



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA
INDOAMÉRICA**

**FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

TEMA:

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE
SERVICIOS DE CONSULTORÍA EN ÉTICA Y RESPONSABILIDAD
SOCIAL EN LA CIUDAD DE QUITO**

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Ingeniero en
Administración de Empresas y Negocios

Autor(a)

Giselle E. Noriega Loayza

Tutor(a)

Ec. Jorge Guadalupe Lanás PhD.

QUITO – ECUADOR

2022

**AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA,
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN
ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TÍTULACIÓN**

Yo, Giselle Elizabeth Noriega Loayza, declaro ser autor del Trabajo de Titulación con el nombre “Plan de Negocios para la comercialización de servicios de consultoría en ética y responsabilidad social en la ciudad de Quito”, como requisito para optar al grado de Ingeniería de Administración de Empresas y Negocios, y autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Quito, a los 04 días del mes de julio de 2022, firmo conforme:

Autor: Giselle Elizabeth Noriega Loayza

Firma:
Número de Cédula: 0705387140
Dirección: Pichincha, Quito, El Batán
Correo Electrónico: gisellnorieg@gmail.com
Teléfono: 0987229218

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE SERVICIOS DE CONSULTORÍA EN ÉTICA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LA CIUDAD DE QUITO” presentado por Giselle Elizabeth Noriega Loayza, para optar por el Título Ingeniería en Administración de Empresas y Negocios,

CERTIFICO

Que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del Tribunal Examinador que se designe.

Quito, 04 de julio del 2022



Firmado electrónicamente por:
**JORGE FERNANDO
GUADALUPE LANAS**

.....
Ec. Jorge Guadalupe Lanas PhD

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniería en Administración de Empresas y Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor

Quito, 04 de julio 2022

.....

Giselle Elizabeth Noriega Loayza

0705387140

APROBACIÓN TRIBUNAL

El trabajo de Titulación, ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE SERVICIOS DE CONSULTORÍA EN ÉTICA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LA CIUDAD DE QUITO, previo a la obtención del Título de Ingeniería en Administración de Empresas y Negocios, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.

Quito, 04 de julio de 2022



Firmado electrónicamente por:
**VICTOR HUGO
VILLACRES
ENDARA**

.....
Econ. Víctor Villacrés Endara, M.Sc
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL



Firmado electrónicamente por:
**MERCEDES FABIOLA
GALARRAGA CARVAJAL**

.....
Econ. Mercedes Galarraga Carvajal, MBA
VOCAL



Firmado electrónicamente por:
**CARLOS MARCELO
BORJA GALEAS**

.....
Lcdo. Marcelo Borja Galeas, M.Sc
VOCAL

DEDICATORIA

A mis admirables padres por darme la dicha de conocer este hermoso mundo, que nunca me han faltado y me inspiran a ser un mejor ser humano. En memoria de mis amados hermanos que son parte esencial de mi vida, mi tío Gonzalo quien fue parte de mi formación.

Especialmente a mi compañero de vida con quien he aprendido que no hay vida sin amor, y amor sin libertad...

AGRADECIMIENTO

A toda mi amada familia, por su ilimitado amor.

A lo largo de mis estudios a todos mis docentes y tutor por sus conocimientos impartidos.

A mis compañeros y amigos, quienes han hecho alegre esta travesía.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TÍTULACIÓN.....	II
APROBACIÓN DEL TUTOR	III
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	IV
APROBACIÓN TRIBUNAL.....	V
DEDICATORIA	VI
AGRADECIMIENTO.....	VII
ÍNDICE DE CONTENIDOS	VIII
ÍNDICE DE TABLAS	XII
ÍNDICE DE GRAFICOS.....	XV
RESUMEN EJECUTIVO.....	XVI
ABSTRACT	XVII
INTRODUCCIÓN.....	XVIII
1 MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN	1
1.1 OBJETIVO DEL CAPÍTULO	1
1.2 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS DEL PRODUCTO O SERVICIO.....	1
1.2.1 <i>Fundamentación del Servicio o Producto.</i>	1
1.2.2 <i>Tabla de características del producto o servicio</i>	2
1.3 MERCADO.....	3
1.3.1 <i>Público objetivo de su producto o servicio.</i>	3
1.3.2 <i>Demanda Potencial.</i>	26
1.4 ANÁLISIS DEL MACRO Y MICRO AMBIENTE	29
1.4.1 <i>Análisis del micro ambiente</i>	29
1.4.2 <i>Análisis del macro ambiente</i>	33
1.4.3 <i>Proyección de la oferta.</i>	34
1.5 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA.....	35
1.6 DISEÑO DE MARCA (BRANDIGN).....	36
1.7 ESTRATEGIAS DE MARKETING.....	37
1.8 PUBLICIDAD QUE SE REALIZARÁ	39

1.9	CANALES DE DISTRIBUCIÓN	41
1.10	SEGUIMIENTO DE CLIENTES.....	41
1.11	ESPECIFICAR MERCADOS ALTERNATIVOS	42
2	OPERACIONES	43
2.1	OBJETIVO DEL CAPÍTULO	43
2.2	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO.....	43
2.2.1	<i>Descripción de proceso de transformación del bien o servicio</i>	<i>43</i>
2.2.2	<i>Descripción de instalaciones, equipos y personas</i>	<i>45</i>
2.2.3	<i>Tecnología a aplicar.....</i>	<i>49</i>
2.2.4	<i>Factores que afectan las operaciones</i>	<i>50</i>
2.3	CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN	51
2.3.1	<i>Capacidad de producción futura</i>	<i>51</i>
2.4	DEFINICIÓN DE RECURSOS NECESARIOS PARA LA PRODUCCIÓN	51
2.4.1	<i>Especificación de materias primas y grado de sustitución que puedan presentar</i>	<i>51</i>
2.5	CALIDAD	51
2.5.1	<i>Método de control de calidad.....</i>	<i>51</i>
2.6	NORMATIVA Y PERMISOS QUE AFECTAN LA INSTALACIÓN DEL NEGOCIO.....	52
2.6.1	<i>Seguridad e higiene ocupacional.....</i>	<i>53</i>
3	ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN	55
3.1	OBJETIVO DEL CAPÍTULO	55
3.2	ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS	55
3.2.1	<i>Visión de la Empresa.....</i>	<i>55</i>
3.2.2	<i>Misión de la Empresa.....</i>	<i>55</i>
3.2.3	<i>Objetivos y estrategias.....</i>	<i>55</i>
3.3	ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA	58
3.3.1	<i>Organización Interna</i>	<i>58</i>
3.3.2	<i>Descripción de puestos.....</i>	<i>59</i>
3.4	CONTROL DE GESTIÓN	62
3.4.1	<i>Indicadores de gestión necesarios.....</i>	<i>62</i>
	NECESIDADES DE PERSONAL.....	62

4	JURÍDICO LEGAL	64
4.1	OBJETIVOS DEL CAPÍTULO.....	64
4.2	DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA	64
4.2.1	<i>Razón social</i>	64
4.2.2	<i>Especie de compañía</i>	64
4.3	REGISTROS DE MARCAS	64
4.4	LICENCIAS NECESARIAS PARA FUNCIONAR Y DOCUMENTOS LEGALES	65
5	EVALUACIÓN FINANCIERA.....	67
5.1	OBJETIVOS DEL CAPÍTULO.....	67
5.2	PLAN DE INVERSIONES.....	67
5.3	CÁLCULO DE COSTOS Y GASTOS	68
5.3.1	<i>Mano de Obra</i>	68
5.3.2	<i>Depreciación</i>	69
5.3.3	<i>Proyección de la depreciación</i>	70
5.3.4	<i>Detalle de Costos</i>	70
5.3.5	<i>Proyección de Costos</i>	70
5.3.6	<i>Detalle de Gastos</i>	72
5.3.7	<i>Proyección Gastos</i>	73
5.4	PLAN DE FINANCIAMIENTO.....	76
5.4.1	<i>Forma de financiamiento</i>	76
5.5	CÁLCULO DE INGRESOS	79
5.5.1	<i>Proyección de Ingresos</i>	80
5.6	PUNTO DE EQUILIBRIO	81
5.7	ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO.....	83
5.8	FLUJO DE CAJA	84
5.9	EVALUACIÓN FINANCIERA	85
5.9.1	<i>Indicadores</i>	85
6	CONCLUSIONES.....	88
7	RECOMENDACIONES.....	89
8	BIBLIOGRAFÍA.....	90
	ANEXOS	92

ANEXO 1,2: ENCUESTA Y ENTREVISTA..... 92

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Características del producto.....	2
Tabla 2. Categorización de sujetos	4
Tabla 3. Dimensión Conductual	4
Tabla 4. Dimensión Geográfica.....	4
Tabla 5. Dimensión Demográfica.....	4
Tabla 6. Métodos de Recolección Información Primaria	5
Tabla 7. Métodos de Recolección Información Secundaria	6
Tabla 8. Pregunta 1	12
Tabla 9. Pregunta 2.....	13
Tabla 10. Pregunta 3.....	14
Tabla 11. Pregunta 4.....	15
Tabla 12. Pregunta 5.....	16
Tabla 13. Pregunta 6.....	17
Tabla 14. Pregunta 7.....	18
Tabla 15. Pregunta 8.....	19
Tabla 16. Pregunta 9.....	20
Tabla 17. Pregunta 10.....	21
Tabla 18. Pregunta 11.....	22
Tabla 19. Pregunta 12.....	23
Tabla 20. Pregunta 13.....	24
Tabla 21. Pregunta 14.....	25
Tabla 22. Pregunta 15.....	26
Tabla 23. Demanda potencial	27
Tabla 24. Precio promedio para una consultoría	27
Tabla 25. Demanda Anual en número de consultorías	28
Tabla 26. Proyección Demanda Anual	29
Tabla 27. Barreras de Entrada	29
Tabla 28. Amenaza de productos sustitutos	30
Tabla 29. Poder de negociación de los proveedores	30
Tabla 30. Poder de negociación de los consumidores	30
Tabla 31. Rivalidad entre competidores	31
Tabla 32. Consolidado.....	32

Tabla 33. Resumen	32
Tabla 34. Síntesis intensidad	32
Tabla 35. Matriz MPC	33
Tabla 36. Número de instituciones y/o empresas que hacen uso de los servicios que actualmente se ofertan	35
Tabla 37. Proyección de la oferta (según número de empresas)	35
Tabla 38. Demanda Potencial Insatisfecha	35
Tabla 39. Pregunta 13: ¿A través de que medio el banco conoce sobre los diferentes servicios ofertados de consultorías?	37
Tabla 40. Cronograma de Medios	40
Tabla 41. Seguimiento de clientes	41
Tabla 42. Distribución de las instalaciones	45
Tabla 43. Descripción de equipos.....	46
Tabla 44. Descripción de Mobiliario, Equipos Computacionales y Enseres.....	48
Tabla 45. Descripción de Personal	49
Tabla 46. Ritmo de trabajo	50
Tabla 47. Número de Trabajadores	50
Tabla 48. Lista de Chequeo	52
Tabla 49. Protección de personal.....	54
Tabla 50. FODA	56
Tabla 51. Objetivos Estratégicos	57
Tabla 52. Descripción del Puesto Gerente.....	59
Tabla 53. Descripción del Puesto Administrativo	60
Tabla 54. Descripción del Puesto Operario	61
Tabla 55. Indicadores	62
Tabla 56. Cuadro de Necesidades de Personal	63
Tabla 57. Licencias.....	65
Tabla 58. Plan de Inversiones.....	67
Tabla 59. Calculo De Mano De Obra	68
Tabla 60. Calculo De Las Depreciaciones.....	69
Tabla 61. Proyección de la Depreciación	70
Tabla 62. Detalle de Costos – Producción.....	70
Tabla 63. Proyección de costos	71
Tabla 64. Detalle de Gastos.....	72

Tabla 65. Proyección de Gastos	73
Tabla 66. Plan de Financiamiento	76
Tabla 67. Tabla de Amortización	77
Tabla 68. Determinación del Precio de Venta Unitario	79
Tabla 69. Precio de venta	80
Tabla 70. Proyección De Ingresos.....	80
Tabla 71. Análisis de Datos del Punto de Equilibrio.....	81
Tabla 72. Estado de Resultados Proyectado	83
Tabla 73. Flujo de Caja.....	84
Tabla 74. Calculo de la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento	86
Tabla 75. Cálculo del Valor Actual Neto	86
Tabla 76. Calculo del Tasa Interna de Retorno	87
Tabla 77. Calculo del Beneficio Costo.....	87
Tabla 78. Calculo del Periodo de Recuperación.....	88

ÍNDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1. Pregunta 1	12
Gráfico 2. Pregunta 2.....	13
Gráfico 3. Pregunta 3.....	14
Gráfico 4. Pregunta 4.....	15
Gráfico 5. Pregunta 5.....	16
Gráfico 6. Pregunta 6.....	17
Gráfico 7. Pregunta 7.....	18
Gráfico 8. Pregunta 8.....	19
Gráfico 9. Pregunta 9.....	20
Gráfico 10. Pregunta 10.....	21
Gráfico 11. Pregunta 11.....	22
Gráfico 12. Pregunta 12.....	23
Gráfico 13. Pregunta 13.....	24
Gráfico 14. Pregunta 14.....	25
Gráfico 15. Pregunta 15.....	26
Gráfico 16. Logotipo	36
Gráfico 17. Mapa de procesos	43
Gráfico 18. Diagrama de flujo del proceso de servicio	44
Gráfico 19. Ubicación sugerida para el proyecto	45
Gráfico 20. Plano de las Instalaciones 92 m2	46
Gráfico 21. Organigrama Estructural.....	58
Gráfico 22. Organigrama Funcional	58
Gráfico 23. Punto de Equilibrio.....	83

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto busca determinar la factibilidad técnica, operativa y económica para la creación de una empresa comercializadora de servicios de consultoría en ética y responsabilidad social en la ciudad de Quito, que tiene como fin brindar un servicio de asesoría en materia de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), especialmente a instituciones financieras, considerando que estas orientan sus actividades a los diferentes grupos de interés como: accionistas, inversionistas, clientes, colaboradores, comunidad, medio ambiente y gobierno; que contribuye al desarrollo sostenible, esto enfocado en las empresas que así lo requieran de modo que se pueda cubrir la demanda insatisfecha.

La estructura de la empresa detalla funciones y puestos que nos permiten identificar claramente el proceso de las actividades, al igual que la forma jurídica donde se especifica las obligaciones legales y vigentes que se debe cumplir.

El estudio económico financiero, nos da a conocer que el valor total de la inversión de \$ 25.539,30, que requiere el proyecto para dar inicio a sus actividades, los indicadores se muestran favorables siendo estos el Valor Actual Neto de USD 63.816,31 y una Tasa Interna de Retorno del 62.28% lo cual refleja que el proyecto genera rentabilidad con relación beneficio costo de USD 1,04 dólares, de lo cual, sé que concluye que la empresa será rentable dentro 5 años de la vida útil.

Palabras Clave: Asesoría, responsabilidad social, consultoría, ética

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA: ADMINISTRACION DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

AUTORA: NORIEGA LOAYZA GISELLE ELIZABETH

TUTOR: PHD. GUADALUPE LANAS JORGE

ABSTRACT

This project seeks to determine the technical, operational, and economic feasibility of the creation of a company that sells consulting services in ethics and social responsibility in the city of Quito, which aims to provide an advisory service on Corporate Social Responsibility (CSR), especially to financial institutions, considering that they orient their activities to different stakeholders such as shareholders, investors, customers, employees, community, environment, and government, which contributes to sustainable development, this focused on companies that require it so that it can meet the unmet demand. The company structure details functions and positions that allow us to identify the process of the activities, as well as the legal form where the legal and current obligations that must be fulfilled are specified. The economic and financial study shows the total investment value of \$ 25,539.30, which the project requires to start its activities. The favorable indicators are the (Net Present Value) of USD 63,816.31 and an Internal Rate of Return of 62.28%, reflecting that the project generates profitability with a benefit-cost ratio of USD 1.04; in conclusion, the company will be profitable within five years of useful life.

KEYWORDS: Advice, social responsibility, consulting, ethics

INTRODUCCIÓN

Los bancos han sufrido una crisis de confianza, desde el feriado bancario, pues ha hecho que hoy en día nos encontremos en una situación en el que la banca no ha logrado aún recuperar esa confianza por parte de los ciudadanos; esto unido a elementos como: la dificultad que tienen las entidades bancarias para la diferenciación, la subida de los tipos de interés preferentes, o incluso la irrupción de los llamados bancos ‘éticos’ lo cual ha ocasionado que estas entidades se preocupen cada vez más por su comportamiento responsable.

El fundamento de la responsabilidad social empresarial, es dar respuesta, principalmente, a las demandas originadas en las dimensiones social y ambiental, procurando integrarlas con el objetivo económico primario de rentabilidad.

Si las empresas tomaran en consideración a la RSE de forma indispensable, tendrían una fuente de oportunidades que generarían ventajas competitivas y beneficios en términos de ciudadanía corporativa, trabajando de modo cooperativo con sus clientes, proveedores, competencia y otras partes interesadas.

Archie Carroll, plantea cuatro clases de responsabilidades sociales de las empresas, vistas como una pirámide en base a lo económico, legal, ético y filantrópico.

Los objetivos de desarrollo sostenible (ODS), hacen un énfasis peculiar en frenar el aumento de la desigualdad, esencialmente, en el ámbito económico, de lo cual, se promueve la inclusión financiera como una de las principales prioridades hasta el 2030. El objetivo 8, busca promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, se relaciona con la inclusión financiera, específicamente, con la meta 8, que consiste en fortalecer la capacidad de las entidades financieras de los países para incrementar la accesibilidad a los servicios financieros formales y de seguros hasta el 2030. (Naciones Unidas, 2018)

El Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible, también conocido por sus siglas en inglés WBCSD, define RSC como “el compromiso que asume una empresa para contribuir al desarrollo económico sostenible por medio de colaboración con sus empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en pleno, con el objeto de mejorar la calidad de vida”.

Adam Smith, el padre de la economía se esforzaba por explicar los fenómenos económicos sin renunciar a los valores morales y pasionales. Es así que hoy en día los cambios que la sociedad demanda tienen mucho que ver con los comportamientos éticos, valores y principios que rigen la sociedad.

Bajo estas premisas, el presente plan de negocios propone la creación de una empresa dedicada a la comercialización de servicios de consultoría en el ámbito de la ética y responsabilidad social, enfocada en proporcionar a las empresas los elementos esenciales en los ámbitos señalados que les permitan lograr impactos positivos en el entorno, buscando así preservar el comportamiento y los recursos que demandarán las próximas generaciones.

La presente propuesta es innovadora en al menos dos sentidos: por un lado, la necesidad de generar en las empresas esquemas de ética y responsabilidad social, y, por otro lado, la falta de empresas de consultoría dedicadas específicamente a brindar servicios ligados a la responsabilidad social. La viabilidad de la propuesta solo depende de la construcción de la misma a través del presente trabajo investigativo y de la consecución de un presupuesto mínimo para su ejecución, por lo tanto, creemos que es realizable.

El presente estudio aborda cinco capítulos, dividido en temas relacionados con diferentes áreas como: mercadeo y comercialización, operaciones, organización y gestión, jurídico legal y evaluación financiera.

Objetivos del trabajo de titulación

Objetivo general

- Proponer la creación de una empresa dedicada a la comercialización de servicios de consultoría en ética y responsabilidad social, buscando contribuir a la sociedad y medio ambiente.

Objetivos Específicos

- Definir los objetivos del emprendimiento, que sean claros, productivos y sostenibles a largo plazo.
- Delimitar el mercado específico al que se dirige el servicio, utilizando los elementos precisos para fraccionar el mercado en varios parámetros.
- Determinar los medios necesarios para el posicionamiento de la empresa, mismo como la infraestructura, equipos y recursos humanos necesarios para incrementar las ventas.
- Construir un informe de examen financiero que respalde la viabilidad económica de la empresa.

CAPITULO I

1 MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN

1.1 Objetivo del Capítulo

Ejecutar un estudio de mercado sobre consultoría en ética y responsabilidad social, empleando elementos determinantes que logren establecer la demanda del consumidor y el precio de la oferta, de modo que se pueda establecer estrategias de comercialización y marketing en cuanto al servicio de consultoría.

1.2 Antecedentes investigativos del producto o servicio

1.2.1 Fundamentación del Servicio o Producto.

La ética empresarial engloba, valores y principios por los cuales se rige la empresa, al momento de llevar a cabo sus actividades y acciones, conjuntamente de la mano con la responsabilidad social preservando el medio.

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE), entiende de ética en la gestión de las organizaciones, en especial de instituciones financieras, considerando que estas orientan sus actividades a los diferentes grupos de interés como: accionistas, inversionistas, clientes, colaboradores, comunidad, medio ambiente y gobierno; que contribuye al desarrollo sostenible

La importancia de la transparencia en los negocios es que actualmente, junto con la ética, exigen un accionar empresarial acorde con las necesidades del entorno (Marulanda, 2014).

La banca ecuatoriana ha venido adoptando guías e indicadores de gestión dentro de sus actividades, como: Global Reporting Initiative (GRI), la ISO 26000 y el índice de sostenibilidad Dow Jones (DJSI), entre otros; por ejemplo, Banco Pichincha se encuentra adherido a la iniciativa del Pacto Mundial desde el año 2011, comprometiéndose desde entonces, a alinear su modelo de gestión sostenible con los 10 principios universalmente aceptados.

Dentro del servicio de consultoría se consideran 5 fases indispensables para la prestación del servicio como: preparación, diagnóstico planificación, ejecución, conclusiones.

El presente trabajo enmarcado en la consultoría de ética y responsabilidad social, va dirigido a los bancos privados de la ciudad de Quito, buscando, por un lado, levantar información con respecto a la aplicación de la responsabilidad social y ética empresarial en sus instituciones; y, por otro lado, proponer recomendaciones con el fin de coadyuvar en la práctica de una mejor ética y RS para el mejoramiento ambiental, social y económico, con el propósito de que sean más competitivos, aumentando su valor añadido y generando un impacto social positivo.

1.2.2 Tabla de características del producto o servicio

Tabla 1. Características del producto

CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO		
No.	CARACTERÍSTICAS	BENEFICIOS
1	Es un servicio independiente, que se caracteriza por la experiencia e imparcialidad del consultor.	Expertos que tienen conocimientos y capacidades especiales.
2	Nuestro papel es el de actuar como asesor, con responsabilidad por la calidad e integridad de sus consejos.	Obtener un punto de vista imparcial y novedoso en la solución de problemas
3	Es un servicio que proporciona conocimientos y capacidades profesionales para resolver problemas.	Aprovechar su capacidad de resolver problemas de corrección, de perfeccionamiento y de creación.
4	Trabajo basado en el análisis de hechos concretos y en la búsqueda de soluciones originales y factibles.	Utiliza criterios de medición e instrumentos para determinar formas típicas de operación, la filosofía y la misión corporativa, el grado en el cual se entrelazan las áreas
5	Da resultados tangibles, concretos, específicos y congruentes en términos de tiempo y costo.	Bajar costos y aumentar la rentabilidad de la inversión.
6	El carácter de la consultoría exige que toda situación sea vista en la perspectiva de oportunidades futuras.	Definir las debilidades y fortalezas de la empresa, las fuerzas de resistencia y cambio dentro y fuera, la forma en que opera como sistema y los criterios adecuados para lograr su salud corporativa y financiera.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

1.3 Mercado

1.3.1 Público objetivo de su producto o servicio

Los servicios de consultoría se han ido expandiendo en el campo práctico y dado que el mundo está inmerso en una época de globalización donde la información representa inversión y poder, se hace cada vez más necesario contar con servicios que permitan generar mayores conocimientos sobre distintas innovaciones, técnicas y metodologías empleadas para cada campo laboral de hoy. Por ello, las consultorías de ética y responsabilidad social tienen como mercado objetivo a las entidades bancarias de la ciudad de Quito.

Adicionalmente, dichas estructuras requieren un talento humano organizado y especializado en temas éticos y de responsabilidad social, siendo prácticas que hoy son indispensables en toda entidad, y mucho más si se trata de instituciones financieras, pues está de por medio el factor riesgo, al tratarse de manejo de dinero y productos financieros.

Lo anterior nos hace suponer que muchas de las entidades financieras del Ecuador, estarían interesadas en contratar los servicios de una consultoría en RS y ética empresarial, debido a que no son temas que se han tratado en la actualidad, producto de la masificación de información y la crisis económica y de salud actual, de las prácticas de corrupción y otras situaciones de trabajo precario. De allí que se requiera personas proactivas y que tengan claro que la entidad financiera es un ente que debe tener empatía con el cliente y su entorno que le rodea.

1.3.1.1 Categorización de sujetos

- Comprador. Entidades Bancarias
- Decidor: Autoridad de Entidades Bancarias
- Usuario: Trabajador que recibe la consultoría
- Influyente: Otros trabajadores de áreas administrativas y operativas de Entidades Bancarias que han tomado los servicios de la consultoría

Tabla 2. Categorización de sujetos

Categoría	Sujeto
¿Quién compra?	Entidades Bancarias
¿Quién usa?	Entidades Bancarias
¿Quién decide?	Autoridad de Entidades Bancarias
¿Qué influye?	Comunidad, medio ambiente y gobierno

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

1.3.1.2 Estudio de Segmentación

Especifique cuál es el mercado geográfico donde se segmentará su producto o servicio.

Tabla 3. Dimensión Conductual

VARIABLE	DESCRIPCION
Tipo de necesidad:	Social, capacitación
Tipo de compra:	Selección
Relación con la marca:	Si
Actitud frente al producto:	Positiva

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Tabla 4. Dimensión Geográfica

Variable	Descripción	No. Habitantes
País	Ecuador	17'370.000
Región	Sierra	7'847.136
Ciudad urbana y rural	Quito	2'900.000

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Tabla 5. Dimensión Demográfica

Variable	Descripción	n° habitantes
Edad	20 a 64 años	753.420 (25.98%)
Sexo	Indistinto	-----
Nivel de ingresos	----	-----
Escolaridad	Superior	564.532 (36% de la PEA:1'568.144)
Ocupación	Trabajador administrativo/operativo de entidad bancaria	30.331

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

1.3.1.3 Plan de muestreo

El universo de los sujetos de estudio son 85 (trabajadores administrativos/ de entidades bancarias), de los cuales se tomará una muestra intencional, quienes forman parte del área administrativa u operativa de entidades bancarias en la actualidad a quienes se les aplicará el instrumento de investigación, dado que al realizar la investigación se verifico que al momento en la ciudad de Quito, se cuenta con 20 entidades bancarias que aplican la ética y responsabilidad social, por ello se considera dicho universo para el cálculo muestral.

1.3.1.4 Instrumentos para recopilar información

Dentro de los instrumentos para recopilar información se encuentran:

- **La encuesta.** - Hacia la muestra intencional de trabajadores del área administrativa y operativa de Entidades Bancarias.
- **La entrevista.** - Se realiza a dos personas que trabajan en puestos directivos o en jefatura administrativa en las entidades financieras escogidas de forma intencional.

Tabla 6. Métodos de Recolección Información Primaria

Necesidades de información	Tipo de información	Fuente	Instrumentos
Estudio de mercado	Secundaria	Libros, artículos	Servicios agrupados
Estudio técnico	Secundaria	Libros, artículos	Servicios agrupados
Perfiles que deben tener quien dicta la consultoría	Secundaria	Libros, artículos	Servicios agrupados
Costos de consultores externos e internos a una empresa	Secundaria	Proveedores	Bancos de datos de otras organizaciones
Capacitación a consultores	Secundaria	Proveedores	Bancos de datos de otras organizaciones
Módulos a incluir en una consultoría de RS y ética	Secundaria	Proveedores	Bancos de datos de otras organizaciones

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Tabla 7. Métodos de Recolección Información Secundaria

Necesidades de información	Tipo de información	Fuentes	Instrumentos
Determinar el mercado potencial	Secundaria	INEC	Servicios agrupados
Top de instituciones de servicios de consultoría en el Sector	Secundaria	Superintendencia de Bancos	Bancos de datos de otras organizaciones
Factores críticos para el sector	Secundaria	Superintendencia de Compañías	Bancos de datos de otras organizaciones
Gustos y preferencias de los consumidores	Primaria	Posibles clientes potenciales	Encuesta

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

1.3.1.5 Diseño y recolección de información.

El diseño de la encuesta se la ha ejecutado con el fin de entender la percepción del cliente potencial con respecto a la aplicación de la ética empresarial y responsabilidad social en los bancos en los que laboran las personas.

La recolección de información se hará por medio del formulario google forms, a través del cual se tiene acceso directo a los resultados dados por los sujetos de estudio. (Ver anexo 1: formato de encuesta)

El respectivo análisis e interpretación de datos se lo hará a través de estadística descriptiva, (tabla de frecuencias, gráficos en pastel) y del análisis objetivo de los resultados obtenidos de cada pregunta. Así mismo, se analizarán tanto los resultados obtenidos del instrumento cuantitativo (encuestas) como del instrumento cualitativo (entrevistas) con el fin de encontrar coincidencias y sintetizar los resultados.

Recolección de información cualitativa

- Generación de la guía de entrevistas.
- Toma de entrevistas.
- Revisión bibliográfica de fuentes confiables sobre el tema
- Escoger específicamente las partes necesarias
- Aplicar las teorías a la práctica de estudio

Recolección de información cuantitativa

- Generación de formulario de encuesta en google forms
- Toma de datos a grupo objetivo de forma virtual
- Tabulación de datos
- Visualización de gráficos en pastel por pregunta
- Análisis e interpretación por pregunta

Desarrollo de instrumentos

Los instrumentos serán desarrollados en torno a:

- La encuesta estructurada. - La cual consta de preguntas de selección múltiple y cerradas para ser respondidas con facilidad por el trabajador
- La entrevista semiestructurada. - Se incluyen preguntas abiertas a los directivos de bancos quienes podrán explicar a detalle su opinión

Información Secundaria

- Bancos de datos de otras organizaciones
 - Necesidad 1: Top de instituciones de servicios de consultoría en el sector
Recopilar cuántas personas existen en términos demográficos, geográficos y de gustos y preferencias según entidades como INEC, Superintendencia de Bancos
 - Necesidad 2: Factores críticos para el sector
Recopilar un diagnóstico situacional de los bancos y su gestión interna en la actualidad
- Servicio agrupado
 - Necesidad 1: Estudio de mercado
 - DESARROLLO: Levantamiento de información en fuentes como libros y artículos indexados
 - Necesidad 2: Estudio técnico
 - DESARROLLO: Levantamiento de información en fuentes como libros y artículos indexados

- Necesidad 3: Perfiles que deben tener quien dicta la consultoría
- DESARROLLO: Levantamiento de información en fuentes como libros y artículos indexados, tesis de repositorios
- Necesidad 4: Determinar el mercado potencial
- DESARROLLO: Levantamiento de información en INEC, Superintendencia de Bancos

- Información primaria
 - Encuesta

Formato de la Encuesta

Datos personales: Sexo

Femenino

Masculino

Edad

18-24

25-31

32-38

+39

1. ¿Con cuál de las siguientes ideas o conceptos relaciona usted la Ética y Responsabilidad social Empresarial?

Mejoramiento de imagen

Ayuda a la comunidad

Calidad de vida laboral

Hacerse cargo de los problemas de la sociedad

Cuidar el medio ambiente y el entorno donde vive

2. El banco realiza prácticas de Ética /Responsabilidad Social Empresarial?

Sí

No

3. ¿Qué enfoque tienen las prácticas de Responsabilidad Social que aplica el Banco?

Ambiental

Donaciones a Fundaciones

Apoyo y capacitación a empleados

4. ¿Existe algún tipo de documento sobre las acciones de Ética y Responsabilidad Social Empresarial tomadas por el banco?

SI ¿Cuál?

No

5. ¿Quién asume las labores de Responsabilidad Social Empresarial del banco?

Un área asume la responsabilidad total

La responsabilidad es compartida entre varias áreas del banco

Apoyo externo de la organización

6. ¿Las principales áreas de inversión que tiene como Responsabilidad Social el Banco?

Social

Medio Ambiente

Trabajadores

7. ¿Qué tan importante considera usted la ética y responsabilidad social del banco?

Muy importante

Poco importante

Nada Importante

8. ¿Cuáles son los mecanismos que emplea el Banco para desarrollar acciones de RSE?

Dar mejor trato a los trabajadores

Dar más empleo y mejor sueldo

No dañar la naturaleza, no contaminar

Acercarse a los trabajadores y apoyarlos
Preocuparse más por los demás que por ellos mismos
Comprometerse con la sociedad

9. ¿Cuáles son los beneficios que esperaría el Banco mediante el trabajo en Ética y Responsabilidad Social Empresarial?

Social
Ético
Ambiental
Reconocimiento

10. ¿El Banco ha contratado algún tipo de consultoría en ética y responsabilidad social en la ciudad de Quito? (De ser afirmativo indique que el nombre de la consultoría)

Sí
No

11. ¿Qué beneficios considera usted que aporte la consultoría realizada al banco?

Mejor ambiente laboral
Reputación corporativa
Incremento de la credibilidad
Mayor lealtad del cliente
Mayor capacidad para atraer talento

12. ¿Considera contratar un servicio de consultoría para la gestión de un modelo de responsabilidad social empresarial?

Sí
No

13. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar el banco por un servicio de consultoría en ética y responsabilidad social?

10.000 – 20.000

20.000 – 30.000

30.000 - 40.000

40.000 – 50.000

14. ¿A través de que medio el banco conoce sobre los diferentes servicios ofertados de consultorías?

Publicidad Impresa

Publicidad Online

Anuncios Radio

Anuncios Televisión

Publicidad Exterior

15 ¿Con que frecuencia el banco adquiere un servicio de consultoría en ética y responsabilidad social?

(1 vez) Año

(2 veces) Año

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

• **Formato de la entrevista**

1.- ¿El banco actualmente cuenta con algún documento aplicable de RS y ética empresarial? De ser la respuesta sí ¿cuál?

2.- ¿Qué tipo de gestión realiza actualmente la empresa que aplique la Responsabilidad Social?

3.- ¿Están los trabajadores conscientes de la necesidad de incorporar prácticas de responsabilidad social en la institución?

4.- ¿Saben todos los trabajadores cuáles son los principios y valores que orientan la institución financiera y los practican?

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

1.3.1.6 Análisis e Interpretación

1. ¿Con cuál de las siguientes ideas o conceptos relaciona usted la Ética y Responsabilidad social Empresarial?

Tabla 8. Pregunta 1

Variable	Porcentaje
Mejoramiento de imagen	66%
Ayuda a la comunidad	90%
Calidad de vida laboral	66%
Hacerse cargo de los problemas de la sociedad	87%
Cuidar el medio ambiente y el entorno donde vive	85%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora



Gráfico 1. Pregunta 1

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Del total de trabajadores de bancos encuestados, el 90% de ellos afirman que ayudan a la comunidad al relacionar la Ética y Responsabilidad Social empresarial, el 87% de los trabajadores indican que pueden relacionar la Ética y Responsabilidad Social al hacerse cargo de los problemas de la sociedad, el 85% de ellos indican que estas prácticas ayudan a cuidar el medio ambiente y el entorno donde viven, mientras que el 66% indican que mejora la imagen de la empresa, así como el mismo porcentaje dijo que puede mejorar la calidad de vida laboral.

Lo anterior indica que, los trabajadores de bancos encuestados en su mayoría afirman que la ética y responsabilidad social ayuda a mejorar las relaciones con la comunidad, o también

a hacerse cargo de problemas de la sociedad, cuidar el ambiente y entorno donde viven, en menos proporción dijeron que ayuda a la mejora de la imagen de la empresa y mejorar la calidad de vida laboral.

2. Su institución realiza prácticas de Ética /Responsabilidad Social Empresarial?

Tabla 9. Pregunta 2

Variable	Porcentaje
Si	60%
No	40%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

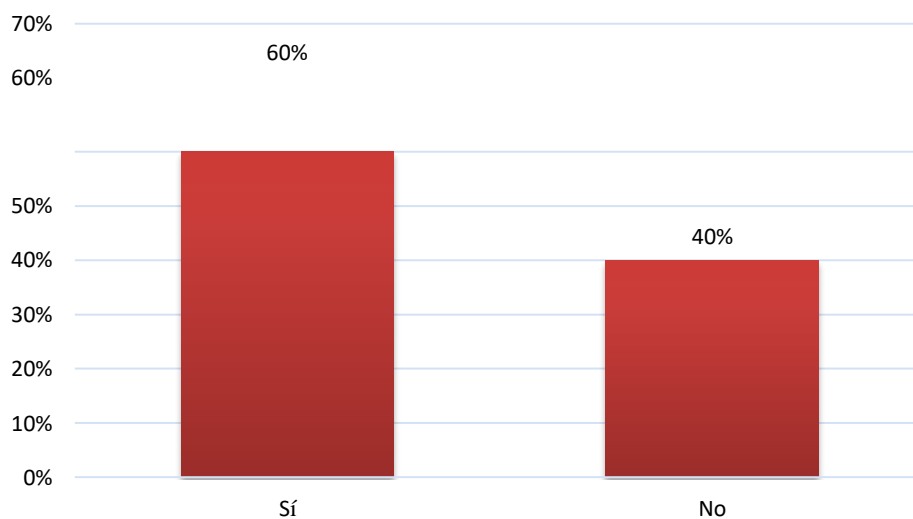


Gráfico 2. Pregunta 2

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

El 60% de encuestados indican que su institución SI ejecuta prácticas de Ética/Responsabilidad Empresarial, mientras que el 40% no lo hace. La mayoría de encuestados afirman que su institución si realiza prácticas de ética y responsabilidad empresarial, lo que es positivo, pero falta su inclusión en otras entidades.

3. ¿Qué enfoque tienen las prácticas de Responsabilidad Social que aplica el banco?

Tabla 10. Pregunta 3

Variable	Porcentaje
Ambiental	32%
Donaciones a fundaciones	16%
Apoyo y capacitación a empleados	52%
TOTAL	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

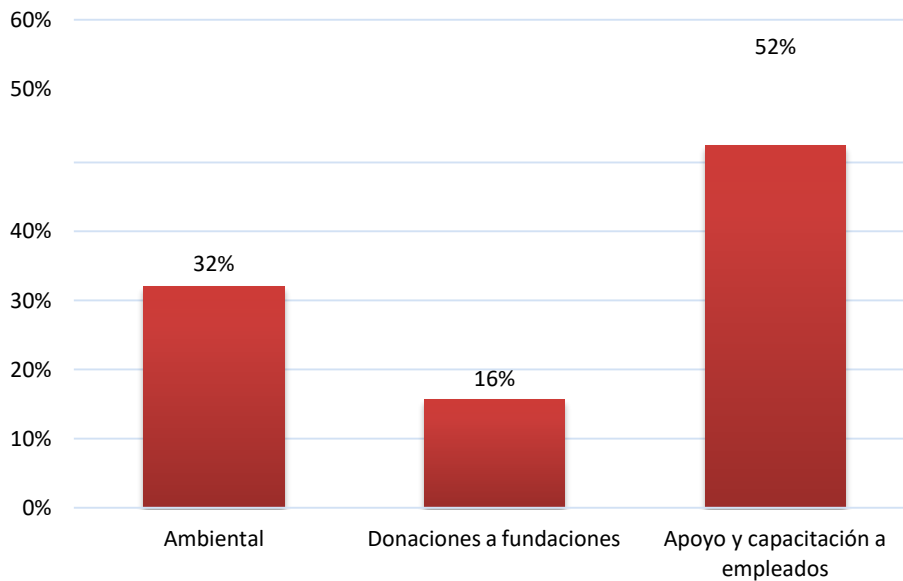


Gráfico 3. Pregunta 3

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Del total de trabajadores de bancos encuestados, el 52% afirma que, el enfoque tiene las prácticas de Responsabilidad Social que aplica el banco, incluye el apoyo y capacitación a empleados, el 32% dice que es el factor ambiental y el 16% dice que involucra las donaciones a fundaciones. Más de la mitad de los trabajadores de bancos afirman que el principal enfoque que tienen las prácticas de Responsabilidad Social involucra el apoyo y capacitación a empleados.

4. ¿Existe algún tipo de documento sobre las acciones de Ética y Responsabilidad Social Empresarial tomadas por el banco? Cual

Tabla 11. Pregunta 4

Variable	Porcentaje
Si	42%
No	58%
Total	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

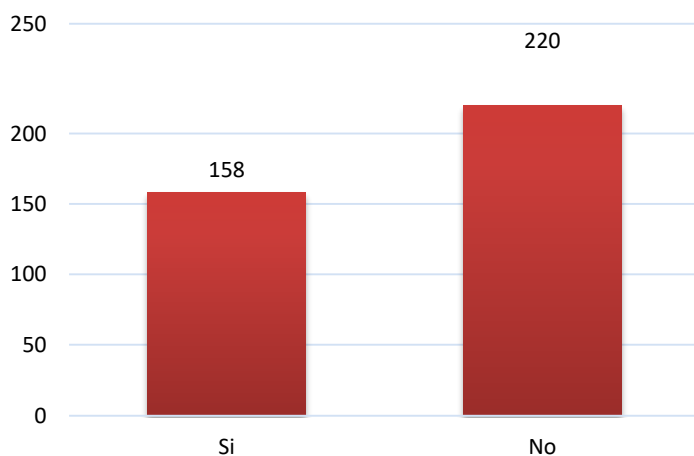


Gráfico 4. Pregunta 4

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Del total de encuestados trabajadores de bancos, el 58% afirma que si hay un documento sobre las acciones de ética y responsabilidad social empresarial, mientras que el 42% dice que no lo hay. La mayor parte de trabajadores de bancos afirman que si hay un documento sobre acciones de ética y responsabilidad social empresarial.

5. ¿Quién asume las labores de Responsabilidad Social Empresarial del banco?

Tabla 12. Pregunta 5

Variable	Porcentaje
Un área asume la responsabilidad total	52%
La responsabilidad se comparte entre varias áreas del banco	33%
Apoyo externo de la organización	15%
Total	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

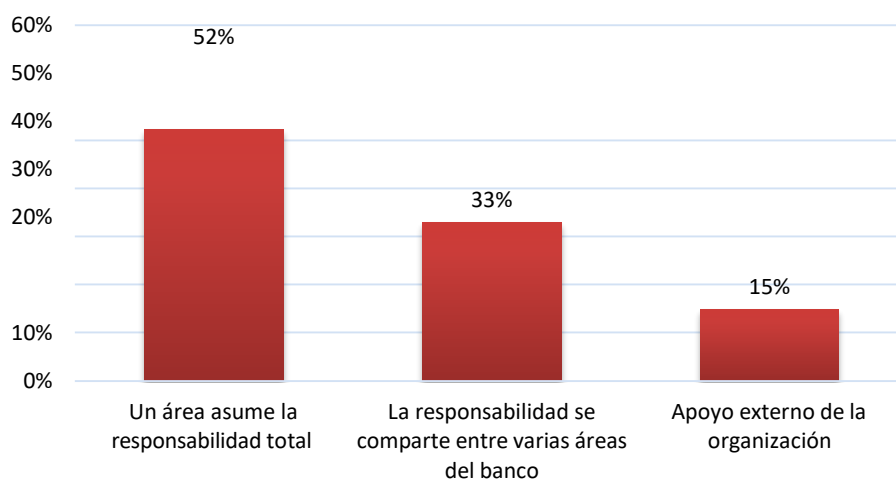


Gráfico 5. Pregunta 5

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Del total de encuestados, el 52% de ellos indica que las labores de RS del banco y su responsabilidad total las asume un área, mientras que el 33% dice que esta responsabilidad se comparte entre varias áreas y el 15% indica que hay apoyo externo de la organización. Lo anterior refleja que la mayor parte de encuestados indican que las labores de RS del banco y su responsabilidad total es asumida por un área específica.

6. ¿Las principales áreas de inversión que tiene como Responsabilidad Social el Banco?

Tabla 13. Pregunta 6

Variable	Porcentaje
Social	89%
Medio ambiente	86%
Trabajadores	95%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

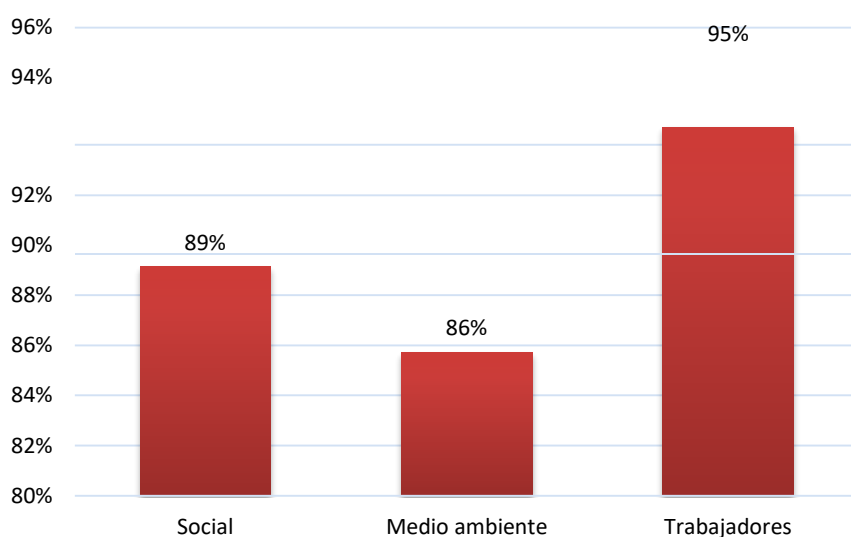


Gráfico 6. Pregunta 6

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Del total de trabajadores indican que las principales áreas de inversión que tiene como Responsabilidad Social el banco son un 95% los trabajadores, el 89% de tipo social, y el 86% de acuerdo al medio ambiente.

La mayor parte de trabajadores afirman que las principales áreas de inversión tienen como Responsabilidad social a sus trabajadores.

7. ¿Qué tan importante considera usted la ética y responsabilidad social del banco?

Tabla 14. Pregunta 7

Variable	Porcentaje
Muy importante	100%
Poco importante	0%
Nada importante	0%
Total	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

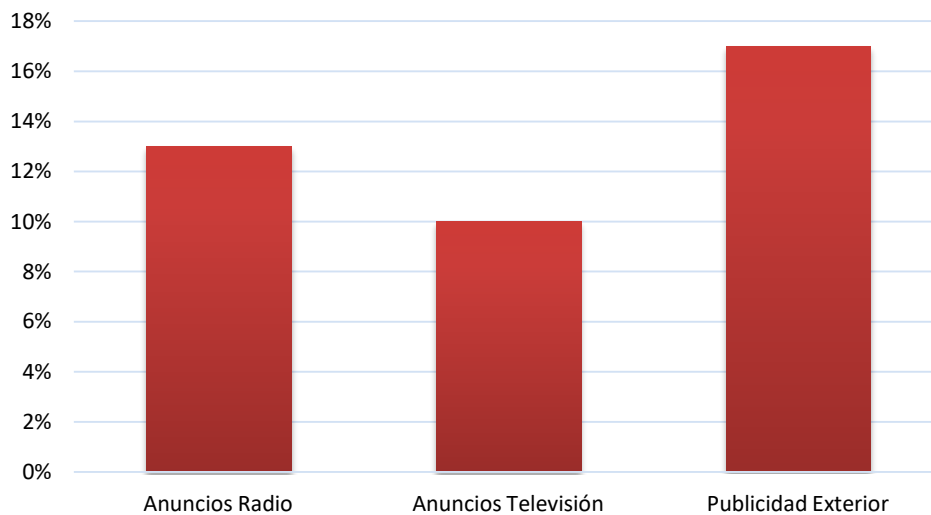


Gráfico 7. Pregunta 7

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Del total de trabajadores, el 100% de ellos afirman que es muy importante la ética y responsabilidad social del banco. Es decir que todos los trabajadores están conscientes de esta situación.

8. ¿Cuáles son los mecanismos que emplea el Banco para desarrollar acciones de RSE?

Tabla 15. Pregunta 8

Variable	Porcentaje
Dar mejor trato a los trabajadores	67%
Dar más empleo y mejor sueldo	92%
No dañar la naturaleza, no contaminar	53%
Acercarse a los trabajadores y apoyarlos	89%
Preocuparse más por los demás que por ellos mismos	100%
Comprometerse con la sociedad	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

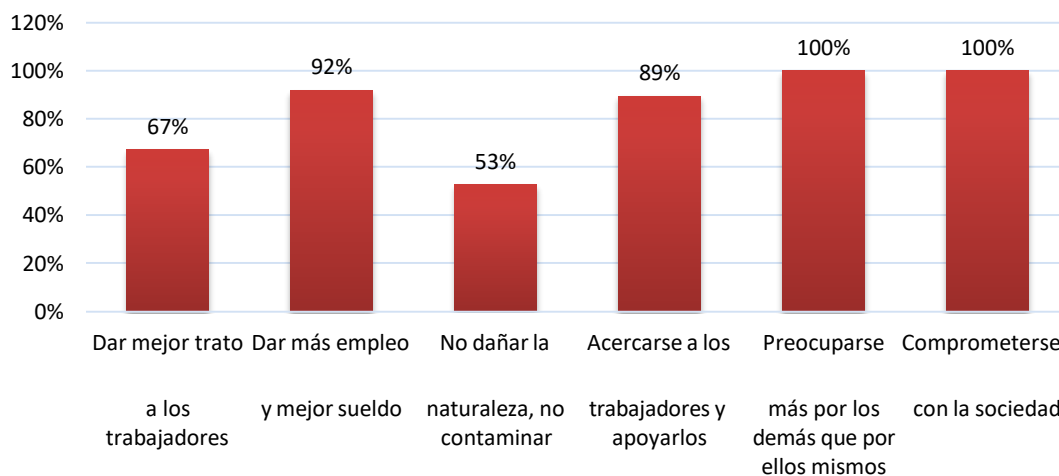


Gráfico 8. Pregunta 8

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Del total de trabajadores el 100% de ellos afirman que los mecanismos que emplea el Banco para desarrollar acciones de RSE, incluye que deben comprometerse con la sociedad, deben preocuparse más por los demás que por ellos mismos, así como deben dar más empleo y mejor sueldo, y dar mejor trato a los trabajadores, así como debe permitirse no dañar la naturaleza o contaminar.

La mayoría de los trabajadores indican que para desarrollar acciones de RSE debe haber un compromiso con la sociedad.

9. ¿Cuáles son los beneficios que esperaría el Banco mediante el trabajo en Ética y Responsabilidad Social Empresarial?

Tabla 16. Pregunta 9

Variable	Porcentaje
Social	100%
Ético	100%
Ambiental	100%
Reconocimiento	98%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

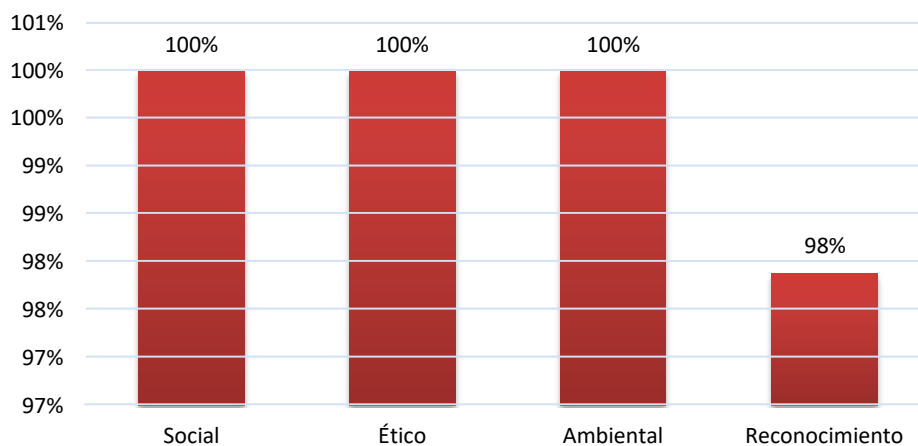


Gráfico 9. Pregunta 9

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Del total de encuestados, la totalidad de ellos indican que los beneficios que esperaría el Banco mediante el trabajo en Ética y Responsabilidad Social Empresarial y el 98% afirmaron que el beneficio que esperan es el reconocimiento.

10. ¿El Banco ha contratado algún tipo de consultoría en ética y responsabilidad social en la ciudad de Quito?

De ser afirmativo indique que el nombre de la consultoría

Tabla 17. Pregunta 10

Variable	Porcentaje
Si	23%
No	77%
Total	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

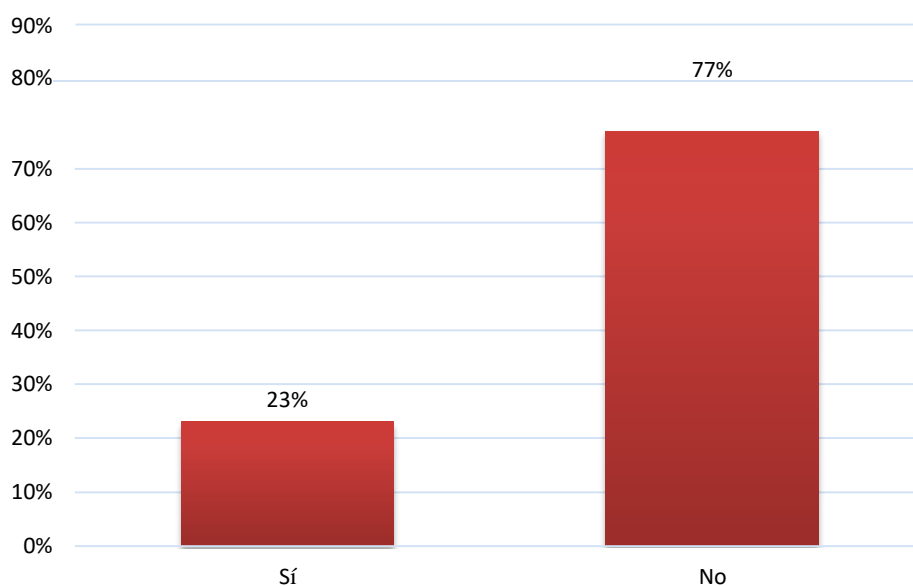


Gráfico 10. Pregunta 10

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Del total de encuestados, el 77% indica que el banco no ha contratado algún tipo de consultoría en ética y responsabilidad social en la ciudad de Quito, mientras que el 23% dice que no.

Más de la mitad de encuestados indican que el banco no ha contratado algún tipo de consultoría en ética y responsabilidad social en Quito.

11. ¿Qué beneficios considera usted que aporoto la consultoría realizada al banco?

Tabla 18. Pregunta 11

Variable	Porcentaje
Mejor ambiente laboral	86%
Reputación corporativa	100%
Incremento de la credibilidad	100%
Mayor lealtad del cliente	60%
Mayor capacidad para atraer talento	48%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

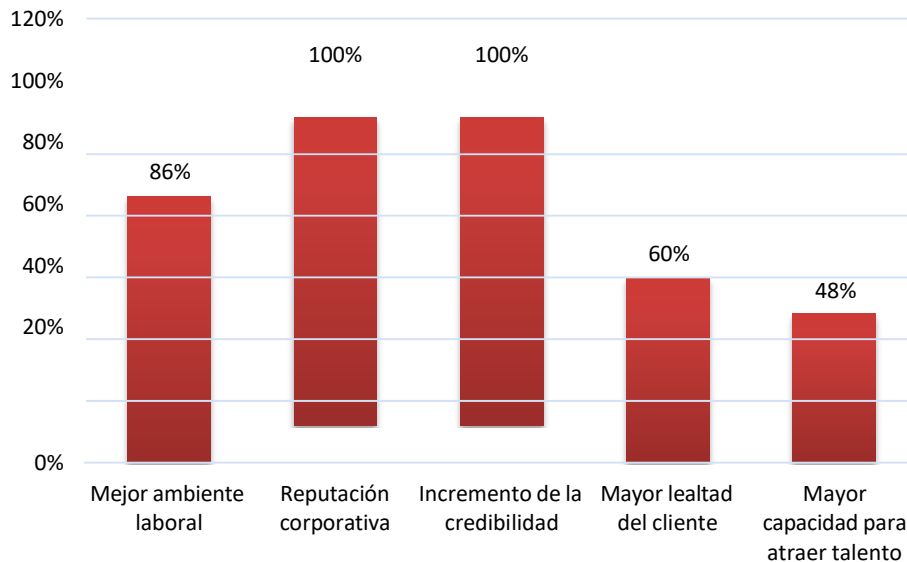


Gráfico 11. Pregunta 11

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Del total de trabajadores encuestados el 100% de ellos indican que la consultoría traería beneficios en torno a mejorar la reputación corporativa, incrementar la credibilidad, así como otros factores como mejor ambiente laboral constituye el 86% de aceptación en los trabajadores, así como el 60% indica que requiere mayor lealtad del cliente, y mayor capacidad para atraer talento en el 48%.

La mayor parte de trabajadores encuestados indican que la consultoría traería beneficios para mejorar la reputación corporativa e incrementar la credibilidad.

12. ¿Considera contratar un servicio de consultoría para la gestión de un modelo de responsabilidad social empresarial?

Tabla 19. Pregunta 12

Variable	Porcentaje
Si	85%
No	15%
Total	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

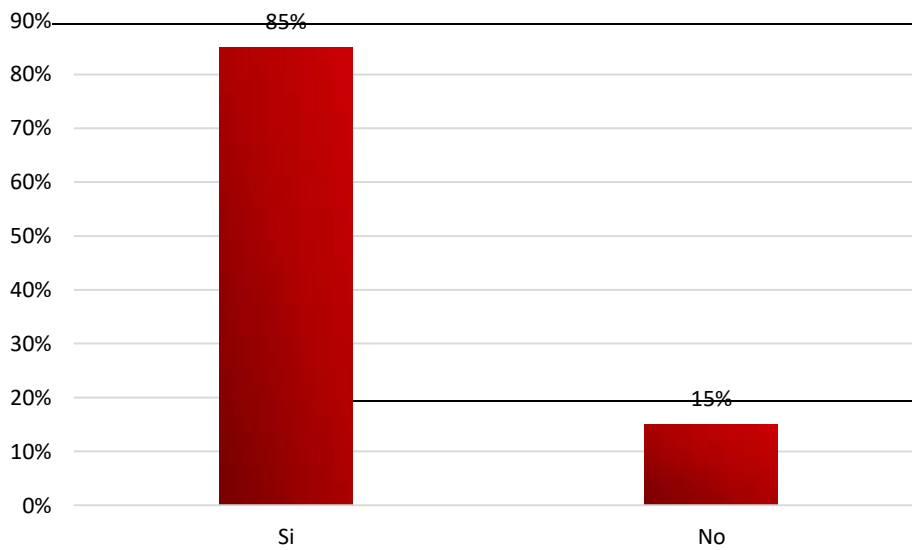


Gráfico 12. Pregunta 12

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Del total de trabajadores encuestados, el 85% considera que contratar un servicio de consultoría para la gestión de un modelo de responsabilidad social empresarial es factible, mientras que el 15% dice que no.

Casi la totalidad de encuestados consideran que es adecuado contratar un servicio de consultoría para la gestión de un modelo de responsabilidad social empresarial es factible.

13. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar el banco por un servicio de consultoría en ética y responsabilidad social?

Tabla 20. Pregunta 13

Variable	Porcentaje
10.000-20.000	72%
20.000-30.000	23%
30.000-40.000	2.5%
40.000-50.000	2.5%
Total	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

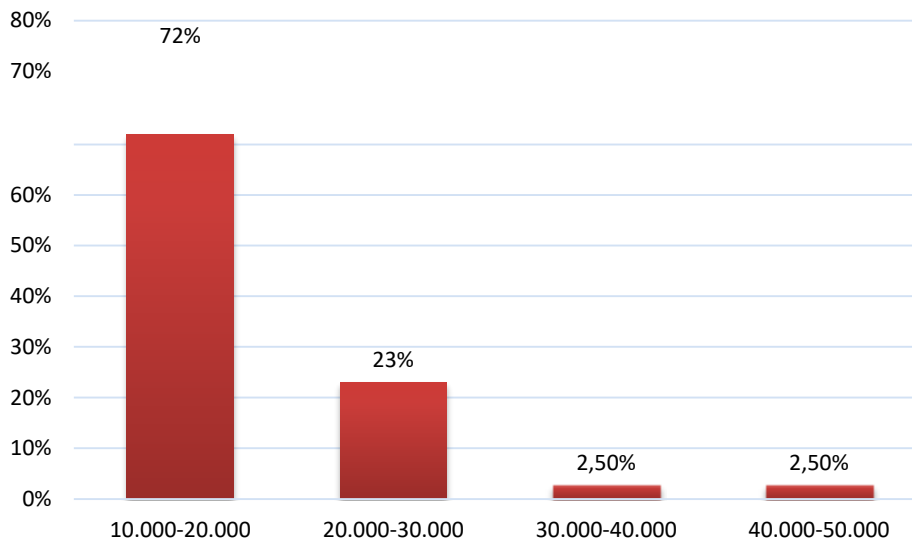


Gráfico 13. Pregunta 13

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Del total de trabajadores encuestados, el 72% de ellos indican que el banco estaría dispuesto a pagar por un servicio de consultoría en ética y responsabilidad social entre 10.000-20.000, mientras que el 23% dice que el banco estaría dispuesto a pagar entre 20.000 y 30.000, es en el rango de 10.000 a 20.000 que de preferencia se debe incluir el valor de la consultoría.

14. ¿A través de que medio el banco conoce sobre los diferentes servicios ofertados de consultorías?

Tabla 21. Pregunta 14

Variable	Porcentaje
Publicidad Impresa	19%
Publicidad Online	41%
Anuncios Radio	13%
Anuncios Televisión	10%
Publicidad Exterior	17%
TOTAL	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

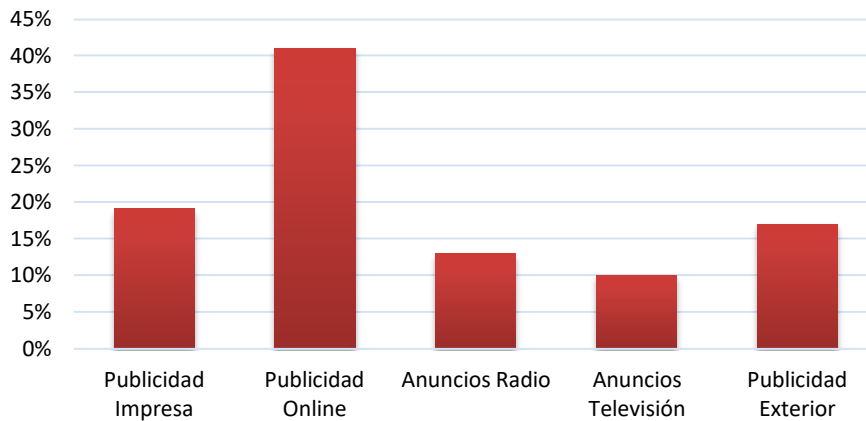


Gráfico 14. Pregunta 14

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Podemos observar que, en cuanto a las preferencias de los servicios ofertados de consultoría, la publicidad online obtiene mayor porcentaje con un 41.00% de aceptación, la publicidad impresa alcanza un 19.00%, la publicidad exterior obtiene un 17%, los anuncios en radio un 13% y anuncio en televisión es el menos preferido con un 10% de aceptación, todos estos datos están basados sobre un 100% para cada aspecto.

15 ¿Con que frecuencia el banco adquiere un servicio de consultoría en ética y responsabilidad social?

Tabla 22. Pregunta 15

Variable	Porcentaje
(1 vez) año	73%
(2 veces) años	27%
Total	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

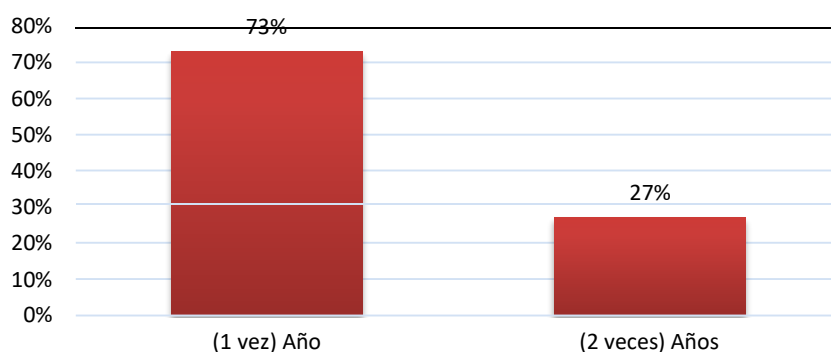


Gráfico 15. Pregunta 15

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Podemos observar que, en cuanto a la frecuencia de adquirir los servicios ofertados de consultoría, el 73% de aceptación, contrata una vez al año, y el 27% cada dos años.

1.3.2 Demanda Potencial

Para recabar la demanda potencial que tendrá el servicio utilizamos como referencia las respuestas de la encuesta aplicada a las entidades bancarias de la ciudad de Quito, de lo cual, con estos resultados logramos obtener información respecto del comportamiento del consumidor a través de la pregunta 12, misma que plantea: ¿contrataría un servicio de consultoría?, misma que proyecta un 85% de aceptación, ante lo cual, evidenciamos gran

acierto favorable al servicio, por tanto, procedemos a calcular la demanda:

Tabla 23. Demanda potencial

Detalle	Valor
Entidades bancarias de la ciudad de Quito	20
Aceptación por adquirir consultoría (pregunta 12 encuesta)	85%
Demanda en Personas:	17

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

La demanda determina el número de personas que en efecto corresponde a los clientes bordeando los 17, dado que obtenido este resultado podremos determinar la demanda de consultorías.

Tabla 24. Precio promedio para una consultoría

(A) Precio Promedio de las variables	Frecuencia	(B) Número de Encuestados	A*B
\$ 20.000	72%	16	\$ 320.000
\$ 30.000	23%	2	\$ 60.000
\$ 40.000	2.5%	1	\$ 40.000
\$ 50.000	2.5%	1	\$ 50.000
TOTAL	100%	20	\$ 7.307,5
Precio promedio para una consultoría	$\\$470.000 \div 20 = \\23.500		\$ 23.500

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Por medio de la pregunta 14 de la encuesta: “¿Con que frecuencia el banco adquiere un servicio de consultoría en ética y responsabilidad social?”, se pudo evidenciar los montos estimados que estarían dispuestos a pagar por una consultoría es de \$23.500

Tabla 25. Demanda Anual en número de consultorías

Detalle	(A) Porcentaje	(B) Frecuencia de compra por año	(C) Frecuencia total (A x 17)	(B×C) Demanda Calculada N- Consultorías
Semestralmente	28%	2	4.76	9.52
Trimestral	19%	1	3.23	3.23
Anualmente	53%	3	9.01	27.3
Total	100%		17	40.05

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

A través de la pregunta 14 de la encuesta: “¿Con que frecuencia el banco adquiere un servicio de consultoría en ética y responsabilidad social?”, se puede conocer con qué frecuencia van adquirir el servicio de compra que tendrían los consumidores, luego de calcular la demanda mediante una aceptación del 85% es decir que 17 entidades financieras estarían dispuestas a solicitar los servicios de consultoría, analizando que anualmente tendríamos una demanda de 21.59 consultorías.

Proyección de la Demanda Anual de consultorías

Para obtener la demanda anual proyectada a 5 años aplicamos la fórmula:

$$Q_n = Q_0 \times (1 + c\%)^n$$

Ecuación 1

Donde:

Q_n = Demanda Total

Q_0 = Demanda Actual (número de consultorías)

C % = Índice de confianza empresarial promedio en el Ecuador es de 1,1% según el Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de las Naciones Unidas. ((EMOE), 2021)

n= número de años

Para obtener la Demanda Anual en dólares “USD” se multiplico la demanda anual en número de Consultorías por el precio promedio de una Consultoría “\$21,59”.

Tabla 26. Proyección Demanda Anual

AÑO	No	Proyección Demanda Anual	
		Demanda Anual N- Consultoría	Demanda Anual en Dólares USD
2021	0	21,59	\$507.365,0000
2022	1	21,83	\$512.946,0150
2023	2	22,07	\$518.588,4212
2024	3	22,31	\$524.292,8938
2025	4	22,56	\$530.160,0000
2026	5	22,81	\$536.035,0000

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

1.4 Análisis del Macro y Micro Ambiente

1.4.1 Análisis del micro ambiente

El modelo principal de las fuerzas de Porter ayuda a tener un acercamiento hacia la estructura del sector de servicios de consultoría y se señala las oportunidades y amenazas que tiene el sector específico para entender cómo se compite en un contexto específico.

Para realizar el análisis de la competencia se procede a utilizar el modelo de las 5 fuerzas de Porter.

La amenaza o poder de la fuerza es:

- 5.- muy fuerte
- 4.- fuerte
- 3.- mediana
- 2.- débil
- 1.- muy débil

1.4.1.1 Amenaza de entrada de nuevos competidores.

Tabla 27. Barreras de Entrada

Barrearras de Entrada	Calificación
Economía de escala	5
Diferenciación de producto	4
Identidad de la marca	5
Requisitos de capital	4
Acceso a los clientes	3
Acceso a proveedores	3
Promedio	4

Fuente: Investigación propia

Tal como se observan, las barreras de entrada incluyen las economías de escala como primer punto, se entiende que, actualmente existen servicios de consultorías empresariales a nivel internacional, y gracias a las tecnologías de la información y comunicación es más fácil su masificación, lo que constituiría un problema de amenaza de ingreso de nuevos competidores del servicio de consultoría y sus marcas.

1.4.1.2 Amenaza de productos/ servicios sustitutos

Tabla 28. Amenaza de productos sustitutos

Amenaza de productos sustitutos	Calificación
Consultores internos	3
Promedio	3

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

En lugar de incluir consultores externos, puede darse el caso de que se contraten (bajo relación de dependencia) consultores internos a la empresa, con lo que se sustituiría la posibilidad del servicio de consultorías de la empresa de estudio.

1.4.1.3 Poder de negociación de los proveedores

Tabla 29. Poder de negociación de los proveedores

Poder de negociación de los proveedores	Calificación
Proveedores nacionales	3
Promedio	3

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Se debe tener en cuenta que la fuerza laboral (siendo el principal recurso el humano) de acuerdo con el giro de negocio de consultorías se realizarán contratos de personas a nivel nacional.

1.4.1.4 Poder de negociación de los consumidores

Tabla 30. Poder de negociación de los consumidores

Poder de negociación de los consumidores	Calificación
Concentración de compradores	4
Grado de dependencia-canales de distribución	3
Posibilidad de negociación	4

Volumen comprador	3
Costos o facilidades del cliente a cambiar de empresa	4
Disponibilidad de información	5
Existencia de sustitutos	1
Capacidad de integrarse	1
Promedio	3

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Tal como se puede verificar, se puede acceder a un fuerte poder de negociación con los consumidores al acceder a una concentración de los compradores (en la ciudad de Quito), así como incluir la posibilidad de que se genere la negociación, así como la capacidad de integración al proceso y giro de negocio de la empresa.

1.4.1.5 Rivalidad entre competidores

Tabla 31. Rivalidad entre competidores

Rivalidad entre competidores	Calificación
Variedad de competidores	3
Infraestructura de comercialización y logística	4
Posicionamiento de la marca	3
Promedio	3

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

El posicionamiento de la marca se puede dar en función con la diversidad de competidores que hay en el mercado, como es el caso de la escuela de negocios INDEG, que se manejan como consultores empresariales de alto nivel, a lo cual se debe crear estrategias de posicionamiento y recordación de la marca.

1.4.1.5.1 Consolidado de las 5 fuerzas de Porter

Tabla 32. Consolidado

Factores	muy	débil	Mediano	fuerte
rivalidad entre			X	
amenaza productos			X	
poder negociación			X	
poder negociación de los			X	
barreras de entrada				X

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

1.4.1.5.2 Resumen de las 5 fuerzas de Porter

Tabla 33. Resumen

Fuerzas	Calificación
rivalidad entre competidores	3
amenaza productos sustitutos	3
poder negociación proveedores	3
poder negociación de los consumidores	3
Nuevos competidores	4
Suman	16

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Análisis:

El cálculo de la sumatoria de cada uno de los promedios de las fuerzas de Porter, cuyo resultado fue de 16, este valor se ubica dentro del rango de intensidad “MEDIANA”.

1.4.1.5.3 Síntesis de la intensidad competitiva

Tabla 34. Síntesis intensidad

síntesis intensidad	muy débil	Débil	Mediano	Fuerte	muy fuerte
competitiva del sector	5 a 8	9 a 12	13 a 17	18 a 21	22 a 25

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Análisis:

Según los resultados de las cinco fuerzas de Porter existe un “MEDIANO” nivel de competitividad, por lo que se debe mejorar el posicionamiento de la empresa y de esta manera generar una posición adecuada en el mercado para convertirse en una empresa líder en consultorías de Ética y Responsabilidad Social, sustentándose en un servicio de calidad y en un buen servicio al cliente.

1.4.2 Análisis del macro ambiente

Para el caso del macroambiente se propone la inclusión de la Matriz de Perfil Competitivo (MPC), la cual ayuda a identificar los principales competidores de la organización, además de las fuerzas y debilidades específicas, en torno a una muestra en la posición estratégica que se espera tenga la empresa.

Tabla 35. Matriz MPC

Factores Críticos		Pebel Consultores Cía. Ltda		Ideasgroup		Empresa Nueva "Consultora E&RS"		ACD Consulting	
		Calif	Peso	Calif	Peso	Calif	Peso	Calif	Peso
Participación en el mercado	0.20	3	0.6	3	0.6	2	0.4	2	0.4
Competitividad en función de precios	0.02	1	0.2	1	0.2	4	0.8	1	0.2
Posición financiera	0.40	2	0.8	2	0.8	1	0.4	4	1.6
Calidad del servicio	0.10	4	0.4	4	0.4	3	0.3	3	0.3
Fidelidad del cliente	0.10	3	0.3	3	0.3	3	0.3	3	0.3
TOTAL	1	2,6		2.3		2.2		2.8	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Nota: 1-Gran debilidad, 2- Debilidad menor, 3- Fuerza menor, 4- Gran fortaleza.

El resultado de la matriz de perfil competitivo da como resultado que las empresas como Pebel Consultores Cía. Ltda, ACD Consulting, alcanzan las calificaciones más altas, por lo cual se consideran fuertes en términos competitivos del sector, la empresa Ideas Group

alcanza el segundo lugar debido a que la fidelidad del servicio y su calidad.

La empresa Consultora E&RS al ser nueva y con poca experiencia ni posicionamiento, queda en último lugar con un 2,2 en total, se puede destacar que la Competitividad en función de precios, Calidad del servicio, son aspectos fuertes de la marca que le permitirá entrar a participar en el mercado gracias a la propuesta innovadora que representa la consultoría en ética y responsabilidad social.

1.4.3 Proyección de la oferta.

La competencia directa consiste en todas las compañías especializadas que prestan el servicio de consultoría en lo concerniente a la Ética y Responsabilidad Social y otras áreas asociadas, no obstante, relacionadas de consultoría existen 12 empresas de las cuales tres se centran en Ética y Responsabilidad Social:

- Pebel Consultores Cía. Ltda.
- ACD Consulting
- Ideas Group

La competencia indirecta se encuentra dada por las empresas que brindan servicios de asesoría y consultoría, pero no específicamente en Responsabilidad Social como son:

- Astec
- Caminosca - Caminos Y Canales S
- Copa de Consultoría para Desarrollo Cía. Ltda.
- Ingenieros Consultores Asociados Ica C. Ltda.
- Diplan - Diseño y Planificación Cía. Ltda.
- Hidroplan C. Ltda.
- Consultora Vera y Asociados Cía. Ltda.
- Hexagon Consultores C. Ltda.
- Charlieg Ingeniería y Remediación C. Ltda.

Tabla 36. Número de instituciones y/o empresas que hacen uso de los servicios que actualmente se ofertan

Detalle	Número de empresas (mes)	Número de empresas (año) promedio
Pebel Consultores Cía. Ltda.	1	12
ACD Consulting	1	12
Ideas Group	1	12

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Según el directivo de cada empresa consultora indica que en promedio la tasa de crecimiento de la oferta de servicios de consultoría es del 1.1%.

Tabla 37. Proyección de la oferta (según número de empresas)

Año 0	36,00
Año 1	36.39
Año 2	36.79
Año 3	37.20
Año 4	37.61
Año 5	38.02

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

1.5 Demanda Potencial Insatisfecha

Para determinar y conocer la demanda potencial insatisfecha, tomamos la demanda potencial menos la oferta potencial, obteniendo como resultado el mercado objetivo que se encuentra insatisfecho, así comprobar al que se puede llegar fácilmente y enfocar las ventas.

Tabla 38. Demanda Potencial Insatisfecha

AÑO	No	Demanda Potencial (Consultorías)	Oferta Potencial (Consultorías)	DPI/año (Consultorías)	DPI/Día (Consultorías)
2021	0	40,05	36	4,05	0,011
2022	1	40,05	36,39	3,66	0,010
2023	2	40,93	36,79	4,14	0,011
2024	3	41,38	37,2	4,18	0,011
2025	4	41,83	37,61	4,22	0,012
2026	5	42,29	38,02	4,27	0,012

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

1.6 Diseño de marca (brandign)

- Nombre de la marca

“Consultora E&RS”

- Logotipo



Gráfico 16. Logotipo

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

- Eslogan

“Rompiendo barreras hacia éxito empresarial”

- Percepción y posicionamiento

La percepción que se pretende que el cliente tenga respecto de los servicios de consultoría y de la empresa “Consultora E&RS”, es como un equipo de trabajo con alto sentido humanista, ético y de responsabilidad social, que se tomen como guías y ejemplo con sus propias prácticas de cómo incursionar en la responsabilidad social y la ética como principios clave y que deben estar inherentes en toda organización empresarial, de tal forma que, el cliente sienta el respaldo de profesionales de “Consultora E&RS” y que testifiquen la inclusión de este aspecto en su campo de vida laboral.

El posicionamiento que se requiere dar a la empresa busca incluir una imagen innovadora y fresca, teniendo como fundamento la “Consultora E&RS”, así como la aplicación de esta en distintos tipos y campos, independientemente del giro de negocio empresarial, así la idea es posicionar en la mente del consumidor la imagen de la empresa e irla refrescando conforme se adhieran más personas a los servicios de consultoría ofertados.

- **Diferenciación**

La principal clave de diferenciación empresarial de “Consultora E&RS”, está en el sentido humanístico de sus trabajadores, pues si bien, existen escuelas de capacitación actualmente, se dan teorías y lineamientos, así como estudios de caso y prácticas, pero no se conoce si realmente quienes dictan dichas capacitaciones están o no aplicando dichos lineamientos y las teorías que imparten en las aulas de clase, algo que realmente se observará con ejemplos propios que darán los capacitadores de la vivencia en la empresa sobre responsabilidad social y la ética.

1.7 Estrategias de marketing

La estrategia de marketing nos permite definir cómo se van a conseguir los objetivos comerciales, por ello es indispensable y necesario identificar y priorizar aquellos servicios que tengan un mayor potencial y rentabilidad, seleccionar al público al que nos vamos a dirigir, definir el posicionamiento de marca que queremos conseguir en la mente de los clientes y trabajar de forma estratégica las diferentes variables que forman el marketing mix como: servicio, precio, distribución y comunicación.

De la pregunta plantea ¿A través de que medio el banco conoce sobre los diferentes servicios ofertados de consultorías?, podemos identificar los canales de preferencia y en los cuales nos basaremos para aplicar las estrategias de marketing, según el siguiente detalle:

Tabla 39. Pregunta 13: ¿A través de que medio el banco conoce sobre los diferentes servicios ofertados de consultorías?

Variable	Porcentaje
Publicidad Impresa	19.0%
Publicidad Online	41.0%
Anuncios Radio	13.0%
Anuncios Televisión	10.0%
Publicidad Exterior	17.0%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Publicidad Impresa:

Podemos observar que el 19.00% de los encuestados es medianamente perceptible a la publicidad impresa, pues es una forma de publicidad que utiliza medios impresos físicamente, como

vallas, revistas y periódicos. El propósito de esta publicidad es alcanzar a diferentes clientes, dado que su costo de publicidad es altamente elevado lo utilizan empresas muy grandes, por lo cual no conviene para una empresa pequeña aplicar en este tipo de publicidad ya que sería una inversión muy alta.

Publicidad Online:

Los servicios ofertados de consultoría serían más apetecibles a través de publicidad online, dado que el 41% de los encuestados prefieren que se realice mediante las diferentes redes sociales ya sea mediante Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, WhatsApp, página Web, dado que son aplicaciones que monopolizan el tiempo, y son más accesibles por todas las personas, la publicidad en estas redes se acomoda a las necesidades del servicio de consultoría y es comparativamente económico, por tanto, el crear publicidad en estas redes sociales será el eje central de la campaña de marketing de la empresa “Consultora E&RS”.

Anuncios Radio:

La radio ocupa el puesto 3 con un 13% de apreciación pues desde su invención, ha sido un elemento fundamental para poder comprender la publicidad tal y como la conocemos hoy, pues con ella, Las marcas se dieron cuenta del importante potencial que tenía la radio dentro de sus campañas publicitarias, no obstante, no en día la anuncios en radio ya no tiene la misma fuerza o llegada al consumidor dado que todo se ha monopolizado a la era digital, por lo tanto no conviene aplicar este tipo de anunció.

Anuncios Televisión:

Los encuestados calificaron con un 10% a los anuncios de televisión, generalmente este tipo de anuncios tiene una duración de 20 segundos aproximadamente, tienen un alto impacto pero también una importante inversión en creatividad, desarrollo, producción y emisión que limitan este tipo de publicidad a los grandes anunciantes aunque, con la irrupción de canales de televisión locales, sin embargo, es un costo muy elevado para la empresa invertir en este tipo de publicidad, al menos cuando es una empresa nueva no tendrá el impacto que se necesita, posteriormente luego de posicionarse la empresa se buscara medios con la televisión para su publicidad de marketing.

Los objetivos de Marketing para la Empresa de Ética y Responsabilidad Social son los siguientes:

- Identificar al servicio como exclusivo
- Diferenciación en el servicio
- Aumentar la cartera de clientes en un 50%
- Generar campañas de comunicación
- Relanzamiento de la Marca
- Diversificar los servicios

Diferenciación

La empresa “Consultora E&RS”, su estrategia de diferenciación se base en la calidad, responsabilidad, eficiencia, transparencia de su servicio, el servicio hay que tomar en consideración que es especializado, si bien todas las empresas pueden tener responsabilidad social, se necesita realizar una inversión alta para su implantación.

Estrategias de diferenciación:

- Precio
- Servicio y calidad
- Selección de elementos de marca: Logotipo, símbolos, slogans
- Creación de dimensiones de imagen
- Publicidad Especializada

Intimidad con el Cliente

El practicar la intimidad con el cliente se trabaja mucho para conocer muy bien a sus clientes, entender sus necesidades mejor que la competencia. Acercan a sus clientes en búsqueda de su opinión sobre cómo mejorar sus servicios o como solucionar sus problemas específicos del cliente.

1.8 Publicidad que se realizará

Canal Digital (online):

1. Publicidad en redes sociales: Crear las páginas en los canales oficiales con la marca

en Twitter, Instagram, Facebook, posterior a esto a contratar publicidad mediante ADS de Twitter, Instagram, Facebook y YouTube, enfocadas en el público objetivo para dar a conocer el servicio y captar el interés y la atención del cliente. Así mismo, crear una página web con la finalidad que sea direccionada de las ADS de redes sociales y en la cual se puede promocionar más a fondo el servicio y dar a conocer todo sobre la marca.

2. Artículo en revista digital: Lograr que la marca y el servicio sean promocionados en revistas digitales, lo cual hará crecer la empresa “Consultora E&RS”.

Tabla 40. Cronograma de Medios

Objetivo	Estrategia	Medio Publicitario	Tiempo	Responsable	Indicador	Presupuesto Anual
Crear presencia en redes sociales de mayor uso y generar conocimiento del servicio por parte del cliente	Crear las páginas oficiales de la marca en Facebook, Instagram y Twitter, una vez creadas estas páginas se procederá a contratar publicidad mediante ADS	Redes Sociales	2 veces por semana	Area de marketing	Alcance de vistas, reacciones, interacciones, veces compartido	\$ 620
Promocionar el servicio y atender al cliente de manera online	Crear la página web oficial de la marca para generar publicidad y atención al cliente	Página web	1 vez de creación	Area de marketing	Número de visitantes de la página, tiempo de estadía en el sitio, nivel de interacción	\$ 450
			Renovación anual del hosting			\$ 90
Dar a conocer la marca y el servicio participando en revistas digitales	Aparecer en un artículo de revista digital	Revista digital	1 vez	Gerente General	Número de lectores del artículo	\$ 800
TOTAL						\$ 2.260

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

1.9 Canales de Distribución

El servicio de consultoría será ofertado en un local físico y de forma online, por tanto, el canal de comercialización será directo de la empresa hacia el cliente:

1. Asistencia presencial del cliente en los horarios convenidos con anterioridad.

1.10 Seguimiento de Clientes

El seguimiento de los clientes es un recurso importante para la empresa ya que permite conocer cómo reacciona el cliente ante el servicio sea de forma positiva o negativa permitiendo efectuar correcciones en el servicio de atención y receptar sugerencias del cliente, por tanto, podemos observar 3 estrategias que se implementaran para realizar un seguimiento eficiente del cliente en la tabla a continuación.

Tabla 41. Seguimiento de clientes

Estrategias de seguimiento de clientes

Objetivo	Estrategia	Tiempo	Responsable	Indicador
Conocer la satisfacción del cliente	Aplicar encuestas de satisfacción al cliente post venta, es decir una vez que ha adquirido el servicio pasa a formar parte de la base de datos de correo electrónico	Después de cada compra	Área de marketing	Resultados de la encuesta, es decir nivel de satisfacción del cliente.
Conocer en que se puede mejorar la atención y la opinión de los clientes	Implementar un buzón de sugerencias físico en el local y uno virtual en la página web	Revisar los buzones 1 vez por semana	Gerente General	Número de sugerencias y comentarios recibidos, positivos y negativos.
Conocer las preferencias de los clientes	Crear una base de datos de los clientes que se mantenga actualizada	Actualizar la base de datos mensualmente	Área Ventas	Número de clientes en la base de datos y características que se conocen
Conocer la atención que se está brindando desde la perspectiva del cliente	Aplicar la estrategia de “comprador misterioso”	2 veces al año	Gerente General	Resultados de los informes del comprador misterioso

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

1.11 Especificar mercados alternativos.

En toda nueva empresa siempre existirá el riesgo de que el producto o servicio no tenga acogida por parte de los clientes para los cuales estaba destinado originalmente, lo cual, ocasiona la necesidad de tener mercados alternativos en los cuales vender el servicio o como adaptar la capacidad instalada para modificar el giro del negocio, por tanto, se presentan los mercados alternativos a continuación:

- El generar un enfoque diferente con el servicio, como una cena antes con la empresa contratante e indicarle nuestros servicios y como funcionaria el mismo.

CAPITULO II

2 OPERACIONES

2.1 Objetivo del Capítulo

Establecer los procesos operativos de prestación de servicios, mismos que permitan constituir cada una de las fases de producción que garantizando calidad, seguridad y confianza de nuestros servicios aplicando controles establecidos por la empresa.

2.2 Descripción del proceso

2.2.1 Descripción de proceso de transformación del bien o servicio

El proceso busca recopilar información y documentación que sea considerada como primordial que permita ejecutar los procesos operativos necesarios para brindar el servicio; de tal forma que los clientes puedan economizar recursos y minimizar presupuestos de gestión documental.

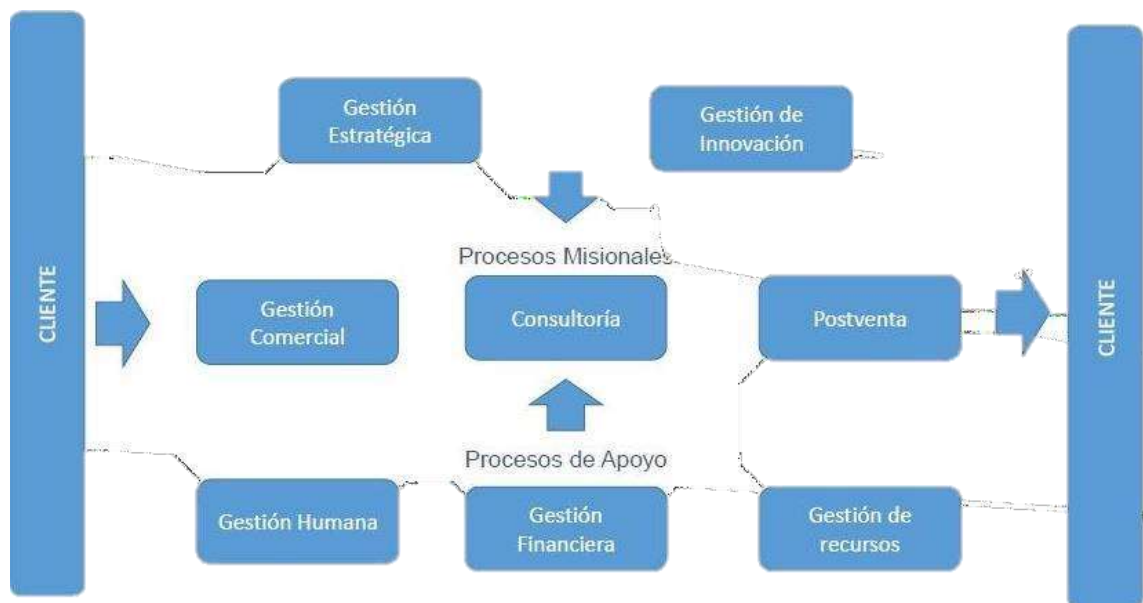


Gráfico 17. Mapa de procesos

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Diagrama de flujo del proceso.

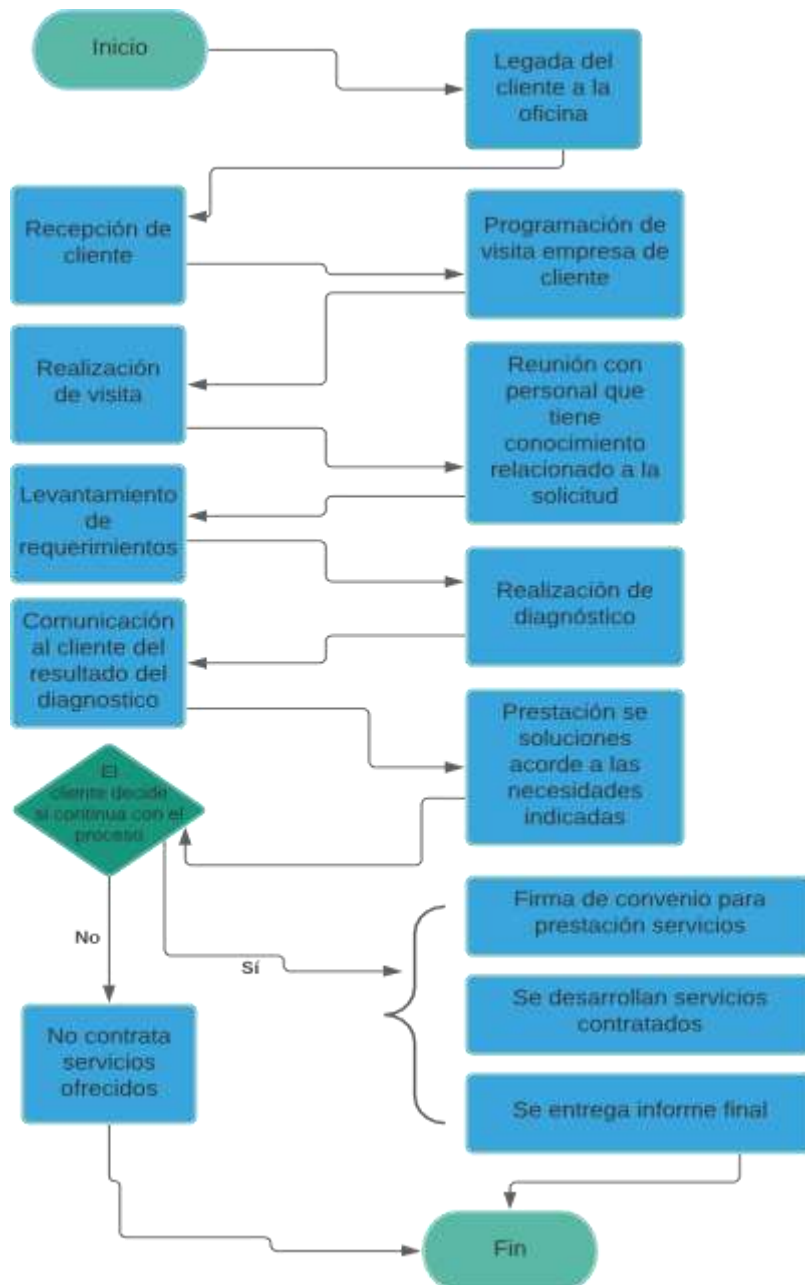


Gráfico 18. Diagrama de flujo del proceso de servicio

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

2.2.2 Descripción de instalaciones, equipos y personas

Las instalaciones será una oficina de aproximadamente 92m², se contará con 2 profesionales especializados en consultoría de ética y responsabilidad social, una secretaria ejecutiva y un gerente.



Gráfico 19. Ubicación sugerida para el proyecto

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

1. Distribución de instalaciones

Tabla 42. Distribución de las instalaciones

Área	Espacio (Metros Cuadrados)
Area Administrativa	16 m ²
Sala Reuniones	26 m ²
Baños	4 m ²
Sala espera	19 m ²
Sala estar	12 m ²
Área de trabajo	15 m ²
Total	92 m²

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

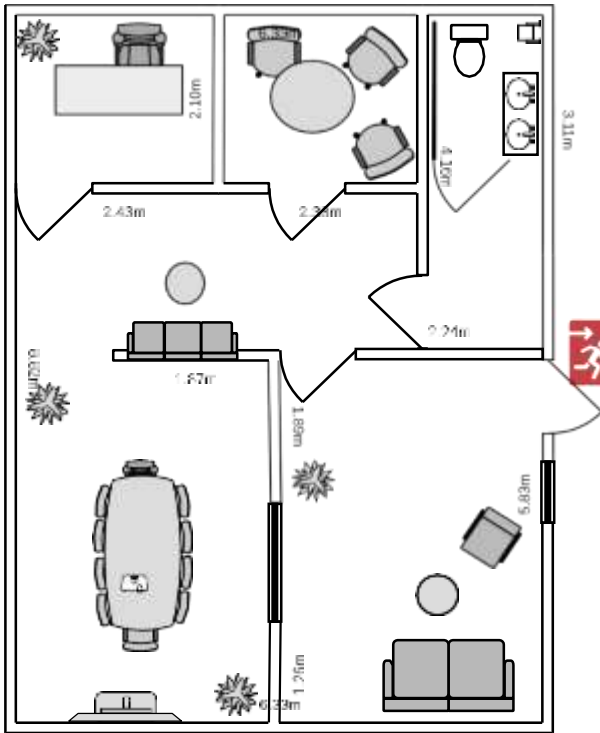


Gráfico 20. Plano de las Instalaciones 92 m²


Fuente: Investigación propia




Elaborado por: La autora

2. Flujo de materiales

Para poder brindar los servicios de consultoría en ética y responsabilidad social se necesitan los equipos detallados en la siguiente tabla:

Tabla 43. Descripción de equipos

Actividad (etapa de producción)	Equipo	Características (ver ficha técnica)
Realizar registro, gestiones operativas		Equipo de computación Computadora HP 6005 Pro (LE629LT), Procesador AMD Athlon II X2 B26 (3.2 GHz), Memoria 2GB DDR3, D.D. de 500GB, Video Radeon HD4200, DVD±R/RW LightScribe, Red, Windows 7 Professional (32 bit)

		Monitor LCD S1933 de 18.5" valor unitario: 890
Reuniones, visitas a los clientes		Laptop Hp HP 240 G7. Portátil de procesador: I3 10MA GEN. Diagonal de la pantalla: 35,6 cm (14 «), tipo HD: HD, resolución de pantalla: 1366 x 768 píxeles. Memoria interna: 4 GB valor unitario: 1700
Digitalización de documentos		Impresora con escáner EPSON WORKFORCE WF-2850DWF (WIFI) (IMPRESORA/ESCANER/COPIADORA/FAX) valor unitario: 200
Base telefónica para comunicarnos con los clientes y el personal		Central telefónica IP GEEKS esta aplicación se le conoce como voz por IP (VoIP) valor unitario: 2200
Total		\$ 4.990

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

Tabla 44. Descripción de Mobiliario, Equipos Computacionales y Enseres.

Equipo	Características (ver ficha técnica)
	<p>Estante Metálico 5 Niveles</p> <p>Marca ANKARA STORE</p> <p>Alto (cm)75</p> <p>Ancho (cm)120</p> <p>Largo (cm)60</p> <p>Modelo H2002</p> <p>Material de la cubierta Madera</p> <p>Valor: \$ 100 x Unidad</p>
	<p>Silla Junior Negra para Oficina</p> <p>Marca ONE SIT</p> <p>Tipo de producto Silla de escritorio</p> <p>Modelo Clark</p> <p>Material de la estructura Plástico</p> <p>Material del tapiz Cuero / Sintético</p> <p>Ancho (cm) 58</p> <p>Alto asiento cm 46</p> <p>Profundidad (cm) 58</p>
	<p>Color: madera y negro.</p> <p>Material: acero y madera.</p> <p>Tamaño total: 80.9 in de largo x 30.0 in de ancho x 31.5 in de alto.</p> <p>Altura del asiento desde el suelo: 1.10"</p>
	<p>Color: asiento negro con respaldo negro.</p> <p>Material: acero y piel sintética.</p> <p>Tamaño total: 70.9 in de largo x 26.0 in de ancho x 31.5 in de alto.</p> <p>Altura del asiento desde el suelo: 15.4"</p>
	<p>Color: asiento negro con respaldo negro.</p> <p>Material: acero y piel sintética.</p> <p>Tamaño total: 40.9 in de largo x 10.0 in de ancho x 8.5 in de alto.</p> <p>Altura del asiento desde el suelo: 9.4"</p>

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La autora

3. Personal necesario

La empresa para dar inicio a sus funciones y cumplir con sus objetivos, necesita 4 personas identificando sus tareas que serán necesarias para poder conocer el mínimo de trabajadores requeridos en la prestación del servicio realizando las siguientes actividades que detallan:

Tabla 45. Descripción de Personal

Actividad	Tiempo (por actividad)	No. Personas	Horas- hombre
Servicios de consultoría realiza el diagnostico en ERS	4 horas	1	8 H
Servicios de consultoría Realiza los contratos y realiza apoyo a los procesos de diagnostico	4 horas	1	8 H
Controlar, ejecutar, manejar, vincular, planificar, liderar, analizar, comunicar, motivar y toma decisiones.	8	1	8 H
Servicios de carácter administrativo, desarrollo del talento humano; gestión de bienes y servicios; mejoramiento de procesos	8	1	8 H
Total	24 horas		8 Horas x Persona

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

2.2.3 Tecnología a aplicar

Las tecnologías a utilizar será un sistema ERP es un software de gestión empresarial que nos permite planificar y controlar los procesos y recursos de la empresa de forma integral, así como también tecnología Workflow, cuyo objetivo será mejorar el desempeño (eficiencia y eficacia) y la optimización de los procesos.

2.2.4 Factores que afectan las operaciones

Ritmo de trabajo:

Tabla 46. Ritmo de trabajo

Actividad	No. Personas	Tiempo Promedio	Tiempo Nominal	Ritmo de Trabajo
Servicios de consultoría realiza el diagnostico en ERS	1	4 horas	5 horas	160 H (Mensual, 8 horas diarias)
Servicios de consultoría Realiza los contratos y realiza apoyo a los procesos de diagnostico	1	4 horas	5 horas	160 H (Mensual, 8 horas diarias)
Controlar, ejecutar, manejar, vincular, planificar, liderar, analizar, comunicar, motivar y toma decisiones.	1	8 horas	8 horas	160 H (Mensual, 8 horas diarias)
Servicios de carácter administrativo, desarrollo del talento humano; gestión de bienes y servicios; mejoramiento de procesos	1	8 horas	8 horas	160 H (Mensual, 8 horas diarias)

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Número de Trabajadores:

Para el desarrollo todos los procesos, la empresa contará con 4 trabajadores de los cuales se distribuirán en las distintas áreas como: Administración, en la siguiente tabla se detalla los trabajadores:

Tabla 47. Número de Trabajadores

N- Trabajadores	Tiempo	Área y Cargo	Número de personas Fijas o Variables
1	8 Horas	Administración- Gerente	Fijo
2	8 Horas	Técnica- Especializas de consultoría	Fijo
1	8 Horas	Administración- secretaria	Fijo

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

2.3 Capacidad de producción

2.3.1 Capacidad de producción futura

La capacidad de atender será de aproximadamente 10 clientes mensual, a medida que vaya dándose el crecimiento del negocio se planea contratar a más personal que se necesite; en el futuro se planea expandir el servicio.

2.4 Definición de recursos necesarios para la producción

2.4.1 Especificación de materias primas y grado de sustitución que puedan presentar

En el caso de esta línea de servicio profesional no aplica, debido a que no se necesita materia prima para transformar en algún producto.

2.5 Calidad

2.5.1 Método de control de calidad

Listas de control

La “listas de control “o “listas de chequeo”, nos ayudan a que se pueda garantizar un servicio de calidad, estos formatos facilitan el poder controlar el cumplimiento de una lista de requisitos o recolectar datos ordenadamente y de forma sistemática.

Es fundamental que las listas de control permanezcan rotundamente determinadas e incluyan todos los aspectos que puedan considerarse como datos de interés para la empresa. Es por ello preciso que quede correctamente recogido en la lista de control:

Tabla 48. Lista de Chequeo

Lista de Chequeo				
Número de orden:			Fecha:	
Encargado:				
Etapas de Control Durante Proceso de Servicio	Listado	Comprobación de calidad		Observaciones
		Correcto	Incorrecto	
Sistema gestión calidad	¿Se ha cumplido con el manual de calidad que referencie los procesos y procedimientos del servicio a brindar?			
Política de calidad	¿Se ha garantizado que los requisitos de los clientes se han determinado y se han cumplido?			
Planificación de la prestación del servicio	¿Se ha planificado y desarrollado los procesos necesarios para el servicio?			
Prestación del servicio	¿Se cumplió con la comunicación clara, abierta y coherente con el cliente?			
Elementos de entrada para el proceso del servicio	¿Se han identificado las etapas y desarrollo del servicio aplicar?			
Medición, análisis y mejora	¿Se sometió a verificación los servicios no conformes?			
Acción preventiva	¿El cliente quedo satisfecho con la presentación del servicio?			
			Firma del responsable	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

2.6 Normativa y Permisos que afectan la Instalación del negocio

Es necesario para una oficina contar con los permisos de instalación apropiados dado que de estos dependerá la seguridad de los trabajadores y clientes.

Para contar con permisos de funcionamiento otorgados por el municipio de Quito, se requiere previamente contar con un permiso del cuerpo de bomberos de Quito, mismo que es

otorgado luego de solicitar una inspección de las instalaciones y cumplir con todas las normas y condiciones necesarias para las seguridades señaladas.

2.6.1 Seguridad e higiene ocupacional

Se incluyen los lineamientos generales de prevención; adicionalmente considerando la exposición al SARS-CoV-2, para el personal que labora en la empresa; dentro del marco legal se estipula lo siguiente:

- Constitución de la República del Ecuador; Instrumento Andino de Seguridad y Salud en el Trabajo, Decisión 584
- Reglamento del Instrumento Andino de Seguridad y Salud en el Trabajo, Resolución 957
- Código de Trabajo.
- Ley Orgánica de Salud.
- Reglamento de Seguridad y Salud de los Trabajadores, Decreto Ejecutivo 2393.
- Reglamento para el funcionamiento de los servicios médicos de empresas, Acuerdo Ministerial 1404
- Acuerdo Ministerial Nro. MDT-2020-076 “Directrices para la aplicación de teletrabajo emergente durante la declaratoria de emergencia sanitaria”
- Resolución Nro. MDT-2020-022/Resolución Nro. MDT-2020-023
- Accidente y enfermedad profesional COVID-19
- Acuerdo Ministerial Nro. MDT-2020-093 “Directrices para la reactivación económica a través del retorno progresivo al trabajo del sector privado”
- Resolución C.D 513, Reglamento del Seguro General de Riesgos del Trabajo.
- Resolución C.D. 517, Reglamento General de Responsabilidad Patronal.

Al ser una empresa que cuenta con el personal operativo calificado a continuación se detalla los elementos de seguridad ocupacional importantes que se requerirá para todos los trabajadores que constituyen la organización:

Tabla 49. Protección de personal

ELEMENTOS DE PROTECCIÓN PERSONAL		
ACCESORIO	DESCRIPCIÓN	FOTO
Guantes	Resistencia a la abrasión, barrera entre los microbios y las manos.	
Mascarilla	Cubre boca y nariz para protección de la inhalación y evitar la exhalación de posibles agentes contagiosos, tóxicos o nocivos.	
Lentes	Lentes industriales para Proteger de la acción corrosiva de algunas sustancias.	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

CAPITULO III

3 ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN

3.1 Objetivo del capítulo

Instaurar bases corporativas tales como misión, visión, objetivos estratégicos, organización funcional, formas de control de gestión, y el personal para la estructura de la empresa.

3.2 Análisis Estratégico y Definición de Objetivos

3.2.1 Visión de la Empresa

Ser una Empresa líder en servicios de consultoría con habilidades blandas, enfocados en mejorar el estado de la compañía, y brindando soluciones de valor agregado con un alto nivel de excelencia y satisfacción, garantizando así su lealtad.

3.2.2 Misión de la Empresa

Somos una empresa Consultora con servicios de asesoría empresarial, Potencializamos productividad en las empresas, integrando metodologías, herramientas y tecnologías para impulsar el mejoramiento continuo y el logro de resultados. Objetivos y estrategias

3.2.3 Objetivos y estrategias

A través el análisis del macro y micro ambiente elaborado en el capítulo uno, se consiguió estar al tanto del entorno en el que la organización se desenvolverá, con ello se logró definir las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas que enfrentará la empresa en el trayecto de sus labores diarias.

Tabla 50. FODA

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none">• El personal altamente calificado en el tema para presentar el servicio, lo que genera credibilidad para la empresa• Es un servicio de debe ser y poder ser constantemente innovado y actualizado• Profesionales capacitados	<ul style="list-style-type: none">• No existe mayor información acerca de la Responsabilidad Social Empresarial como función de la gestión de las empresas• Equipo de trabajo limitadamente pequeño que limita el alcance de la empresa• Falta de capital inicial
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none">• Las empresas conocedoras y posesionadas en el tema que prestan el servicio se han enfocado a las empresas grandes del sector industrial• Es reciente la atención que se le presenta al tema en el país.	<ul style="list-style-type: none">• Empresas ya posesionadas en el mercado.• Posible entrada de competidores interesados en atender el mismo mercado.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Objetivos Estratégicos:

- Realizar una campaña en la que se recalque la necesidad de tener buenos planes de ética y responsabilidad social empresarial en las empresas
- Generar campañas de marketing mediante redes sociales.
- Fidelización con un servicio de calidad y exclusividad al cliente.
- Generar alianzas con empresas que posean una mayor experiencia y amplitud en los temas de ética y responsabilidad social empresarial con la finalidad de tener acercamiento a información y con posibilidades de esparcimiento.

Tabla 51. Objetivos Estratégicos

Misión	Visión	
Ser una Empresa líder en servicios de consultoría con habilidades blandas, enfocados en mejorar el estado de la compañía, y brindando soluciones de valor agregado con un alto nivel de excelencia y satisfacción, garantizando así su lealtad.	Somos una empresa Consultora con servicios de asesoría empresarial, Potencializamos productividad en las empresas, integrando metodologías, herramientas y tecnologías para impulsar el mejoramiento continuo y el logro de resultados.	
Objetivo Estratégico Año 1	Política	Estrategia
Reconocimiento del servicio y marca.	Servicio de excelencia, y trato del cliente, generar marketing.	Crear campañas sobre el servicio (Marketing estratégico).
Objetivo Estratégico Año 2	Política	Estrategia
Posicionamiento en redes sociales.	Aumentar la apariencia en redes sociales.	Desarrollar de un plan de marketing innovador.
Objetivo Estratégico Año 3	Política	Estrategia
Fidelización del cliente	Ofrecer un servicio de calidad, conocer al cliente, dar exclusividad y personalización.	Hacer que el cliente sienta parte de la empresa y aumentar la credibilidad de la empresa
Objetivo Estratégico Año 5	Política	Estrategia
Generar alianzas	Crecimiento de la marca y experiencia.	Identificar aliados potenciales y terminar el

Fuente: Investigación propia**Elaborado por:** La autora

3.3 Organización Funcional de la Empresa

3.3.1 Organización Interna

Es imprescindible que toda organización cuente con una estructura orgánica funcional de tal manera se pueda identificar los procedimientos internos junto con las áreas que componen la organización.



Gráfico 21. Organigrama Estructural

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

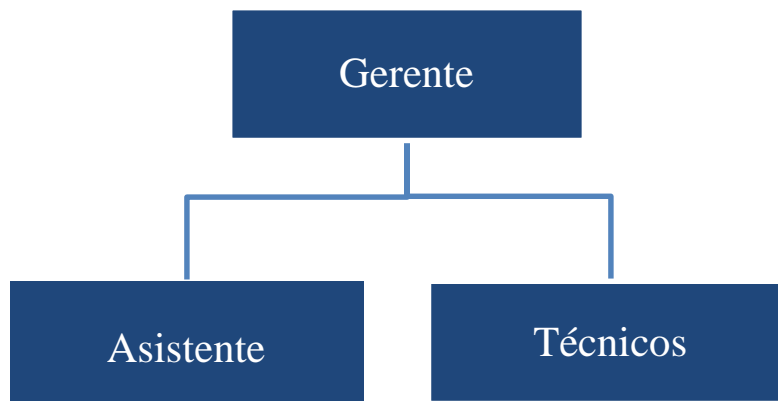


Gráfico 22. Organigrama Funcional

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

3.3.2 Descripción de puestos.

Tabla 52. Descripción del Puesto Gerente

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

<i>Puesto</i>	<i>Gerente</i>
<i>Jefe inmediato superior</i>	<i>N/A</i>
<i>Supervisa a</i>	<i>Asistente</i> <i>Especialista técnico 1</i> <i>Especialista técnico 2</i> <i>Administrador</i>

II OBJETIVO DEL PUESTO:

Llevar a cabo las actividades administrativas de la organización, así como la planificación, organización y control de las labores de la empresa para un correcto funcionamiento.

III FUNCIONES

- Liderar y administrar recurso humanos, económicos y materiales*
 - Ejercer representaciones legales de la empresa*
 - Supervisión de trabajo de diferentes áreas*
 - Aprobar presupuestos mensuales*
 - Receptar documentos legales*
 - Aprobar la inspección para el diseño de estrategias*
-

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

<i>Título profesional</i>	<i>Ingeniería/o en administración de empresas y negocios.</i>
<i>Experiencia</i>	<i>3 años en puestos similares a mandos, gerenciales de administración de negocios.</i>
<i>Habilidades</i>	<i>Excelente comunicación abierta al equipo, capacidad de resolución de conflictos y toma de decisiones.</i>
<i>Formación</i>	<i>Administración de empresas, Contabilidad, Gerencia.</i>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Tabla 53. Descripción del Puesto Administrativo

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

<i>Puesto</i>	<i>Asistente</i>
<i>Jefe inmediato superior</i>	<i>Gerente</i>
<i>Supervisa a</i>	<i>N/A</i>

II OBJETIVO DEL PUESTO:

Proporcionar asistencia necesaria y/o anticipada para la facilidad en el área de trabajo, adoptar medidas anticipadas como tener trámites al día requeridos, agendar las reuniones, verificar actividades por hacer.

III FUNCIONES

- Mejora controles de gestión documental junto con el departamento administrativo*
-
- Control de agenda y actividades*
- Informe de los trabajos realizados por el personal*
- Elaborar informes de cumplimiento y control de actividades*
- Actividades de organización, clasificación, archivo físico y digitalización y otros varios.*

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

<i>Título profesional</i>	<i>Licenciatura en administración de empresas y negocios.</i>
<i>Experiencia</i>	<i>2 años en puestos de asistencia gerencial trato con el cliente.</i>
<i>Habilidades</i>	<i>Capacidad para organizar y priorizar actividades, resolución de conflictos, facilidad para trabajar en equipo.</i>
<i>Formación</i>	<i>Administración de empresas o secretariado.</i>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Tabla 54. Descripción del Puesto Operario

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

<i>Puesto</i>	<i>Consultor</i>
<i>Jefe inmediato superior</i>	<i>Gerente</i>
<i>Supervisa a</i>	<i>N/A</i>

II OBJETIVO DEL PUESTO:

Experticia en un área concreta de conocimiento y experiencia, asesorar dentro del campo de ética y responsabilidad social conocimiento especializado.

III FUNCIONES

- Analizar el núcleo empresarial*
- Establecer una estrategia de resolución*
- Ejecución del plan de resolución*
- Trabajar con perspectiva global*
- Adaptarse a los plazos temporales*
- Obtención de normativas ISO*

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

<i>Título profesional</i>	<i>Ingeniero, Master, Especialista</i>
<i>Experiencia</i>	<i>4 años en puestos relacionados a consultoría, administración de empresas temas ambientales.</i>
<i>Habilidades</i>	<i>Independencia, habilidad técnica, asesora y genera cambios, herramientas polifacéticas.</i>
<i>Formación</i>	<i>Administración, medio ambiente, abogacía.</i>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

3.4 Control de gestión

3.4.1 Indicadores de gestión necesarios

Una de las herramientas comúnmente usadas para evaluar gestión de control es la PVHA, en esta le permite conocer la correcta implementación de las acciones en responsabilidad social para una empresa (Torres & Jiménez, 2018).

Los indicadores de gestión nos permiten comprobar si un proyecto o una organización están siendo exitosos o si están cumpliendo con los objetivos establecidos, y son utilizados de manera habitual para valorar el desempeño y resultados de la empresa.

La siguiente tabla muestra los indicadores de gestión a utilizar en la empresa:

Tabla 55. Indicadores

Área	Indicador	Formula	Frecuencia
Gerencia	Alcance de objetivos	$\frac{\text{Objetivos alcanzados}}{\text{Objetivos planteados}} \times 100 = \%$	Semestral
	Rentabilidad	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas Netas}} \times 100 = \%$	Trimestral
Ventas	Nivel de Eficacia	$\frac{\text{Consultorias Realizadas}}{\text{Consultorias Planificadas}} \times 100 = \%$	Mensual
	Nivel de Satisfacción Cliente	$\frac{\text{Clientes satisfechos actual}}{\text{Clientes satisfechos anterior}} \times 100 = \%$	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

3.5 Necesidades De Personal

Para los primeros 5 años se plantea las siguientes necesidades de personal:

- En el primer año se comenzará con el personal indispensable el cual es: Gerente, secretaria, Consultor 1 y Consultor 2.
- En el segundo y tercer año se aumenta la capacidad instalada y se contratara un tercer Consultor con lo cual el personal sería: Gerente, secretaria, Consultor 1 y Consultor 2. Consultor 3.
- En el cuarto y quinto año la capacidad instalada se incrementa parcialmente para poder contratar a un trabajador adicional teniendo como personal a: Gerente, secretaria, Consultor 1 y Consultor 2. Consultor 3. Consultor 4.

Las necesidades de personal para los primeros 5 años se exponen en la tabla a continuación:

Tabla 56. Cuadro de Necesidades de Personal

Año	Número de Personal Total	Personal a tiempo completo	Personal a tiempo parcial
1	4	4	0
2	5	5	0
3	5	5	0
4	6	6	0
5	6	6	0

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

CAPITULO IV

4 JURÍDICO LEGAL

4.1 Objetivos del capítulo

Determinar las bases legales y jurídicas, que regulan las actividades de la empresa de Consultoría en Ética y Responsabilidad Social con el objeto de que cumpla con todo lo determinado en la ley.

4.2 Determinación de la forma jurídica

4.2.1 Razón social

Para que la empresa desarrollo sus actividades comerciales será con el nombre “Consultora E&RS”

4.2.2 Especie de compañía

La personería jurídica que se constituirá la organización es de Responsabilidad Limitada de conformidad con lo previsto en el Art. 2 de la Ley de Compañías (Compañías, 2018)

4.3 Registros de marcas

1. Ingresar en la página del SENADI: www.derechosintelectuales.gob.ec
2. Seleccione PROGRAMA/SERVICIOS
3. Ingrese opción CASILLERO VIRTUAL
4. llene los datos que le solicitan en el CASILLERO VIRTUAL (Si es persona natural ponga sus datos con su número de cédula de ciudadanía y si es persona jurídica coloque los datos con el RUC de la empresa)
5. Una vez que haya dado este procedimiento le llegara a su correo el usuario y contraseña; así como un enlace de MI CASILLERO para proceder a cambiar la contraseña; obteniendo su casillero Virtual.

6. Después de haber realizado este procedimiento; regresar a la página principal; y, usted podrá ingresar a SOLICITUDES EN LINEA.
7. Ingrese con su usuario y contraseña
8. Ingrese a la opción PAGOS
9. Opción TRAMITES NO EN LINEA
10. Opción GENERAR COMPROBANTE
11. Se despliega una plantilla que usted tiene que llenar los datos; le solicitan que Ingrese el código o al menos 3 caracteres de la descripción de la Tasa de Pago: (Ingrese el código 1.1.10.)
12. Ingrese los datos y Botón GENERAR COMPROBANTE
13. Imprima el comprobante
14. Y asista el BANCO DEL PACIFICO a pagar la tasa de \$16,00 o realice el pago en línea (Manual de uso)
15. Escanee los comprobantes de pago (tanto el que imprimió del IEPI, como el que le entregaron en el Banco del Pacífico después de haber pagado)
16. Envíe vía mail a la siguiente dirección foneticoquito@senadi.gob.ec, así como el NOMBRE EXACTO DE LA MARCA, que desea verificar.
17. Se le enviará el informe de búsqueda a su correo.

4.4 Licencias necesarias para funcionar y documentos legales

Tabla 57. Licencias

Patente Municipal	Inscripción de Patente para personas Jurídicas Copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC) Copias de los documentos de Constitución (Escritura, Estatutos, Acuerdo Ministerial) Copia del Nombramiento del Representante Legal Copia de Cédula y Papeleta de Votación del Representante Legal Formulario de inscripción en el Registro de Actividades Económicas Tributarias (RAET) Formulario del Acuerdo para uso de Medios Electrónicos
Permiso de Bomberos	Formulario de Solicitud Licencia Única De Actividades Económicas (LUAE) Formulario de Reglas Técnicas de Arquitectura Urbanística Copia de Registro Único de Contribuyentes (RUC) Copia de cédula del representante legal Copia de papeleta de votación vigente del representante legal Copia del nombramiento del representante legal Autorización del dueño si el local es arrendado Fotografía del rotulo con la fachada. Si el rótulo no está colocado un esquema gráfico con las dimensiones

	Acceda al link: Portal de Servicios Ciudadanos
Nombre de la empresa	Verificar en la Superintendencia de Compañía el nombre comercial para su reservación, o verificación en caso de estar ocupado, acercarse a cualquier institución bancaria para abrir una cuenta de integración de capital, con un valor de 800.
Escritura de la Constitución de la Compañía	El documento debe ser redactado por un abogado, y tiene que ser inscrito en una notaría, para que conste como una documentación Legal.
Registro Mercantil	Las escrituras de Constitución de la Compañía deben ser ingresada a la Superintendencia de Compañías, quien revisará mediante su departamento jurídico, la cual emite un informe si necesita algún tipo de correcciones; de ser aprobado el documento debe pasar al Registro Mercantil junto a un oficio en el que se especifique el nombre del representante legal de la empresa; su registro en esta dependencia será legalmente constituida”. (Superintendencia de Compañías, 2021).
Permiso de Funcionamiento	Ingresar al sistema informático de la ARCSA permisosfuncionamiento.controlsanitario.gob.ec , con su usuario y contraseña; en caso de no contar con el usuario, deberá registrarse aquí. Una vez registrado, usted podrá obtener el permiso de funcionamiento, en base a las siguientes instrucciones: Obtención Permiso de funcionamiento (descarga PDF). Llenar el formulario (adjuntar los requisitos de acuerdo a la actividad del establecimiento). Emitida la orden de pago, usted podrá imprimir y después de 24 horas de haberse generado la orden de pago proceder a cancelar su valor.
Registro Único de Contribuyentes	Están obligados a inscribirse en el RUC todas las personas naturales o jurídicas que inicien o realicen actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deban pagar impuestos.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

CAPITULO V

5 EVALUACIÓN FINANCIERA

5.1 Objetivos del capítulo

Realizar un estudio que compruebe la rentabilidad financiera del proyecto a través de métodos de evaluación financiera que consideran el cambio en el valor del dinero a lo largo del tiempo.

5.2 Plan de inversiones

Un plan de inversión es un análisis minucioso de todos los objetos conexos con una inversión, así como sus costos referentes. Se debe considerar que el plan de inversión circunscribe solo los gastos incididos durante la inversión y la fase de inicio, ya sean gastos fijos o gastos corrientes.

Tabla 58. Plan de Inversiones

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Total (USD)
Muebles y enseres			
Escritorios	3	\$200,00	\$600,00
Sillas giratorias	4	\$100,00	\$400,00
Escritorio Ejecutivo	2	\$350,00	\$700,00
Sillón de espera	3	\$250,00	\$750,00
Mueble espera	2	\$300,00	\$600,00
TOTAL			\$3.050,00
Equipos de computación			
Computadoras portátiles	1	\$890,00	\$980,00
Computadora Escritorio	2	\$1.700,00	\$3.400,00
Impresora	1	\$200,00	\$200,00
Central Teléfonos	1	\$2.200,00	\$2.200,00
TOTAL			6,780,00
Publicidad			
Publicidad y promoción	1	\$2,260,00	\$2,260,00
Capital de Trabajo (3 meses)			
	Meses		
Útiles de oficina	3	\$50,00	\$150,00
Líquidos de limpieza	3	\$80,00	\$240,00
Escobas	3	\$20,00	\$60,00
Dispensador de jabón líquido	3	\$50,00	\$150,00
Servicios Básicos	3	\$80,00	\$240,00
Dispensador de papel sanitario	3	\$60,00	\$180,00
Arriendo	3	\$400,00	\$1.200,00
Sueldo Asistente administrativo	3	\$452,75	\$1.358,25

Sueldo Consultor	3	\$1.086,60	\$3.259,80
Sueldo Consultor	3	\$1.086,60	\$3.259,80
Gerente	3	\$1.117,15	\$3.351,45
TOTAL			\$13.449,30
TOTAL INVERSION			25.539,30

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

El total de recursos destinado al inicio del proyecto es de \$ 25.539,30, el capital de trabajo es de \$13.449,30 es decir el 46.61% de la inversión total de los tres primeros meses.

El capital es la liquidez de la empresa, la solvencia operativa y financiera a corto plazo. Si la empresa cuenta con capital de trabajo positivo, esta debería tener el potencial de invertir y progresar. Si los activos existentes de la empresa no exceden sus pasivos actuales, entonces puede tener problemas para crecer o pagar a los acreedores.

5.3 Cálculo de Costos y Gastos

5.3.1 Mano de Obra

La mano de obra se constituye de manera directa e indirecta, la directa la conforma el personal operativo que ejecuta la prestación del servicio; y, la indirecta por el personal encargado de su administrativo de la organización, como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 59. Calculo De Mano De Obra

Ord.	Apellidos y nombres	Cargo	Código	SBU	Ingresos Otros	Total	Varios	Descuentos 9,45%	Total	Valor a pagar
1	Juan Carlos Aguilera	Asistente Adm.	0001	\$500	\$0.0	\$500	\$0.0	47,25		\$ 452,75
1	Manuela Díaz Prado	Consultor	002	\$1200	\$0.0	\$1200	\$0.0	113,4		\$1086,60
1	José Antonio Villalba Poveda	Consultor	003	\$1200	\$0.0	\$1200	\$0.0	113,4		\$1086.60
1	Elizabeth Loayza Aguilar	Gerente	004	\$1300	\$0.0	\$1300	\$0.0	122.85		\$1.117.15

			\$4.200 0	\$4.200 0	274,05 0	\$1.539,35
--	--	--	------------------	------------------	-----------------	-------------------

Provisiones Patronal	SECAP	IECE	XIII	XIV	Fondos	Total	Costo MO
11,15%	0,50%	0,50%			Reserva	Provisión	
55,75	\$2,50	\$2,50	41,65	20,82	41,65	164,875	\$617,63
\$133,80	\$6,00	\$6,00	\$99,96	\$49,98	\$99,96	\$395,70	\$1.481,70
\$133,80	\$6,00	\$6,00	\$99,96	\$49,98	\$99,96	\$395,70	\$1.481,70
\$144,95	\$6,50	\$6,50	\$108,29	\$54,15	\$108,29	\$428,68	\$1.599,83
\$468,30	\$21,00	\$21,00	\$349,86	\$174,93	\$349,86	\$1.384,95	\$5.180,85
COSTO MENSUAL MANO DE OBRA							\$5.180,85
COSTO ANUAL MANO DE OBRA							\$62.170,20

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Podemos verificar que la mano de obra tendrá un costo mensual de \$ 5.180,85 dólares al inicio de las operaciones. El costo total anual corresponde a \$ 62.170,20 dólares.

5.3.2 Depreciación

Un activo, cuando se utiliza en la empresa para generar ingresos, sufre desgaste natural, lo que acorta la vida del activo, hasta que se vuelve obsoleto o inutilizable, y el deterioro busca reconocer este desgaste del activo. Como resultado del uso continuado, el activo pierde valor o su capacidad para generar ingresos y la amortización busca reconocer este rendimiento financiero a lo largo del tiempo, distribuyendo esta carga más allá de su vida útil esperada.

Tabla 60. Calculo De Las Depreciaciones

Detalle del bien	Vida útil (AÑOS)	Valor Total	Porcentaje de depreciación	Depreciación anual
Muebles y enseres	10	\$3.050,00	10%	\$350,00
Equipo Oficina	10	\$150,00	10%	\$15,00
Equipos de computación	3	\$6.780,00	33,33%	\$2.259,77
TOTAL		\$19.618,00		\$2.624,77

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Podemos identificar que los muebles y enseres, equipos de oficina y equipos computación en total conllevan una depreciación anual de \$ 2.624,77 dólares.

5.3.3 Proyección de la depreciación

Contablemente se considera a la depreciación como un costo o gasto en que incurre una empresa por el uso de sus activos fijos correspondiente a los cinco primeros años de ejecución del proyecto como refleja la tabla a continuación:

Tabla 61. Proyección de la Depreciación

Detalle del bien	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Muebles y enseres	\$350.00	\$350.00	\$350.00	\$350.00	\$350.00
Equipo Oficina	\$15.00	\$15.00	\$15.00	\$15.00	\$15.00
Equipos de computación	\$2.259,77	\$2.259,77	\$2.259,77	\$2.259,77	\$2.259,77
TOTAL	\$2.259,77	\$2.259,77	\$2.259,77	\$2.259,77	\$2.259,77

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

5.3.4 Detalle de Costos

Se refiere a la inversión necesaria para dar apertura a la prestación de servicios, como es el costo de producción en el cual es necesario calcular, la mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación.

Tabla 62. Detalle de Costos – Producción

Descripción del producto	Unidad de medida	Cantidad mensual requerida	Costos Unitario	Costo mensual	Costos anuales
Mano de Obra Directa					
Consultor 1	Dólares	1	\$ 1.086,60	\$1.431,72	\$17.180,64
Consulta 2	Dólares	1	\$ 1.086,60	\$1.431,72	\$17.180,64
Costos Indirectos					
Servicios Básicos	Dólares	1	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 960,00
Arriendo	Dólares	1	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 4.800,00
Depreciación	Dólares	0,17		\$1 88,31	\$ 2.259,77
TOTALES				\$3.531,75	\$42.381,05

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

5.3.5 Proyección de Costos

Al haber obtenido el costo mensual del proyecto, es fundamental efectuar una

proyección anual, por lo cual es necesario determinar que la tasa promedio de inflación del Ecuador refleja en los 5 últimos años 2016-2020 el 0,37%.

Tabla 63. Proyección de costos

Descripción	Costo		Costos		Total año 1
	mensual		Fijos	Variables	
Mano de Obra	\$ 2.863,44			\$ 2.874,03	\$34.488,36
Costos Indirectos	\$ 668,31	\$	\$188,31	\$ 481,77	\$ 5.781,24
TOTALES	\$ 3.531,75			\$ 3.355,80	\$40.269,60

Descripción	Costos			Total año 2
	Fijos		Variables	
Mano de Obra		\$	2.974,36	\$ 35.692,4
Costos Indirectos	\$	\$188,31	\$ 485,56	\$ 5.826,83
TOTALES	\$		3.738,04	\$ 41.519,23

Descripción	Costos			Total año 3
	Fijos		Variables	
Mano de Obra		\$	2.985,36	\$ 35.824,38
Costos Indirectos	\$	\$188,31	\$ 487,35	\$ 5.848,27
TOTALES	\$		3.738,04	\$ 41.672,59

Descripción	Costos			Total año 4
	Fijos		Variables	
Mano de Obra		\$	2.996,40	\$ 35.956,8
Costos Indirectos	\$	\$188,31	\$ 489,15	\$ 5.869,83
TOTALES	\$		3.738,04	\$ 41.826,63

Descripción	Costos			Total año 5
	Fijos		Variables	

Mano de Obra		\$ 3.007,48	\$ 36.089,84
Costos Indirectos	\$ 188,31	\$ 490,95	\$ 5.891,51
TOTALES	\$	3.738,04	\$ 41.981,35

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

5.3.6 Detalle de Gastos

Son aquellos gastos que se originan para el funcionamiento a nivel administrativo de la empresa. Debe tenerse en cuenta, que este tipo de gastos no están sujetos a la actividad comercial de la organización, en la siguiente tabla se detalla los gastos que tendrá la empresa:

Tabla 64. Detalle de Gastos

Gastos Administrativos					
Detalle	Unidad de medida	Valor Unitario	Frecuencia mensual del gasto	Valor mensual	Valor anual
Sueldos del personal					
Gerente	Dólares	\$1.444,95	1	\$1.444,95	\$17.339,40
Asistente Administrativa	Dólares	\$555,75	1	\$555,75	\$6.669,00
Suministros de oficina					
Resaltadores	Paquete	\$8,00	1	\$8,00	\$96,00
Cuadernos	Paquete	\$6,00	1	\$6,00	\$72,00
Esferos	Paquete	\$5,00	4	\$20,00	\$240,00
Tinta Impresora	Paquete	\$35,00	1	\$35,00	\$420,00
Resma A4 de papel	Paquete	\$40,00	2	\$80,00	\$960,00
Carpetas	Paquete	\$6,25	1	\$6,25	\$75,00
Útiles de aseo					
Escoba	Unidad	\$1,20	1	\$1,20	\$14,40
Desinfectante	Galón	\$1,10	2	\$2,20	\$26,40
Jabón liquido	Galón	\$1,80	2	\$3,60	\$43,20
Papel higiénico	Paquete	\$3,25	2	\$6,50	\$78,00
Fundas de basura	Paquete	\$1,80	3	\$5,40	\$64,80

Detergente	Galón	\$1,50	2	\$3,00	\$36,00
Total Gastos Administrativos				\$2.177,85	\$26.134,20
Gastos De Ventas					
Detalle	Unidad de medida	Valor Unitario	Frecuencia mensual del gasto	Valor mensual	Valor anual
Publicidad	Campanña Anual	\$2.199.96	0,083	\$188,33	\$2.199.96
Total Gastos de Ventas				\$188,33	\$2.199.96
Gastos Financieros					
Detalle	Unidad de medida	Valor Unitario	Frecuencia mensual del gasto	Valor mensual	Valor anual
Préstamo Bancario	Dólares	400	1	\$400,00	\$4.800,00
Total, Gastos Financieros				\$400,00	\$4.800,00
TOTAL DE GASTOS				\$2.761,18	\$33.134,16

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

5.3.7 Proyección Gastos

Con el detalle de gastos mensual del proyecto, se estipula inevitable efectuar una proyección anual de gastos, tomando en consideración la tasa promedio de inflación del Ecuador, misma que establece el 0,37% promedio entre los 5 últimos años 2016-2020.

Tabla 65. Proyección de Gastos

PROYECCIÓN GASTOS AÑO 1			
PROYECCIÓN GASTOS ADMINISTRATIVOS			
Descripción	Gasto		Total año 1
	mensual	Fijos Variables	
Sueldos del personal	\$2.000,70	\$2.008,10	\$24.097,20
Suministros de oficina	\$100,25	\$100,62	\$1.207,44
Útiles de aseo	\$10,65	\$10,68	\$128,16
TOTAL PROYECCIÓN GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$2.111,60	\$2.119,40	\$25.432,80
PROYECCIÓN GASTOS DE VENTAS			
Descripción	Gasto	Gasto	Total

	mensual	Fijos	Variables	año 1
Publicidad	\$183,33		\$184,00	\$2.208,00
TOTAL PROYECCIÓN GASTOS DE VENTAS	\$183,33		\$184,00	\$2.208,09
PROYECCIÓN GASTOS FINANCIEROS				
Descripción	Gasto		Total	
	mensual	Fijos	Variables	año 1
Préstamo Bancario	\$400,00	\$400,00		\$4.800,00
TOTAL PROYECCIÓN GASTOS FINANCIEROS	\$400,00	\$400,00		\$4.800,00
TOTAL	\$2.694,93	\$400,00	\$2.303,40	\$32.440,89

PROYECCIÓN GASTOS AÑO 2

PROYECCIÓN GASTOS ADMINISTRATIVOS

Descripción	Gasto		Total
	Fijos	Variables	año 2
Sueldos del personal		2.225,66	\$26.707,92
Suministros de oficina		\$100,62	\$1.207,44
Útiles de aseo		\$10,68	\$128,16
TOTAL PROYECCIÓN GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$2.336,96	\$28.043,52

PROYECCIÓN GASTOS DE VENTAS

Descripción	Gasto		Total
	Fijos	Variables	año 2
Publicidad		\$184,68	\$2.216,16
TOTAL PROYECCIÓN GASTOS DE VENTAS		\$184,68	\$2.216,16

PROYECCIÓN GASTOS FINANCIEROS

Descripción	Gasto		Total
	Fijos	Variables	año 2
Préstamo Bancario	\$400,00		\$4.800,00
TOTAL PROYECCIÓN GASTOS FINANCIEROS	\$400,00		\$4.800,00
TOTAL	\$400,00	\$2.521,64	\$35.059,68

PROYECCIÓN GASTOS AÑO 3

PROYECCIÓN GASTOS ADMINISTRATIVOS

Descripción	Gastos		Total
	Fijos	Variables	año 3
Sueldos del personal		\$2.233,89	\$26.806,68
Suministros de oficina		\$100,99	\$1.211,88
Útiles de aseo		\$10,72	\$128,64
TOTAL PROYECCIÓN GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$2.345,60	\$28.147,20
PROYECCIÓN GASTOS DE VENTAS			
Descripción	Gastos		Total
	Fijos	Variables	año 3
Publicidad		\$185,36	\$2.224,32
TOTAL PROYECCIÓN GASTOS DE VENTAS		\$185,36	\$2.224,35
PROYECCIÓN GASTOS FINANCIEROS			
Descripción	Gastos		Total
	Fijos	Variables	año 3
Préstamo Bancario	\$400,00		\$4.800,00
TOTAL PROYECCIÓN GASTOS FINANCIEROS	\$400,00		\$4.800,00
TOTAL	\$400,00	\$2.530,96	\$35.171,55

PROYECCIÓN GASTOS AÑO 4

PROYECCIÓN GASTOS ADMINISTRATIVOS

Descripción	Gastos		Total
	Fijos	Variables	año 4
Sueldos del personal		\$2.242,16	\$26.905,92
Suministros de oficina		\$101,36	\$1.216,32
Útiles de aseo		\$10,75	\$129,00
TOTAL PROYECCIÓN GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$2.354,27	\$28.251,24

PROYECCIÓN GASTOS DE VENTAS

Descripción	Gastos		Total
	Fijos	Variables	año 4
Publicidad		\$186,04	\$2.232,48
TOTAL PROYECCIÓN GASTOS DE VENTAS		\$186,04	\$2.232,48

PROYECCIÓN GASTOS FINANCIEROS

Descripción	Gastos		Total
	Fijos	Variables	año 4
Préstamo Bancario	\$400,00		\$4.800,00
TOTAL PROYECCIÓN GASTOS FINANCIEROS	\$400,00		\$4.800,00
TOTAL	\$400,00	\$2.540,31	\$35.283,72

PROYECCIÓN GASTOS AÑO 5

PROYECCIÓN GASTOS ADMINISTRATIVOS			
Descripción	Gastos		Total
	Fijos	Variables	año 5
Sueldos del personal		\$2.250,45	\$27.005,40
Suministros de oficina		\$101,74	\$1.220,88
Útiles de aseo		\$10,79	\$129,48
TOTAL PROYECCIÓN GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$2.362,98	\$28.355,76
PROYECCIÓN GASTOS DE VENTAS			
Descripción	Gastos		Total
	Fijos	Variables	año 5
Publicidad		\$186,72	\$2.240,64
TOTAL PROYECCIÓN GASTOS DE VENTAS		\$186,72	\$2.240,64
PROYECCIÓN GASTOS FINANCIEROS			
Descripción	Gastos		Total
	Fijos	Variables	año 5
Préstamo Bancario	\$400,00		\$4.800,00
TOTAL PROYECCIÓN GASTOS FINANCIEROS	\$400,00		\$4.800,00
TOTAL	\$400,00	\$2.549,70	\$35.396,40

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

5.4 Plan de Financiamiento

5.4.1 Forma de financiamiento

Determinados todos los valores que se consideran necesarios para la implementación del proyecto, resulta fundamental definir el financiamiento del mismo.

Tabla 66. Plan de Financiamiento

Descripción	Total (USD)	Total (%)
Recursos Propios		
Efectivo	\$3.806,00	14,90%
Recursos de terceros		
Préstamo bancario	\$21.733,00	85,10%
TOTAL	\$25.539,00	100,00%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Podemos observar que se prevé utilizar un 14.90% de fondos propios y acceder a un préstamo bancario por el 85.10% restante de la necesidad de financiamiento.

Para la ejecución del proyecto se contempla acceder a un préstamo en el sistema bancario nacional, con una tasa de interés de 9,76% anual proporcionada por BanEcuador, el plazo proyectado es de 6 años (72 meses) lo que conlleva a una deuda de \$ 14.666,23 dólares, con un interés total de 7.066,77, lo que genera un monto global de la deuda determinado en \$21.733 dólares, se detalla a continuación la amortización de la deuda expresada en años:

Tabla 67. Tabla de Amortización

Mes	Montante Restante	Capital	Intereses	Cuota Mensual
Fin del año 1				
	21733.00			
ene-22	21509.77	223.23	176.76	400.00
feb-22	21284.71	225.05	174.95	400.00
mar-22	21057.83	226.88	173.12	400.00
abr-22	20829.11	228.73	171.27	400.00
may-22	20598.52	230.59	169.41	400.00
jun-22	20366.06	232.46	167.53	400.00
jul-22	20131.71	234.35	165.64	400.00
ago-22	19895.45	236.26	163.74	400.00
sep-22	19657.27	238.18	161.82	400.00
oct-22	19417.15	240.12	159.88	400.00
nov-22	19175.08	242.07	157.93	400.00
dic-22	18931.04	244.04	155.96	400.00
Fin del año 2				
ene-23	18685.01	246.02	153.97	400.00
feb-23	18436.99	248.03	151.97	400.00
mar-23	18186.95	250.04	149.95	400.00
abr-23	17934.87	252.08	147.92	400.00
may-23	17680.74	254.13	145.87	400.00
jun-23	17424.55	256.19	143.80	400.00
jul-23	17166.27	258.28	141.72	400.00
ago-23	16905.90	260.38	139.62	400.00
sep-23	16643.40	262.50	137.50	400.00
oct-23	16378.77	264.63	135.37	400.00
nov-23	16111.99	266.78	133.21	400.00

dic-23	15843.03	268.95	131.04	400.00
Fin del año 3				
ene-24	15571.89	271.14	128.86	400.00
feb-24	15298.55	273.35	126.65	400.00
mar-24	15022.98	275.57	124.43	400.00
abr-24	14745.17	277.81	122.19	400.00
may-24	14465.10	280.07	119.93	400.00
jun-24	14182.75	282.35	117.65	400.00
jul-24	13898.11	284.64	115.35	400.00
ago-24	13611.15	286.96	113.04	400.00
sep-24	13321.86	289.29	110.70	400.00
oct-24	13030.21	291.65	108.35	400.00
nov-24	12736.20	294.02	105.98	400.00
dic-24	12439.79	296.41	103.59	400.00
Fin del año 4				
ene-25	12140.97	298.82	101.18	400.00
feb-25	11839.72	301.25	98.75	400.00
mar-25	11536.02	303.70	96.30	400.00
abr-25	11229.85	306.17	93.83	400.00
may-25	10921.19	308.66	91.34	400.00
jun-25	10610.02	311.17	88.83	400.00
jul-25	10296.31	313.70	86.29	400.00
ago-25	9980.06	316.25	83.74	400.00
sep-25	9661.23	318.83	81.17	400.00
oct-25	9339.82	321.42	78.58	400.00
nov-25	9015.78	324.03	75.96	400.00
dic-25	8689.11	326.67	73.33	400.00
Fin del año 5				
ene-26	8359.79	329.33	70.67	400.00
feb-26	8027.79	332.00	67.99	400.00
mar-26	7693.08	334.70	65.29	400.00
abr-26	7355.65	337.43	62.57	400.00
may-26	7015.48	340.17	59.83	400.00
jun-26	6672.55	342.94	57.06	400.00
jul-26	6326.82	345.73	54.27	400.00
ago-26	5978.28	348.54	51.46	400.00
sep-26	5626.91	351.37	48.62	400.00
oct-26	5272.68	354.23	45.77	400.00
nov-26	4915.56	357.11	42.88	400.00
dic-26	4555.55	360.02	39.98	400.00
Fin del año 6				

ene-27	4192.60	362.94	37.05	400.00
feb-27	3826.71	365.90	34.10	400.00
mar-27	3457.83	368.87	31.12	400.00
abr-27	3085.96	371.87	28.12	400.00
may-27	2711.06	374.90	25.10	400.00
jun-27	2333.12	377.95	22.05	400.00
jul-27	1952.10	381.02	18.98	400.00
ago-27	1567.98	384.12	15.88	400.00
sep-27	1180.73	387.24	12.75	400.00
oct-27	790.34	390.39	9.60	400.00
nov-27	396.77	393.57	6.43	400.00
dic-27	0.00	396.77	3.23	400.00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

5.5 Cálculo de Ingresos

Con el estudio de mercado efectuado se decidió satisfacer la demanda del producto, considerando para ello el precio de venta unitario y la cantidad proyectada de ventas que tendrá el servicio de consultoría, se observa mediante la siguiente tabla el nivel de ingresos del proyecto mensual y anual:

Tabla 68. Determinación del Precio de Venta Unitario

Productos	Costo de Producción	Gastos Administrativos	Total Costos + Gastos	Unidades (mensual)	Costo Unitario	Margen de Utilidad		Precio de Venta Unitario	Ingreso Mensual
			(mensual)			\$	%	Unitario	
Consultoría	\$3.531,75	\$ 2.781,93	\$6.313,68	1/6	\$6.313,68	\$947,5	15%	\$7.261,18	\$43.567,08

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Dado que se plantea realizar dos consultorías por año los ingresos trimestrales por consultoría suman los \$ 43.567,08 dólares de cual se puede evidenciar que el costo unitario de servicio de consultoría es de \$ 6.313,68 dólares, con un margen de utilidad de \$ 947,5 dólares.

Tabla 69. Precio de venta

Precio de Venta Unitario	Consultoría (anuales)	Ingresos del primer año	
\$ 43.567,08	2	\$	87.134,16

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

5.5.1 Proyección de Ingresos

Se determina que el precio de venta unitario del servicio es de \$ 43.567,08, por lo cual, es fundamental proyectar los ingresos que tendrá el proyecto a largo plazo, por lo cual es necesario tomar como referencia la tasa de crecimiento empresarial de 2017-2021 es de 1,1%. ((EMOE), 2021).

Tabla 70. Proyección De Ingresos

Servicio	Cantidad	Precio Total	Total año 1
Consultoría	2	\$ 43.567,08	\$87.134,16
Total Ingresos			\$87.134,16

Servicio	Cantidad	Precio Total	Total año 2
Consultoría	2,02	\$ 43.567,08	\$ 88.005,50
Total Ingresos			\$ 88.005,50

Servicio	Cantidad	Precio Total	Total año 3
Consultoría	2,04	\$ 43.567,08	\$ 88.876,84
Total Ingresos			\$ 88.876,84

Productos	Cantidad	Precio Total	Total año 4
Consultoría	2,06	\$ 43.567,08	\$ 89.748,18
Total Ingresos			\$ 89.748,18

Servicio	Cantidad	Precio Total	Total año 5
Consultoría	2,08	\$43.567,08	\$ 90.619,52
Total Ingresos			\$ 90.619,52

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Como primer ingreso de año corresponde \$ 87.134,16 dólares, mismo que tendrá un crecimiento progresivo alcanzando los \$ **90.619,52** dólares de ingresos en el quinto año de vida del proyecto.

5.6 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio nos ayuda a precisar el instante en que los ingresos cubren sus gastos fijos y variables, permitiendo a evaluar la rentabilidad, así como también, cuánto tiempo, aproximadamente, se empezara a obtener beneficios:

Tabla 71. Análisis de Datos del Punto de Equilibrio

Descripción	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Total Mensual	Anual
Costo de Producción	\$ 188,31	\$ 3.343,44	\$ 3.531,75	\$ 42.381,00
Gastos	\$ 400,00	\$ 2.381,93	\$ 2.781,93	\$ 33.383,16
Total Costos	\$ 588,31	\$ 5.725,37	\$ 6.313,68	\$ 75.764,16
Ingresos Totales		\$ 87.134,16	\$ 43.567,08	\$ 87.134,16
Número de unidades			0.16	2
Precio Unitario de venta	\$ 43.567,08			
Costo variable x unidad		\$34.352,22	\$ 5.725,37	\$68.704,44

Punto de equilibrio				
Producción Anual	Costo Fijo Anual	Ingreso total Anual	Costo total Anual	Costo Variable Anual
2	\$ 7.059,72	\$ 87.134,16	\$ 75.764,16	\$ 68.704,44

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Donde:

Costos Variables (CV)

Costos Fijos (CF)

Costos Totales (CT)

Ingresos Totales (IT)

Número de unidades vendidas (UV)

Precio de venta unitario (PVU)

Costo Variable Unitario (CVU)

1. En unidades físicas (PE u)

$$PE u = \frac{CF}{PVU - CVU}$$
$$PE u = \frac{\$7.059,72}{\$43.567,08 - \$34.352,22}$$

$$PE u = \frac{\$7.059,72}{\$9.214,86}$$

$$PE u = 0,77$$

2. En unidades monetarias (PE \$)

$$PE \$ = \frac{CF}{CV}$$
$$PE \$ = \frac{CF}{1 - IT}$$

$$PE \$ = \frac{\$7.059,72}{\frac{\$68.704,44}{1 - 0,1}}$$

$$PE \$ = \$33.377,76$$

3. En valores relativos (PE %)

$$PE \% = \frac{PE \$}{IT} * 100$$

$$PE \% = \frac{\$33.377,76}{\$87.134,16} * 100$$

$$PE \% = 38,31\%$$

Con los resultados obtenidos en los tres ámbitos del punto de equilibrio, se considera fundamental proyectar un gráfico del punto de equilibrio el cual se muestra a continuación:

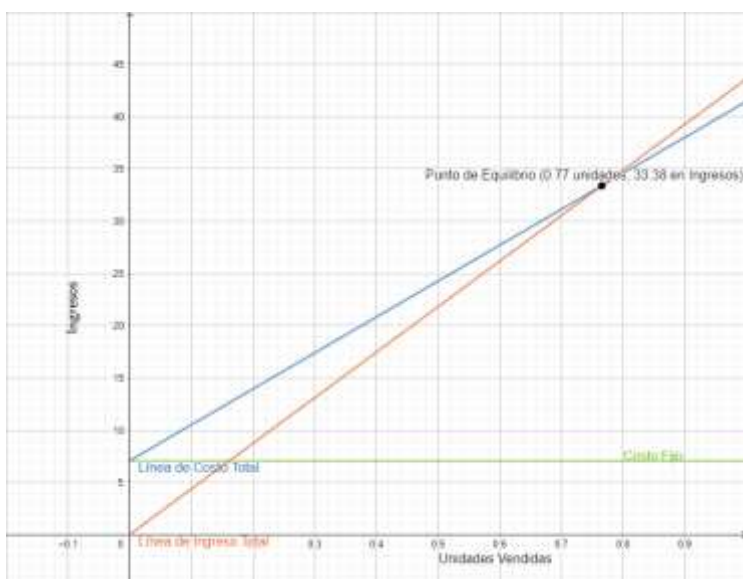


Gráfico 23. Punto de Equilibrio

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Análisis

El punto de equilibrio se alcanza con 0,77 unidades de servicios de consultoría y vendidos al año refleja un monto anual por \$ 33.377,76 dólares, es decir en caso de venderse menos 0,77 unidades la empresa caería en pérdidas, sin embargo, sobre las 0,77 unidades vendidas la empresa ya empieza a divisar ganancias, estos datos representan el 38,31% de unidades en servicios prestados de consultoría y de ingresos anuales.

5.7 Estado de Resultados Proyectado

El estado de resultados refleja los ingresos y egresos de la empresa, de lo cual se conoce su rentabilidad a lo largo del tiempo, es decir, su utilidad o pérdidas generadas.

Tabla 72. Estado de Resultados Proyectado

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por ventas	\$87.134,16	\$88.005,50	\$88.876,84	\$89.748,18	\$90.619,52
(-)Costo de Producción	\$40.269,60	\$41.519,23	\$41.672,59	\$41.826,63	\$41.981,35
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$46.864,56	\$46.486,27	\$47.204,25	\$47.921,55	\$48.638,17
(-)Gastos de venta	2.208,09	2.216,16	2.224,35	2.232,48	2.240,64
UTILIDAD NETA EN VENTAS	\$44.656,47	\$44.270,11	\$44.979,90	\$45.689,07	\$46.397,53
(-)Gastos Administrativos	25.432,80	28.043,52	28.147,20	28.251,24	28.355,76

UTILIDAD OPERACIONAL	\$19.223,67	\$16.226,59	\$16.832,70	\$17.437,83	\$18.041,77
(-)Gastos Financieros	\$4.800,00	\$4.800,00	\$4.800,00	\$4.800,00	\$4.800,00
(+)Otros Ingresos	0	0	0	0	0
(-)Otros Egresos	0	0	0	0	0
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES	\$14.423,67	\$11.426,59	\$12.032,70	\$12.637,83	\$13.241,77
(-)15% Participación trabajadores	\$2.161,30	\$1.713,98	\$1.804,90	\$1.895,67	\$1.986,26
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$12.262,37	\$9.712,61	\$10.227,80	\$10.742,16	\$11.255,51
(-)22% Impuesto a la renta	\$2.697,72	\$2.136,77	\$2.250,11	\$2.363,27	\$2.476,21
UTILIDAD o PÉRDIDA DEL EJERCICIO	\$9.564,65	\$7.575,84	\$7.977,69	\$8.378,89	\$8.779,30

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

5.8 Flujo de Caja

El flujo de caja refleja los ingresos y egresos de dinero de una empresa durante un determinado período, por lo tanto, representa su capacidad para generar el efectivo necesario para cubrir sus obligaciones monetarias, ayudando en la toma de decisiones futuras de la empresa.

A continuación, en la siguiente tabla se calcula el flujo de caja:

Tabla 73. Flujo de Caja

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
A. INGRESOS OPERACIONALES		\$87.134,16	\$88.005,50	\$88.876,84	\$89.748,18	\$90.619,52
Ingresos por ventas		\$87.134,16	\$88.005,50	\$88.876,84	\$89.748,18	\$90.619,52
B. EGRESOS OPERACIONALES		\$67.910,49	\$71.778,91	\$72.044,14	\$72.310,35	\$72.577,75
Costos		\$40.269,60	\$41.519,23	\$41.672,59	\$41.826,63	\$41.981,35
Gastos Administrativos		25.432,80	28.043,52	28.147,20	28.251,24	28.355,76
Gastos de Ventas		2.208,09	2.216,16	2.224,35	2.232,48	2.240,64
C. FLUJO OPERACIONAL (A - B)		\$19.223,67	\$16.226,59	\$16.832,70	\$17.437,83	\$18.041,77
D. INGRESOS NO OPERACIONALES	\$25.539,00					
Recursos propios	\$3.806,00					
Créditos a corto plazo o largo plazo	\$21.733,00					
Otros ingresos						

E.	EGRESOS NO OPERACIONALES		\$9.659,02	\$8.650,75	\$8.855,01	\$9.058,94	\$9.262,47
	Gastos financieros		\$4.800,00	\$4.800,00	\$4.800,00	\$4.800,00	\$4.800,00
	Pago de participación de utilidades 15%		\$2.161,30	\$1.713,98	\$1.804,90	\$1.895,67	\$1.986,26
	Pago de impuesto a la renta		\$2.697,72	\$2.136,77	\$2.250,11	\$2.363,27	\$2.476,21
	Otros ingresos						
F.	FLUJO NO OPERACIONAL (D - E)	\$25.539,00	\$-9.659,02	\$-8.650,75	\$-8.855,01	\$-9.058,94	\$-9.262,47
G.	FLUJO NETO GENERADO (C - F)	\$-25.539,00	\$9.564,65	\$7.575,84	\$7.977,69	\$8.378,89	\$8.779,30
H.	SALDO INICIAL DE CAJA			\$9.564,65	\$17.140,49	\$25.118,18	\$33.497,07
I.	SALDO FINAL DE CAJA (G + H)	\$-25.539,00	\$9.564,65	\$17.140,49	\$25.118,18	\$33.497,07	\$42.276,37

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

El flujo neto generado que se puede observar, refiere a la utilidad generada en el año, por lo cual podemos verificar que este valor se incrementa a lo largo del tiempo, y que el saldo final de caja simboliza la suma del flujo neto y el saldo inicial de caja, por lo cual, las utilidades generadas, en el año 1 el saldo final de caja es de \$ 9.564,65 dólares y para los años cinco de vida del proyecto esta cifra alcanzará los \$ 42.276,37 dólares.

5.9 Evaluación financiera

5.9.1 Indicadores

Son instrumento que proveen información de una determinada condición o el logro de una cierta situación, actividad o resultado relacionados a diferentes estados financieros de la empresa, los indicadores a aplicar son el VAN, TIR, B/C y el PRI.

5.9.1.1 Valor Actual Neto (VAN)

El valor actual neto (VAN) nos permite actualizar los cobros y pagos de un proyecto o inversión, con la finalidad de conocer cuánto se va a ganar o perder en la inversión. También se conoce como valor neto actual (VNA), valor actualizado neto o valor presente neto (VPN).

Tabla 74. Calculo de la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento

	% Participación	Tasa de rentabilidad	Promedio ponderado
Fondos propios	14.90%	15%	2,23%
Fondos de terceros (bco.)	85.10%	9,76%	8,30%
		Tmar	10,53%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+k)^t} - I_0$$

Tabla 75. Cálculo del Valor Actual Neto

Inversión Inicial	\$-25.539,00
TMAR	10,53%
Año 1	\$9.564,65
Año 2	\$17.140,49
Año 3	\$25.118,18
Año 4	\$33.497,07
Año 5	\$42.276,37
VAN=	\$63.816,31

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

El valor actual neto (VAN) es de \$ 63.816,31 dólares, lo cual evidencia un resultado positivo, dado que indica la rentabilidad económica del proyecto.

5.9.1.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa interna de retorno (TIR) es la rentabilidad que ofrece una inversión. Por decir, es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto.

$$TIR = \sum_{n=0}^{\infty} \frac{F_n}{(1+i)^n} = 0$$

Tabla 76. Calculo del Tasa Interna de Retorno

Año 0	\$-25.539,00
Año 1	\$9.564,65
Año 2	\$17.140,49
Año 3	\$25.118,18
Año 4	\$33.497,07
Año 5	\$42.276,37
TIR	65,28%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

La tasa interna de retorno (TIR) es del 65.28% considerándose mayor al valor obtenido en la tasa mínima aceptable de retorno (TMAR). Por lo cual, esto nos indica que para el presente caso el proyecto es factible, superando la rentabilidad mínima requerida a la inversión.

5.9.1.3 Beneficio Costo

Indicador que compara directamente, como su nombre lo indica, los beneficios y los costos de un proyecto para definir su viabilidad.

$$C/B = \frac{ITN}{CT}$$

Tabla 77. Calculo del Beneficio Costo

Año	Ingresos Netos	Costos Totales	Beneficio Costo
1	\$87.134,16	\$77.569,51	1,12
2	\$88.005,50	\$70.865,01	1,24
3	\$88.876,84	\$63.758,66	1,39
4	\$89.748,18	\$56.251,11	1,60
5	\$90.619,52	\$48.343,15	1,87
Total	\$444.384,20	\$316.787,44	1,40

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Como se puede evidenciar el costo beneficio dependiendo el año este varía, pero frecuentemente se halla en aumento, haciendo un cálculo de perspectiva a 5 años del proyecto el costo beneficio tiene en promedio un valor de 1,40 lo cual es beneficioso ya que al ser mayor a 1, el proyecto cuenta con aprobación y rentabilidad.

5.9.1.4 Período de Recuperación

Permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial.

$$Payback = \frac{I_0}{F}$$

Tabla 78. Calculo del Periodo de Recuperación

Año	Saldo Inversión	Flujo de Caja Anual	Saldo Final
1	\$-25.539,00	\$9.564,65	\$-15.974,35
2	\$-15.974,35	\$17.140,49	\$1.166,14
3		\$25.118,18	\$25.118,18
4		\$33.497,07	\$33.497,07
5		\$42.276,37	\$42.276,37

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

6 CONCLUSIONES

Acorde al estudio de mercado realizado, hemos determinado la viabilidad de implementar un servicio de consultorías en ética y responsabilidad social, delimitando de esta manera un nicho de mercado potencial, mismo que no ha sido cubierto por la oferta actual de servicios afines, esto nos brinda una gran oportunidad en la que la empresa podrá cubrir las necesidades de la demanda insatisfecha detectada, por lo cual, genera una fuerte expectativa de ventaja competitiva dentro del mercado, siendo al mismo tiempo un tema altamente notable en el aspecto social, económico y ambiental, sumándose así los grupos de interés que de manera directa e indirecta resultaran beneficiados.

Consultora E&RS, es una empresa que tiene altamente determinada su misión, visión, objetivos estratégicos, en especial su organización funcional de tal manera que se puede identificar los procedimientos internos junto con las áreas que componen la organización, así mismo las formas de control de gestión, que nos permiten validar que la presente propuesta será exitosa y la forma de cumplimiento de los objetivos establecidos, de forma que podemos valorar el desempeño y resultados de la empresa.

Se ha determinado las bases legales y jurídicas, que regulan la actividad de la empresa, esto con el objeto de cumplir con todo lo determinado en la ley, garantizando que las actividades jurídicas tengan un buen desenvolvimiento en los procesos de la organización, por lo cual, es un soporte fundamental en evitar cualquier tipo de riesgos como sanciones o el cierre de la actividad, siendo así un recurso indispensable para garantizar una correcta gestión de las obligaciones legales de la futura empresa.

Se ha realizado un estudio que ha probado la rentabilidad financiera del proyecto a través de métodos de evaluación financiera que consideran el cambio en el valor del dinero a lo largo del tiempo, el total de recursos destinado al inicio del proyecto es de \$ 25.539,30, el capital de trabajo es de \$13.449,30 es decir el 46.61% de la inversión total de los tres primeros meses, los indicadores se muestran favorables siendo estos el Valor Actual Neto de USD 63.816,31 y una Tasa Interna de Retorno del 62.28% lo cual refleja que el proyecto genera rentabilidad con relación beneficio costo de USD 1,04 dólares, de lo cual, sé que concluye que la empresa será rentable dentro 5 años de la vida útil.

7 RECOMENDACIONES

Se recomienda que respecto al flujo de información que existe en las empresas privadas y bancos, tener en consideración que está actualmente es poco oportuna, dado que la privacidad de datos que existe, es muy hermética, realidad que deberá ser tomada en consideración para la apreciación de apartados económicos y/o cálculos de proyecciones.

Dada la situación que actualmente vive nuestro país, sería oportuno tomar en consideración servicios complementarios o sustitutos que la empresa pueda generar sin problema, a fin de plantear mecanismos que aprueben su incursión en mercados dadas las épocas adversas que atravesamos.

Capacitación constante en los colaboradores, a fin de crear una ventaja competitiva en el mercado, ayudando así a una preparación interna que sean capaces de responder a los desafíos

del contexto actual y futuro de forma exitosa, además logrando así un mayor grado de compromiso en el trabajo, lo cual se convertirá en beneficios tanto personales como empresariales.

8 BIBLIOGRAFÍA

(EMOE), B. C. (2021). *Es*. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/Encuestas/EOE/eoe202109.pdf>

Asobanca. (2020). *Una mirada al sector financiero en Ecuador y América Latina*. Quito.

Banco Central Ecuador. (noviembre de 2021). *TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES PARA EL SECTOR FINANCIERO PRIVADO, PÚBLICO Y, POPULAR Y SOLIDARIO*. Ecuador. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/docs.php?path=/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Indice.htm>

Banco Mundial. (2021). Estudio Mensual de Opinión Empresarial (EMOE). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/Encuestas/EOE/eoe202109.pdf>

Smith, A. (1999): *Théorie des sentiments moraux*, Traduction par Bizou, M, Gautier, C, Pradeau, J., Paris, PUF

Camicon.ec. (2020). *LA CÁMARA- Quito, el cantón más poblado del Ecuador en el 2020*. <https://www.camicon.ec/la-camara-quito-el-canton-mas-poblado-del-ecuador-en-el-2020/>.

crmgratis. (2020). https://es.amocrm.com/software/?utm_source=google&utm_campaign=crm&utm_medium=cpc&utm_content=crm-software&gclid=CjwKCAjw95yJBhAgEiwAmRrutLZn2YWfiZQIGBINEVNJg6sE

NKIUUnXmAW7a_bi28WUtYQy7N2119BoCC7UQAvD_BwE.

Ministerio del Trabajo. (2021). Obtenido de <https://www.trabajo.gob.ec/seguridad-y-salud-en-el-trabajo/>

SRÍ. (2021). Tarifa del impuesto a la renta para sociedades. Obtenido de <https://www.sri.gob.ec/impuesto-renta> <https://www.sri.gob.ec/o/sri-portlet-biblioteca-alfresco-internet/descargar/b7fd9a67-a899-4a38-a886-c6d0c4b25ead/Art.+37+Tarifas+para+sociedades.pdf>

statista. (2021). *Evolución anual de la tasa de inflación en Ecuador desde 2015 hasta 2025.*

Obtenido de <https://es.statista.com/estadisticas/1190037/tasa-de-inflacion-ecuador/>

Superbancos.com. (2021). Obtenido de http://estadisticas.superbancos.gob.ec/portalestadistico/portalestudios/wp-content/uploads/sites/4/downloads/2019/01/Memoria_2016.pdf

Superintendencia de Bancos. (2017). *Personal que labora en entidades bancarias.* Superbancos.

ANEXOS

Anexo 1: Encuesta



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS ENCUESTA

Datos personales: Sexo

Femenino

Masculino

Edad

18-24

25-31

32-38

+39

15. ¿Con cuál de las siguientes ideas o conceptos relaciona usted la **Ética y Responsabilidad social Empresarial?**

Mejoramiento de imagen

Ayuda a la comunidad

Calidad de vida laboral

Hacerse cargo de los problemas de la sociedad

Cuidar el medio ambiente y el entorno donde vive

16. El banco realiza prácticas de **Ética /Responsabilidad Social Empresarial?**

Sí

No

17. ¿Qué enfoque tienen las prácticas de Responsabilidad Social que aplica el Banco?

Ambiental

Donaciones a Fundaciones

Apoyo y capacitación a empleados

18. ¿Existe algún tipo de documento sobre las acciones de Ética y Responsabilidad Social Empresarial tomadas por el banco?

SI ¿Cuál?

No

19. ¿Quién asume las labores de Responsabilidad Social Empresarial del banco?

Un área asume la responsabilidad total

La responsabilidad es compartida entre varias áreas del banco

Apoyo externo de la organización

20. ¿Las principales áreas de inversión que tiene como Responsabilidad Social el Banco?

Social

Medio Ambiente

Trabajadores

21. ¿Qué tan importante considera usted la ética y responsabilidad social del banco?

Muy importante

Poco importante

Nada Importante

22. ¿Cuáles son los mecanismos que emplea el Banco para desarrollar acciones de RSE?

Dar mejor trato a los trabajadores

Dar más empleo y mejor sueldo

No dañar la naturaleza, no contaminar

Acercarse a los trabajadores y apoyarlos
Preocuparse más por los demás que por ellos mismos
Comprometerse con la sociedad

23. ¿Cuáles son los beneficios que esperaría el Banco mediante el trabajo en Ética y Responsabilidad Social Empresarial?

Social
Ético
Ambiental
Reconocimiento

24. ¿El Banco ha contratado algún tipo de consultoría en ética y responsabilidad social en la ciudad de Quito? (De ser afirmativo indique que el nombre de la consultoría)

Sí
No

25. ¿Qué beneficios considera usted que apporto la consultoría realizada al banco?

Mejor ambiente laboral
Reputación corporativa
Incremento de la credibilidad
Mayor lealtad del cliente
Mayor capacidad para atraer talento

26. ¿Considera contratar un servicio de consultoría para la gestión de un modelo de responsabilidad social empresarial?

Sí
No

27. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar el banco por un servicio de consultoría en ética y responsabilidad social?

10.000 – 20.000

20.000 – 30.000

30.000 - 40.000

40.000 – 50.000

28. ¿A través de que medio el banco conoce sobre los diferentes servicios ofertados de consultorías?

Publicidad Impresa

Publicidad Online

Anuncios Radio

Anuncios Televisión

Publicidad Exterior

15 ¿Con que frecuencia el banco adquiere un servicio de consultoría en ética y responsabilidad social?

(1 vez) Año

(2 veces) Año

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 2: Entrevista



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ENCUESTA**

- **Formato de la entrevista**

1.- ¿El banco actualmente cuenta con algún documento aplicable de RS y ética

empresarial? De ser la respuesta sí ¿cuál?

2.- ¿Qué tipo de gestión realiza actualmente la empresa que aplique la Responsabilidad Social?

3.- ¿Están los trabajadores conscientes de la necesidad de incorporar prácticas de responsabilidad social en la institución?

4.- ¿Saben todos los trabajadores cuáles son los principios y valores que orientan la institución financiera y los practican?

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN