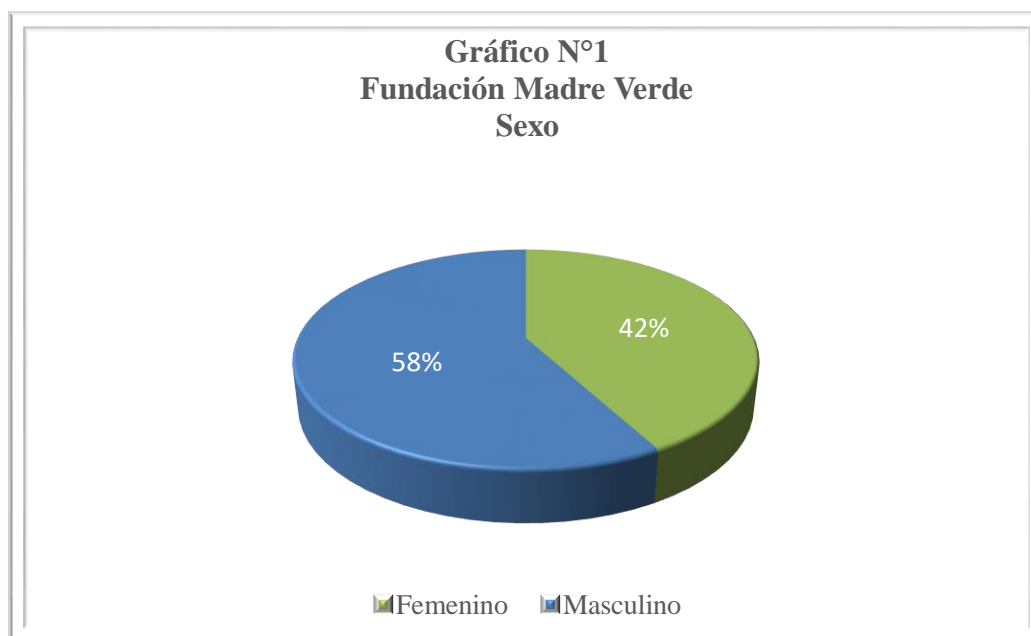


#### 4.2.1 Sexo.

**Cuadro #1**  
**Fundación Madre Verde**  
**Sexo.**

Opción	Valor Absoluto	Valor Nominal
Femenino	38	42%
Masculino	52	58%
<b>Total</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

Fuente: Cuestionario aplicado por los autores, noviembre 2019



Fuente: Cuestionario aplicado por los autores, noviembre 2019

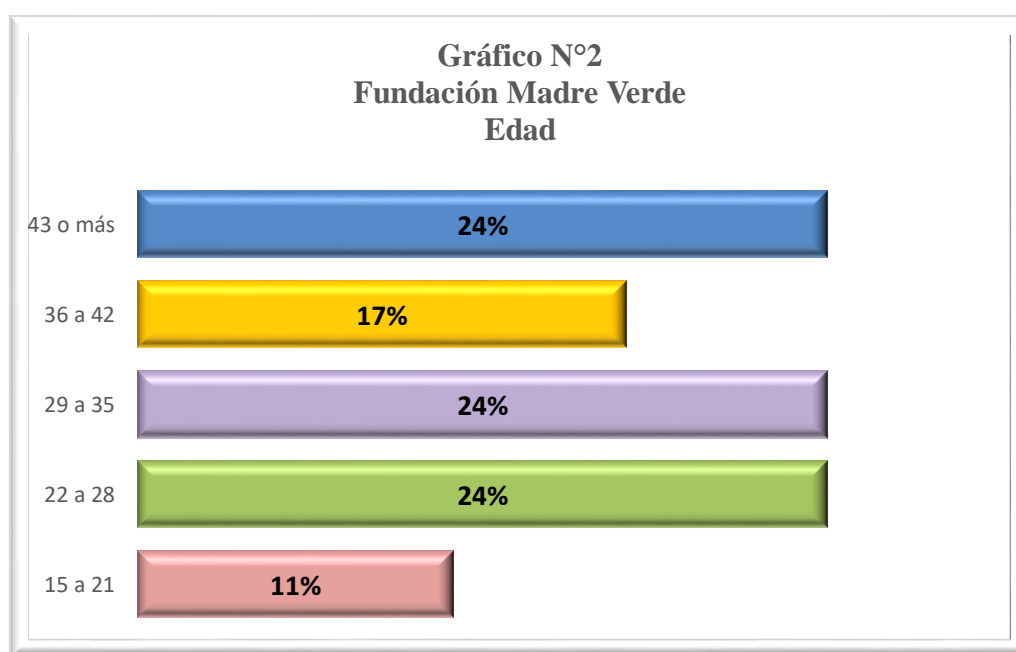
El gráfico N°1 refleja la segmentación en cuanto al sexo de la población seleccionada aleatoriamente para el sustento de la presente investigación. Según los datos arrojados, el 58% de la población de estudio corresponde a personas del sexo masculino, mientras que el restante 42% representa el sexo femenino.

#### 4.2.2 Edad.

**Cuadro #2**  
**Fundación Madre Verde**  
**Edad**

<b>Rango de Edad</b>	<b>Valor Absoluto</b>	<b>Valor Nominal</b>
15 a 21	10	11%
22 a 28	22	24%
29 a 35	22	24%
36 a 42	14	17%
43 o más	22	24%
<b>Total</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

Fuente: Cuestionario aplicado por los autores, noviembre 2019



Fuente: Cuestionario aplicado por los autores, noviembre 2019

El gráfico N°2 muestra el rango de edad de las personas cuestionadas, en donde las personas entre el rango de 15 a 21 años de edad representan el 11% de la población, un 24% representa a las personas entre el rango de 22 a 28 años, seguido del mismo porcentaje, 24%

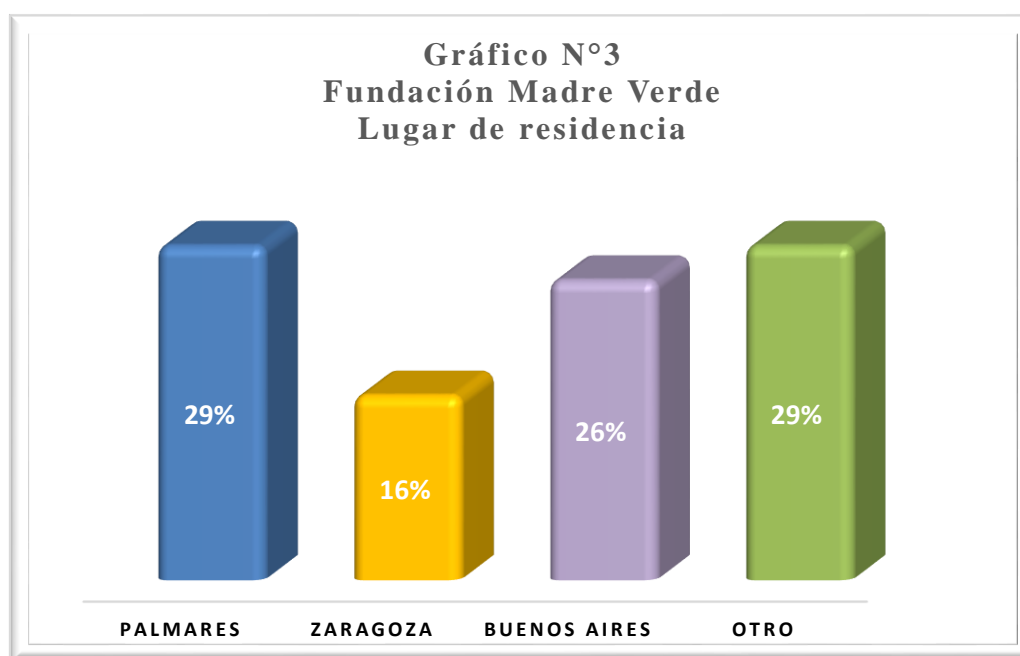
entre los 29 a 35 años, posteriormente se encuentra el 17% entre los 36 a 42 años de edad y por último el rango de edad de los 43 años o más representa un 24% del total de la población.

#### 4.2.3 Lugar de residencia.

**Cuadro #3**  
**Fundación Madre Verde**  
**Lugar de residencia**

Lugar de Residencia	Valor Absoluto	Valor Nominal
Palmares	26	29%
Zaragoza	15	16%
Buenos Aires	23	26%
Otro	26	29%
<b>Total</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

Fuente: Cuestionario aplicado por los autores, noviembre 2019



Fuente: Cuestionario aplicado por los autores, noviembre 2019

El gráfico N°3 muestra los resultados sobre el lugar de residencia de la muestra seleccionada. Con base en los datos investigados, se identifica que los distritos más

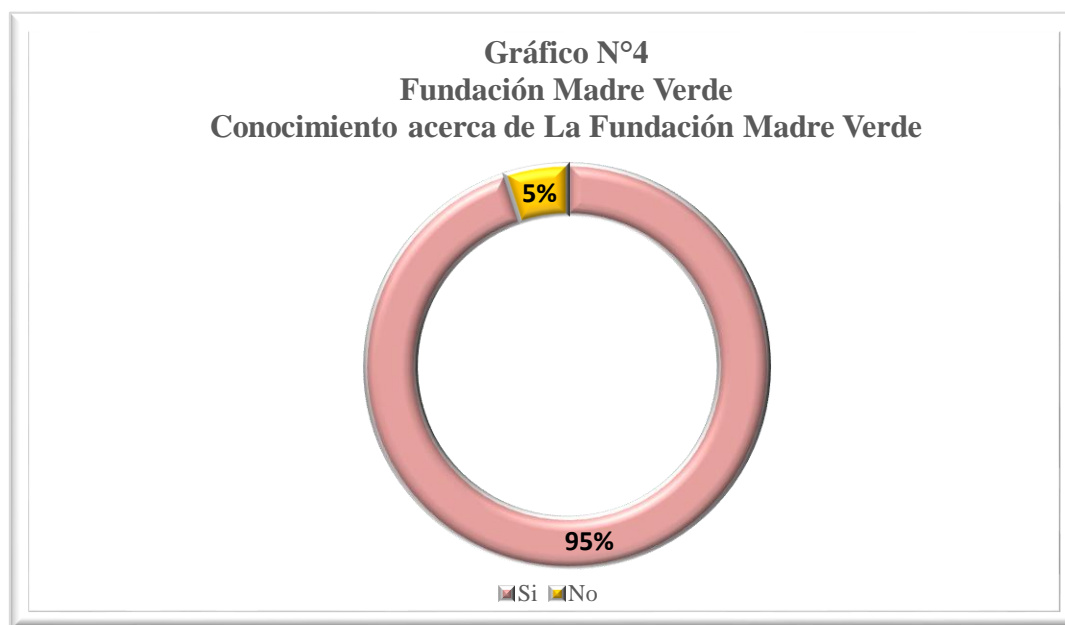
influyentes en cuanto a población se refieren, corresponden a Palmares que alberga un 29% de los cuestionados, seguido por Zaragoza con un 16%, Buenos Aires concentra a un 26% de la población total cuestionada, finalmente un 29% de la misma se distribuye entre algunos otros distritos del cantón de Palmares.

#### 4.2.4 Conocimiento acerca de La Fundación Madre Verde.

**Cuadro #4**  
**Fundación Madre Verde**  
**Conocimiento acerca de La Fundación Madre Verde**

Opción	Valor Absoluto	Valor Nominal
SI	85	95%
NO	5	5%
<b>Total</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

Fuente: Cuestionario aplicado por los autores, noviembre 2019



Fuente: Cuestionario aplicado por los autores, noviembre 2019

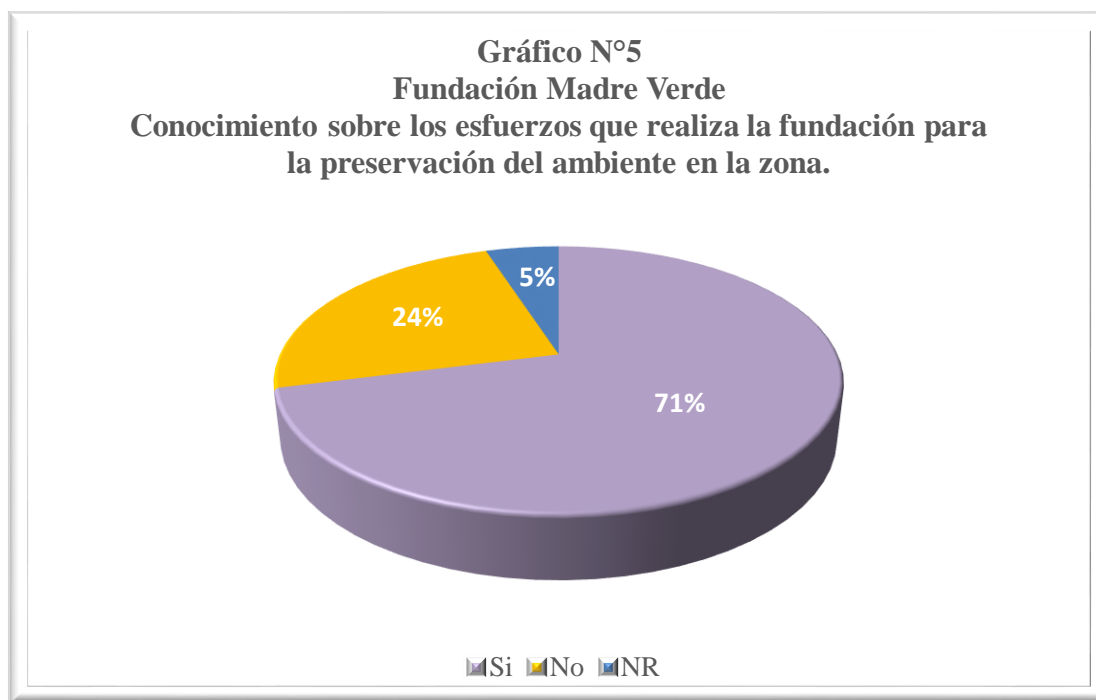
El gráfico N°4 responde a la pregunta sobre el conocimiento de la población acerca de la existencia de la Fundación Madre Verde, para lo cual la mayoría de las personas afirman que sí la conocen, lo que representa un 95% del total de la población.

#### 4.2.5 Conocimiento sobre los esfuerzos que realiza la fundación para la preservación del ambiente en la zona.

**Cuadro #5**  
**Fundación Madre Verde**  
**Conocimiento sobre los esfuerzos que realiza la fundación para la preservación del ambiente en la zona.**

Opción	Valor Absoluto	Valor Nominal
SI	64	71%
NO	21	24%
NR	5	5%
<b>Total</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

Fuente: Cuestionario aplicado por los autores, noviembre 2019



Fuente: Cuestionario aplicado por los autores, noviembre 2019

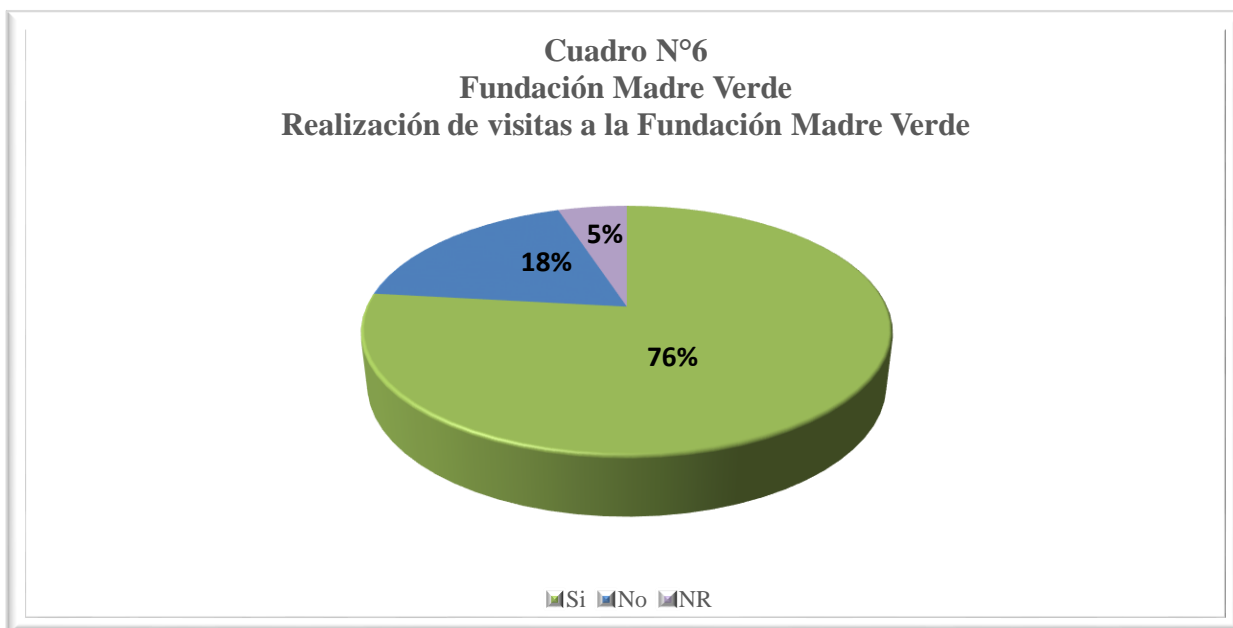
Cabe destacar que esta pregunta contempla el 95% del total de la población cuestionada, esto por ser una interrogante que tiene la opción de omitirse por falta de conocimiento, con ella se pretende conocer la noción de la población acerca del objetivo de la Fundación Madre Verde respecto a su intención sobre la conservación del medio ambiente, por lo que este gráfico demuestra que el 71% de las personas dicen estar al tanto de estos esfuerzos, mientras que un 24% afirma no tener conocimiento alguno. El 5% restante no responde.

#### 4.2.6 Realización de visitas a la Fundación Madre Verde

**Cuadro #6**  
**Fundación Madre Verde**  
**Realización de visitas a la Fundación Madre Verde**

Opción	Valor Absoluto	Valor Nominal
SI	69	76%
NO	16	18%
NR	5	5%
<b>Total</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

Fuente: Cuestionario aplicado por los autores, noviembre 2019



Fuente: Cuestionario aplicado por los autores, noviembre 2019

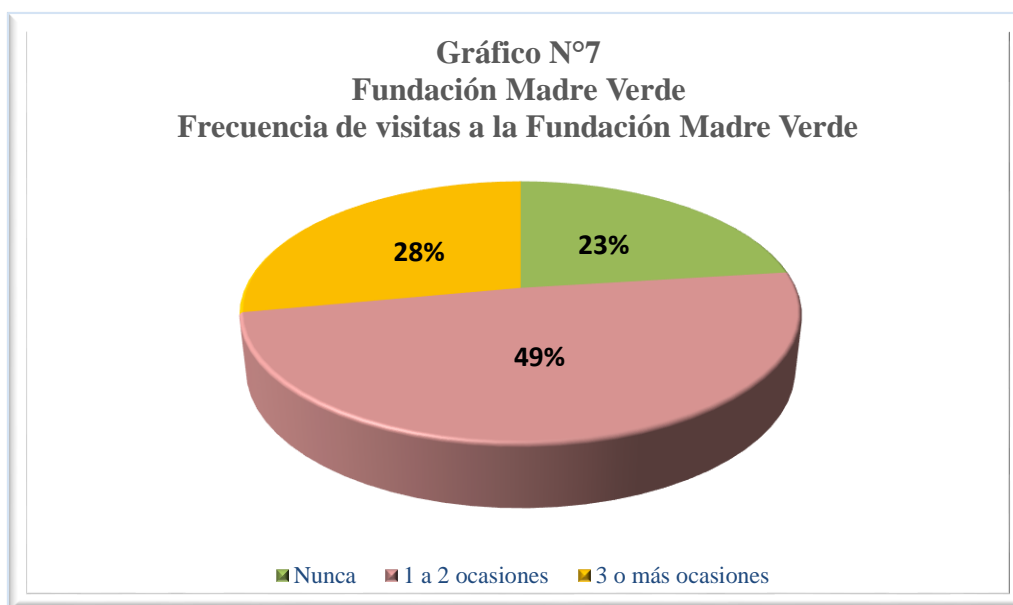
En este caso se toma en cuenta solamente el 95% del total de la población cuestionada, ya que se tiene la opción de omitirse por falta de conocimiento, en este caso el objetivo es conocer si las personas cuestionadas han visitado o no la Fundación Madre Verde y tal como lo muestra el gráfico la mayoría de la población, es decir el 76% ha visitado el proyecto, un 18% indica que no lo ha hecho y el 5% restante no responde.

#### 4.2.7 Frecuencia de visitas a la Fundación Madre Verde.

**Cuadro #7**  
**Fundación Madre Verde**  
**Frecuencia de visitas a la Fundación Madre Verde**

Opción	Valor Absoluto	Valor Nominal
1 a 2 ocasiones	44	49%
3 o más ocasiones	25	28%
NR	21	23%
<b>Total</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

Fuente: Cuestionario aplicado por los autores, noviembre 2019



Fuente: Cuestionario aplicado por los autores, noviembre 2019

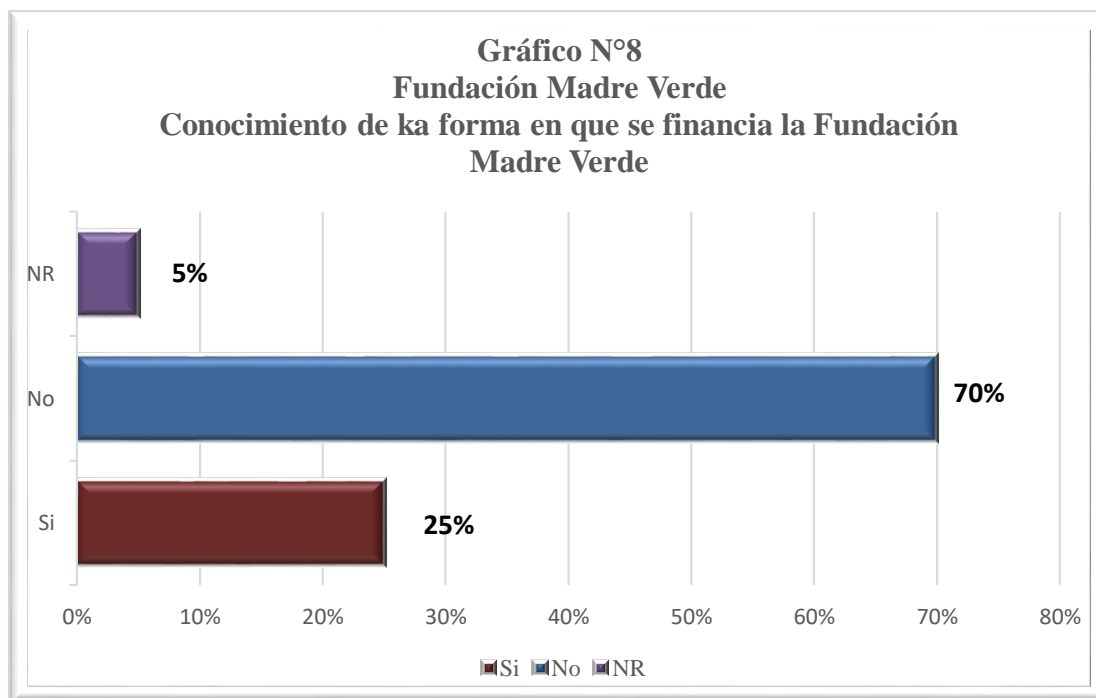
Este resultado contempla el 77% del total de la población cuestionada, ya que es una interrogante que tiene la opción de omitirse por falta de conocimiento, por lo tanto, el 49% de los cuestionados, al menos en una ocasión han tenido la oportunidad de visitar la Fundación Madre Verde, por otro lado, un 28% registra 3 o más visitas y el 23% aseguran nunca haber visitado el lugar.

#### 4.2.8 Conocimiento de la forma en que se financia la Fundación Madre Verde.

**Cuadro #8**  
**Fundación Madre Verde**  
**Conocimiento de la forma en que se financia la Fundación Madre Verde**

Opción	Valor Absoluto	Valor Nominal
SI	23	25%
NO	63	70%
NR	4	5%
<b>Total</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

Fuente: Cuestionario aplicado por los autores, noviembre 2019





Fuente: Cuestionario aplicado por los autores, noviembre 2019

De igual forma este resultado corresponde al 95% de la muestra por ser una pregunta que tiene la opción de omitirse por falta de conocimiento. El gráfico N°8 indica que el 25% tiene conocimiento de la manera que utiliza la fundación para autosustentarse económicamente, y por su parte el 70%, admite no saber al respecto, el 5% restante no responde la pregunta.

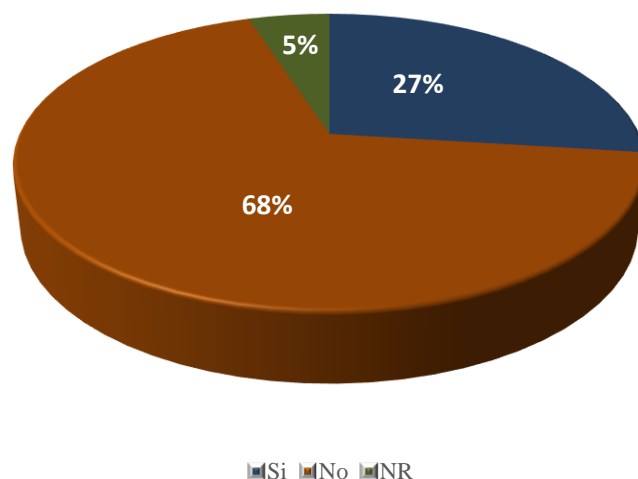
#### **4.2.9 Inversión en publicidad de La Fundación Madre Verde.**

**Cuadro #9**  
**Fundación Madre Verde**  
**Inversión en publicidad de La Fundación Madre Verde**

<b>Opción</b>	<b>Valor Absoluto</b>	<b>Valor Nominal</b>
SI	24	27%
NO	61	68%
NR	5	5%
<b>Total</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

Fuente: Cuestionario aplicado por los autores, noviembre 2019

**Gráfico N°9**  
**Fundación Madre Verde**  
**Inversión en publicidad de La Fundación Madre Verde**



Fuente: Cuestionario aplicado por los autores, noviembre 2019

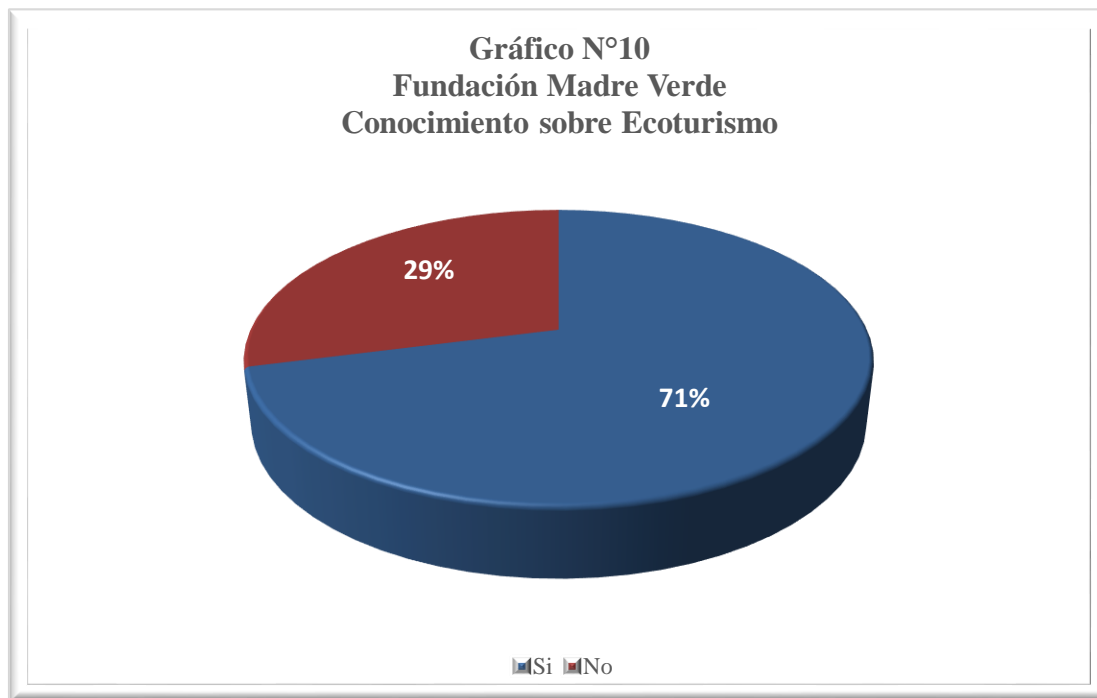
Este resultado incluye el 95% del total de la población cuestionada, ya que la pregunta puede ser omitida por falta de conocimiento, por lo tanto, un 68% considera que la fundación no invierte en publicidad a nivel cantonal mientras que el 27% de la población cuestionada opina lo contrario y un 5% no responde.

#### 4.2.10 Conocimiento sobre Ecoturismo.

**Cuadro #10**  
**Fundación Madre Verde**  
**Conocimiento sobre Ecoturismo**

Opción	Valor Absoluto	Valor Nominal
SI	64	71%
NO	26	29%
<b>Total</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

Fuente: Cuestionario aplicado por los autores, noviembre 2019



Fuente: Cuestionario aplicado por los autores, noviembre 2019

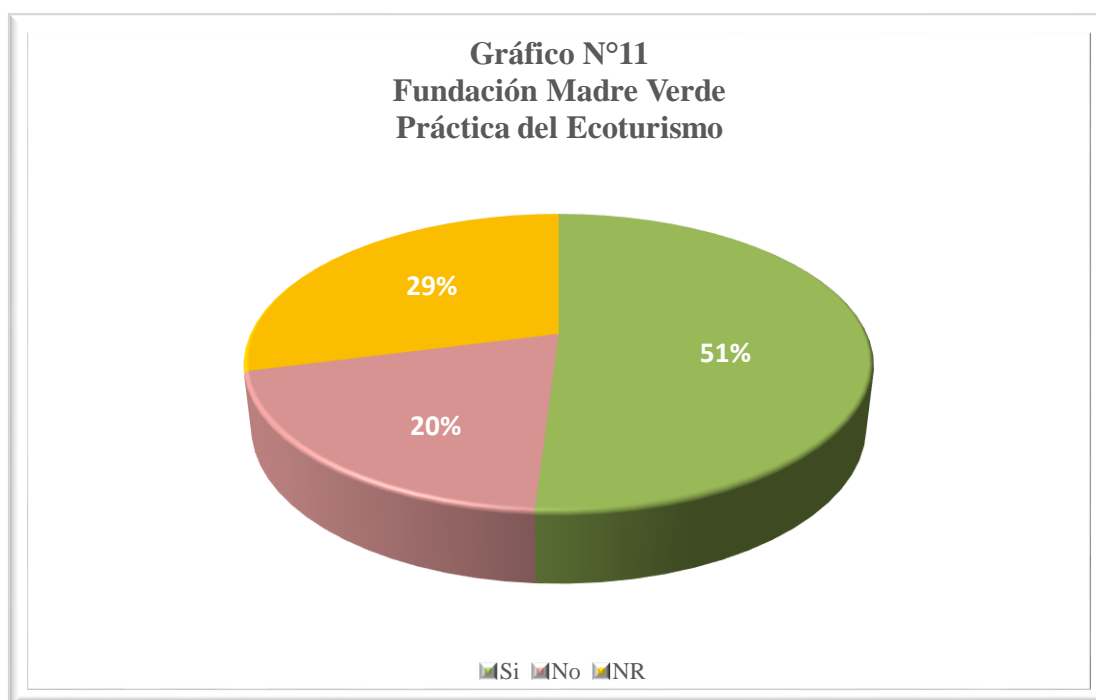
En concordancia con el gráfico N°10 se puede ver claramente que el 71% de la población está al tanto de lo que significa el término ecoturismo, mientras que el 29% desconocen del tema.

#### 4.2.11 Práctica del Ecoturismo.

**Cuadro #11**  
**Fundación Madre Verde**  
**Práctica del Ecoturismo**

Opción	Valor Absoluto	Valor Nominal
SI	46	51%
NO	18	20%
NR	26	29%
<b>Total</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

Fuente: Cuestionario aplicado por los autores, noviembre 2019



Fuente: Cuestionario aplicado por los autores, noviembre 2019

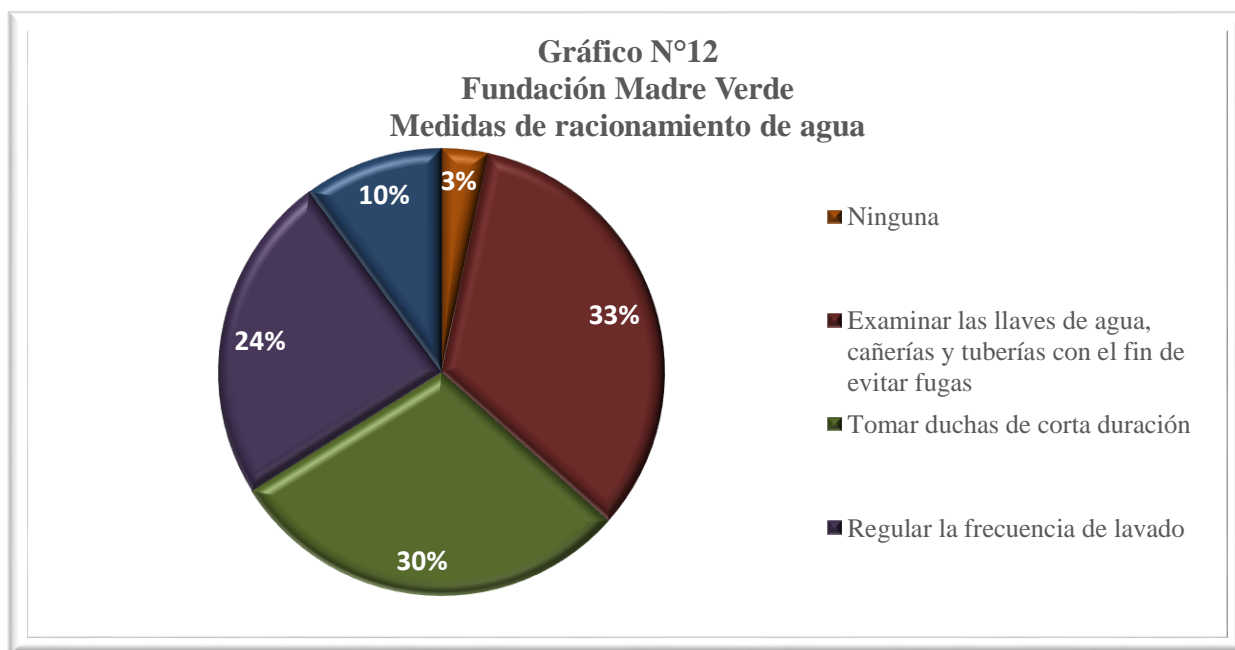
Este resultado contempla solamente el 71% del total de la población cuestionada, pues está relacionado con el conocimiento que tiene el cuestionado al respecto, según el gráfico N°11 evidencia una alta práctica del ecoturismo en las personas de la zona de Palmares con un 51%, mientras que el 20% restante afirma no realizarlo y un 29% no responde.

#### 4.2.12 Medidas de racionamiento de agua.

**Cuadro #12**  
**Fundación Madre Verde**  
**Medidas de racionamiento de agua**

Opción	Valor absoluto	Valor Nominal
Ninguna	5	3%
Examinar las llaves de agua, cañerías y tuberías con el fin de evitar fugas	47	33%
Tomar duchas de corta duración	52	30%
Regular la frecuencia de lavado	36	24%
Recolección de agua de lluvia para fines no potables	14	10%
<b>Total</b>	<b>154</b>	<b>100%</b>

Fuente: Cuestionario aplicado por los autores, noviembre 2019



Fuente: Cuestionario aplicado por los autores, noviembre 2019

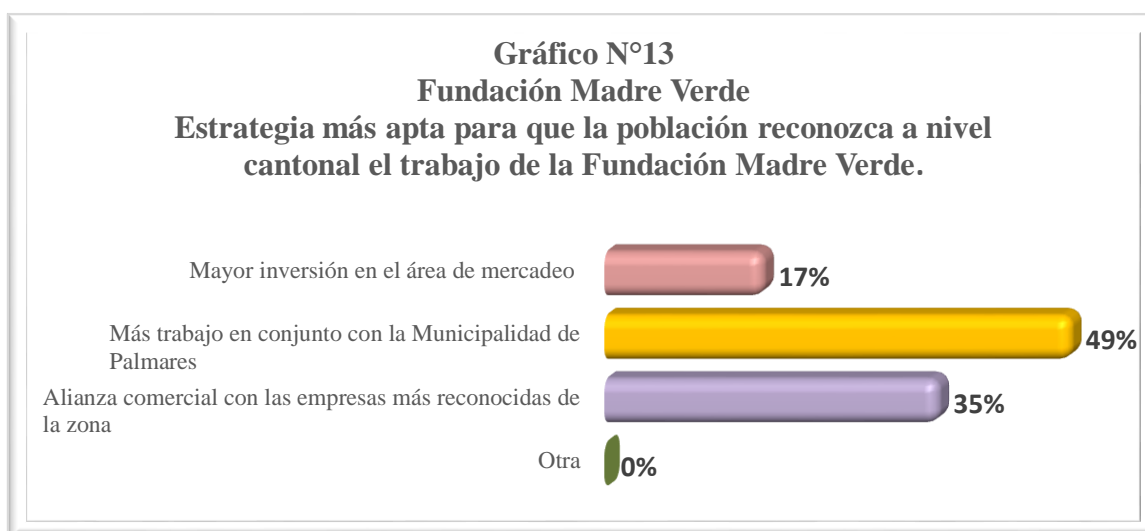
En este caso este resultado corresponde a una pregunta con opción múltiple y una de las acciones que más se practica por la población cuestionada, es examinar las llaves de agua, cañerías y tuberías con el fin de evitar fugas, esto representa un 33%, en segundo lugar, el 30% afirman tomar duchas de corta duración, posteriormente el 24% de las personas regula la frecuencia del lavado de ropa, un 10% practica la recolección de agua de lluvia para fines no potables como el lavado de vehículos y riego de plantas y zonas verdes y por último un 3% dice no realizar ninguna de las acciones sugeridas en el cuestionario.

#### **4.2.13 Estrategia más apta para que la población reconozca a nivel cantonal el trabajo de la Fundación Madre Verde.**

**Cuadro #13**  
**Fundación Madre Verde**  
**Estrategia más apta para que la población reconozca a nivel cantonal el trabajo de la**  
**Fundación Madre Verde.**

Opción	Valor absoluto	Valor Nominal
Otra	0	0%
Alianza comercial con las empresas más reconocidas de la zona	40	35%
Más trabajo en conjunto con la Municipalidad de Palmares	58	49%
Mayor inversión en el área de mercadeo	16	17%
<b>Total</b>	<b>114</b>	<b>100%</b>

Fuente: Cuestionario aplicado por los autores, noviembre 2019



Fuente: Cuestionario aplicado por los autores, noviembre 2019

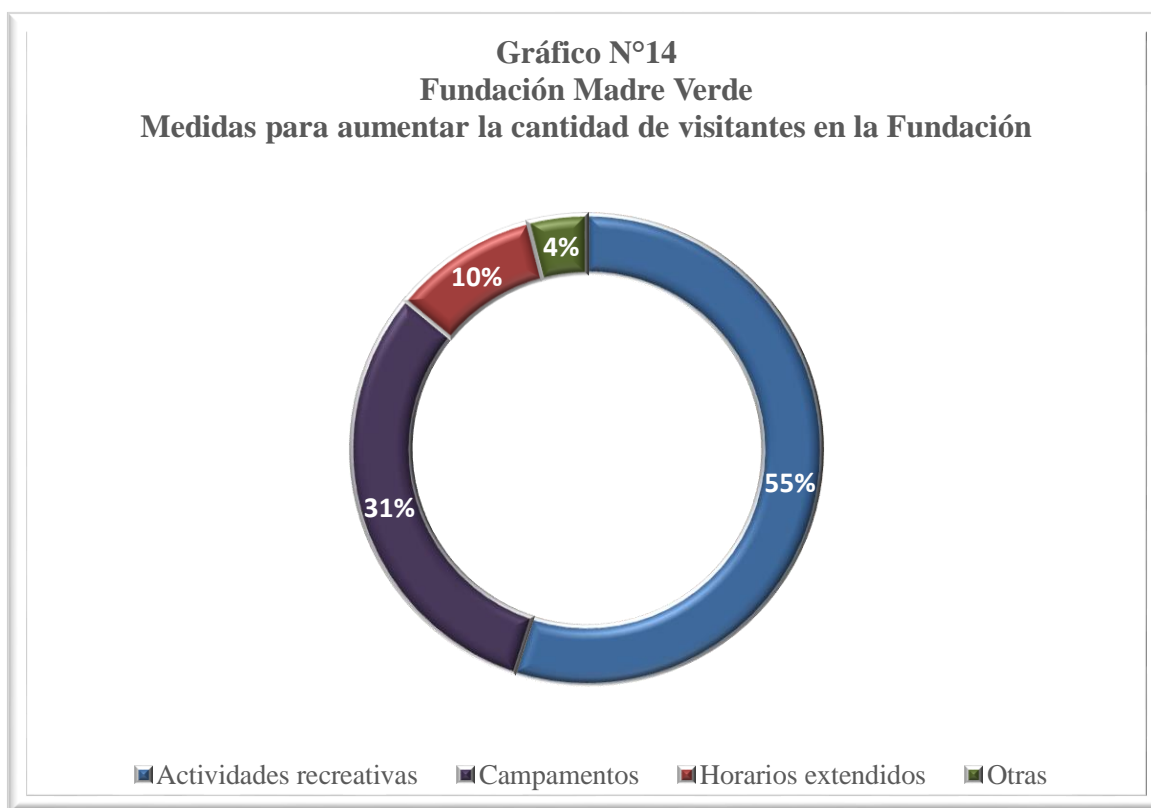
De acuerdo con los resultados obtenidos en el gráfico N°13, que corresponde a una respuesta de opción múltiple un 49% de la población considera que la práctica más viable para que la Fundación llegue a ser más reconocida a nivel cantonal es lograr un trabajo más en conjunto con la Municipalidad de Palmares, seguido por un 35% que opina que la alianza comercial con las empresas más reconocidas de la zona, en tercer lugar, un 17% consideran que se requiere invertir más en el área de mercadeo.

#### 4.2.14 Medidas para aumentar la cantidad de visitantes en la Fundación.

**Cuadro #14**  
**Fundación Madre Verde**  
**Medidas para aumentar la cantidad de visitantes en la Fundación**

Opción	Valor Absoluto	Valor Nominal
Actividades recreativas	66	55%
Campamentos	41	31%
Horarios extendidos	10	10%
Otras	1	4%
<b>Total</b>	<b>118</b>	<b>100%</b>

Fuente: Cuestionario aplicado por los autores, noviembre 2019



Fuente: Cuestionario aplicado por los autores, noviembre 2019

El gráfico N° 14, corresponde a una pregunta de opción múltiple y deja en evidencia que para que la Fundación genere recursos adicionales y logre su cumplimiento en el sentido de ser más frecuentado, y de acuerdo con el 55% de las personas cuestionadas está el desarrollo

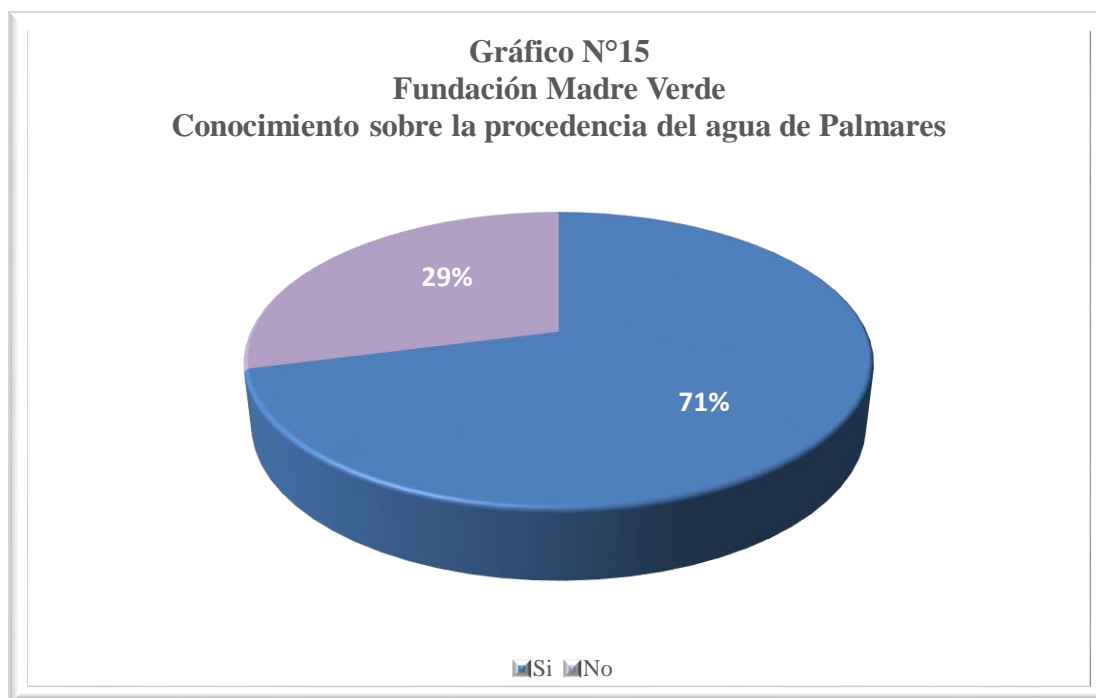
de actividades recreativas, el 31% considera que puede ser con los campamentos, el 10% con horarios extendidos y tan solo un 4% opta por otras actividades como visitas guiadas a través de los senderos de la reserva, camping, iniciativa cantonal de atracción turística en la zona, publicidad donde se muestre a la Fundación como el pulmón de occidente entre otras.

#### 4.2.15 Conocimiento sobre la procedencia del agua de Palmares.

**Cuadro #15**  
**Fundación Madre Verde**  
**Conocimiento sobre la procedencia del agua de Palmares**

Opción	Valor Absoluto	Valor Nominal
SI	64	71%
NO	26	29%
<b>Total</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

Fuente: Cuestionario aplicado por los autores, noviembre 2019



Fuente: Cuestionario aplicado por los autores, noviembre 2019



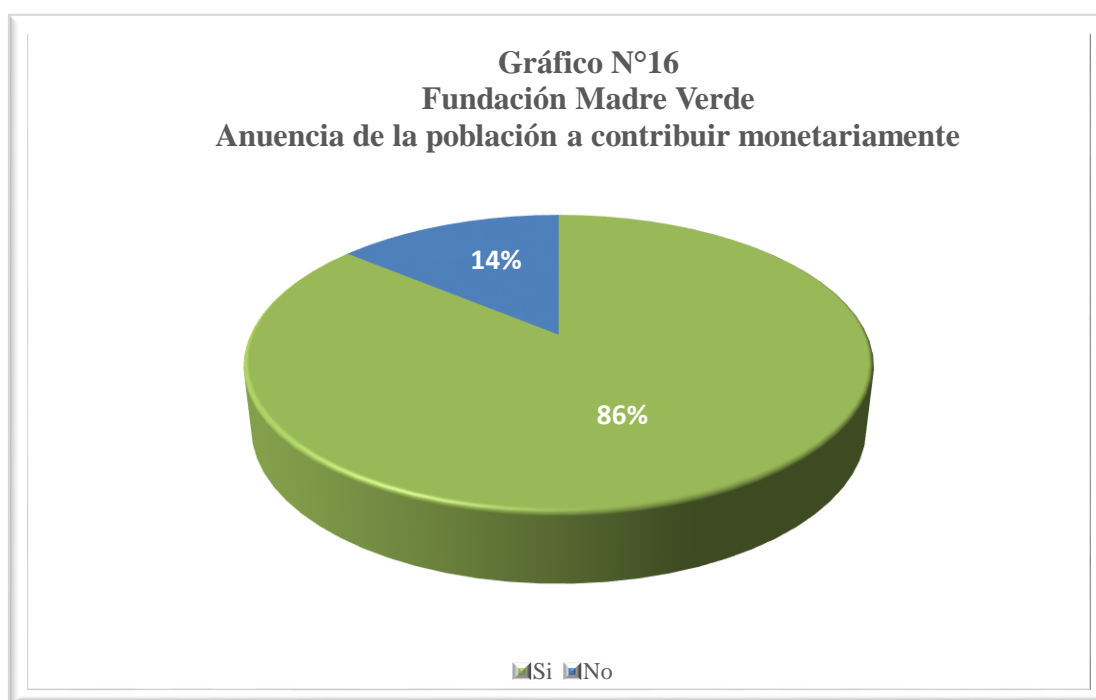
En el gráfico anterior un 71% de la población cuestionada tiene conocimiento de la proveniencia del agua que abastece Palmares, y el 29% restante lo desconoce.

#### 4.2.16 Anuencia de la población a contribuir monetariamente.

**Cuadro #16**  
**Fundación Madre Verde**  
**Anuencia de la población a contribuir monetariamente**

Opción	Valor Absoluto	Valor Nominal
SI	77	86%
NO	13	14%
<b>Total</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

Fuente: Cuestionario aplicado por los autores, noviembre 2019



Fuente: Cuestionario aplicado por los autores, noviembre 2019

En el gráfico N°16 se muestra un 86% de empatía de las personas por colaborar económicamente de forma voluntaria ya sea por medio de alcancías, apoyo en las actividades recreativas que actualmente organiza la Fundación y en posibles acciones que se deseen

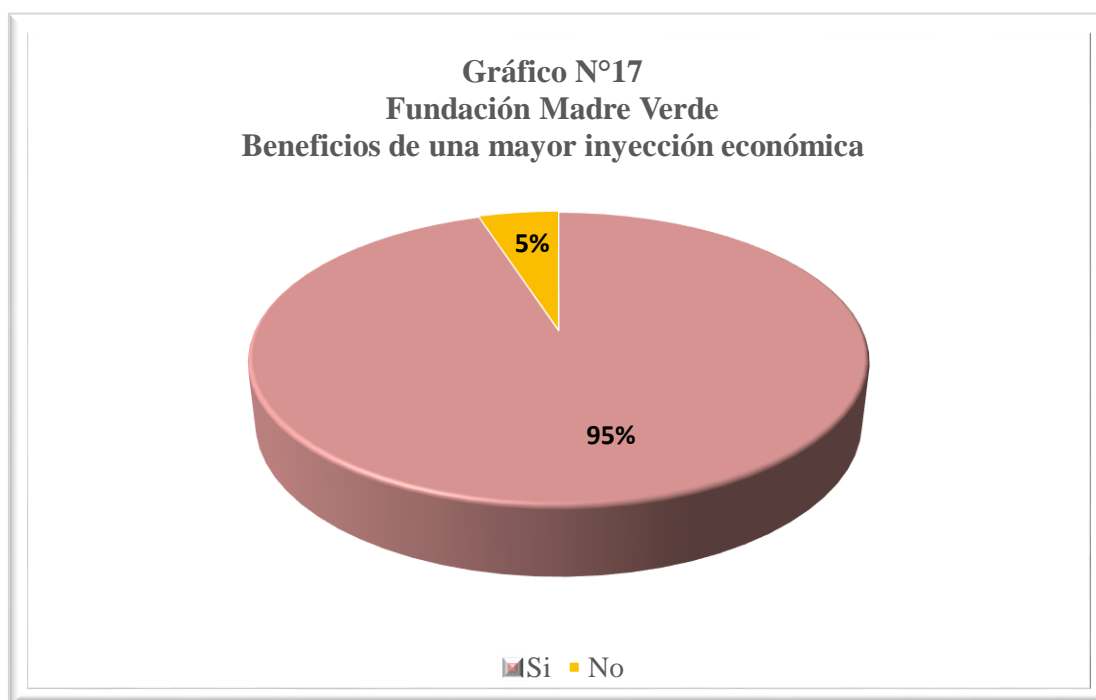
implementar a futuro para la generación de recursos. Por el contrario, un 14% expresa la no disponibilidad a contribuir monetariamente por diversos motivos.

#### 4.2.17 Beneficios de una mayor inyección económica.

**Cuadro #17**  
**Fundación Madre Verde**  
**Beneficios de una mayor inyección económica**

Opción	Valor Absoluto	Valor Nominal
SI	85	95%
NO	5	5%
<b>Total</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

Fuente: Cuestionario aplicado por los autores, noviembre 2019



Fuente: Cuestionario aplicado por los autores, noviembre 2019

Se consulta en el cuestionario en la pregunta N°17, la opinión de las personas sobre si una mayor inyección de recursos a la Fundación puede generar beneficios para el cantón

de Palmares a lo cual el 95% coincide con esta propuesta, por otro lado, solamente un 5% considera irrelevante que el apoyo económico logre colaborar con el progreso del cantón.

### **4.3 Análisis de la entrevista.**

La entrevista se realiza a la asistente administrativa de la Fundación Madre Verde. La finalidad de la entrevista es indagar la dinámica general de la Fundación en relación con sus esfuerzos por generar ingresos y las estrategias de mercadeo dirigidas a este propósito, así como sondear el estado financiero general de esta y los proyectos futuros relacionados con su funcionamiento operativo.

En relación con la captación de ingresos estos se obtienen a partir de donaciones empresariales y personales. Las donaciones de personas físicas son inconstantes y no representan un flujo de entrada fiable, además, el hecho de que los donantes a veces dejen abruptamente de donar, lleva a buscar nuevos, lo que supone un coste de operación agregado; es decir, se pierde tiempo y recursos que se pueden destinar a pensar estrategias que garanticen constancia en los ingresos.

Otro problema asociado con la dependencia de donaciones de personas físicas que no son constantes es el hecho de no contar con una proyección de ingresos segura, por lo que la planificación se ve afectada por este particular, los egresos son constantes pero los ingresos no lo son. En cuanto a las donaciones empresariales, aunque son más constantes, tampoco suponen ingresos fijos porque las empresas pueden cancelar las donaciones. En síntesis, la Fundación depende mayoritariamente de la buena voluntad de las personas y de las empresas, las cuales no implican garantía de ingresos constantes.

Los ingresos por concepto del paquete eco empresarial representan un aporte valioso que además está en consonancia con los objetivos de la Fundación Madre Verde. Esto es

porque ofrece capacitación en materia ecológica y certifica a empresas con la distinción de bandera azul. Esto es importante en la medida en que se comprende que la Fundación Madre Verde se ha posicionado como una organización prestigiosa en materia ecológica, razón por la cual su capacitación y certificación tienen peso en el ámbito regional.

Esta forma de generar ingresos es más constante, implica menos dependencia y alcanza más los objetivos de la fundación que la recepción de donativos, aunque las donaciones no se deben desestimar. Lo que queda claro es que se deben pensar más estrategias similares a esta, que generen ingresos y estén de acuerdo con el propósito de Madre Verde.

En esta misma línea se deben considerar los ingresos percibidos por concepto de alquiler de cabañas, pues suponen ingresos a cambio de un servicio y estimulan el turismo ecológico. También se alquilan espacios para giras educativas y eventos de grupos diversos; no obstante, estos esfuerzos deben promocionarse de manera más abierta, pues en general su exposición se restringe al ámbito de las redes sociales.

Los tres paquetes que se ofrecen no dan todo de sí porque, según la entrevistada, no se utilizan apropiadamente por lo que no se está explotando todo el potencial de esta estrategia. Las razones porque no se saca todo el provecho posible no son aclaradas durante la entrevista, sin embargo, se debe tomar en cuenta esto a la hora de realizar la propuesta de estrategia administrativa e indagarse en este particular y tratar de remediarlo si es posible.

Estos servicios no son publicitados de manera adecuada, no todos los potenciales usuarios de los servicios tienen acceso a la página de la fundación, ni todos los conocedores de estos servicios se mueven en los mismos círculos, por lo que la oferta queda restringida a aquellos a los que por referencia de alguien más, llega la información. La queja en este

sentido es general para todos los servicios e implica la clara señalización de una omisión importante en términos de mercadeo.

Hay eventos anuales destinados a recaudar dinero los cuales generan alrededor de un millón de colones cada uno, los eventos son dos: la campaña Un Rojo por Madre Verde y la caminata nocturna.

En la línea de los objetivos y los servicios que brinda Madre Verde, ya se ha señalado que tiene el prestigio y reconocimiento para capacitar y certificar en materia de bandera azul ecológica, lo cual le ha generado algunos clientes, asimismo puede certificar con sello de calidad a las ASADAS. Desde el punto de vista político, el gobierno municipal puede solicitar estas certificaciones a las distintas empresas del cantón lo que supone una mayor demanda de los servicios de la Fundación en este sentido.

De la entrevista se desprende que es prioritario que la Fundación Madre Verde cumpla con los requisitos necesarios para operar y poder brindar de manera correcta los servicios que ofrece; en esta línea de ideas es importante señalar que al no contar con la póliza necesaria no pudo recibir a 350 niños que iban a realizar una gira didáctica. Esto a causa de una directriz del MEP, en donde se establece que los lugares de destino de giras didácticas deben contar con una póliza de riesgos.

Por esta razón, es también crucial cumplir con los requerimientos establecidos por el ICT, en materia de turismo ecológico: estar inscritos ante el instituto, tener certificación de sostenibilidad turística y las ya mencionadas pólizas. Así como el cumplimiento de los requisitos de la ley 7600 y otras reglamentaciones relativas a protocolos de seguridad.

Aparte de las donaciones personales y empresariales, hay un monto anual de un millón de colones, este monto es entregado por FONAFIFO, una dependencia del MINAE,

como estímulo para la fundación por ser una ONG que se interesa por la conservación del bosque.

Fuera de este estímulo, de los eventos propios de la fundación, de las donaciones particulares y empresariales y de los servicios que se dan, Madre Verde no percibe muchos más recursos, por lo que no se considera que es autosustentable, sino que depende de actividades y donaciones. La sola generación de ingresos por medio de los servicios que brinda no alcanza para mantener la operación.

Los ingresos mensuales de Madre Verde se cuentan en un millón de colones mensuales, cotejando todos los ingresos descritos líneas arriba. Contra esos ingresos mensuales reporta gastos operacionales por concepto de pago de servicios básicos, planillas, obligaciones con la Caja Costarricense de Seguro Social (CCSS), Instituto Nacional de Seguros (INS), asesoría en contabilidad y viáticos, los cuales ascienden al millón de colones, por lo que la Fundación no reporta ganancias.

Durante sus primeros años y hasta el año anterior la Fundación Madre Verde no contaba con un presupuesto planificado, lo que refiere el grado de improvisación con el cual se trabajó; sin embargo, el año anterior se establece mediante la junta administrativa que el presupuesto necesario para el funcionamiento de la Fundación es de 12 millones de colones anuales, o lo que es lo mismo, un millón de colones mensuales.

El 1% del presupuesto (120.000 colones) se destina a mercadeo, el cual consiste básicamente en el mantenimiento de una página en Facebook en donde se informa sobre la Fundación Madre Verde y su quehacer. Por la ausencia de mercadeo, no se alcanza un número de clientes potenciales significativo porque la comunicación es principalmente de boca en boca, lo cual consiste en una utilización deficiente de los medios tecnológicos. Es importante recordar que las redes sociales son una gran fuente de exposición de marca, no

requieren grandes inversiones y son muy susceptibles de transmitirse a gran número de personas.

El gobierno local no aporta monetariamente a la Fundación, tampoco logísticamente, únicamente participan juntos en eventos de limpieza de quebradas en donde la municipalidad provee de guantes y bolsas plásticas, pero esto no se debe considerar una ayuda a la fundación, sino la parte de trabajo conjunto en estos proyectos que le corresponde al gobierno local, por lo que no hay una relación formal entre este y la Fundación.

Según la entrevistada los períodos de temporada alta de la Fundación son Semana Santa, fin de año y vacaciones, el resto del año se considera temporada baja. Durante la temporada alta se registran 340 visitantes por semana y durante la temporada baja se reportan 28 visitantes semanales.

Hasta este punto se tienen algunos factores fundamentales extraídos de la entrevista:

- La fundación no es autosustentable y depende de donaciones.
- La fundación no percibe ganancias que le permitan mejorar su oferta e instalaciones.
- No se ha gestionado para generar dichas ganancias.
- No se han explotado estrategias de mercadeo suficientes.
- La estrechez del presupuesto reduce las posibilidades de la fundación únicamente a mantenerse en su estado actual.
- No existe trabajo asociado con el gobierno local.
- No se percibe voluntad política por parte del gobierno local para colaborar con la fundación.

- A pesar de la limitada exposición de la Fundación, como marca que ofrece servicios de turismo y recreación, las personas están interesadas en visitarla y colaborar con ella.

Ahora bien, establecidas estos factores generales se pasa a denotar que la entrevistada señala que la Fundación Madre Verde es una organización no gubernamental (ONG) en tanto que la Reserva Madre Verde es el principal activo de dicha organización y consiste en el espacio físico en donde se ubica. Es importante recalcar entonces la ONG es una personería jurídica y la reserva comporta la riqueza natural que la Fundación administra y conserva.

FUNDECOR y OET son ejemplos de Fundaciones similares con objetivos equivalentes a los de la Madre Verde, aunque estos están más consolidados y reciben aportes de organizaciones internacionales. Estas organizaciones han sido como modelo a seguir por parte de Madre Verde, aunque se debe considerar el grado de adaptación a la realidad local y la disponibilidad de recursos económicos. Se hace referencia a la palabra sobrevivencia para ilustrar el curso de la Fundación Madre Verde, lo que muestra claramente que su gestión es un desafío constante.

La planilla de la Fundación se restringe a un empleado y otro más contratado bajo el modelo de prestación de servicios profesionales, esto restringe la posibilidad de atender personas en determinados momentos, la entrevistada no se refiere al contenido como tal de los programas de voluntariado, pero es claro que los hay, si se toma en cuenta que hay una junta administrativa *ad honorem* y el personal suficiente para organizar los eventos anuales y otras actividades.

La entrevistada comprende que la transparencia en la gestión es sinónimo de estrategia de mercadeo, pero, aunque la ética en la gestión es importante, esta no suple los



potenciales beneficios de buenas estrategias de mercadeo, las cuales, aclara, se están tratando de desarrollar en la figura de un cambio de imagen y en un intento por proyectarse a las poblaciones más jóvenes, lo que supone un desafío para afianzar el cambio generacional necesario en toda organización.

Las principales debilidades del proyecto son la falta de recursos económicos y humanos. En síntesis, de esta parte de la entrevista se desprenden los siguientes puntos:

- La fundación debe gestionar su principal activo (la reserva) con recursos limitados.
- La fundación se gestiona siguiendo modelos de organizaciones ya establecidas que además cuentan con mayores recursos económicos y humanos.
- Hay opción de recurrir a la ayuda de voluntarios.
- La transparencia administrativa se comprende como una marca de buena reputación gerencial, pero debe ser apoyada por esfuerzos mercadológicos.
- Los jóvenes deben involucrarse en el proyecto mediante la generación de un sentimiento de pertenencia y compromiso con la conservación.

En consecuencia, el punto que cruza de manera general la entrevista es la limitación de que no se cuenta con el recurso humano y económico suficiente para que la Fundación pueda afianzarse y mejorar las instalaciones y la oferta de servicios, lo que implica cierto estancamiento, producto de la falta de auto sustentabilidad.

#### **4.4 Análisis de la observación.**

La oficina administrativa de la Fundación Madre Verde se encuentra 50 metros oeste del Estadio Jorge Palmareño Solís, su horario de atención depende de la disponibilidad de la asistente administrativa.

Para completar el método de la observación se requiere programar una cita previa con la asistente la cual se efectúa en dicho lugar, cabe mencionar que esta oficina se encuentra dentro de un consultorio médico ya que es un aporte de la presidenta de la fundación.

Algunas generalidades, que se pueden mencionar de la observación son:

- ✓ A pesar de que la persona asignada como la asistente administrativa del lugar no es una profesional en la materia, esta ha logrado ejecutar todos los proyectos propuestos por la Junta Directiva, por medio del sentido de pertenencia con el trabajo que realiza, ha logrado el crecimiento de la Fundación lo que se ve reflejado en los avances que la misma ha experimentado en los últimos años.
- ✓ Dado a las diversas funciones y la saturación de trabajo se requiere la contratación de una persona que cumpla las funciones de secretariado de medio tiempo para de esta manera disminuir la carga de trabajo y aprovechar oportunidades de financiamiento las cuales devengan tiempo con el cual no cuenta la encargada.

#### **4.5. Hallazgos de la investigación.**

De acuerdo con la información recabada por medio de la entrevista realizada a la funcionaria administrativa, el método de observación y el cuestionario aplicado a 90 personas de la población palmareña, se enlistan a continuación los principales hallazgos identificados.

- ✓ **Rotulación interna en la reserva.**

Uno de los aspectos que se logran identificar es que no existe rotulación dentro de la reserva. Esto es imperativo pues los protocolos del Ministerio de Salud y la Comisión Nacional de Emergencias exigen que haya rotulación de salida de emergencia, zonas de reunión, zonas de seguridad sísmica, áreas comunes, baños, entre otras.

De no cumplirse con esta regulación no se pueden minimizar los riesgos ni maximizar la seguridad y confortabilidad de los visitantes, ni se puede estar dentro del marco legal, por lo que es preciso atender a este particular.

Esta práctica ya tiene precedentes positivos en otros lugares y representa un esfuerzo coordinado de las organizaciones no gubernamentales con proyección hacia la comunidad, y las instituciones e instancias gubernamentales.

✓ **Cumplimiento de la ley 7600.**

Actualmente la Fundación no ha sido aún adaptada para el acceso de personas con capacidades diferentes. En el marco de la inclusión, más allá de que es un requisito legal, se deben adaptar los accesos al menos a los inmuebles de la Fundación, pues la ley establece que se debe garantizar el acceso de todas las personas por medio de construcción de rampas de acceso en las áreas comunes, adaptación de los baños, parqueo señalizado.

✓ **Senderismo.**

Uno de los recursos a los que no se les está sacando el provecho adecuado es al senderismo utilizado este como medio de recreación y como impulsador de la salud física y mental, y con ello tampoco se le está sacando un provecho económico a la práctica de esta actividad, lo que minimiza la posibilidad de la fundación de mejorar sus recursos económicos, se pueden organizar caminatas programadas por los senderos y ofertar como un espacio para realizar una forma de ejercicio ecológico, tendencia que está muy de moda y representa un estímulo para la salud y el equilibrio.

✓ **Turismo formal.**

De acuerdo a lo conversado con la asistente administrativa del lugar, para explotar de forma legal el turismo formal es necesario cumplir con una serie de requerimientos dentro de los cuales se encuentran: estar inscritos en el Instituto Costarricense de Turismo y además obtener una certificación llamada Sostenibilidad Turística que es otorgada por mismo ente y actualmente la fundación no cuenta con este permiso, por lo que al igual que con el senderismo, no se le estaría sacando el mayor provecho económico ni recreativo.

✓ **La limitación del recurso humano.**

La limitación en recurso humano es un punto importante, ya que con la cantidad de que se tiene en la actualidad la posibilidad para crecer, y posicionarse en la zona como un destino atractivo para el progreso de cantón se ve limitada, esta situación se presenta como consecuencia del presupuesto, el cual está muy ajustado y no tiene posibilidades de expandirse en el corto plazo. Desde esta perspectiva es preciso enfocarse en la opción del voluntariado.

✓ **Programa de Voluntariado.**

Se puede notar que no hay un programa de voluntariado fuerte que le permita a la fundación el involucramiento de adultos jóvenes, es decir un relevo generacional, y que personas jóvenes se empoderen dentro de la fundación y la vean como suya y de esta manera se incluyan nuevas ideas dentro del funcionamiento de la misma.

✓ **Comunicación.**

En este aspecto se nota que con los canales de comunicación e información con los que cuenta la Fundación no es suficiente para tener un mayor alcance a nivel cantonal.

✓ **Coordinación con el gobierno local.**

Con respecto a la coordinación con el gobierno local actualmente es muy poca la que existe por lo que de igual forma se da poca colaboración de este sector y teniendo en cuenta que uno de los objetivos principales de la fundación es generar recurso hídrico para el cantón de Palmare, debería interesar al gobierno local, esto se puede lograr mediante reuniones entre las partes.

✓ **Gestionar ayudas de organizaciones afines.**

En el entendido de que hay organizaciones afines más y mejor establecidas que además ofrecen ayuda a otras, es preciso gestionar una colaboración inter organizacional que puede traer como beneficio modelos de trabajo, ayudas económicas y patrocinio, lo que a su vez irá en aumento de la exposición de la Fundación a niveles más amplios que le brindarán mayor alcance y mayor proyección.

✓ **Falta de cumplimiento con las condiciones y requisitos que piden las instituciones públicas que pueden utilizar los servicios de la Fundación.**

En este punto se ha logrado identificar que la fundación no ha sido una de las primeras opciones que pueden tener instituciones como el Ministerio de Educación y las universidades de la zona, para la práctica de giras didácticas, o desarrollo de trabajos comunales o

voluntariados, lo que puede ser una opción viable en este sentido y posicionarse como un espacio educativo y recreativo.

✓ **Falta de presupuesto.**

Todas las propuestas o la mayoría de ellas están sujetas a la necesidad de incrementar el presupuesto disponible. Es decir, se entra en la paradoja de que para aumentar el presupuesto se debe aumentar la inversión, lo que hasta el momento no se ha logrado pues no se ha participado en proyectos que ofrecen dinero a proyectos como el de la Fundación Madre Verde, y no se ha considerado tampoco participar en los concursos que periódicamente abren como es el caso de los proyectos de INDER.

✓ **Sentido de pertenencia.**

Actualmente no existe una relación directa de la fundación con la comunidad palmareña y circunvecina, que genere un sentido de pertenencia, y que no se vea como una fundación privada, sino como una fundación para el beneficio del cantón y del país.

Como se ha visto en muchas de las propuestas se requiere un ordenamiento piramidal, la base es el recurso humano, voluntario o no, la gestión de acercamiento con otras instituciones y el acercamiento a la comunidad.

**CAPÍTULO V**  
**Propuesta de Mercadeo**

## **5.1 Propuesta.**

### **5.1.1 Introducción a la propuesta.**

Actualmente las ONG al igual que cualquier otra empresa, enfrentan día con día retos varios para mantenerse a flote y ser cada día más eficientes adaptándose de la mejor manera a todos los cambios que el mercado demanda, el desarrollo de esta propuesta tiene como fin en primera instancia cumplir con unos de los objetivos planteados en la presente investigación el cual es identificar estrategias de mercadeo que logren el posicionamiento de la Fundación Madre Verde como una marca representativa del desarrollo sostenible y el ecoturismo a nivel regional y nacional.

La necesidad de posicionar a la Fundación se vierte luego del análisis del cuestionario y la entrevista realizada, pues se ha encontrado que claramente no hay una estrategia definida para dar a conocer a la Fundación en cuanto a marca. En la entrevista realizada a la asistente administrativa se descubre que Madre Verde y los servicios que ofrece se dan a conocer mayoritariamente por una vía verbal, lo que reduce considerablemente el espectro de alcance, cuestión que es contraproducente si el objetivo es dar a conocerla a un nivel superior.

Los objetivos organizacionales de la Fundación pretenden innovar a medida que pasa el tiempo para poder mantenerse activo en el medio, ya que según las estadísticas la vida promedio de una organización de este tipo es de 10 años, Fundación Madre Verde ha superado esta expectativa por mucho, no obstante, es crucial generar nuevos productos y servicios para su sobrevivencia.

Da la impresión que se ha estancado, ya que los ingresos generados apenas cubren los gastos de operación, y aún hay ciertas adecuaciones y requerimientos que la fundación debe



cumplir, por lo que el panorama parece cuesta arriba, pues estar vigentes y dentro de los marcos de la legalidad exige inversiones adicionales a las que se pueden realizar con el presupuesto actual. Un presupuesto que como se ha señalado depende de donaciones y actividades que no representan un flujo fijo de dinero, sino que más probablemente puede variar a la baja.

La dinámica de este apartado consiste básicamente en señalar los hallazgos importantes luego del análisis, y a partir de dichos hallazgos establecer las estrategias pertinentes para su consecución. La premisa fundamental es que para corregir o mejorar las situaciones halladas se necesita presupuesto adicional, sin embargo, dentro de los mismos hallazgos y análisis se encuentra que el presupuesto de la fundación es muy ajustado por lo que las estrategias no deben basarse únicamente en la inversión de más dinero, sino en la búsqueda de soluciones que impliquen colaboración entre partes, si bien es cierto la Fundación Madre Verde no posee grandes recursos económicos, sí que tiene servicios que ofrecer, además de un prestigio trabajado a lo largo de su gestión.

### **5.1.2 Estrategias para el cumplimiento de las propuestas.**

Además del recurso económico es imprescindible el recurso humano para poder llevar a cabo las estrategias de mejoramiento. Es necesario insistir en lo ajustado del presupuesto de la Fundación por lo que es preciso retornar a la idea de estrategias justas. Esta circunstancia comporta el reto más grande a la hora de plantear las estrategias. El recurso humano también es fundamental, y se puede decir que es interdependiente del recurso económico, por esta razón, para solucionar este desfase es necesario recurrir al voluntariado.

### **5.1.2.1. Creación de un programa de involucramiento de escuelas y colegios para la confección de la rotulación interna de la reserva.**

Para lograr dicha estrategia se propone establecer un programa de involucramiento de escuelas y colegios para la para la confección de la señalización, donde se utilice material reciclable y reutilizable.

Los miembros de la junta administrativa pueden solicitar en la supervisión educativa del circuito de Palmares, una reunión con los coordinadores del servicio comunal estudiantil y presentar la opción del proyecto. Otra alternativa es presentarlo a concurso, los rótulos más estilizados y adecuados se escogen y los ganadores tienen la opción de hacer un recorrido por la Fundación. Mediante esta estrategia se pretende cubrir una carencia, se eliminan gastos por concepto de diseño y serigrafía y se logra que la comunidad se involucre con la fundación. Se debe instar a los participantes a trabajar con materiales reciclados para imprimir un valor agregado en consonancia con la visión ecologista de Madre Verde.

### **5.1.2.2. Desarrollar un plan de patrocinio para la adecuación de los espacios de la Fundación Madre Verde conforme a la ley 7600.**

La rotulación solicitada en esta regulación también puede entrar en el apartado anterior. En cuanto a los accesos y rampas necesarios hay dos opciones: la primera implica un gasto importante de dinero: adecuación de espacios mediante materiales de construcción. Esta labor implica obviamente el desembolso de recursos económicos para la mano de obra y los materiales.

Sin embargo, se puede gestionar patrocinio por parte de empresas ferreteras o constructoras, a cambio de estas ayudas, Madre Verde les puede capacitar y certificar como

empresas amigas del ambiente mediante la certificación de bandera azul. Para esto es preciso que la junta administrativa de la Fundación busque espacios de diálogo con empresas como CONCREPAL, Maderas San Carlos, entre otras. Desde la administración, asimismo, se puede gestionar un plan de colaboración con las empresas, en donde se les catalogue con el distintivo de “Amigas de Madre Verde” en caso de que opten por la retroalimentación de canjear bienes y servicios por capacitaciones y certificaciones.

La segunda opción se refiere a aprovechar los accidentes topográficos y adecuar las entradas mediante una manipulación del terreno, aprovechando que la reserva es natural, en aquellos lugares donde sea posible, simplemente allanar el terreno o acomodarlo de forma tal que implique un acceso adecuado con el mínimo de modificación, pero asegurándose de que sea funcional para la población que así lo requiera. Esto reduce los costos y si se hace bien puede generar un efecto de consonancia con la naturaleza. Como se verá más adelante, la clave de estos esfuerzos reside en el trabajo de voluntarios.

### **5.1.2.3. Gestionar la acreditación del permiso para el desarrollo del turismo formal de la Fundación Madre Verde ante el Instituto Costarricense de Turismo.**

La junta administrativa debe gestionar la acreditación de turismo formal en las oficinas del Instituto Costarricense de Turismo (ICT) en cuyo sitio web se encuentra el formulario correspondiente con los pasos a seguir y los requisitos. El proceso se lleva más de tres meses por lo que es preciso ponerlo en marcha lo más pronto posible. El documento se encuentra en la dirección: <https://www.ict.go.cr/es/documentos-institucionales/tramites-e-informaci%C3%B3n-al-ciudadano/229-pasos-para-optar-por-la-certificaci%C3%B3n-para-la-sostenibilidad-turistica/file.html> y en el mismo se detallan todos los pasos a seguir. Esta gestión es crucial para formalizar a la fundación como destino turístico.

#### **5.1.2.4 Cumplir con las condiciones y requisitos que solicitan las instituciones públicas que pueden utilizar los servicios de la Fundación.**

En mayo de 2019 el MEP emitió una circular relativa a los protocolos de salida de los estudiantes de primaria y secundaria de los centros educativos, el cual refiere que solo se pueden visitar lugares que tengan póliza del seguro, en dicho documento se encuentran los lineamientos que se precisan para poder albergar actividades estudiantiles sin ningún problema. La junta administrativa debe señalar un porcentaje del presupuesto para gestionar estas adecuaciones, así como los gastos que se desprenden de la certificación de turismo formal.

#### **5.1.2.5. Incentivar la práctica del senderismo en empresas e instituciones para mejorar la calidad de vida de sus colaboradores.**

Visitar empresas e instituciones y ofrecer el paquete de senderismo para mejorar la salud mental de los colaboradores. Se puede ofrecer un precio de manera global o por persona y se puede ofrecer dentro del mismo importe un refrigerio y una charla sobre la importancia de la salud mental. Se necesita que representantes de la Fundación visiten las empresas e instituciones y ofrezcan el paquete.

#### **5.1.2.6 Mejorar las técnicas de mercadeo para lograr un mejor posicionamiento de la Fundación a nivel cantonal y regional.**

Se deben explotar las redes sociales y recursos tecnológicos disponibles para la promoción de la fundación. Una parte del presupuesto debería destinarse a perifoneo. Además, dentro de la junta administrativa debe gestionarse la elaboración de una comisión

de eventos que se encargue de pensar en actividades, quincenales o mensuales, en donde se inste a la población a participar en ellas.

#### **5.1.2.7 Buscar retroalimentación de parte de las universidades públicas y privadas para identificar oportunidades de mejora.**

El primer paso es reunirse con las coordinaciones de acción social y vida estudiantil para ofrecer una colaboración entre la fundación y distintos investigadores. La fundación aporta el espacio y los investigadores las conclusiones de sus trabajos, de esta manera hay una relación de colaboración beneficiosa para ambas partes.

#### **5.1.2.8 Diseñar un programa de voluntariado para aumentar el nivel de involucramiento de la comunidad.**

El eje central de todas las propuestas implica la necesidad de personas que actúen y desarrollen. Es obvio que toda empresa o proyecto requiere del recurso humano. Sin este la ejecución no se puede dar. La junta administrativa debe proyectar a la fundación como un espacio para ejercer las creencias ecologistas de las personas, las cuales, afortunadamente van en aumento. Las nuevas generaciones se caracterizan en su mayoría, por una sensibilidad renovada hacia asuntos como la conservación, el ecologismo y otras tendencias positivas que deben aprovecharse.

El voluntariado es la fuerza que permite que fundaciones como la de Madre Verde subsistan, pues los recursos para funcionamiento y emprender proyectos se diluyen en el pago de servicios o de salarios, por esta razón es que se propone que la junta de la Fundación, junto con voluntarios jóvenes, realicen giras por centros educativos, universidades e instituciones, exponiendo los valores de la fundación, su misión y visión e insten a las

personas a participar del proyecto como voluntarios. Ninguna de las propuestas aquí detalladas se podría llevar a cabo sin la colaboración de voluntarios. Durante la exposición se pueden llevar imágenes de actividades desarrolladas por Madre Verde en donde se pueda apreciar el valioso aporte de los voluntarios.

#### **5.1.2.9 Coordinar con el gobierno local la colaboración continua para el éxito de los eventos organizados.**

La junta administrativa debe reunirse con el gobierno local y gestionar colaboración logística. Aunque no pueda ayudar económicamente, el gobierno local tiene los alcances de colaborar con la fundación. Esto se logra mediante el trabajo arduo de la junta, que debe gestionar reuniones y presentar proyectos al gobierno local.

#### **5.1.3 Presupuesto para el cumplimiento de las estrategias.**

<b>Ingresos Anuales</b>	<b>Monto</b>
Donación FOFAFIFO	€1 000 000,00
Carrera Madre Verde	€2 500 000,00
Campaña Un Rojo por Madre Verde	€1 000 000,00
Caminata Nocturna	€1 000 000,00
Paquetes Eco-empresariales	€2 000 000,00
Venta de consultorías	€900 000,00
Donaciones empresariales	€2 000 000,00
Alquiler de Instalaciones.	€1 000 000,00
Giras educativas y eventos al público	€600 000,00
<b>Total de Ingresos</b>	<b>€12 000 000,00</b>
<b>Presupuesto para el cumplimiento</b>	<b>Monto</b>
Programa de involucramiento para señalización	€480 000,00
Ley 7600	€1 070 000,00
Mercadeo	€600 000,00
Voluntariado	€240 000,00
Imprevistos	€600 000,00
<b>Total</b>	<b>€2 990 000,00</b>

**CAPÍTULO VI**  
**Conclusiones y Recomendaciones**

## **6.1 Conclusiones.**

Al principio se justifica este trabajo haciendo énfasis en la importancia de conservar el recurso hídrico, pues este es fundamental para el desarrollo y prosperidad de la vida, se concluye; por tanto, que cualquier esfuerzo en pro de conservar los recursos naturales y específicamente el recurso hídrico, es valioso y debe apoyarse, tanto por la comunidad como por las instancias gubernamentales a nivel local y nacional. Esto da impulso a la presente investigación y la justifica, al tiempo que instaura un parámetro que valida y da un carácter predominante a las siguientes conclusiones.

En primera instancia se concluye que la Fundación Madre Verde ha trabajado durante varios años sin una planificación administrativa definida, trabajando en muchas ocasiones dentro de los límites de la improvisación, no por apatía de sus gestores y colaboradores, sino a causa de la falta de recurso humano y recurso económico, carencias que han marcado el rumbo de la Fundación, la cual, a pesar de esto se ha mantenido operativa desde sus inicios, esto gracias al compromiso de los involucrados y al apoyo de voluntarios.

Debido a lo anterior no ha habido una suficiente promoción de los servicios que brinda la fundación, razón por la cual esta no ha alcanzado suficientemente su ámbito de influencia, esto se desprende del análisis de la entrevista y de las encuestas en donde se establece que la comunicación sobre Madre Verde se da más que todo de boca en boca, lo que minimiza su exposición y la restringe a un grupo de personas.

La fundación depende de flujos de dinero que no son constantes como lo son las donaciones personales y empresariales, estas podrían decrecer o cesar del todo, situación sobre la cual no se puede tener un control completo, porque en ocasiones los donantes



particulares, mayoritariamente, dejan de dar sus donaciones. Por esta razón es preciso diversificar las entradas de dinero a fin de garantizar la auto sustentabilidad de la organización.

Madre Verde tiene la autoridad de capacitar y certificar en materia medio ambiental tanto a acueductos como a empresas y puede gestionar, mediante la oferta de un plan empresarial, que una entidad alcance la distinción de bandera azul ecológica.

La fundación no cumple con ciertos requerimientos legales que garanticen su idoneidad como espacio para realizar actividades, debe suplir estas carencias para poder ofertarse como un lugar donde se pueden realizar actividades grupales recreativas y educativas, así tendrá más oportunidad de generar ingresos por concepto de alquiler de las instalaciones. Tales requerimientos legales están relacionados con la ley 7600 y ciertas regulaciones dadas por el Ministerio de Educación Pública (MEP), las cuales afectan a la fundación, ya que esta oferta sus inmediaciones como sitio para realizar girar didácticas. Además, no tiene certificación de eco turismo por parte del Instituto Costarricense de Turismo (ICT).

La fundación se garantiza ingresos mediante la organización de eventos como la campaña “Un rojo por Madre Verde” y la caminata nocturna, de esto se concluye que se hacen importantes esfuerzos por generar dinero.

La comunidad en su mayoría no se siente plenamente identificada con la Fundación Madre Verde, la gente la conoce, pero no hay una cercanía ni una identificación patente como la hay, por ejemplo, con la parroquia u otras instancias comunitarias y cantonales.

Según la encuesta realizada, la mayoría de las personas está dispuesta a colaborar con la fundación y a hacer uso de los servicios que ofrece; sin embargo; se vuelve al problema de la falta de una promoción efectiva.

La fundación tiene muy buena reputación entre quienes la conocen, tanto por sus objetivos como por la manera en que se administran los recursos.

Por último, se concluye que no hay un apoyo real del gobierno local, ni en materia económica, ni en materia logística.

## **6.2 Recomendaciones.**

Continuar con tan valioso proyecto que garantizará el acceso a recursos hídricos y naturales en general en el presente y en el futuro.

Se debe definir una planificación estratégica acorde con la misión y la visión de Madre Verde, así como con sus objetivos, de forma tal que la improvisación se reduzca al mínimo y se puedan anticipar posible obstáculos y eventualidades, esto con la finalidad de garantizar su pervivencia y una gestión responsable de sus activos.

Asimismo, es importante robustecer las estrategias de mercadotecnia para exponer la fundación en tanto marca de eco turismo y recreación al servicio del cantón y lugares aledaños, en primera instancia, y luego proyectarse a nivel nacional, esto es importante porque reduce la dependencia con respecto a las donaciones.

Por esta razón es preciso multiplicar las opciones de generación de ingresos mediante estrategias de promoción acorde con el perfil de la organización y los gustos de los potenciales clientes.

También se recomienda publicitar los servicios empresariales ofertados por la fundación, en este empeño puede colaborar el gobierno local, estimulando la práctica de sugerir a las empresas más y mejor establecidas que cumplan con los requisitos para optar por la bandera azul ecológica.

Una encomienda de primer orden consiste en realizar el esfuerzo de cumplir con requisitos legales pendientes relacionados con la ley 7600, la circular DM- 00013-05-19 del MEP, específicamente el artículo 11 donde se estipula que los lugares donde se realizan giras didácticas deben tener pólizas y el protocolo de prevención y atención de emergencias prescrito por la Comisión Nacional de Emergencia y, asimismo, cumplir con las regulaciones propias del ICT. Esto con la finalidad de estar al día y en condiciones de brindar los servicios ofertados por la organización.

Se debe intentar una mayor compenetración con la comunidad, especialmente con las poblaciones jóvenes, para de esta manera generar una mayor cercanía con la comunidad en general y esta sienta que la fundación es una parte importante del devenir del cantón.

Finalmente se recomienda que se busque una colaboración concreta con el gobierno local, mediante reuniones y diseño de agendas conjuntas, pues los objetivos de Madre Verde beneficiarán al gobierno local en su momento.

Los esfuerzos por conservar los recursos indispensables para la vida deben alentarse promoviendo constantemente su progreso y procurando que dichos esfuerzos se mantengan de generación en generación.

**CAPITULO VII**  
**Referencias Bibliográficas**

## 7.1 Referencias Bibliográficas

- Céspedes Sánchez, A. (2010). *Principios de mercadeo*. Quinta edición, Ecoe Ediciones. Recuperado de <http://www.ecoediciones.com/wp-content/uploads/2016/08/Principios-de-mercadeo.pdf>
- Correa, F. (2009). *Administración*. Recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/redcraisp/detail.action?docID=3181499&query=administracion+FERNANDO+COREA>
- Corzo, G. (2012). *Biodiversidad, conservación y desarrollo*. Universidad de los Andes: Colombia. Recuperado de [https://books.google.co.cr/books?id=UFU7DwAAQBAJ&pg=PA105&dq=Corzo,+G.+\(2012\).+Biodiversidad,+conservaci%C3%B3n+y+desarrollo.+Universidad+de+los+Andes:+Colombia&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwijiievj3qbmAhUMx1kKHcD5CeIQ6AEIJjAA#v=onepage&q=Corzo%2C%20G.%20\(2012\).%20Biodiversidad%2C%20conservaci%C3%B3n%20y%20esarrollo.%20Universidad%20de%20los%20Andes%3A%20Colombia&f=false](https://books.google.co.cr/books?id=UFU7DwAAQBAJ&pg=PA105&dq=Corzo,+G.+(2012).+Biodiversidad,+conservaci%C3%B3n+y+desarrollo.+Universidad+de+los+Andes:+Colombia&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwijiievj3qbmAhUMx1kKHcD5CeIQ6AEIJjAA#v=onepage&q=Corzo%2C%20G.%20(2012).%20Biodiversidad%2C%20conservaci%C3%B3n%20y%20esarrollo.%20Universidad%20de%20los%20Andes%3A%20Colombia&f=false)
- Espinoza Sotomayor, R. (2009). *El fayolismo y la organización contemporánea Visión*. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545880010.pdf>
- Gaona, A. (2006). *Desarrollo sostenible y desarrollo solidario*. Recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/redcraisp/detail.action?docID=3169511&query=desarrollo+sostenible>
- García, J. (1953). *Revista de Administración Pública*. Recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/redcraisp/reader.action?docID=3222120>
- Jiménez Bulla, L. (2009). *Ecoturismo: oferta y desarrollo sistémico regional*. Recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/redcraisp/detail.action?docID=3193976>
- Lee, J. (2007). Cómo iniciar el proceso de mercadeo en la empresa. *TEC Empresarial*. 1 (44) 42-46

Marketing promocional. (2008) editorial vértice. Recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/redcraisp/reader.action?docID=3196347&query=MARKETING%2BPROMOCIONAL>

Mayorquín, A., Valenzuela, S., & Rangel Ch., J. (2010). "Evaluación de la efectividad de manejo en reservas naturales de la sociedad civil: una propuesta metodológica. Recuperado de [https://books.google.co.cr/books?id=VB6VDwAAQBAJ&pg=PA109&dq=%E2%80%9CEvaluaci%C3%B3n+de+la+efectividad+de+manejo+en+reservas+naturales+de+la+sociedad+civil:+una+propuesta+metodol%C3%B3gica.&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjsp8qm36bmAhVlrlkKHTC\\_B6oQ6AEIJjAA#v=onepage&q=%E2%80%9CEvaluaci%C3%B3n%20de%20la%20efectividad%20de%20manejo%20en%20reservas%20naturales%20de%20la%20sociedad%20civil%3A%20una%20propuesta%20metodol%C3%B3gica.&f=false](https://books.google.co.cr/books?id=VB6VDwAAQBAJ&pg=PA109&dq=%E2%80%9CEvaluaci%C3%B3n+de+la+efectividad+de+manejo+en+reservas+naturales+de+la+sociedad+civil:+una+propuesta+metodol%C3%B3gica.&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjsp8qm36bmAhVlrlkKHTC_B6oQ6AEIJjAA#v=onepage&q=%E2%80%9CEvaluaci%C3%B3n%20de%20la%20efectividad%20de%20manejo%20en%20reservas%20naturales%20de%20la%20sociedad%20civil%3A%20una%20propuesta%20metodol%C3%B3gica.&f=false)

Moreno Bustamante, Chaparro Ávila, (2008). *Conceptos Básicos para Entender la Legislación Ambiental Aplicable a la Industria Minera de los Países Andinos*. Recuperado de [https://books.google.co.cr/books?id=Z\\_kPwcC774cC&pg=PA45&dq=Moreno+Bustamante-Chaparro+%C3%81vila,+2008&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiomLi33KbmAhUMq1kKHddyBzsQ6AEIJjAA#v=onepage&q=Moreno%20Bustamante-Chaparro%20%C3%81vila%2C%202008&f=false](https://books.google.co.cr/books?id=Z_kPwcC774cC&pg=PA45&dq=Moreno+Bustamante-Chaparro+%C3%81vila,+2008&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiomLi33KbmAhUMq1kKHddyBzsQ6AEIJjAA#v=onepage&q=Moreno%20Bustamante-Chaparro%20%C3%81vila%2C%202008&f=false)

Nava, L., & Gandin, J. (2015). *Geopolítica del medioambiente: Cambio climático y recursos hídricos. Aproximación al caso de Canadá*. Recuperado de [http://pure.iiasa.ac.at/id/eprint/11916/1/GEOPOL%C3%8DTICA%20DEL%20MEDIOAMBIENTE%20\(Gandin%20&%20Nava\).pdf](http://pure.iiasa.ac.at/id/eprint/11916/1/GEOPOL%C3%8DTICA%20DEL%20MEDIOAMBIENTE%20(Gandin%20&%20Nava).pdf)

Navajo, P. (2011). *Planificación estratégica en organizaciones no lucrativas: guía participativa basada en valores*. Recuperado de

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/redcraisp/detail.action?docID=4507867&query=planificacion+estrategica>

Osorio G, J, Escobar Z, C, Botero G, C. (2010). *Implementación de un modelo administrativo para las empresas que pertenecen a Parquesoft Pereira*. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/849/84917316023.pdf>

P

**Paniagua, Á, & Moyano, E. (1998). Medio ambiente, desarrollo sostenible y escalas de sustentabilidad. Reis.** *Recuperado de* [https://books.google.co.cr/books?id=KSXf\\_8HbHHgC&pg=PA151&dq=Paniagua,+%C3%81,+%26+Moyano,+E.+\(1998\).+Medio+ambiente,+desarrollo+sostenible+y+escalas+de+sustentabilidad.+Reis&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiOr9fk4KbmAhWDpFkKHQj-BAYQ6AEIJjAA#v=onepage&q=Paniagua%2C%20%C3%81%2C%20%26%20Moyano%2C%20E.%20\(1998\).%20Medio%20ambiente%2C%20desarrollo%20sostenible%20y%20escalas%20de%20sustentabilidad.%20Reis&f=false](https://books.google.co.cr/books?id=KSXf_8HbHHgC&pg=PA151&dq=Paniagua,+%C3%81,+%26+Moyano,+E.+(1998).+Medio+ambiente,+desarrollo+sostenible+y+escalas+de+sustentabilidad.+Reis&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiOr9fk4KbmAhWDpFkKHQj-BAYQ6AEIJjAA#v=onepage&q=Paniagua%2C%20%C3%81%2C%20%26%20Moyano%2C%20E.%20(1998).%20Medio%20ambiente%2C%20desarrollo%20sostenible%20y%20escalas%20de%20sustentabilidad.%20Reis&f=false)

Pérez Bustamante, (2007). *Los derechos de la sustentabilidad: desarrollo, consumo y ambiente*. Recuperado de [https://books.google.co.cr/books?id=jk77LWgX6doC&printsec=frontcover&dq=P%C3%A9rez+Bustamante,+2007&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwip2s\\_22qbmAhWxo1kKHdHpA-MQ6AEIJjAA#v=onepage&q=P%C3%A9rez%20Bustamante%2C%202007&f=false](https://books.google.co.cr/books?id=jk77LWgX6doC&printsec=frontcover&dq=P%C3%A9rez+Bustamante,+2007&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwip2s_22qbmAhWxo1kKHdHpA-MQ6AEIJjAA#v=onepage&q=P%C3%A9rez%20Bustamante%2C%202007&f=false)

Rivera Camino, J. Dolores de Juan Vigaray, M. (2002). *La Promoción de ventas. Variable clave del marketing*. Recuperado de <https://books.google.co.cr/books?id=TYA3HjTUjEsC&pg=PA121&dq=PROMOCION+A>

[L+CONSUMIDOR&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjXxcqs5JLkAhXJuVkKHf4cBXMQ6wEILTAB#v=onepage&q=PROMOCION%20AL%20CONSUMIDOR&f=false](https://www.proquest.com/lib/redcraisp/reader.action?docID=4626992&query=planificacion+estrategica)

Rodriguez, M. Taborda, A, Eula, M, Camisasso, M. Maniaci, A. (2016). *Planificación estratégica. Fundamentos y herramientas de actuación*. Editorial Brujas. Recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/redcraisp/reader.action?docID=4626992&query=planificacion+estrategica>

Salame, H. (2013). *La Planeación y el desarrollo de productos*. Universidad Piloto: Madrid. Recuperado de [https://books.google.co.cr/books?id=1uk0DwAAQBAJ&pg=PT276&dq=Salame,+H.+\(2013\).+La+Planeaci%C3%B3n+y+el+desarrollo+de+productos.+Universidad+Piloto:+Madrid.&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwi-juSE5KbmAhXjxlkKHZkOAr8Q6AEIJjAA#v=onepage&q=Salame%2C%20H.%20\(2013\).%20La%20Planeaci%C3%B3n%20y%20el%20desarrollo%20de%20productos.%20Unive rsidad%20Piloto%3A%20Madrid.&f=false](https://books.google.co.cr/books?id=1uk0DwAAQBAJ&pg=PT276&dq=Salame,+H.+(2013).+La+Planeaci%C3%B3n+y+el+desarrollo+de+productos.+Universidad+Piloto:+Madrid.&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwi-juSE5KbmAhXjxlkKHZkOAr8Q6AEIJjAA#v=onepage&q=Salame%2C%20H.%20(2013).%20La%20Planeaci%C3%B3n%20y%20el%20desarrollo%20de%20productos.%20Unive rsidad%20Piloto%3A%20Madrid.&f=false)

Sánchez, M. (2015). *Administración 1 segunda edición*. Recuperado de <https://libreriamorelos.mx/72193/administracion-1-serie-integral-por-competencias>

Sosa Flores, M, Hernández Pérez, F. Fuente Flores, F. (2007). *Desarrollo sostenible: sus dimensiones*. Recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/redcraisp/detail.action?docID=3173446>

Velásquez, M., Navas, C., Escolar, J., Díaz, D., Morales, D., & Guerra, H. (2016). *Gerencia de marketing. Barranquilla (Colombia): Editorial Universidad del Norte*. Recuperado de <https://www.ecoediciones.com/wp-content/uploads/2016/12/Gerencia-de-Marketing-1ra-Edici%C3%B3n.pdf>



Villarruel Fuentes, M. (1998). *Educación superior y desarrollo sustentable*. Recuperado de <https://rieoei.org/RIE/article/view/2641>

## **Anexos**

## Anexo 1: Cuestionario para la población de estudio

El siguiente cuestionario tiene como finalidad obtener información más clara y concisa sobre el conocimiento por parte de los vecinos de Palmares con respecto al proyecto Fundación Madre Verde, con el propósito de brindarle a la misma datos relevantes que logren destacar sus oportunidades de mejora para desarrollar una planificación estratégica, que garantice la auto sustentabilidad económica de la Fundación, como parte de la culminación del trabajo final de graduación solicitado para el grado de Licenciatura en Administración de negocios.

### Instrucciones

Lea detenidamente y con atención las preguntas que a continuación se le presentan, tómese el tiempo que considera necesario y luego seleccione con una equis (X) su respuesta.

1. Sexo
  - ( ) Masculino
  - ( ) Femenino
  
2. ¿Por favor indique cuál es su edad?
  - ( ) 15 a 21
  - ( ) 22 a 28
  - ( ) 29 a 35
  - ( ) 36 a 42
  - ( ) 43 o más
  
3. ¿Cuál es su lugar de residencia?
  - ( ) Palmares
  - ( ) Zaragoza
  - ( ) Buenos Aires
  - ( ) Otro ¿Cuál?

---
  
4. ¿Ha escuchado acerca de La Fundación Madre Verde? Si su respuesta es No, por favor pase a la pregunta #10.
  - ( ) Si
  - ( ) No

5. ¿Tiene conocimiento acerca de los esfuerzos que realiza esta fundación para la preservación del ambiente en la zona?
- ( ) Si  
( ) No
6. ¿Ha visitado usted la Fundación Madre Verde? Si su respuesta es No, por favor pase a la pregunta # 8.
- ( ) Si  
( ) No
7. ¿Con que frecuencia ha visitado usted la Fundación Madre Verde?
- ( ) Nunca  
( ) 1 a 2 ocasiones  
( ) 3 o más ocasiones en que tiempo
8. ¿Tiene conocimiento usted de cómo se financia La Fundación Madre Verde?
- ( ) Si  
( ) No
9. ¿Considera usted que La Fundación Madre Verde invierte en publicidad a nivel cantonal?
- ( ) Si  
( ) No
10. ¿Sabe que es Ecoturismo? Si su respuesta es No, por favor pase a la pregunta #12
- ( ) Si  
( ) No
11. ¿Ha practicado alguna vez el Ecoturismo?
- ( ) Si  
( ) No
12. ¿Qué medidas de racionamiento de agua adopta en su día a día?
- ( ) Recolección de agua de lluvia para fines no potables  
( ) Examinar las llaves de agua, cañerías y tuberías con el fin de evitar fugas  
( ) Tomar duchas de corta duración  
( ) Regular la frecuencia de lavado  
( ) Ninguna
13. ¿Cómo considera usted que la fundación pueda ser más reconocida a nivel cantonal?
- ( ) Alianza comercial con las empresas más reconocidas de la zona  
( ) Mas trabajo en conjunto con la Municipalidad de Palmares

- Mayor inversión en el área de mercadeo  
 Otra ¿Cuáles?
- 

14. ¿Cuáles medidas cree usted que puede implementar la fundación para aumentar la cantidad de visitantes en la reserva?

- Actividades recreativas  
 Campamentos  
 Horarios extendidos  
 Otras  
¿Cuales?
- 

15. ¿Sabe usted de donde proviene el agua que abastece el cantón de Palmares?

- Si  
 No

16. ¿Estaría usted anuente a contribuir monetariamente con la Fundación?

- Si  
 No

17. ¿Considera que una mayor inyección económica a la fundación beneficiaría al cantón?

- Si  
 No

## **Anexo N° 2: Entrevista para asistente administrativa.**

1. ¿Cómo se financia la Fundación Madre Verde?
2. ¿Cuáles son los Ingresos mensuales de la Fundación Madre Verde?
3. ¿Cuáles son los Gastos operacionales del Fundación Madre Verde?
4. ¿Cuál es el presupuesto destinado para la cobertura de los gastos operacionales de la Fundación Madre?
5. ¿Qué porcentaje de los fondos se destinan a proyectos de mercadeo de la fundación?
6. ¿Recibe la fundación algún aporte del gobierno local?
7. Cual es promedio de visitas semanales/mensuales que recibe la fundación?
8. ¿Cuál es la diferencia entre reserva y fundación?
9. ¿Existen otras fundaciones con un propósito similar a Madre Verde sobre la conservación del medio ambiente? ¿Se ha adoptado algún modelo a seguir de alguna de estas?
10. ¿Cuáles servicios brinda la fundación al público que la visita?
11. ¿Con cuántos colaboradores cuenta actualmente la fundación bajo planilla?
12. ¿Cuáles son las estrategias de marketing utilizadas para captar la atención del público?
13. ¿Cuáles son las principales debilidades a nivel administrativo de la fundación?
14. ¿En qué aspectos considera usted que existe una oportunidad de mejora en la fundación?
15. ¿Existen estudios hidrológicos sobre la cantidad de agua con la que cuenta la reserva?