



# **ULACIT**

UNIVERSIDAD LATINOAMERICANA DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA

*Facultad de Ciencias Empresariales  
Centro de Investigación y Desarrollo Empresarial*

*Programa de Licenciatura en Mercadeo  
Artículo Científico*

## ***Voluntariado y turismo: una nueva forma de mercadeo turístico***

*Profesora: MBA. Kattia Chacón*

Elaborado por:  
Melissa Jaén Arias  
111000906

*San José, Costa Rica*

## **Agradecimiento**

Un agradecimiento a mi Señor, por la salud y posibilidad que me ha dado de estudiar y de encontrarme en este momento, exponiendo este trabajo de graduación.

## **Dedicatoria**

Dedico este artículo a mi familia, especialmente a mi madre quien ha sido consejera y guía durante todos estos años de carrera. Y quien me motivó y facilitó su pequeña empresa para que llevara a cabo esta investigación.

## ÍNDICE

	<b>Página</b>
Agradecimiento.....	2
Dedicatoria.....	3
Introducción.....	5
Justificación.....	7
Objetivo General.....	9
Objetivos Específicos.....	9
Metodología.....	10
Voluntariado y Turismo: Una nueva forma de mercadeo turístico.....	14
<i>Volunteer Tourism: The New Method of Marketing Tourism</i>	
Abstrac.....	16
¿Que es turismo?:.....	18
Voluntariado.....	21
<i>Antecedentes de la Organización</i>	
<i>World Endeavors/Costa Rica</i> .....	23
<i>Percepción de expertos en manejo de programas de voluntariado y turismo</i> .....	27
<i>¿Qué opinan los voluntarios de World Endeavors Costa Rica?</i> .....	29
Aplicación del Mercadeo.....	32
Conclusiones.....	37
Recomendaciones.....	38
Bibliografía.....	40
Anexo.....	43

## INTRODUCCIÓN

El turismo es tan antiguo como el hombre. Desde que estudiábamos el origen de nuestra raza en la escuela primaria, hablábamos de indios nómadas y sedentarios; estábamos hablando inconscientemente de turistas y de receptores de turismo. (Ramírez, 2000)

El concepto turismo se puede definir como "todo desplazamiento voluntario y temporal determinado por causas ajenas al lucro, conjunto de bienes, servicios y organización que en cada nación determinan y hacen posibles esos desplazamientos, las relaciones y hechos que entre éstos y los viajeros tienen lugar "(Ramírez, 2000).

En el presente trabajo se exponen una serie de conceptos que se relacionan con el mercadeo turístico, el cual se puede definir como "un producto que designa cualquier bien o servicio, o la combinación de ambos, que poseen un conjunto de atributos físicos y psicológicos que el consumidor considera que tiene un bien para satisfacer sus deseos o necesidades. El producto turístico es principalmente un conjunto de servicios, compuesto por una mezcla o combinación de elementos de la industria turística" (De la Colina 1997).

Además se analizará la oferta de voluntariado y turismo, como una nueva propuesta de mercadeo turístico.

En resumen, la investigación posee una base teórica de conceptos y las diferentes variables, que influyen y explican el comportamiento del consumidor con respecto de su elección, en cuanto a programas de este tipo, tomando en cuenta aspectos conductuales, culturales, sociales; así como el papel de la publicidad en la formación de criterios para el escogimiento de un programa.

## JUSTIFICACIÓN

Según los expertos en el tema, el turismo como industria en Costa Rica se desarrolló ampliamente entre 1987 y 1995. Hoy en día esta fuente de ingresos es decisiva en el desarrollo económico del país, pues ha logrado superar el aporte económico que otrora significaban los principales productos de exportación como el café y el banano (ICT, López 2002).

Actualmente esta actividad constituye para el país una importantísima fuente de empleo tanto directo como indirecto y, al mismo tiempo, por medio de él se han logrado desarrollar muchas de las áreas periféricas y alejadas del país (Canatur 1995).

La ubicación geográfica de Costa Rica con respecto de dos importantes mercados como lo son Estados Unidos y Canadá, así como la estabilidad política de la que se ha gozado siempre en el contexto centroamericano, se han convertido en dos factores decisivos para posicionar al país como un importante destino turístico (ICT, López 2002).

Además, Costa Rica ha logrado ubicarse internacionalmente como una nación que posee un nivel promedio alto de educación en la población, también un gran porcentaje de sus habitantes habla un segundo idioma. Asimismo, se le conoce como uno de los principales destinos naturalistas del mundo por su riqueza de biodiversidad, y por poseer un sistema de áreas de conservación bien estructurado. Es decir, Costa Rica ante el mundo reúne las características de un país que se encuentra en vías de desarrollo (ICT, 2002).

Por eso, al mismo tiempo que el país atrae como destino turístico, el hecho de ser una nación que se encamina hacia desarrollo, también inspira el interés y deseo de ayudarlo con trabajo voluntario en diferentes áreas.

Esta dualidad de ser excelente destino turístico y al mismo tiempo, ser un país que ofrece diferentes áreas donde se puede realizar trabajo voluntario, ha motivado esta investigación, en la cual nos proponemos analizar y estudiar el tema **Voluntariado y turismo, como una nueva forma de mercadeo turístico**, actividad que se está posicionando cada vez más como una nueva alternativa que atrae a jóvenes y adultos.

## **OBJETIVO GENERAL**

Analizar y estudiar el concepto de voluntariado y turismo en Costa Rica, como una nueva forma de mercadeo turístico.

## **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

1. Identificar los aspectos que influyen en los consumidores a la hora de elegir un programa de voluntariado y turismo.
2. Determinar los factores que permiten la interrelación (concordancia) entre el interés del voluntariado y el interés turístico.
3. Considerar algunos aspectos que podrían mejorar la propuesta que se está ofreciendo actualmente.

## METODOLOGÍA

En el presente trabajo se utiliza la Investigación exploratoria, la cual se define según Aaker A, David (2001) como: "Aquella investigación que se emplea cuando un conocimiento más profundo sobre la naturaleza general de un problema, las posibles alternativas de decisión y las variables pertinentes que necesitan considerarse" (página 170).

Los métodos de investigación son sumamente flexibles, no están estructurados y son cualitativos, ya que el investigador comienza, sin concepciones previamente firmes, ha indagar acerca de lo que se encontrará. La ausencia de una estructura permite una persuasión completa de ideas y pistas interesantes sobre la situación del problema.

En la investigación exploratoria las hipótesis son vagas, o están mal definidas, o no existen en absoluto; además, es útil para establecer prioridades entre las preguntas de la investigación y para conocer acerca de problemas prácticos en la realización de la investigación.

Los enfoques para el desarrollo de este artículo científico son el cualitativo y el cuantitativo. La investigación cualitativa "se realiza a fin de tener acceso a la perspectiva de la persona y, a la vez formarse una idea aproximada de la misma. Le permite al investigador orientarse en la gama y complejidad de las actividades e intereses de los consumidores. Los datos cualitativos se recopilan para conocer más acerca de cosas que no se pueden observar y medir directamente"(Aaker, 2001).

La técnica cualitativa que se utiliza para la realización de esta investigación es la entrevista semiestructurada. Esta tiene como finalidad conocer y analizar los puntos de vista y percepción en que basan su opinión, los expertos en el tema de programas de voluntariado y turismo.

Esta entrevista fue aplicada a dos directores de organizaciones que tienen programas de voluntariado y turismo en el extranjero, específicamente en Costa Rica, la entrevista se realizó vía Internet debido a que ellos residen en los Estados Unidos, por lo que la recolección de información fue más accesible por este medio, tanto para el investigador como para los encuestados.

Por otra parte, la investigación cuantitativa pone una concepción global positivista y objetiva orientada a los resultados. Se desarrolla más directamente en la tarea de verificar y comprobar teorías por medio de estudios muestrales representativos, aplicando de esta manera, instrumentos sometidos a prueba de validación y confiabilidad. La técnica cuantitativa que se utiliza es la encuesta; con ella se logra un análisis numérico estadísticamente significativo con resultados más precisos. Esta encuesta consta de un cuestionario de 19 preguntas tanto abiertas como cerradas, con las cuales se busca conocer la opinión de los voluntarios de World Endeavors con respecto a la percepción que tienen frente a programas de voluntariado y turismo en Costa Rica, así como posibles mejoras a este tipo de programas.

### **Población**

Todo estudio o investigación tiene como referencia, un conjunto de unidades de estudio o elementos que pueden ser personas, animales, empresas, organizaciones, objetos, etc. Con el estudio se pretende conocer las características del conjunto y generalizar los resultados o conclusiones que se obtengan.

A este conjunto de unidades de estudio es a lo que se denomina técnicamente en estadística, **población del estudio** o simplemente **población** (Gómez Barrantes, 1997).

Una población puede ser finita o infinita. Una población finita tiene un número limitado de elementos, mientras que una infinita la forman un número ilimitado (Gómez Barrantes, 1997).

Para esta investigación se utiliza una población finita, la cual se ajusta más a las características propias de la organización en estudio. Según Mercedes Arias, representante de WE Costa Rica, actualmente esta organización cuenta con siete voluntarios que laboran en diferentes áreas e instituciones del cantón de Atenas. Al momento, la cantidad de voluntarios es reducida porque esta es una temporada baja para la organización. Por lo tanto, esta encuesta fue aplicada a un total de siete voluntarios quienes la respondieron y opinaron acerca de los programas de voluntariado de WE para Costa Rica, así como de la posibilidad de combinar proyectos de voluntariado y turismo, entre otras posibilidades.

### **Alcances**

En este trabajo, se pretende analizar y estudiar el concepto de voluntariado y turismo en Costa Rica como una nueva alternativa del mercadeo turístico. Además, establecer muy claramente cuáles son las características de los actuales consumidores, para así determinar los factores que motivan su elección; además, considerar algunos aspectos que podrían mejorar esta nueva propuesta de voluntariado y turismo.

Se espera que las conclusiones sean una herramienta efectiva para la toma de decisiones en cuanto a posibles mejoras en este campo del voluntariado y el turismo; es decir, que se pueda convertir esta investigación en insumo para este

tipo de organizaciones , y así ayudarles a conocer más sobre sus clientes actuales.

Se desea demostrar que una investigación de este tipo es necesaria para poder descubrir los comportamientos de los clientes y, de ser posible, que sirva como punto de partida para analizar nuevas tendencias en los clientes que utilizan actualmente el tipo de producto en estudio.

### **Limitaciones**

La principal limitación ha sido la escasez de fuentes bibliográficas disponibles con información específica acerca de turismo y voluntariado conjuntamente.

Además, las entrevistas realizadas a expertos en el tema de estudio fueron realizadas vía Internet, debido a la lejanía de las partes interesadas.

## ***Voluntariado y turismo: Una nueva forma de mercadeo turístico***

<sup>1</sup>Autora: Melissa Jaén Arias.



### **Resumen**

A partir de la década de los 50, el turismo internacional ha crecido enormemente hasta llegar a convertirse en una industria muy importante desde el punto de vista económico; inclusive esta actividad ha logrado que sus ingresos superen las ventas de petróleo, ventas de electrónicos, e inclusive a la industria automotriz (ICAE, 2006,

---

Melissa Jaén Arias  
Bachiller en Administración de Empresas, Universidad Nacional UNA.  
Candidata a la Licenciatura en Mercadeo de la Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología ULACIT. Correo electrónico: melyjaen@hotmail.com

CLACDS /Turismo en Costa Rica: El reto de la competitividad).

Costa Rica no ha sido la excepción, en lo que a beneficios de la industria del turismo se refiere. Su ubicación geográfica, su riqueza natural, así como su estabilidad social reflejada en campos como la educación y la salud, entre otros, han permitido que el sector turismo represente una fuente de ingresos importante, que además es decisiva en el desarrollo y bienestar del país (ICT, López 2002).

La diversidad geográfica que posee nuestro país permite que la oferta de productos sea variada: parques nacionales, playas, deportes, acuáticos entre otros. Además, Costa Rica posee la infraestructura adecuada, la cual hace que los

atractivos sean accesibles (ICT, López 2002).

Por otra parte, la calidez de los costarricenses, así como la riqueza de su cultura y la simpatía del tico hacia la persona turista, hacen que en Costa Rica los extranjeros perciban un ambiente de amistad y amabilidad que los hace sentirse como en casa.

En este artículo científico se relaciona el concepto turismo con el concepto voluntariado, los cuales constituyen una nueva forma del mercadeo turístico. La finalidad es estudiar y analizar esta nueva opción, así como también conocer la percepción que poseen los consumidores, con respecto de este tipo de programas de voluntariado y su interrelación con el turismo.

Para esta investigación el punto de referencia en relación con esta clase de programas, lo constituye la organización World Endeavors. De aquí se deriva la importancia de conocer, no solo el punto de vista de los voluntarios, sino también el de su director Tom Pedem; para ello se le hizo una entrevista, con el fin de conocer su percepción en cuanto a programas de voluntariado existentes en Costa Rica.

La recopilación de cierta información sobre aspectos de mejora para esta propuesta de voluntariado y turismo, permiten que no solo se beneficie el país en relación en el sector turismo, sino también que muchas de nuestras instituciones tanto públicas como privadas, reciban colaboración voluntaria que, sin duda, es provechosa y oportuna para cualquier país en vías de desarrollo.

**Palabras claves:**

Turismo

Mercadeo turístico

Voluntario

Voluntariado

**Abstrac**

**Volunteer Tourism: A new approach in tourism marketing**

Since the beginning of the decade of the 50's, the international tourism industry has grown enormously. From an economic point of view, it has become increasingly important as its revenue has now surpassed that of the sale of gasoline, electronics and automobiles (ICAE, 2006, CLACDS /Turismo en Costa Rica: El reto de le competitividad).

Costa Rica has been no exception as is evidenced by the of its tourism. Its geographic location, natural resources, and social stability, as reflected in the fields of education and health, among others, have permitted the tourism sector to achieve the kind of profitability that is so important and in fact decisive to the development and well-being of the country (ICT, Lopez 2002).

The geographic diversity of Costa Rica allows it to offer a variety of attractions, including national parks, beaches and water sports to name but a few. In addition, Costa Rica has adequate infrastructure making these destinations and activities accessible (ICT, López 2002).

Additionally, the warmth of Costa Ricans, as well as the richness of their culture and the affection openly shown by ticos toward tourists creates

an atmosphere of friendliness, which makes foreigners feel at home.

This scientific article connects the concept of tourism with the notion of volunteering services, which together form the new tourism market. The intention is to study and analyze this new option, as well as to discover what attitudes and perceptions are held by consumers with regard to the integration of volunteer programs with tourism.

For this investigation, the point of reference is an existing volunteer program known as World Endeavors. Using this particular approach, one is able to derive not only the point of view of the volunteers themselves, but also, that of its director Tom Pedem. An interview with him provided the opportunity to discern his perception with regard to the programs currently in existence in Costa Rica.

The compilation of this type of information demonstrates that Costa Rica is benefited beyond the obvious boost to the tourism sector. Many of our institutions, public and private, would receive the kind of collaborative assistance that without doubt is advantageous and opportune for any country on the road to development.

**Key words:**

Tourism

Tourism Marketing

Volunteer

Volunteering

## **Presentación**

En el ámbito mundial, el turismo es una actividad que ha demostrado ser una de las más estables en términos de crecimiento y generación de divisas. Entre 1980 y 1999, la llegada de turistas internacionales en el plano mundial, creció a un ritmo anual del 4.6%, mientras que los ingresos generados por esta actividad tuvieron un crecimiento anual del 9.1%. Ambos indicadores mostraron una estabilidad prácticamente continua, solamente afectada en dos ocasiones en la década pasada: en 1991 como resultado de la guerra del Golfo Pérsico, y en 1993, como resultado de la recesión que afectó a gran parte de los países industrializados (ICT, López 2002).

El movimiento turístico mostró claramente un extraordinario

dinamismo como fenómeno social y económico del siglo anterior y se vislumbra que, indudablemente, mantendrá esta posición para este siglo que empieza (ICT, López 2002).

## ***¿Qué es turismo?***

Turismo es el movimiento migratorio temporal, por tierra, mar o aire, que desplaza a las personas de un punto geográfico a otro. La corriente turística puede desarrollarse dentro de un mismo país o fuera de él; de ahí los conceptos de turismo interior, turismo exterior y turismo receptivo (Wikipedia 2006).

De acuerdo con la División de Estadísticas de las Naciones Unidas, el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un

periodo consecutivo inferior a un año y superior a 24 horas, con fines de ocio, por negocios y otros motivos (Wikipedia 2006).

### **Clasificación del turismo**

De acuerdo con la intención que tenga el turista, o que se persiga al practicar esta actividad, se le puede clasificar de miles maneras.

Se podrían llenar infinidad de páginas referentes a este tema. Cualesquiera que sean las causas por las que el hombre se desplace turísticamente, estas van indicando la clasificación de dicha actividad (Ramírez, 2000). Este autor sugiere la siguiente clasificación:

#### **Turismo de descanso y esparcimiento**

Este es el turismo más estrictamente apegado a la definición tradicional; es decir, la más generalizada y la

más primaria. Turismo de descanso y esparcimiento es el que practica la persona que desea vacacionar, descubrir bondades y costumbres de otras regiones distintas al sitio donde reside. En este tipo de actividad, el hombre satisface su deseo de cambiar de ambiente.

#### **Turismo de negocios**

Es el turismo que practica el hombre de negocios (comerciante, profesional o técnico) cuando desarrolla sus actividades mercantiles o profesionales y aprovecha la oportunidad para disfrutar de las bondades climáticas, bellezas paisajísticas y sitios de diversión.

#### **Turismo cultural y científico**

Es el que se practica individualmente o en grupo, en función de manifestaciones culturales, festivales de música, arte, poesía, cine, teatro o de ciencia y

tecnología. Quienes participan en él, visitan sitios donde combinan actividades relacionadas con el arte y al mismo tiempo hacen turismo. Las reuniones de grupo, de carácter cultural, científico, comercial e industrial, se realizan por medio de convenciones o congresos. Las corrientes turísticas que este tipo de convenciones producen son muy importantes, pues generalmente están integradas por personas de un nivel superior de cultura que enriquece el acervo del sitio donde se desarrollan; además, sus participantes, por su posición social, son a la vez, económicamente más dadas a un mayor gasto turístico per cápita. El turismo cultural y científico es selecto y educativo.

### **Turismo de deportes**

Este turismo podríamos decir que es el "Turismo del entusiasmo", pues es

el que mueve más gente joven y además es el "más sano"; su motivo principal es el deporte y el deporte es salud. Este turismo es de vital importancia para un país porque entretiene a su juventud en actividades y disciplinas sanas.

Ubicando la actividad específicamente en Costa Rica, y según datos del INCAE, el país cuenta con varios tipos de turismo.

Entre ellos se pueden citar:

*Turismo rural:* supone una oportunidad de desarrollo y redescubrimiento de las zonas rurales.

*Turismo corporativo.* es aquel que contempla los recursos para recibir turismo de convenciones, exposiciones y exhibiciones, cursos, seminarios y congresos.

*Turismo de salud.* ofrece una gran variedad de alternativas por medio de la venta de servicios en pro de la salud.

*Ecoturismo:* permite explorar diferentes ecosistemas.

*Turismo alternativo o de aventura:* en él los fanáticos de los deportes y aventuras pueden encontrar múltiples actividades.

Y por supuesto, a todo esto hay que añadir las posibilidades de combinar diferentes actividades de aventura en los viajes, que conviertan en especial cualquier visita al país (INCAE 2006, CLACDS).

### ***Voluntariado***

El término voluntariado se deriva de voluntad. Voluntario es pues, lo opuesto a obligatorio. Es hacer algo

por una libre opción y no por obligación. Ser voluntario consiste también en poner voluntad, “querer”, aspirar y colaborar con lo que se considera importante y valioso.

Como definición, voluntario es un actor social y un agente de transformación; es aquel que presta servicios no remunerados; en beneficio de la comunidad, donando su tiempo y conocimientos; es también, quien realiza un trabajo generado por la energía de su impulso solidario, atendiendo tanto las necesidades del prójimo y los imperativos de una causa, como sus propias motivaciones personales sean estas de carácter religioso, cultural, filosófico, político o emocional (Karl y Shaw de Critto, 1998).

Los voluntarios se caracterizan por su altruismo y responsabilidad; por

efectuar labores sin remuneración económica; por realizar acciones originadas en un proceso de sensibilización y conciencia social, que contribuyan con el bienestar de la comunidad, la calidad de vida y la erradicación o modificación de la marginalidad social.

Sin duda alguna, la posibilidad de realizar acciones voluntarias se presentan en todos los ambientes y en todos los tiempos (Karl y Shaw de Critto, 1998).

Lo importante entonces es estar listo para dar una mano, aunque estrictamente no nos corresponda hacerlo, no mirar para otro lado

cuando surjan problemas, así como el estar disponible e interesado en hacer aportes, según sus posibilidades, para la buena marcha de las actividades en que está involucrado.

### ***Antecedentes de la Organización World Endeavors/ Costa Rica***

World Endeavors es una empresa con fines de lucro, que ofrece pasantías, trabajo de voluntariado, clases de idioma y la posibilidad de convivir con una familia nativa, en diferentes países del mundo. Algunos de los países donde mantiene programas activos son: España, Italia, Brasil, India, Ecuador y muy recientemente en Costa Rica, aquí tiene una sucursal en el cantón de Atenas, Alajuela.

Su directora en Costa Rica, Mercedes Arias (profesora de español como segundo idioma por más de 20 años y quien además trabajó para el Cuerpo de Paz de los Estados Unidos en Costa Rica) recibió la oferta de representar la sede de la organización en el país, para así traer manos voluntarias a trabajar en diferentes instituciones, empezando por el cantón de Atenas y con la

posibilidad de abarcar otras áreas de la región.

En diciembre del 2004 llegaron los dos primeros voluntarios a suelo tico: uno de Inglaterra y otro de los Estados Unidos de América; a partir de ese momento, la organización ha recibido alrededor de 100 voluntarios.

### **Actividades y proyectos**

Actualmente WE Costa Rica ofrece programas de voluntariado que van de dos semanas hasta tres meses máximo; en ese lapso, los voluntarios conviven con una familia costarricense, la cual les ofrece un cuarto privado, baño, las tres comidas diarias y, principalmente, su integración, de manera que el participante sienta que es parte de la familia.

Por otro lado, el programa ofrece quince horas de español para aquellas personas que vienen por un mes o más, lo cual ayuda en gran manera a que este se desempeñe

mejor en el proyecto y se integre más a la familia y a la comunidad.

Como expresa la señora Arias, "la persona que aprende el idioma del país que visita desarrolla una impresión más positiva y amplia de ese país".

Con el fin de reforzar aún más esta experiencia transcultural, además del curso de idioma, se incluye una sesión de cocina típica costarricense, en la cual los voluntarios participan en la preparación y degustación de un platillo completamente tico; también se les ofrece una sesión de baile popular, donde los participantes junto con un instructor, aprenden pasos de baile con ritmos de merengue, salsa y cumbia, entre otros.

En la página web, la organización WE presenta a Costa Rica como un importante destino turístico en el contexto latinoamericano; asimismo, alude a la vibrante cultura, la extraordinaria biodiversidad y los maravillosos paisajes que lo ubican



Voluntarios de WE Costa Rica reciben una clase de baile latinoamericano. Fuente WE, Costa Rica 2006



Voluntarios de WE en Costa Rica reciben clases de español. Fuente WE, Costa Rica 2006

como un destino turístico ideal (World Endeavors, 2006).

Es por esto que adicionalmente y como estrategia de "marketing", la organización ofrece en el país, excursiones opcionales de un día, las cuales son guiadas por, al menos, dos miembros del

personal; en ellas pueden visitarse lugares de atracción turística: Poás, Irazú, playa Jacó, Punta Leona y recorrido por la ciudad de San José.

Los proyectos que la organización ofrece están divididos en las siguientes áreas: asistencia en O orfanatos, centros de nutrición, conservación para ambiente y animales silvestres, trabajo comunal y enseñanza del inglés en escuelas y colegios.



Voluntarios de World Endeavors Costa Rica pintan el parque municipal del cantón de Atenas. Fuente: WE Costa Rica, 2005.



Voluntaria de WE Costa Rica con los niños del Centro de Nutrición de Santa Eulalia de Atenas. Fuente WE Costa Rica 2005.

Según Tom Pedem, su director general, el programa invita a los interesados a formar parte de un voluntariado tan emocionante, que les permitirá contribuir significativamente con el futuro de Costa Rica y ,al mismo tiempo, disfrutar a plenitud de todo lo maravilloso que les ofrece este país (World Endeavors, 2006).

En la actualidad, WE trabaja con las siguientes instituciones: Orfanato Hogar de Vida, escuelas tanto públicas como privadas del cantón, Centros de Nutrición, ECAG (Escuela Centroamericana de Ganadería) ubicada en Balsa de Atenas, “Proyecto de mujeres productoras de orquídeas”, y además, como proyecto adicional WE en cooperación con la

Asociación de Voluntarios (ASVO) , dirigida por el MINAE, trabaja en proyectos de reforestación y conservación de parques nacionales en todo el país.

La organización les exige un mínimo de cinco horas de trabajo por día con horarios que van de lunes a viernes, pues se desea que ellos también se integren bastante a la familia, al pueblo y puedan visitar algunos lugares del país.



Voluntaria de WE Costa Rica en la escuela Monseñor Sanabria en Barrio Mercedes de Atenas. Fuente WE Costa Rica 2005.

### **¿Cómo hacen la solicitud los interesados?**

Además de participar en ferias universitarias donde se ofrecen

opciones educativas y culturales en el extranjero por toda la unión americana, WE cuenta con una página Web cuya dirección es [www.worldendeavors.com](http://www.worldendeavors.com).

Mediante estas dos formas, los participantes pueden comunicarse con la organización, y solicitar el destino de su preferencia y el proyecto que les parezca más atractivo. Ellos llenan un formulario en la feria o vía Internet; además, la sede central les envía, por anticipado, documentos con información general sobre la familia, el proyecto, el pueblo y el personal.

Al llegar al país, miembros del personal los recogen en el aeropuerto, los trasladan a sus respectivas familias y al día siguiente, les dan una orientación que incluye aspectos como historia del pueblo, aspectos culturales, horarios de buses, reglas del programa, entre otros. Además se llevan al proyecto y se presentan con el Director respectivo para que este les dé las instrucciones

necesarias para el desempeño de sus labores.



Voluntarios y personal de WE Costa Rica. Fuente: World Endeavors Costa Rica 2006.

### ***Percepción de expertos en manejo de programas de voluntariado y turismo***

Para conocer la percepción de algunos expertos con respecto del tema del que se ocupa este artículo, se entrevistaron dos personas que se han dedicado por muchos años a esta actividad del manejo y mercadeo de programas de voluntariado, en muchos países del mundo, incluyendo algunos tan

lejanos como China e India; ellos son: Tom Pedem, director de World Endeavors y Brent Hunter, asistente de WE y director de la organización Solabroad. Además de contar con una página web, ambos se movilizan permanentemente por toda la unión americana, ofreciendo sus programas en ferias universitarias, comentan que en cuanto a la estrategia de mercadeo, esta última ha sido la más efectiva y argumentan que una de las razones, es que estas ferias propician un encuentro personalizado entre el oferente y el consumidor; ello permite que el interesado aclare dudas, pregunte y reciba información directa y personalizada de gente conocedora del país de su interés. Acotan que la página web ha funcionado más para captar voluntarios de Europa y Canadá pero lógicamente, en menor

cantidad que Estados Unidos, donde lo hacen a través de ferias universitarias, como se señaló anteriormente.

Con respecto del incremento que estos programas signifiquen para el aumento de la demanda de turistas, en un determinado país, el señor Pedem menciona que los programas de voluntariado se dirigen a mercados relativamente diferentes, a aquellos ofrecidos por una agencia de viajes o una compañía tradicional de turismo. Él menciona que en algunos casos, las compañías de voluntariado en el extranjero pueden atraer más a un mayor número de estudiantes y jóvenes, que una agencia de viajes tradicional. Por su parte, Hunter indica que se ha demostrado que Costa Rica es un lugar ideal para estudiar español y viajar, por lo que

en su opinión los programas de voluntariado que incluyen el aprendizaje de esyte idioma y el turismo, se pueden considerar como parte de un mercado relativamente nuevo. Con respecto del aporte que estos nuevos programas podrían brindar a la demanda turística del país, él comenta que se trata de un efecto tanto directo como indirecto; ello, por cuanto, dentro de los deseos de los voluntarios siempre está el de visitar diferentes sitios del país (directo). En cuanto al efecto indirecto expone que los voluntarios comentarán su experiencia con sus amigos, familiares y compañeros, lo cual propiciará que muchas de estas personas decidan visitar después el país.

Otro de los puntos importantes mencionados en esta entrevista, se

refiere a los factores que podrían influir en los consumidores a la hora de elegir un programa de voluntariado en el extranjero. Según Pedem, los voluntarios se ven influenciados por el factor precio y además, por las características propias que un programa de este tipo les pueda ofrecer. La posibilidad de hablar personalmente con algún representante de la organización y aclarar todas sus dudas antes del viaje, son algunos de los factores que resultan importantes para la mayoría de voluntarios, quienes así lo han hecho saber.

A la misma interrogante, Brent Hunter respondió que en Costa Rica, factores como la seguridad del país, su biodiversidad, clima e idioma, son algunos de los aspectos que atraen mucho a los voluntarios.

### ***¿Qué opinan los voluntarios de World Endeavors Costa Rica?***

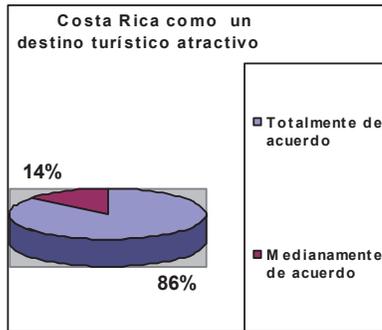
Con el objetivo de conocer la percepción que sobre la propuesta de voluntariado, tienen los participantes que se han decidido por esta organización en Costa Rica, se aplicó una encuesta a algunos de ellos. Su análisis es el siguiente:

¿Piensan los encuestados que Costa Rica es un destino turístico atractivo? A esta interrogante el 86% de la población contestó que sí; mientras que solo el 14% dijo estar medianamente de acuerdo.

Se podría señalar entonces, que una de las fortalezas que en este momento puede aprovechar WE es el ser Costa Rica un destino turístico atractivo. Ello, debido a que por razones de “marketing”, desde un inicio el país de destino, debe atraer la atención e interés de los

potenciales participantes. (Véase gráfico # 1)

**Gráfico # 1**



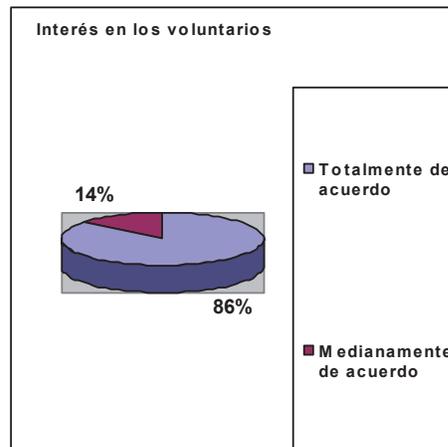
Fuente: Encuesta realizada a voluntarios del programa World Endeavors Costa Rica, 2006

Otra de las interrogantes fue conocer si los voluntarios consideran las propuestas de voluntariado de World Endeavors interesantes. En este caso, se puede observar (Gráfico # 2), que también el 86% de los encuestados, opina afirmativamente mientras que el 14% opinó estar medianamente de acuerdo.

Con esta información recopilada se puede observar que el trabajo de esta organización, en la búsqueda

de nuevos voluntarios ha valido la pena. Sus largas giras por los Estados Unidos y la participación en ferias universitarias, han logrado que en un año, más de 100 voluntarios hayan sido atraídos por esta organización para participar en trabajo voluntario en Costa Rica.

**Gráfico # 2**

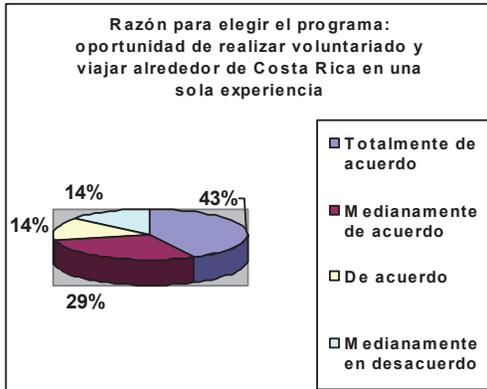


Fuente: Encuesta realizada a voluntarios del programa World Endeavors Costa Rica, 2006

Según el gráfico número 3, la oportunidad de realizar voluntariado y turismo en una sola experiencia, motivó totalmente al 43% de la población, mientras que lo hizo medianamente con el 29%. Otro

14% de la población se encuentra de acuerdo con esta interrogante.

**Gráfico # 3**



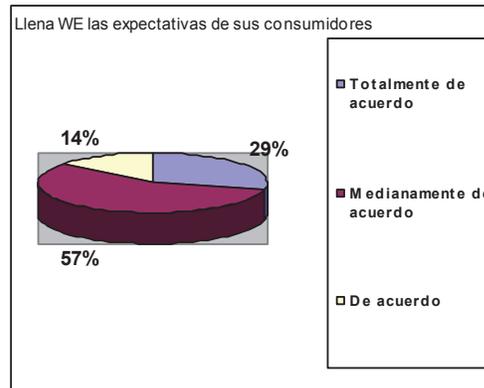
Fuente: Encuesta realizada a voluntarios del programa World Endeavors Costa Rica, 2006

En cuanto a la pregunta de si el programa de World Endeavors en Costa Rica llenó sus expectativas, un 57% de la población indica estar medianamente de acuerdo, mientras que un 29% dijo estar totalmente de acuerdo y un 14% mencionó estar de acuerdo con dicha interrogante.

Por lo tanto, es obvio que hay ciertos aspectos que no permiten que esta experiencia en Costa Rica

llene a totalidad todas las expectativas de estos consumidores.

**Gráfico # 4**



Fuente: Encuesta realizada a voluntarios del programa World Endeavors Costa Rica, 2006

Más adelante dentro de las preguntas abiertas se mencionan algunos de los puntos de mayor relevancia para esta investigación.

La mayoría considera que los factores que influyen en el escogimiento de este programa son entre otros, la buena imagen del país en el ámbito internacional, el

precio que ofrece WE en comparación con otras organizaciones y además, la oportunidad de aprender español y convivir con una familia.

Una de las respuestas que ilustra el interés que despierta el tema del voluntariado turístico es la expresada por uno de los voluntarios: “Yo quería ver el país tanto como hacer el voluntariado”.

Ellos comentaron que en el voluntariado y turismo, confluyen dos factores importantes: por un lado el deseo de conocer y experimentar un país que les ofrece diversidad en su geografía, riqueza natural, y calidez en su gente .Y por otro lado, cumplen su deseo de hacerle al país un aporte personal con su trabajo voluntario.

## **Aplicación del mercadeo**

### ***Elementos de mercadotecnia***

Para efectos de este artículo científico es esencial describir algunos conceptos relacionados con la mercadotecnia, que de una u otra manera se verán relacionados a lo largo de la investigación con los objetivos planteados.

### **Mercadotecnia**

La mercadotecnia es el proceso de planear y llevar a cabo la concepción, fijación de precios, promoción y distribución de ideas, bienes y servicios para crear intercambios que satisfagan los objetivos individuales y organizacionales. El concepto de mercadotecnia requiere que la meta de la organización sea la satisfacción del cliente, aun sobre la

maximización de utilidades (Aaker, 2001).

### **Mercadeo turístico**

Después de describir conceptos claves de la mercadotecnia, corresponde hacer referencia al mercadeo turístico el cual se puede definir como “un producto que designa cualquier bien o servicio, o la combinación de ambos, que poseen un conjunto de atributos físicos y psicológicos que el consumidor considera que tiene un bien para satisfacer sus deseos o necesidades. El producto turístico es principalmente un conjunto de servicios, compuesto por una mezcla o combinación de elementos de la industria turística” (De la Colina 1997).

La combinación del turismo con el voluntariado permite que

actualmente, un destino turístico como Costa Rica, ofrezca la oportunidad de realizar trabajo voluntario ,al mismo tiempo que se promueven diferentes destinos turísticos del país .Una buena estrategia de mercadeo sería pues, aprovechar esta ventaja competitiva que hasta el momento posee este mercado, y ofrecer calidad en los programas, diversidad de proyectos y atención personalizada; ello hará que se mejore e incremente tanto la oferta como la demanda.

### **Mezcla de mercadotecnia**

En mercadotecnia es común escuchar sobre el estudio de las cuatro P como parte indispensable dentro del análisis de las necesidades, requerimientos, gustos, preferencias y deseos del mercado meta. Las cuatro P son áreas específicas que deben delinearse de forma correlacionada,

pero definiendo características en cada una de ellas, a saber: producto, precio, plaza y promoción.

Para Kotler y Armstrong (2003: 63), la mezcla de marketing es:” **(...) el conjunto de herramientas tácticas controlables de marketing que la empresa combina para producir la respuesta deseada en el mercado meta. La mezcla de marketing incluye todo lo que la empresa puede hacer para influir en la demanda de su producto. Las muchas posibilidades pueden reunirse en cuatro grupos de variables que se conocen como las “cuatro PS”: producto, precio, plaza y promoción “**

### Producto

Es un conjunto de atribuciones tangibles e intangibles que incluye el empaque, color, precio, prestigio del fabricante, prestigio del detallista y servicios que prestan este y el fabricante.

Todo producto se crea para satisfacer un mercado específico con necesidades y características también específicas; de ahí la importancia de crear un bien o servicio cuya calidad, presentación, empaque y otros, satisfagan al consumidor.

En el caso de esta investigación en particular, se puede decir que lo que se ofrece es un servicio donde los consumidores escogen el proyecto y destino turístico de su preferencia para realizar su trabajo voluntario.

Para este artículo, los esfuerzos deben orientarse hacia la constante renovación y aplicación de nuevas ideas para así no solo mantener el interés de los consumidores en el producto, sino también para

diferenciarlo de los demás en el mercado.

### Precio

El precio de un producto debe definirse de acuerdo con la capacidad económica del mercado meta. Es sumamente importante que este se adecúe a la calidad, presentación y valor agregado del producto; además, a las expectativas de márgenes de utilidad establecidos por la empresa.

La definición del precio según Kotler es “la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio, es la suma de todos los valores que intercambian los consumidores por los beneficios de tener o utilizar el producto o el servicio.”

Como ya se ha expresado, el factor precio ha logrado marcar una gran diferencia con respecto de otros

programas que se encuentran en el país, ya que según los mismos voluntarios, WE constituye una de las propuestas más económicas que actualmente se ofrecen. En adelante, valdría la pena fortalecer el programa, aplicando las anteriores estrategias de mercadeo y, por supuesto luchar por mantener la competitividad del precio.

### Plaza

Cuando se habla de plaza en mercadotecnia, se refiere al espacio físico donde se ubicará el producto, para que esté a disposición del cliente. Esta es una de las principales partes que requieren de una buena planificación u organización, para que junto a la supervisión se garantice el mejor servicio al cliente, lo cual forma parte del valor agregado que debe tener todo producto.

**“La plaza representa lo que hace la compañía para que el producto esté al alcance de los consumidores meta”** (Kotler y Armstrong, 2003).

El desarrollo de programas de voluntariado y turismo en Costa Rica le permite a organizaciones como World Endeavors, aprovechar la ventaja competitiva que posee el país por ser un excelente destino turístico reconocido a nivel mundial.

Por otro lado, el renovar y ampliar la gama de proyectos para trabajo voluntario permitirá que los consumidores puedan escoger el proyecto que mejor cumpla sus expectativas y satisfaga necesidades. Además, con la apertura de más proyectos, los voluntarios tendrán nuevas opciones de trabajo y podrían hasta combinar dos proyectos durante su estadía.

### Promoción

Es la parte en donde la empresa da a conocer su mercado objetivo, los productos y servicios que ofrece; llega de manera directa (personal) o indirecta (masiva) al cliente o consumidor.

Algunos medios utilizados son: televisión, radio, prensa, revistas, panfletos, despleables, Internet, folletos directos, vallas, publicidad personal, telemarketing, entre otros (Stanton, W. 1998:232).

En el caso de la organización World Endeavors, su mejor estrategia de publicidad y promoción ha resultado ser la visita del personal de la organización a las diferentes universidades y ferias universitarias de los Estados Unidos. Dichas vistas han logrado un acercamiento entre consumidores y oferentes, el cual ha permitido que los clientes logren aclarar todas sus dudas con respecto del producto en oferta.

Por otro lado, a través de la página web, esta organización ha logrado atraer clientes de países fuera del continente americano como lo son Europa y Asia. En este caso sería esencial que en el referido sitio web, los consumidores cuenten con un acceso rápido y completo que promueva e invite a la elección de este producto.

### ***Conclusiones***

A manera de conclusión, se comentan los resultados obtenidos con respecto de cada uno de los tres objetivos específicos que se plantearon para esta investigación.

De acuerdo con la información recopilada a lo largo de la investigación, se podría concluir que Costa Rica posee condiciones privilegiadas como destino turístico.

Además, y como ya se mencionó en párrafos anteriores, algunos de los factores que influyen en los consumidores a la hora de elegir un programa de voluntariado y turismo son: el factor precio, la convivencia con una familia tica, el curso de español que se incluye en el programa, el encuentro con otros voluntarios y, por supuesto, la posibilidad de trabajar en proyectos de su agrado, en favor del país.

Para la mayoría de los voluntarios encuestados, este programa definitivamente logra una relación armónica entre el trabajo voluntario y la posibilidad de viajar por el país.

La flexibilidad de horarios de trabajo, la posibilidad de reunirse con otros voluntarios para viajar, las facilidades que ofrece el país, como el transporte público y los alojamientos a precios módicos,

hacen de esta combinación una alternativa atractiva para ellos.

Sin embargo, los voluntarios hablan de ciertos detalles que bien se podrían interpretar como “valor agregado” los cuales incrementarían su percepción positiva y satisfactoria del programa.

Lo idóneo es lograr entonces que al turismo común, se le adicione un valor agregado que logre la interacción del turista con la cultura costarricense, junto a la naturaleza y la biodiversidad única del país.

Esta investigación permite concluir que en Costa Rica, las ventajas competitivas que actualmente posee el sector turístico, deben aprovecharse y fortalecerse día con día, no solo para mejorar la calidad de las propuestas turísticas, sino también para innovar con nuevas

opciones, que permitan que el país siga recibiendo valiosos aportes de esta industria por mucho tiempo más y sea esta fuerza de trabajo voluntario, un elemento que fortalezca el desarrollo.

### ***Recomendaciones***

Con base en las encuestas hechas a los voluntarios de la organización World Endeavors, en su sede en Costa Rica, algunas de las recomendaciones para mejorar la oferta de futuros programas a voluntarios son las siguientes:

1. Aumentar el número de sesiones de cocina y baile, lo cual permitiría que los participantes aprendieran a preparar más platillos típicos de la cocina costarricense y a mejorar las destrezas para

bailar música latinoamericana.

2. Realizar actividades adicionales, como una sesión de canciones en español, donde los participantes canten y a la vez practiquen el nuevo idioma. También organizar una reunión de los voluntarios en lugares como restaurantes o bares de la comunidad, donde se puedan conocer entre ellos y compartir con el personal local de WE Costa Rica.
3. Aumentar el número de horas del aprendizaje del español.
4. Otro aspecto que sería importante es que la organización dé una pequeña donación en efectivo a los diferentes proyectos. Los participantes se identifican muchísimo con

las necesidades y la gente de sus lugares de trabajo. Una donación les demostraría que la organización no es solo una empresa que lucra con la actividad del voluntariado; sino una empresa que ayuda doblemente al país en los proyectos: les aporta voluntarios y canaliza de la mejor manera los recursos.

En resumen, así como Costa Rica no debe cesar en su lucha por conservar y fortalecer su “gallina de los huevos de oro”, también esta nueva propuesta que combina el voluntariado y el turismo debe encauzar sus esfuerzos y estrategias hacia la innovación y el mejoramiento del producto que ofrece; de manera que este resulte cada vez más atractivo para los consumidores.

## Bibliografía

Aaker A, David (2001) **Investigación de mercados** Cuarta edición. Editorial LIMUSA WILEY. Mexico

Arellano, Rolando (2000) **Un mercado latinoamericano**. Editorial Mc Graw Hill, Buenos Aires, Argentina

ASSAEL, Henry (1999) **Comportamiento del Consumidor**. Sexta Edición, Editorial International Thomson Editores S.A., México

Canatur (1995), Centro de Información Canatur, San José Costa Rica.

Frey, Albert (1958).**Mantenimiento Industrial** Prentice Hall, New Jersey

Gómez Barrantes Miguel (1999). **Elementos de Estadística Descriptiva**. San José, Costa Rica. Tercera Edición UNED

Kotler, Philip y Armstrong, Gary (2003) **Fundamentos de Marketing**, Pearson Educativa, México DF.

PROCOMER (2000).**Fundamentos del Mercadeo**. Promotora de Comercio de Costa Rica, San José, Costa Rica: PROCOMER.

Shaw de Critto, Sara y Kart, Istvan. (1998) **Voluntariado una forma de hacer y de ser** Ediciones Ciccus S.A., Buenos Aires, Argentina.

Stanton, W. (1998). "Fundamentos de Marketing". México D.F, México: Trillas.

### Referencias electrónicas

1. Ing. Ramírez Castellano, Rafael (2000)  
(<http://www.venezuelatuya.com/articulos/turismo0010.htm>)
2. ICT(2002) Plan de desarrollo turístico de Costa Rica 2002-2012,  
([http://www.visitcostarica.com/ict/paginas/planCR2002\\_12.asp](http://www.visitcostarica.com/ict/paginas/planCR2002_12.asp))
3. Lic. De la Colina, Juan Manuel (1997) (<http://www.monografias.com/trabajos16/marketing-turistico/marketing-turistico.shtml>)
4. Turismo (2006) (tp: //www. es.wikipedia.org/wiki/Turismo, 2006)
5. INCAE (2006), CLADS  
([http://www.incae.ac.cr/ES/clacds/proyectos/naciones\\_digiales/construyendo\\_escenarios/info\\_cr.shtml](http://www.incae.ac.cr/ES/clacds/proyectos/naciones_digiales/construyendo_escenarios/info_cr.shtml))
6. (2006), CLADS. Sánchez, José Alfredo; Barahona, Juan y Artavia, Roberto  
**Turismo en Costa Rica: El reto de la competitividad** - INCAE  
(<http://www.incae.edu/EN/clacds/investigacion/articulos/cen650.shtml>)  
(<http://www.incae.edu/EN/clacds/investigacion/pdf/cen650.pdf>)
7. World Endeavors (2006)  
(<http://www.worldendeavors.com/CostaRica/Program.cfm?ProgramID=58>)
8. Aportado por: GUSTAVO TRELLES ARAUJO - [gustavot84@hotmail.com](mailto:gustavot84@hotmail.com) (2005)  
(<http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/mar1/elproducto.htm#TITULO>)

## **ANEXOS**

## Encuesta

**Hola, soy estudiante de licenciatura en Mercadeo de la Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología ULACIT. Con está encuesta se busca determinar los factores en que basa su opinión con el fin de conocer la percepción que tiene usted ante la propuesta de voluntariado y turismo que se ofrece en Costa Rica.**

De la siguiente escala: Marque con una (X) según su criterio, en las siguientes Preguntas.

1) Totalmente de acuerdo    2) Medianamente de acuerdo    3) De acuerdo  
4) Medianamente en desacuerdo    5) Totalmente en desacuerdo

Preguntas	1	2	3	4	5
1. ¿Considera usted que Costa Rica es un destino turístico atractivo?					
2. ¿Piensa usted que Costa Rica es un país que necesita ayuda voluntaria en diferentes áreas?					
3. ¿Cree usted que Costa Rica tiene variedad en cuanto a programas de voluntariado?					
4. ¿En su opinión WE tiene opciones interesantes de ayuda voluntaria?					
5. ¿La oportunidad de realizar voluntariado y viajar alrededor de Costa Rica en una sola experiencia motivó su decisión al elegir este programa?					
6. ¿Preferiría usted ser ubicado en apartamentos con otros voluntarios en vez de con una familia costarricense?					
7. Un programa de voluntariado que incluya clases de español, ¿ le atrae?					
8. ¿Comparó precios de diferentes programas de voluntariado antes de elegir el programa de WE?					
9. ¿Cree usted que las estrategias de mercadeo que utiliza WE son llamativas y efectivas?					
10. ¿Considera usted que la actividad extra baile que ofrece WE Costa Rica hacen la diferencia con respecto de otros programas?					
11. ¿Considera usted que la actividad extra cocina que ofrece WE Costa Rica es atractiva para los voluntarios?					
12. ¿Considera usted que las familias hospederas forman parte importante de estos programas?					
13. ¿Considera usted que este programa de voluntariado en Costa Rica llena sus expectativas?					

14. ¿Qué le atrae de un programa de voluntariado en un país como Costa Rica? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

15. ¿Cuáles aspectos influyen en los consumidores cuando eligen un programa de voluntariado y turismo? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

16. ¿Considera usted que realizar trabajo voluntario y poder viajar alrededor del país son factores importantes? ¿Por qué? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

17. ¿Cuáles aspectos podrían mejorar esta propuesta de voluntariado y turismo? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

19. ¿Explique cuales factores permiten la interrelación entre el interés por hacer trabajo voluntario y el interés turístico? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

## ENTREVISTA

Hola, soy estudiante de licenciatura en mercadeo de la Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología ULACIT. Con está entrevista se busca determinar los factores en que basa su opinión con el fin de conocer la percepción que tiene usted ante esta nueva opción turística que mezcla el voluntariado y el turismo en una sola experiencia.

1. Conoce usted acerca de los programas de voluntariado y turismo?

Sí \_\_\_\_ No \_\_\_\_

¿Qué conoce?

2. ¿Conoce algunos de estos programas que se ofrecen en Costa Rica?

3. ¿Cree usted que estos programas benefician el sector turismo con mayor demanda?  
Explique ampliamente.

4. ¿Cuáles factores considera usted influyen en los consumidores a la hora de elegir un programa de voluntariado?

5. ¿Cuáles sectores considera usted que se pueden explotar mas con ayuda voluntaria?

- ---- Conservación
- ---- Educación
- ---- Niñez(orfanatos)
- ---- Trabajo comunal
- -----Otro, especifique:

¿Por qué?

6. ¿Tiene usted alguna(s) estrategia(s) para mejorar estos programas de voluntariado?

Sí \_\_\_\_ No \_\_\_\_ ¿Cuáles?

7. Explique cuáles factores permiten la interrelación entre el interés por hacer trabajo voluntario y el interés turístico

**¡Muchas Gracias!**

### **Interview**

***Hello I am student of Licenciatura in Marketing from the ULACIT. With this interview we want to know the facts in what you based your opinion about programs of volunteering that also permit to do tourism in a foreign country.***

1. Do you know about *volunteering programs that also permit the volunteers to do tourism in a foreign country?*

Yes \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_ ¿What do you know?

2. Do you know about any of this programs that is offered in Costa Rica?

3. Do you think that these programs can help the tourism industry with more demand? Explain

4. Which aspects do you think influence the clients when they choose a volunteer program?

5. Which areas in Costa Rica, do you think can be more helped with volunteer work?

- \_\_\_\_\_ Conservation
- \_\_\_\_\_ Education
- \_\_\_\_\_ Orphans
- \_\_\_\_\_ Community work
- \_\_\_\_\_ Other, specify

#### **Why?**

6. Do you know any marketing strategy that can improve these programs?

Yes \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_ which ones?

7. Explain which aspects would permit the interrelation (interrelacion) between doing volunteer work and the interest of doing tourism at the same time in a foreign country?

***Thank You!!***