

UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

ESTUDIO DE LA CREACIÓN DE UNA ORGANIZACIÓN NO GUBERNAMENTAL EN QUITO, DEDICADA AL MARKETING SOCIAL.

**Trabajo de Titulación presentado en conformidad a los requisitos
Para obtener el título de Ingeniero Comercial.**

ALFREDO DÁVALOS LÓPEZ.

**CARLOS ALBERTO CORTEZ AGUILERA
2003**

Quito, 8 de agosto del 2003.

Señores
Universidad de las Américas.
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Presente .-

De mis consideraciones:

Adjunto a la presente se servirán ustedes encontrar, el borrador final del trabajo de titulación, elaborado por el estudiante **CARLOS ALBERTO CORTEZ AGUILERA**, el mismo que fue realizado bajo mi orientación y guía.

Por la atención que se dignen dar a la presente, les anticipo mis debidos agradecimientos.

Atentamente,

**LIC. ALFREDO DÁVALOS LÓPEZ
PROFESOR GUÍA.**

RESUMEN

En el Ecuador y el mundo la expansión del tercer sector, comprendido por las ONG's., ha sido inmensa. Su desarrollo ha abarcado nuevas áreas y principalmente ha incorporado la nueva metodología de manejar cada ONG. como una empresa que es realmente.

Se presenta entonces, el objetivo de crear una organización no gubernamental sin fines de lucro, de tipo "fundación" y de beneficio público con una directiva de no membresía. Se definen tipos, conceptos necesarios y se analiza el marco legal de las ONG's., para adquirir la personería jurídica, con los mismos deberes y derechos que cualquier otra. Además, se describen aspectos relevantes de las principales corrientes metodológicas a desarrollar, como son el marketing social y la calidad total.

La investigación se realiza para determinar los factores que hacen que las empresas privadas de la ciudad de Quito y sus directivos, no realicen donaciones a las ONG's. Con ello la fundación puede desarrollar un plan de marketing social, que implique la prestación de un servicio de asesoría, en temas de calidad total, con productos tales como diversos cursos de capacitación. Buscando que los contribuyentes puedan satisfacer cada vez mejor a sus clientes finales.

Con ello se puede tener un flujo constante de fondos para ayuda social.

Se apoya a la investigación, con un focus group dirigido al mercado de usuarios, que son los niños y jóvenes fundamentalmente marginados. Se desarrolla conjuntamente con sus respectivos padres, para determinar factores que inciden en el abandono de sus cursos de enseñanza y cuál sería la aceptación de los fines fundacionales.

De esta forma poder crear y definir los productos con fines de desarrollo social, con los correctos atributos, que los permitan ser aceptados por el mercado de usuarios.

Se concluye que la sostenibilidad es evidente, al constatar el gran interés inesperado por parte de los empresarios privados, de obtener un valor agregado importante para su competitividad, proporcionado por la fundación, en base de la realización de donaciones a la misma. Además, se planea realizar una publicidad agresiva por medio del cumplimiento de los fines sociales. Los cuales comprenden cursos de enseñanza de valores, destinados a niños y talleres de enseñanza y fomento al trabajo destinados a jóvenes, enfocándose en sectores marginados. Estos resultan ser aceptados por el público, debido a que no tienen costo y presentan atributos que solucionan los factores determinados en la investigación.

El Ministerio de Bienestar Social se encarga de dar la vida jurídica y de aprobar los estatutos y la directiva de la Fundación, por la naturaleza de los fines de la organización en formación. De esta forma, el fundador, mediante acta constitutiva decreta la directiva, para a paso siguiente, desarrollar los estatutos o estructura de la entidad, en los cuales se determina todas las actividades y acciones a desarrollar por la fundación, en su vida legal.

Finalmente, se analiza el control contable efectuado por parte del Estado Ecuatoriano, a la ONG., determinando condiciones y fechas para la presentación de impuestos, pero con la diferencia de que la Fundación no tributa impuesto a la renta, mas lo registra, y el impuesto al valor agregado es de tarifa cero, que igual lo debe reconocer. Para realizar tal registro se analiza la obtención del Registro Único de Contribuyentes.

ÍNDICE

Capítulo I: Tema

1.1. Situación de Decisión.	6
1.2. Descripción y Justificación.	6
1.3. Antecedentes.....	7
1.4. Objetivos del trabajo.	9
1.4.1. Objetivo General.	9
1.4.2. Objetivos Específicos.	9

Capítulo II: Marco Teórico y Marco Empírico.

2.1. Marco Teórico.	11
2.1.1. Definiciones relativas, tipos y características de las ONG's.	11
2.1.1.1. Organización no gubernamental (ONG.).	11
2.1.1.2. Organización no gubernamental de desarrollo (ONGD.).	12
2.1.1.3. Beneficio mutuo vs. Beneficio público.	15
2.1.1.4. Organizaciones controladas y organizaciones no controladas por sus propios miembros.	15
2.1.1.5. El Tercer Sector.	16
2.1.1.6. Términos legales.	16
2.2. Marco Empírico	19
2.2.1. Legislación para las Organizaciones no gubernamentales	19
2.2.1.1. Aplicación de la Legislación y constitución legal de la ONG.	19
2.2.1.2. Existencia lega de la ONG. Personería jurídica.	21
2.2.1.3. Constitución Jurídica	22
2.2.1.4. Estructura directiva frente al gobierno interno	29
2.2.1.4.1. La directiva, nomina y registro	30
2.2.1.4.2. Ministerio de Bienestar Social responsable.	31

Capítulo III: Corrientes Metodológicas de la Investigación.

3.1. Inversiones humanitarias que generan ganancias.	33
3.2. La ONG. Y el marketing social. (Públicos que intervienen en el Mercado.	33
3.3. El trabajo en conjunto del marketing comercial y el marketing social para atender a los públicos.	35
3.4. La Calidad Total, normas y la eficiencia	36
3.4.1. Normas ISO.	38

Capítulo IV: La Investigación.

4.1. Justificación de la investigación.	39
4.2. Situación de decisión de la investigación.	39
4.3. Hipótesis.	39
4.4. Objetivos de la investigación.	39
4.4.1. Objetivo general.	39
4.4.2. Objetivos específicos.	39
4.5. Diseño, fuentes e instrumentación de recolección de datos.	40
4.5.1. Participantes calificados y estructura de grupos.	40
4.6. Investigación de campo.	41
4.6.1. Entrevistas a representantes de ONG's. y del Ministerio de Bienestar Social.	41
4.6.1.1. Entrevista #1.	41
4.6.1.2. Entrevista #2.	43
4.6.1.3. Entrevista #3.	44
4.6.1.4. Entrevista #4.	46
4.6.2. Entrevistas a representantes de Empresas privadas.	48
4.6.2.1. Entrevista #5.	48
4.6.2.2. Entrevista #6.	50
4.6.2.3. Entrevista #7.	51
4.7. Conclusiones.	52
4.8. Recomendaciones.	53

Capítulo V: Focus Group.

5.1. Situación, Justificación y Objetivos	55
5.1.1. Objetivo general.	55
5.1.2. Objetivos específicos.	55
5.2. Participantes calificados y estructura de grupos.	55
5.3. Planteamiento del tema.	56
5.4. Opiniones generales.	56
5.5. Conclusiones.	58
5.6. Recomendaciones.	60

Capítulo VI: La Creación.

6.1. Determinación de la oportunidad.	61
6.2. Descripción general del servicio y su productos.	61
6.3. La organización.	61
6.3.1. Visión.	61
6.3.2. Misión.	61
6.3.3. Objetivos estratégicos.	62
6.3.4. Presentación de los principales integrantes.	62
6.4. Plan estratégico de marketing social.	63
6.4.1. Objetivos.	63
6.4.1.1. Objetivo general	63

6.4.1.2. Objetivos específicos	63
6.4.2. Productos.	63
6.4.2.1. Productos destinados a los contribuyentes.	63
6.4.2.2. Productos destinados a los usuarios	65
6.4.2.3. Oferta de productos.	65
6.4.2.4. Estrategias para la mezcla de productos.	66
6.4.2.5. Atributos de los productos.	66
6.4.2.6. Precio	66
6.4.2.7. Plaza.	67
6.4.2.8. Promoción.	67
6.4.3. Código de trabajo para un correcto funcionamiento del marketing social de la fundación.	72
6.5. Estructura de la fundación.	73
6.5.1. Acta de la asamblea constitutiva de la organización.	73
6.5.2. Estatutos.	74
6.5.2.1. Denominación social, objetivos institucionales, duración y domicilio legal.	74
6.5.2.2. Capacidad y patrimonio social.	75
6.5.2.3. Dirección y administración.	75
6.5.2.4. Disposiciones generales.	79
6.5.2.5. Deberes de lealtad, diligencia y reserva de información.	79
6.5.2.6. Conflictos de interés.	79
6.5.2.7. Políticas de calidad.	80
6.5.2.8. Administración estratégica.	82
6.6. Régimen impositivo y el papel de control por parte del estado.	84
6.6.1. Inscripción del RUC. para organizaciones no gubernamentales sin fines de lucro.	85
6.6.2. Control sobre las ONG's.	85
 Bibliografía	 87

INTRODUCCIÓN.

El presente trabajo de titulación y estudio, acerca de la creación de una organización no gubernamental sin fines de lucro que se dedica al marketing social, está dirigido a satisfacer las necesidades de información teórica de la persona interesada, sobre el tema en cuestión y su sostenibilidad. Es decir que posee el diseño de proyecto base para en un futuro, no lejano, se lo concrete prácticamente.

Los antecedentes de las organizaciones no gubernamentales en el Ecuador y a nivel mundial, demuestran que su crecimiento e importancia han sido extremadamente altos y constantes. Crecimiento resultante, por el hecho de que desarrollan una conexión entre el sector público, privado y estos, con la sociedad en general; además, se habla de importancia, por la mentalidad que algunas de ellas han adquirido, al tomar en cuenta que el manejo de las mismas comprende en todo sentido, administrar una empresa. De tal manera, el presente trabajo desarrolla un análisis administrativo comprendido en cinco capítulos.

La primera parte, está orientada a la descripción y entendimiento del entorno teórico de la organización, partiendo de la situación de decisión y definiendo objetivos; determinando antecedentes relevantes, la terminología técnica de base, necesaria para el entendimiento posterior. De esta forma se facilita el siguiente paso, que es el precisar los aspectos legales y el detalle metodológico a seguir para el desarrollo de la investigación, tal como técnicas, métodos y en general el contexto de los diferentes trabajos y públicos de la entidad.

La Segunda parte comprende la investigación sobre la sostenibilidad y específicamente la factibilidad de alcanzar las acciones institucionales a realizar, tanto desde el punto de vista de solvencia económica para cumplir los fines sociales, como la aceptación de la organización y sus planes, por parte del mercado de usuarios..

La tercera parte es la práctica, que comprende el desarrollo de el plan de negocios, enmarcado en el marketing social, garantice la venta de los servicios y la estructuración de los fondos económicos de la fundación y determine la directiva, con los estatutos de la organización, que abarcan todas las actividades estratégicas de la Fundación.

Finalmente la cuarta parte contempla el papel que juega el estado en el control de este tipo de organizaciones y su régimen impositivo actual.

Sea este trabajo, la guía, que permita al investigador, llevar a cabo el proyecto de crear una ONG. en el Ecuador y en un futuro no muy distante.

CAPITULO I : TEMA.

1.1. SITUACIÓN DE DECISIÓN

En el Ecuador las organizaciones no gubernamentales, también llamadas ONG's., sobresalen por brindar ayuda social, pero muy pocas sirven como un verdadero enlace entre las empresas privadas y la sociedad civil. Además es importante destacar que existen empresas que desempeñan un rol competitivo muy bueno, pero dejan de lado su calidad y aceptación en la sociedad y no identifican específicamente el comportamiento del consumidor hacia su producto o servicio.

Se presenta la posibilidad de crear una ONG. que proponga implantar proyectos de capacitación a dichas empresas privadas, para que alcancen una calidad total en sus productos o servicios y puedan mejorar la satisfacción de sus consumidores finales.

Al mismo tiempo, manteniendo informada a cada empresa, que el destino del pago de estos servicios, será para apoyar económicamente a la realización de programas de desarrollo y ayuda social.

Manteniendo de esta forma un capital fijo y constante en el tiempo.

Teniendo en cuenta que actualmente existen muchas compañías o empresas, con el objetivo de satisfacer necesidades y ser competitivos. Además, existen organizaciones y fundaciones que desarrollan programas de promoción para brindar ayuda social. Sin embargo es importante señalar que en general no se ha alcanzado una buena relación entre los dos sectores. Debido a esta falta de interacción, una perspectiva más amplia implica, crear una organización sin fin de lucro, que sea sostenible en el tiempo, por medio de procesos de renovación constante en las empresas privadas, enfocados en la calidad de productos o servicios. Para esto es importante que la ONG. cuente con un personal altamente capacitado en el ámbito de normas y de estrategias de calidad como son las ISO., que serán readecuadas según vayan cambiando.

1.2. DESCRIPCIÓN Y JUSTIFICACIÓN.

El proyecto tiene como finalidad, crear una Organización No Gubernamental de Desarrollo, sin fines de lucro, que implemente estrategias de marketing social, prestando servicios de asesoría continua en calidad total, a empresas privadas, encausándolas a que tengan una mejor competitividad y una mejor perspectiva del consumidor, fomentando a que sean contribuyentes constantes.

De esta manera se incentivará a los empresarios privados ecuatorianos, a permitir que la organización no gubernamental de desarrollo (ONGD.), les brinde servicios de mejoramiento de la competitividad, con un valor agregado adicional: la ayuda social que se realizará; mediante los recursos económicos obtenidos de este trabajo. Dicha ayuda consiste en programas de educación de ética y valores, y fomento al trabajo, destinados a niños y jóvenes. Proyectos que se desarrollarán paralelamente a la enseñanza en escuelas y colegios. Dicho público a ser atendido es conocido como usuario dentro el campo de las ONG's..

Se presentará una información precisa y oportuna del avance de estos programas en la sociedad y se promocionará a los contribuyentes, tanto hacia toda la sociedad civil como a las restantes empresas, según el porcentaje de apoyo brindado por cada una.

La ONGD. es de tipo intermediaria y solidaria. Realizará todas las actividades de desarrollo que se analizan posteriormente. Su estructura se basa en una Organización de beneficio público cuyos directivos la desarrollarán como organización de no membresía.

Es necesario que se realice el respectivo análisis de los principales aspectos relacionados a la creación como el marketing social y los mercados que intervienen, la calidad total y la descripción de conceptos relativos y tipologías de las ONG's., para luego proceder con el análisis de las normas legales del Ecuador y el proceso de constitución, junto al desarrollo de los lineamientos para los programas de calidad total y proyectos sociales a realizarse.

Todo ello determinado con las conclusiones obtenidas de entrevistas pertinentes realizadas a empresarios, representantes de ONG's y del estado. y a la sociedad civil con calidad de usuarios.

En la actualidad se encuentra poca relación entre el campo de empresas y sociedad, sin embargo, la sociedad es la consumidora de los productos o servicios de la empresas y por lo tanto debe existir una retroalimentación entre las mismas.

Desde un inicio se busca formar un enlace entre las dos y permitir que del uno al otro se transfiera tanto información precisa y oportuna como apoyo social y económico; sin que esto implique quitar a unos para dar a otros.

1.3. ANTECEDENTES.

Dentro del contexto de las organizaciones de la sociedad civil, y particularmente las ONG's., cuyas siglas significan Organización No Gubernamental, el estudio para su creación y funcionamiento ha cobrado en la actualidad un creciente interés, el cual se enmarca en un sustancial auge de las sociedades civiles como organizaciones y fundaciones sin fines de lucro, principalmente en Latinoamérica y con características propias de cada país.

Aunque en el pasado la participación de las ONG's. estuvo inicialmente orientada hacia el suministro de servicios enfocados hacia la pobreza o al mejoramiento de las relaciones costo-resultado de los servicios, con una participación frecuentemente muy pequeña de los proyectos, en los últimos años los roles de las ONG's. se han ampliado y profundizado. Este nivel superior de colaboración y trabajo, que de hecho, gracias al respectivo gobierno, ha permitido identificar las importantes contribuciones de las ONG's. como fuentes de conexión de información, asesoría competitiva y ayuda económica entre la sociedad y las empresas privadas, por lo tanto crear y fomentar un desarrollo más allá de su capacidad de ofrecer servicios.

Desde un principio las ONG's. fueron adquiriendo importantes conocimientos especializados, como en los temas ambientales y en comunidades de escasos recursos o pobres, ahora están en capacidad de promover enfoques de desarrollo participativo, además de identificar y satisfacer necesidades de la población. Inclusive fortalecer la información y su educación, que se manejan en el desarrollo de la vida como son sus derechos, valores, ética, capacidad e incentivos de trabajo y participación en la armonización de las políticas y las prácticas gubernamentales con las necesidades de todos.

En el marco histórico sobre el ambiente de Ayuda Social es impreciso determinar el momento justo en que nacen las ONG's.. Ninguna organización civil surgió de la noche a la mañana, las iniciativas sociales y tendencias asociativas se traslapan unas y otras, muchas veces siendo informales. El pronunciamiento de las ONG's. es relativamente joven, aparentemente se consideran unos 25 años de existencia, caracterizado por una pérdida de confianza sobre referentes políticos y religiosos, presionando a que tantas personas en el mundo adquirieran un sentido de colaboración social.

Mediante este cambio societario, es probable que la primera y muy grande ONG., sea la "Cruz Roja", que nació como un simple movimiento de colaboración social informal, después de la batalla de Solferino en 1859, durante la unificación de Italia. Se caracterizó por ser un grupo de personas que se prestaron a socorrer a soldados heridos en batalla por un conflicto bélico, lo cual conllevó a que todo país contendiente la organice. Sin embargo con el tiempo se constituyó como un órgano interlocutor entre los gobiernos dentro del Derecho Internacional Humanitario.

Aunque en un principio estas organizaciones mantenían una dependencia directa con las redes asistenciales de Iglesias o parroquias, con el tiempo se empiezan a distanciar y con el auge de las primeras corrientes pacifistas, ayuda social y ecologistas, en el mismo orden, surgen organizaciones y movimientos de muy diverso alcance social.

Con relación a las funciones de las ONG's., estas han ido ampliándose y en cada país, han permitido y promovido una sociedad civil fuerte que bien informada participa en asuntos públicos, debido a la capacidad de las organizaciones para ser mediadoras entre el Estado y la sociedad, de cumplir funciones de ayuda social y de fomentar gobiernos responsables.

Como el resultado de que un sector saludable de ONG's. empezó a crear una inmensa contribución al desarrollo, se han venido realizando estudios, por los diversos fondos de Inversión Social Internacionales, sobre los sectores nacionales de las ONG's., estableciéndose que con frecuencia las leyes aplicables a las ONG's. son imprecisas, muchas veces impredecibles, restringiendo el trabajo social. Se ha determinado que el estado juega un papel muy importante al momento de presentar o ignorar dichos obstáculos en el sector, por una parte impiden que se desarrolle todo el potencial de las ONG's., y de otra parte cuando estas leyes son demasiado laxas o simplemente no existen. Consecuentemente se crearon instituciones internacionales con la finalidad de mantener dichos estudios y con un valor adicional, el de escoger dentro de las políticas de la ONG. los mejores principios fundamentales y prácticas constructivas, de esta manera crear manuales guía del sector, para todos los estados.

En la actualidad existen grupos de sociedad civil que defienden intereses específicos, que critican y cuestionan las políticas gubernamentales; además, hay agencias de servicios sociales que realizan proyectos para los mismos gobiernos. Existen grupos minoritarios informales, otros grandes que se asocian para fines culturales y literarios, así como otros que defienden los derechos humanos.

Algunas ONG. son pequeñas y nacionales, otras son muy grandes e intensas en trabajo internacional, sin embargo todas ellas contribuyen en una manera muy significativa, al interés general que la sociedad tiene o debería tener para alcanzar la paz social, el pluralismo, la tolerancia, la educación, el alivio a la pobreza, el desarrollo de valores morales y éticos, los derechos humanos, la investigación y desarrollo, el arte y la cultura, la protección del medio ambiente y los recursos naturales; y de manera

general, todo el desarrollo e intereses multifacéticos que comprende una sociedad civil innovadora y eficiente.

En el Ecuador, el desarrollo de las ONG's. siempre se ha mantenido en aumento, gracias a fondos de apoyo a organizaciones locales, fomentados por el estado. Con lo que se persigue el objetivo de robustecerlas en sus medios financieros y técnicos para convertirse en la voz de los pobres y trabajar en la consecución de programas de ayuda a los grupos de base marginados.

El financiamiento que se aporta a las organizaciones no gubernamentales, fluctúa entre 10.000 y 20.000 marcos alemanes por año y puede extenderse por varios años más. Dicho financiamiento comúnmente se lo utiliza como subsidio de sueldos, para la adquisición de equipos y herramientas, para la realización de cursos de capacitación de los grupos meta, etc..

Se ha estado apoyando a organizaciones que trabajan con grupos del sector urbano marginal de Quito, invirtiendo en medidas tendientes al fortalecimiento institucional, así como en el desarrollo de proyectos productivos para su autofinanciamiento posterior.

También se ha creado un fondo financiero para realizar pequeños proyectos a favor de grupos de autoayuda. Se recibe una solicitud, se realiza una visita al grupo y en el caso de ser aprobado el proyecto, se procede a la entrega de la donación. Por lo general los montos alcanzan un máximo de hasta 5.000 marcos alemanes, y siempre se financia un solo proyecto de cada grupo. Este fondo está destinado a impulsar actividades que generen ingresos y/o permitan mejorar el nivel de vida de la sociedad civil menos favorecida.

Evidentemente las ONG's. en el Ecuador y el mundo, no son perfectas como no lo es ninguna sociedad de las que surgen y muchas veces existen confusiones entre lo humanitario y lo político. Existen grandes debates sobre la capacitación de recursos humanos la profesionalización de sus miembros y la correcta búsqueda de la eficiencia, en general, junto con el promover o no nuevas leyes de beneficio social; sin embargo, el factor principal que se debe tener en cuenta es que ese mundo de miseria y falta de educación en donde nos movemos, sería mucho peor sin el apoyo social.

1.4. OBJETIVOS DEL TRABAJO.

1.4.1. OBJETIVO GENERAL.

Crear una organización no gubernamental, sin fines de lucro, dedicada al marketing social, que sirva como enlace entre las empresas privadas de Quito y su sociedad, para alcanzar un desarrollo mutuo.

1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

Identificar el por qué los empresarios privados de Quito, entregan y entregarían apoyo económico a la sociedad y determinar con ello, si preferirían que sus donaciones

- Elementos correctos para inducir aporte.
- Factor de estímulo de los aportes.
- Porque una muestra tan pequeña?
- Quié hace pensar que mentalidad emp. variable?
- Costos?

impliquen la mejora de su competitividad, por servicios de la ONG. en asesoría en calidad; mediante entrevistas a un grupo específico de empresas típicas en tamaño.

Conocer a través de un focus group, la percepción de los padres sobre los factores que impiden a sus hijos, recibir educación o cursos de enseñanza y determinar cuáles son los mejores incentivos que se pueden aplicar para lograr concurrencia de niños y jóvenes a los programas de ayuda.

Crear la misión, visión, objetivos y estrategias de la ONG., delimitando planes de acción, mediante estrategias de marketing social, para desarrollar los programas de enseñanza de valores, en la ciudad de Quito.

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO Y EMPÍRICO.

2.1. MARCO TEÓRICO.

2.1.1. DEFINICIONES RELATIVAS, TIPOS Y CARACTERÍSTICAS DE LAS ONG'S.

En el contexto de la creación de una Organización No Gubernamental es necesario identificar algunos términos técnicos relativos a todas las asociaciones que engloba una ONG., en su aspecto legal, frente al estado y por consiguiente entender su tipología.

2.1.1.1. Organización no Gubernamental (ONG.).

Es preciso destacar que, "ONG." no es un término legal. Se lo maneja por ser un término usado casi universalmente por las Naciones Unidas y otras entidades nacionales o multinacionales para identificar a las entidades no gubernamentales sin ánimo de lucro que están dedicadas a actividades de desarrollo o de defensa de intereses sociales. Engloba toda asociación, fundación, sociedad, corporación sin fines de lucro u otra persona jurídica que no esta considerada como parte del sector gubernamental y que no funciona con ánimo de obtener utilidades, es decir, que si se llegasen a producir, no pueden ser distribuidas como tales.

De acuerdo con el uso ordinario del término, muchas entidades que se consideran generalmente parte del sector sin ánimo de lucro, tales como universidades privadas o institutos de investigación, no son incluidas.

En una adaptación de varios conceptos referidos por entidades sociales y las mismas ONG's., "Son instituciones privadas, de carácter social, autónomas, jurídicamente fundadas y que actúan sin mantener fines de lucro, cuya finalidad es la promoción y cooperación para el desarrollo integral y que abarcan gran variedad de grupos e instituciones que son en su totalidad en gran medida independiente de los gobiernos y que se caracterizan principalmente por tener objetivos humanitarios de provocar solidaridad y promover el desarrollo en los pueblos y sociedades".

Es decir, que son ampliamente independientes del gobierno y que se caracterizan primordialmente por tener objetivos humanitarios y/o de cooperación, en vez de objetivos comerciales; en su mayoría se dedican a mantener actividades dirigidas a impartir capacitación educación y cultura, fomentar el desarrollo comunitario, aliviar el sufrimiento, proteger el medio ambiente, promover servicios y apoyar a los grupos más pobres para que compartan los beneficios del desarrollo. Estas en su mayoría, dependen total o parcialmente de donaciones y trabajo voluntario, otras, pero muy pocas dentro de la cantidad de organizaciones existentes, están prestando cierto tipo de servicios y productos, tanto a empresas privadas nacionales e internacionales, para obtener una mejor recaudación de fondos y hacer que sean constantes y de igual manera con fines de promoción social.

Las "ONG's." exclusivamente son entidades organizadas formalmente y establecidas bajo el cumplimiento de los requisitos legales. Son reconocidas como personas jurídicas de acuerdo con el sistema legal del Ecuador. No incluye ninguna organización que esté autorizada por la ley o por sus propios estatutos para distribuir ganancias o

utilidades. No incluye tampoco sindicatos, partidos políticos, compañías de seguros para la protección y el beneficio mutuo de los socios, iglesias y cooperativas que distribuyen utilidades. La razón fundamental para excluirlas, consiste en que el sistema jurídico las dirige por normas especiales porque se ocupan de intereses particulares como ocurre, por ejemplo, con los sindicatos, los partidos políticos o las iglesias.

Se extiende el término ONG. a las asociaciones de profesionales, los clubes sociales, las asociaciones gremiales de comercio o industria, las organizaciones educativas, los museos y muchas otras clases de organizaciones que constituyen lo que se ha dado en llamar el "tercer sector", el "sector sin ánimo de lucro", el "sector independiente", o lo que se utiliza recientemente, la "sociedad civil".

"La característica más importante para definir las ONG's. es que a éstas les está prohibido distribuir ganancias".

Observando el campo de las ONG's. a nivel Mundial, no existe acuerdo terminológico para describir el sector de las ONG's., no por los diferentes idiomas, sino por los diferentes términos.

Los japoneses de "koeki hojin", los franceses, la denominan "économie sociale"; los británicos hablan de "public charities", y los alemanes utilizan el término "vereine" que significa simplemente "asociaciones".

Además de emplear el vocablo ONG's., los estadounidenses hablan de "sin utilidades" ("nonprofits"), "organizaciones sin ánimo de lucro" ("not-for-profit organizations"), "organizaciones exentas" ("exempt organizations") y "organizaciones privadas voluntarias" ("private voluntary organizations").

Además, la "Organización Mundial que Promueve la Participación Ciudadana", CIVICUS, actualmente utiliza el término "Organización de la Sociedad Civil" ("civil society organization") manejándolo como un termino mucho más amplio en tanto su nombre indica toda asociación civil.

2.1.1.2. Organización No Gubernamental de Desarrollo (ONGD.).

Cada país, en cada momento, se encuentra inmerso en un proceso de desarrollo. Algunos países crecen aceleradamente en los aspectos económico y social; otros se encuentran rezagados en vías de desarrollo y no faltan países subdesarrollados. Históricamente, las organizaciones internacionales han estado prestando importancia a muchos aspectos humanitarios de países pobres, además de mejorar sus propios países a nivel nacional. A estas ONG's. se las destaca por su enfoque humanitario de desarrollo.

Las ONGD. se han definido de muy distintas maneras; así el *Banco Mundial* las tipifica del siguiente modo:

"Organizaciones privadas que persiguen actividades para aliviar el sufrimiento, promover los intereses de los pobres, proteger el medio ambiente, brindar servicios sociales básicos o realizar actividades de desarrollo de la comunidad".

Otra definición, con un carácter más sociológico, es la de la "Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico" (OCDE) :

"Es una organización fundada y gobernada por un grupo de ciudadanos privados con un declarado propósito filantrópico, y sostenida por contribuciones individuales privadas".

De esta manera, consolidando conceptos atribuciones y metas, es un término más preciso, "Su acción busca la canalización de recursos públicos y privados para llevar a cabo proyectos de desarrollo autónomos en los países subdesarrollados. Esta acción sobre el terreno se complementa con las actividades de sensibilización y educación para el desarrollo, así como incentivos al trabajo y realizando actividades de presión política ante los gobiernos y los organismos"

Destaca, por tanto:

- Su carácter social.
- La independencia del ámbito gubernamental.
- La ausencia de finalidad lucrativa.
- La promoción del desarrollo como objetivo a través de diferentes estrategias: los proyectos de desarrollo, la sensibilización y educación para el desarrollo, el incentivo al trabajo y la presión política.

Tradicionalmente, se ha clasificado a las ONGD. según las motivaciones que mantienen los miembros de las organizaciones. De esta manera, se distingue entre ONGD.:

- *Religiosas*, creadas por iglesias e instituciones religiosas.
- *Político-sindicales*, vinculadas a los partidos políticos y sindicatos.
- *Solidarias*, que provienen de los movimientos y comités de solidaridad de los setenta; y en los ochenta se transformaron en *organizaciones de cooperación al desarrollo*.
- *Internacionales* que están vinculadas a instituciones internacionales.
- *Universitarias* nacidas en el seno de la universidad.

Actividades de Cooperación en el ámbito no gubernamental:

Actualmente, existen más de 4.000 ONGD. en los países del "Comité de Ayuda al Desarrollo" (CAD), que es parte de la OCDE, y realizan diversas actividades con la finalidad de promover el desarrollo.

- A) La actividad más común es la *transferencia de recursos* (financiación, bienes y servicios) a la sociedad, a través de acciones, programas o proyectos.
- B) Las acciones de *sensibilización, fomento al trabajo y educación para el desarrollo*. Su objetivo es aumentar el volumen de participación, intensificar la solidaridad entre los pueblos y promover la toma de conciencia de la problemática del subdesarrollo.

Las acciones que se llevan a cabo en este ámbito son diversas:

- *Actividades dirigidas a la opinión pública:* exposiciones, charlas, campañas divulgativas, colectas de fondos, etc.
 - *Educación formal:* a través de la introducción en los materiales curriculares de la problemática del tercer mundo.
 - *Educación no formal:* mediante acciones de capacitación. Actuando como centros de documentación, o están especializadas en la elaboración y difusión del material sobre la problemática del subdesarrollo.
 - *Fomento al trabajo:* mediante programas de desarrollo de actividades de trabajo para el bien individual de cada persona y en común para la sociedad, conllevando luego a crear el llamado comercio alternativo (analizado a continuación).
- C) Las *campañas de presión política* realizadas de manera puntual como son las conferencias intergubernamentales convocadas por organismos de las Naciones Unidas o también de manera sistemática sobre temas de deuda externa, ayuda oficial al desarrollo y otros aspectos políticos. Únicamente un 7% del total realiza estas acciones.¹
 - D) Las actividades dirigidas específicamente a los *medios de comunicación*. Se destaca la elaboración de códigos de conducta sobre la utilización de imágenes y mensajes relativos al tercer mundo y las publicaciones e investigaciones realizadas por las ONGD..
 - E) El *comercio alternativo*. Su objetivo es crear canales alternativos de distribución y comercialización de productos. Sólo un 3% de las ONGD. se dedicaban a este tipo de actividades en 1990², porcentaje que ha incrementado en los últimos años mas no significativamente.

Una ulterior clasificación es la que distingue entre:

- Las ONG's. *de acción directa*. Están inmersas en las bases sociales con las que trabajan, colaborando directamente con las organizaciones de base, asociaciones de pobladores, talleres artesanales, comunidades campesinas, etc., desarrollando su actividad en programas que tienen que ver mucho con la asistencia social.
- *ONG. intermediarias*. Se encargan de solicitar recursos y ayudas, establecer relaciones, asesorar en aspectos técnicos, organizativos y financieros, etc..
- *ONG. de estudio*. Están formadas por profesionales que realizan análisis de coyuntura sobre el país o los sectores en crisis, sirviendo a veces de asesoría a los gobiernos. Son una mezcla de centros de estudio, equipos de análisis y consultoría, etc..
- *ONG. de defensa de los derechos humanos*. Constituyen una red importante en casi todos los países, fundamentalmente en aquellos en los que su violación ha sido mayor.

1 Estadísticas del Banco Mundial - www.wto.com .

2 Estadísticas del Banco Mundial - www.wto.com .

2.1.1.3. Beneficio Mutuo vs. Beneficio Público.

Es importante distinguir dos tipos de ONG's.. por cuanto de esta distinción dependen los derechos y las obligaciones que la ley les asigna. Se trata, de un lado, de las ONG's.. que están organizadas y que funcionan primordialmente para el beneficio mutuo o interno de un determinado grupo de individuos, que pertenecen la mayoría de las veces a una *organización* manejada y controlada por sus propios miembros , generalmente destinadas al *Beneficio Mutuo* y por ende llamadas *MBO's.*; del otro lado, las que tienen por misión principal el beneficio de toda la sociedad o de segmentos del conjunto de la sociedad que corresponden a las *Organizaciones de Beneficio Público, o PBO's.*

Aunque esta amplia distinción entre actividades emprendidas para el beneficio de los propios miembros o del interés público parece clara, puede resultar muy difícil aplicarla a casos particulares. Es pertinente por ello sugerir ciertas pautas para su aplicación.

Primero, si las PBO's. están identificadas, entonces todas las demás organizaciones pueden ser clasificadas como MBO's..

Segundo, para determinar si una organización es de beneficio público se requiere establecer si sus propósitos y actividades influyen o están destinados a influir los intereses del conjunto de la sociedad o de una parte significativa de ella.

Todavía es posible agregar otras pautas útiles. No obstante que la existencia, por ejemplo, de grupos de canto y de clubes de vela es ordinariamente útil para toda la sociedad, tales organizaciones son MBO's. y no PBO's.. En otras palabras, el hecho de que la existencia de organizaciones dirigidas y controladas por sus propios miembros ("membership organizations") sea positiva para una sociedad no hace de ellas, entidades que sirven al interés público.

Con respecto a las PBO's., es bien conocido mundialmente el hecho de que una organización atiende el bien público cuando presta servicios a segmentos definidos de la sociedad. Así por ejemplo, una ONG. fundada para cuidar de los niños lisiados en un suburbio de una ciudad, es una PBO..

Es acertado otorgar a las PBO's. mayores beneficios (la deducción tributaria para las donaciones) e imponerles mayores responsabilidades (exigencias más estrictas de informes financieros y publicidad).

México y Argentina, por ejemplo, permiten las deducciones del impuesto sobre la renta por concepto de las contribuciones a fundaciones que tienen un propósito de beneficio público; pero les impone al mismo tiempo mayores exigencias que a las demás, en lo que respecta a la información financiera que deben suministrar y revelar.

2.1.1.4. Organizaciones Controladas y Organizaciones no Controladas por sus propios Miembros.

Una ONG. de *membresía* es aquella en la cual el más alto cuerpo directivo está formado exclusivamente por miembros de la organización; usualmente tiene una junta directiva o instancia equivalente, cuyos directivos son elegidos por los miembros de la organización y deben responder ante éstos.

Una ONG. de *no-membresía* es aquella en la cual la máxima instancia directiva consiste en una junta de directores o en un cuerpo colegiado similar. Si bien las vacantes en el consejo o junta de directores pueden ser suplidas por los otros directores o por nominación de terceros (como los fundadores), la junta misma no es responsable ante una instancia superior de la organización.

En el sistema de derecho civil, una "fundación" es la forma básica de las organizaciones de no-membresía y las fundaciones no están usualmente obligadas por la ley a contar con un patrimonio significativo o a dedicarse principalmente al otorgamiento de recursos.

Existe una diferencia estructural entre las organizaciones de membresía y las de no-membresía. Una organización de membresía está generalmente sometida a la supervisión o vigilancia *adicional*, por parte de sus miembros y, por razón de esta fiscalización interna, se puede argumentar que está llamada a menor escrutinio o inspección por parte del gobierno. En la práctica, sin embargo, los miembros no ejercen adecuada vigilancia sobre el manejo de la asociación. Además, el público sí tiene interés en la dirección y en las operaciones de las organizaciones de membresía constituidas para propósitos públicos o cuyas actividades afectan el interés público.

Si bien una organización de membresía puede ser una MBO. o una PBO., lo usual es que quienes constituyan una ONG. para emprender actividades para el beneficio mutuo lo hagan bajo la forma de una organización de membresía. Aunque una organización de no-membresía puede ser una MBO o una PBO, es característico que una organización interesada en realizar actividades para el beneficio de la sociedad en su conjunto o de un cierto segmento de la sociedad, sea establecida como una organización de no-membresía.

2.1.1.5. El tercer Sector

No solo los otros dos sectores, el público y el privado productivo o mercantil, advierten más la fuerte presencia del tercer sector, el cual comprende el sector integrado por las propias ONG's., y en la actualidad alcanza una consideración de especial relevancia a nivel mundial.

2.1.1.6. Términos Legales.

Los siguientes conceptos se confunden frecuentemente en el sistema de derecho civil, es necesario manejarlos correctamente.

- **Ley.** Es una norma jurídica de alcance general con carácter obligatorio y poder coactivo, promulgada por el estado o por otro cuerpo legislativo competente.
- **Decreto Legislativo, Decreto Reglamentario, Decreto.** Son normas de carácter obligatorio firmadas y publicadas por un órgano ejecutivo del Estado, como la Presidencia de la República, los Ministros o el Congreso.
- **Reglamentos, Resoluciones.** Son instrucciones de carácter administrativo adoptadas y divulgadas por un ministerio o agencia gubernamental.

Los funcionarios del gobierno generalmente están obligados a observar los reglamentos, y estas normas suelen tener carácter obligatorio para ciudadanos u organizaciones afectados en la materia. No obstante, las instrucciones de regulación administrativa se destinan típicamente a interpretar y orientar la aplicación de las leyes o decretos, y no constituyen por sí mismas normas con fuerza de ley. Con frecuencia, los jueces respetan la competencia técnica del órgano gubernamental que ha expedido un reglamento, y lo observarán en la decisión que resuelva un litigio; pero, generalmente, lo ignorarán cuando el reglamento extralimite el alcance o el significado de la ley que rige para el caso.

- **Corporaciones.** Son asociaciones cuya finalidad predominante es la de velar y defender el interés público. Por ejemplo, clubes, comités, centros, etc., con un mínimo de cinco miembros fundadores.

- **Fundaciones.** Son entidades u organizaciones no gubernamentales sin fines de lucro, de acción benéfica o cultural constituida y sostenida por tres o más particulares fundadores, cuya voluntad continúa y cumple. En el Ecuador se debe considerar que las leyes disponen la existencia de una directiva con un mínimo de tres personas.

- **Estatutos u Ordenanzas.** Son los documentos que, cuando han sido aceptados o aprobados, en este caso, por el Ministerio de Bienestar Social, constituyen la organización y definen sus derechos, deberes y facultades, establecen la estructura de dirección o manejo y en general, determinan los parámetros legales dentro de los cuales la organización operará.

Los estatutos de las fundaciones, que fueren formados por ellas mismas, serán sometidas a la aprobación del Presidente de la República (a través del Ministerio de Bienestar Social), que se la concederá si no tuvieren nada contrario al orden público, a la leyes o a las buenas costumbres.^a

En los sistemas de derecho civil, se emplea el término "estatuto" o "estatutos" para referirse a los documentos que rigen la vida de la organización.

Los estatutos son obligatorios y los miembros de la ONG. o fundación deben obedecerlos y someterse a las respectivas sanciones que estos mismos impongan. Es decir que incluido delitos graves pertinentes, se sancionarán por los estatutos y sin ningún perjuicio de lo que dispongan las leyes comunes.

- **Persona Jurídica.** Se llama persona jurídica a una persona ficticia, capaz de ejercer derechos y contraer obligaciones civiles, y de ser representada judicial y extrajudicialmente.

Se constituye por el un privilegio concedido por el derecho impositivo ecuatoriano.

Las personas jurídicas son de dos especies: corporaciones y fundaciones de beneficencia pública.

Hay personas jurídicas que participan de uno y otro carácter.^b

No son personas jurídicas las fundaciones o corporaciones que no se hayan establecido en virtud de una ley, o no hayan sido aprobadas por el Presidente de la República.^c

a Código Civil de la Republica del Ecuador. - Título XXIX "De las Personas Jurídicas". - Art. 586 (ex 590).

b Código Civil de la Republica del Ecuador. - Título XXIX "De las Personas Jurídicas". - Art. 583 (ex 587).

c Código Civil de la Republica del Ecuador. - Título XXIX "De las Personas Jurídicas". - Art. 584 (ex 588).

- **Constitución Jurídica.** Es el proceso legal formal mediante el cual una ONG. adquiere la calidad de persona jurídica.

En el sistema de derecho civil el término utilizado frecuentemente es "registro". El término "constitución jurídica" se utiliza para referirse indistintamente al mismo concepto bajo todos los sistemas, es decir, al proceso mediante el cual los documentos formalmente notariados o firmados en presencia de testigos son inscritos de conformidad con los procedimientos prescritos ante el Ministerio de Bienestar Social, en este caso, ya que el proceso de aprobación lo acogerá, el ministerio competente según los fines organizacionales o fundacionales.

Cuando la inscripción es aceptada, la ONG. es creada legalmente en calidad de persona jurídica.

El término "constitución jurídica" se refiere al nacimiento de una ONG. en cuanto entidad legal formalmente constituida. Debe destacarse el hecho de que las leyes para la constitución de una ONG. en el Ecuador, exigen el cumplimiento de ciertas acciones que deben realizarse antes de la inscripción legal de la entidad; por ejemplo, la asamblea constituida por los miembros fundadores y la adopción por parte de ellos de los estatutos de la entidad.

- **Terminación.** Es la decisión de dar por terminado el estatus legal de una ONG. en cuanto a su personería jurídica, ya sea por voluntad de la más alta instancia directiva de la ONG. o por acción o decreto gubernamental.

- **Liquidación.** Es el proceso de conclusión de los asuntos y negocios de una ONG. que está siendo terminada, conforme al concepto anterior.

- **Disolución.** Es el momento preciso en el cual una ONG. que ha sido terminada y ha estado en proceso de liquidación deja de existir como persona jurídica.

- **Junta Directiva.** Es el cuerpo colegiado formado por individuos designados o elegidos que dicta las políticas para una ONG. y que ejerce regularmente la vigilancia y supervisión de sus finanzas, operaciones y actividades.

Las organizaciones de membresía pueden tener una junta directiva; las organizaciones de no-membresía deben tener siempre una junta directiva.

Muchas organizaciones de membresía no tienen una junta directiva. Los funcionarios que manejan la organización deben presentar reportes directamente a la asamblea de miembros que se reúnen periódicamente, y son supervisados y controlados por ella. Al mismo tiempo, muchas organizaciones de membresía, particularmente las grandes, tienen una junta directiva que formula las políticas y supervisa el manejo de la organización. Esta junta es típicamente elegida por la asamblea general de todos los miembros.

- **La Asamblea General de Miembros.** Es la reunión de los miembros de una organización, exigida por la ley, usualmente con periodicidad anual o bianual, en la cual se definen o se reforman las políticas básicas de la organización, se elige la junta directiva y se toman otras decisiones de similar envergadura.

- **Patrimonio.** La suma de dinero poseída e invertida por la organización con el fin de cumplir a cabalidad sus propósitos.

Los réditos o ingresos de la dotación (los dividendos o los intereses) pueden ser destinados a las operaciones o los programas de la entidad; pero se exige generalmente que la dotación se mantenga intacta a perpetuidad para el mantenimiento de la organización en el largo plazo.

El término "patrimonio" se utiliza en el sistema de derecho civil.

- **Subsidiaria.** Es en sí misma una persona jurídica, poseída o controlada por una o más entidades que también tienen existencia legal, con responsabilidades y acciones con capacidad de robustecer a su entidad principal.

- **Afiliada o Asociada.** Es en sí misma una persona jurídica, vinculada a otra entidad por medio de la propiedad común que de ellas tiene una tercera persona jurídica. Puede ser también una persona jurídica que comparte su nombre, sus directores y/o su adhesión a estándares igualmente comunes con una o más organizaciones distintas a ella.

- **Sucursal u oficina.** Es una oficina de una persona jurídica, frecuentemente ubicada en un país extranjero, que no es en sí misma una persona jurídica independiente.

- **Beneficios Tributarios Fiscales.** Tratamiento privilegiado otorgado por una o más leyes tributarias.

El hecho de tener el estatus de entidad exenta de acuerdo con la ley del impuesto sobre la renta es un beneficio fiscal.

Sin embargo, si a quienes otorgan donaciones hacia las ONG's. se les conceden deducciones en el cálculo de su renta imponible o créditos contra el impuesto determinado, se tratara, también, de beneficios fiscales que permitirán un estado público y privado más fuerte. Una ONG. que est  exenta de impuestos sobre la propiedad o se aplica una tarifa igual a cero para los efectos del impuesto al valor agregado (IVA), también goza de beneficios fiscales.

2.2. MARCO EMPÍRICO.

2.2.1. LEGISLACIÓN PARA LAS ORGANIZACIONES NO GUBERNAMENTALES.

Se dispone, según la legislación ecuatoriana, la constitución legal de la organización no gubernamental, en calidad de fundación de beneficio público, sin fines de lucro y dirigida mediante dirección de no membresía. Se analiza las leyes y normas del sistema jurídico sobre la ONG., con el objeto de sentar bases para la creación, en lo concerniente a la aprobación de la personería jurídica de la fundación. Dentro de la cual se presentan los respectivos planes jurídicos y posteriormente para los estatutos.

2.2.1.1. APLICACIÓN DE LA LEGISLACIÓN Y CONSTITUCIÓN LEGAL DE LA ONG.

El punto de partida para la creación de la ONG. es el análisis de la normativa legal implantada en la legislación ecuatoriana.

Las leyes escritas no tienen función mientras no exista asimilación y aplicación de una forma práctica y responsable. Para ello se analizan los siguientes puntos de importancia.

- **Derechos Civiles** ^d.- Sin perjuicio de los derechos establecidos en la constitución y en los instrumentos internacionales vigentes, el estado reconocerá y garantizará a las personas los siguientes:

5. El derecho a desarrollar libremente su personalidad, sin más limitaciones que las impuestas por el orden jurídico y los derechos de los demás;

16. La libertad de empresa, con sujeción a la Ley;

17. La libertad de trabajo. Ninguna persona podrá ser obligada a realizar un trabajo fortuito o forzoso;

18. La libertad de contratación, con sujeción a la Ley;

19. La libertad de asociación y de reunión con fines pacíficos;

22. El derecho de participar en la vida cultural de la comunidad.

- **Análisis de las Relaciones entre las Leyes que rigen las ONG's. y las Leyes o Normas del Sistema Jurídico.**

Derechos, Restituciones y Sanciones. La ONG. tiene los mismos derechos, privilegios, facultades e inmunidades que se predicen generalmente de las personas jurídicas. Y está sujeta a los mismos procedimientos, prohibiciones y sanciones que el derecho civil y el derecho penal prescriben para las personas jurídicas en general.

Una vez constituida, la ONG. adquiere personalidad jurídica. Ello significa que tiene el derecho de celebrar contratos, vincular empleados, arrendar equipo y maquinaria, arrendar espacio de oficina, abrir cuentas bancarias, etc., en su propio nombre y a su propio cargo, con el fin de realizar los fines fundacionales. De la misma manera, al igual que las demás personas jurídicas, la ONG. puede entrar en sociedades, siempre y cuando su participación en estas figuras sea consistente con los propósitos y con las facultades de la organización.

Por supuesto, las ONG's. están sujetas también a reglas específicas en atención a sus necesidades y características especiales.

La adquisición de la personalidad jurídica por parte de la ONG. significa ordinariamente que esta nueva organización es la responsable por los contratos, arrendamientos de bienes de capital fijo, relaciones laborales, etc., de los que haga parte. La ONG. deja de ser una suma de individuos, donde cada uno de los cuales es responsable por las obligaciones legales en las que se incurra. En otras palabras, la nueva persona jurídica adquiere "responsabilidad limitada". La nueva persona jurídica (ONG.), es la responsable; los individuos que la conforman no lo son. Por supuesto, los individuos o las personas naturales involucradas en la ONG. pueden llegar a ser responsables de sus propios actos u omisiones; pero *el rasgo fundamental de la constitución de una*

ONG. como persona jurídica es que la Organización y no sus miembros fundadores, sus directivos o sus empleados se hace responsable de sus proyectos y de sus responsabilidades legales.

Las entrevistas permiten destacar que no es necesario establecer un conjunto de leyes específicamente dirigidas a las ONG's.. Las ONG's. sólo necesitan tener los mismos derechos de que gozan las demás personas jurídicas. De la misma manera, las ONG's. deberían estar sujetas a los mismos deberes, sanciones y penas que se aplican a las otras personas legales. Por ejemplo, las ONG's. están sujetas a las mismas leyes laborales que se aplican a las otras personas jurídicas. De este modo, los empleados de las ONG's. podrían estar en capacidad de exigir el salario mínimo legal, tener el derecho a formar sindicatos y realizar huelgas, y quedar sujetos a varios impuestos basados en la nómina o el empleo.

Recursos por las vías Administrativa y Judicial. Todos los actos o decisiones que afecten a las ONG's quedan sujetos a los mismos recursos administrativos y judiciales a que tienen acceso las demás personas jurídicas. En particular, las decisiones que rechazan la creación de una ONG, las decisiones que le imponen multas, impuestos u otras sanciones, o que determinan la disolución o terminación de la entidad deberían ser susceptibles de recurso ante tribunales independientes.

El Estado de derecho es esencial para el desarrollo de toda sociedad y economía modernas. Es por ello que el derecho debe otorgar a todas las personas, incluidas las personas jurídicas como lo son las ONG's., la facultad de presentar recursos contra las decisiones que las afecten ante tribunales independientes.

Por ser una persona jurídica, la ONG. debe cumplir fines colectivos que nacen por voluntad de los asociados; con una sola determinante y diferencia, que es la ausencia de fines de lucro. Por lo tanto un limitante en el manejo de los recursos, es que la ONG. no dispone de reparto de utilidades en el desarrollo de sus objetivos.

Problemas creados por la superposición de las leyes o la contradicción entre ellas. Muchas de las ONG's., especialmente aquellas involucradas en cuestiones de desarrollo, hacen parte de transacciones o negocios internacionales. Por ejemplo, algunas son financiadas mediante donaciones o convenios internacionales. Para otras, la terminación puede requerir la reversión de activos a una organización semejante en otro país o a un donante extranjero. Cuando surgen aspectos de este tipo, pueden brotar preguntas en torno a cuál es el sistema legal aplicable; más, la mayoría de los sistemas legales cuentan con principios generales para la resolución de los casos de superposición de leyes y estos principios se aplican a las ONG's. de la misma manera que se aplican a las demás personas jurídicas.

2.2.1.2. EXISTENCIA LEGAL DE LA ONG., PERSONERÍA JURÍDICA.

Tal como está estipulado en el Código Civil, las ONG's. son representadas por las personas a quienes la ley acuerde aprobar como miembros.

Los actos que realicen los representantes de una ONG., son actos de la misma en cuanto no excedan los límites impuestos por el Ministerio de Bienestar Social, mientras

que si llegasen a traspasar dichos límites, solo obligan explícitamente del representante.

Se destaca que todo lo que pertenece a un ONG. o fundación, no necesariamente pertenece a los miembros, individual o colectivamente, que la componen; ya sea en todo o en parte. De igual manera con todo lo que respecta a deudas; no se da a nadie el derecho de demandar a los miembros de una fundación por deudas que esta mantenga.

No obstante los miembros pueden, por voluntad propia, obligarse a responder por la fundación y mantener una responsabilidad solidaria. Pero se debe especificar que esta responsabilidad no se extiende a los herederos, sino cuando los miembros de la fundación los hayan incluido.

Es importante destacar que si una fundación no esta identificada y registrada legalmente, por ley se determina que sus actos colectivos obligan a los miembros solidariamente.

Para determinadas acciones de una fundación, se considera a la mayoría de los miembros que posean capacidad de voto, como una Sala o Reunión real; la cual representa a toda la fundación. Su voluntad es la voluntad de la fundación, pero dentro del contexto de los Estatutos pertinentes.

Las Organizaciones sin fines de lucro pueden conservar indefinidamente y sin ninguna necesidad de obtener alguna autorización, los bienes raíces que posean o adquieran. Así mismo los acreedores tienen acción contra los bienes de estas como contra los de una persona natural que se encuentra bajo tutela.

En el caso de presentarse una Disolución de las fundaciones, estas no lo pueden realizar por sí mismas, sin la respectiva aprobación de la autoridad competente que legitimó su establecimiento. Además pueden ser disueltas por ella o por disposición de la Ley, a pesar de la voluntad de sus miembros, si se llegase a comprometer la integridad y los intereses del Estado o no corresponden al objeto social de la institución.

De igual forma si por determinada situación quedan reducidos los miembros de una fundación o la totalidad de ellos, dependerá de si los estatutos prevén modos de reintegración de los miembros por casos fortuitos o de lo contrario le corresponderá a la autoridad que legitimó su establecimiento, dictar la forma en que haya de efectuarse la nueva integración o renovación.

Las propiedades de la fundación que esté en proceso de disolución, se dispondrán de acuerdo con lo dispuesto y aprobado en los estatutos, si no se hubiere previsto, las propiedades pasaran a formar parte del Estado, con fines sociales análogos a los que mantenía la fundación y corresponderá su determinación al Congreso Nacional.

2.2.1.3. CONSTITUCIÓN JURÍDICA.

- **Requisitos para la aprobación de la Organización o Fundación:**

Según como lo señala el Código Civil, la facultad de aprobar la constitución de fundaciones o corporaciones, esta a cargo del Presidente de la Republica del Ecuador; más esta función se la es delegada a su representante ministerial el Señor Ministro de Bienestar Social correspondiente.

Las fundaciones se las puede constituir por la voluntad de uno o más fundadores. En este caso debe considerarse en el estatuto la existencia de un órgano directivo de al menos tres personas.

A continuación se presentan los documentos necesarios, los cuales deben constar en un solo expediente y debidamente certificados por el secretario de la organización.

1. Solicitud dirigida al respectivo Ministro de Bienestar Social, firmada por el miembro fundador delegado para ello y por su abogado patrocinador.
2. Acta de la Asamblea Constitutiva de la organización en formación suscrita por todos los miembros fundadores, la misma que debe contener expresamente:
 - a. La voluntad de los miembros de constituir la misma.
 - b. La nómina de la Directiva provisional.
 - c. Los nombres completos, nacionalidad, números de documentos de identidad y domicilio de cada uno de los miembros fundadores.
 - d. La indicación del lugar en que la entidad en formación tendrá su sede con referencia de calle, parroquia, cantón, provincia e indicación de un número de teléfono, fax o dirección de correo electrónico y casilla postal en caso de tenerlos.
3. Copia del correspondiente estatuto, en el que se indique, con exactitud, la o las fechas de estudio o aprobación del mismo.
4. Las fundaciones deben certificar por cualquier medio, que al tiempo de aprobación del estatuto cuentan con un capital patrimonial mínimo de cuatrocientos US. Dólares (\$ 400,00).

Consideraciones:

- Las normas que regulan las ONG's. deberían ser escritas y administradas de tal manera que la constitución de una ONG. como persona jurídica resultara relativamente fácil, rápida y de bajo costo. Debería asimismo autorizarse la constitución de sucursales u oficinas nacionales

Las normas sobre ONG's. incluyen la presunción de que los individuos, los grupos y las personas jurídicas están facultadas para formar asociaciones para cualesquier propósito sin ánimo de lucro, siempre y cuando se ajuste a la ley. La constitución jurídica de una ONG. es el ser fruto de un acto voluntario; no de orden o de imposición. La creación de una ONG., en el Ecuador es relativamente rápida, fácil y mediante procedimientos de costo cero, en el caso del Ministerio de Bienestar Social que se ajusta a la materia a tratar por la fundación con fines de desarrollo social. Está al alcance de toda persona natural o jurídica. Además, las leyes establecen con claridad que la creación de una ONG. es un acto voluntario y que todas las personas están facultadas para ejercer sus derechos de libertad de expresión, reunión y asociación, sin necesidad de constituirse formalmente como una ONG..

Ciertas ventajas sólo pueden ser alcanzadas mediante la obtención de personalidad jurídica. Cuando se constituye una ONG., ella se convierte en una persona jurídica independiente. Esto significa generalmente que la ONG. (no sus miembros, directores o empleados) es responsable por sus deudas, contratos y obligaciones.

Sólo las ONG's. legalmente constituidas tienen acceso a aportes gubernamentales o a privilegios tributarios.

A pesar de las ventajas que conlleva la personalidad jurídica, muchas de las ONG's. pequeñas prefieren no constituirse de manera formal. Y ello por cuanto, en algunos casos, la obtención de personería jurídica no representa para ellas mayor beneficio y, por el contrario, conlleva la carga de cumplir con ciertos requisitos tales como los informes anuales o aún la posibilidad de persecución legal. Algunas ONG's. pueden optar por registrarse como compañías privadas, cooperativas u otro tipo de entidades legales si consideran que ello sirve mejor sus propósitos aunque al hacerlo se priven de los privilegios concedidos a las ONG's. debidamente registradas.

El proceso de constitución jurídica de una ONG. no es más complicado que el proceso de formación de una entidad con ánimo de lucro. En el sistema, el camino más factible para la constitución de una ONG. es acomodarla a las leyes y los procedimientos aplicados

Hay también situaciones en las cuales resulta favorable para una ONG. doméstica registrar una sucursal suya en una localidad distinta de la ciudad donde ella misma se encuentra registrada. Puede desear hacerlo, por ejemplo, para tramitar procesos en una localidad distante, en los cuales se ventilen demandas originadas en esta localidad, en vez de atender estos procesos en su sede principal. Esta sucursal no recibe usualmente el tratamiento de persona jurídica independiente.

- La constitución de una ONG. requiere la presentación de un mínimo número de documentos, claramente definidos, y el acto administrativo de otorgamiento de la personalidad implica el mínimo posible de discrecionalidad o de opinión burocrática, mientras no se aparte del marco jurídico.

Una de las críticas más frecuentes a las normas que regulan las ONG's., es la grande discrecionalidad de la que gozan los funcionarios gubernamentales para decidir si permiten o no la constitución de una ONG.. En algunas ocasiones, tal discrecionalidad se debe a que las normas legales que se refieren a la constitución de las ONG's. no definen claramente los tipos de organización que pueden establecerse.

Esta consideración es la de mayor preocupación por parte de los representantes de ONG's. entrevistados; el registro de las ONG's. no debería ser rechazado por razones meramente técnicas o de formalismo jurídico. La presunción debería operar siempre en favor de la creación de la ONG. y siempre deben existir recursos contra las decisiones adversas.

La autorización o no, de la constitución jurídica de la ONG. estrictamente depende solo de los objetivos y fines fundacionales (ONG.), los cuales deben encuadrarse en la ley y reglamentos de cada cartera de estado.

El Ministerio de Bienestar Social en este caso, para formalizar la existencia jurídica de las ONG's. mantiene los respectivos formatos y reglamentos que expliquen el proceso de constitución, pero debería publicarlos e informarlos más ampliamente. Debería también proveer asistencia a las ONG's. que están buscando conseguir la condición de entidades formalmente constituidas y debería exigirles que produzcan un documento escrito en el que expresen sus razones para rechazar la constitución de la ONG..

Por último, en lugar de requerir que una ONG. renueve periódicamente su condición de tal, como se exige en algunos países, depende de la voluntad de sus fundadores expresa en los estatutos, que la vida legal de una ONG. tenga el carácter de perpetua

hasta, y a menos que, la misma deje de funcionar, como lo pondrían en evidencia, por ejemplo, la falta total de actividades, el desvío de sus fines fundacionales, la no contemplación de los estatutos y la no presentación de informes anuales durante un período de tiempo.

- Las normas que regulan la constitución jurídica de las ONG's. fijan límites de tiempo razonables dentro de los cuales el Ministerio de Bienestar Social debiera actuar (por ejemplo, en este caso: 15 días). Y adicionalmente se debería prever también que, de no producirse la actuación de dicha agencia dentro del tiempo previsto, se presuma aprobada la constitución de la ONG..

La disposición que presume la aprobación cuando no hubiere respuesta de la agencia competente, dentro de un cierto lapso de tiempo, impide que los funcionarios que vigilan los procedimientos de creación utilicen la demora como arma para negar en la práctica la constitución jurídica de una organización que no favorecen. Como es obvio, la contabilización del límite de tiempo no debería comenzar hasta que la solicitud no se encuentre completa y debidamente presentada; pero los funcionarios responsables de la tramitación de esta solicitud no deberían estar en posición de basarse en formalismos excesivos como fundamento para determinar que la solicitud se encuentra incompleta.

De esta forma, cabe recalcar que el tiempo de aprobación varía en función del cumplimiento de los requisitos por parte del usuario.

- Las ONG's. pueden optar entre la existencia a perpetuidad o la existencia en tiempo fijo o predeterminado, si ésta última fuere la decisión de los fundadores.

Algunos estados exigen que las ONG's. soliciten anualmente la continuidad de su existencia jurídica. Esta no es práctica sana, puesto que tales limitaciones generan trámites, exámenes y controles burocráticos innecesarios. El Estado Ecuatoriano se asegura que las ONG's. cumplen sus obligaciones, no mediante renovaciones anuales del registro requerido para mantener su existencia en cuanto personas jurídicas, sino mediante la exigencia de informes sorpresivos de contenido sustantivo, respaldados por un proceso efectivo de auditoría, cuando se crea pertinente. La entidad que rige estas revisiones es el Servicio de Rentas internas, SRI., como se detalla posteriormente.

- Tanto las personas naturales como las jurídicas tienen el derecho a constituir ONG's..

Todas las leyes vigentes sobre ONG's. autorizan a las personas naturales o individuos a constituir ONG's.. Es muy deseable que en el Ecuador se autorice la creación de ONG's. por parte de las personas jurídicas. Ello permite que ONG's. de orientación similar formasen grupos llamados de Segundo Nivel, para atender asuntos de interés mutuo. Una asociación de ONG's. puede, por ejemplo, brindar capacitación y otros servicios útiles a sus miembros o articular los intereses comunes de ellos.

Muchas corporaciones con ánimo de lucro pueden asignar parte de sus utilidades para el mejoramiento de las comunidades entre las cuales operan. Con frecuencia, es más fácil para una corporación financiar proyectos comunitarios cuando puede constituir una fundación con personal separado que atienda este propósito.

Las entidades de derecho público también están en capacidad de crear una ONG. Por ejemplo, las agencias responsables por asuntos culturales, en varios municipios, pueden formar una asociación que articule sus intereses comunes con los del gobierno nacional e imparta capacitación y otros servicios a sus miembros.

- Las personas naturales están en capacidad de crear una ONG. (por ejemplo una fundación) por acto testamentario.

Esta es una importante manera en la que la ley estimula que la propiedad privada sea transmitida para propósitos públicos de bien común. Las personas naturales que poseen grandes fortunas disfrutan de ellas durante su vida y pueden dejar la totalidad o parte de sus bienes para fines de caridad, después de su muerte. Aunque muchas de las asignaciones testamentarias se hacen a ONG's. ya existentes, sin embargo las personas prefieren traspasar sus bienes a organizaciones que ellos mismos crean en su testamento.

- **Requisitos Mínimos del Estatuto para la Organización.**

Los principales documentos que se exigen para la constitución de una ONG. son los Estatutos que rigen la vida de la organización. Los estatutos deben, dentro de las leyes aplicables a las ONG's., definir adecuadamente la naturaleza y el propósito de la organización, establecer la estructura interna y las competencias de sus órganos de dirección, identificar sus fundadores, directores y oficiales, determinar la dirección de su sede principal y designar su representante legal.

El estatuto debe contener mínimo lo siguiente:

1. Nombre, domicilio y naturaleza jurídica de la organización.
2. Objetivo y fines Específicos.
3. Clase de miembros.
4. Derechos y Obligaciones de los miembros.
5. Régimen disciplinario.
6. Régimen de solución de controversias.
7. Causales para la pérdida de la Calidad de Miembros.
8. Estructura y organización Interna.
9. Régimen Económico.
10. Causas para Disolución y Proceso para Liquidación.

Una vez presentados todos los documentos y si cumplen con los requisitos exigidos por el correspondiente Ministerio según la materia de la ONG., siempre y cuando el estatuto no se contraponga con a la normativa jurídica; entonces se elaborará el Acuerdo Ministerial o Decreto Ejecutivo que proporcione a la Organización en formación, su Personería Jurídica; y, contados desde la presentación completa de los Requisitos, son un máximo de 15 días.

Si la solicitud no es completa, el Ejecutivo concede un plazo no mayor a 5 días para realizar el respectivo cambio o incorporación. Si no se presentan en el plazo señalado, la solicitud quedará automáticamente negada luego de los 15 días; sin perjuicio de que se presente otra solicitud nueva a futuro.

- **Requisitos mínimos de los Estatutos.**

Las leyes sobre ONG's. ordenan, imperativamente, ciertas provisiones mínimas que deben contener todos los estatutos de una ONG., tales como la frecuencia de las

reuniones ordinarias del más alto cuerpo directivo (junta directiva), que el cuerpo directivo es la única instancia competente para reformar los estatutos básicos de la organización o para decidir sobre fusiones, divisiones o terminación de la ONG..

Las leyes requieren que los estatutos de una organización expresen sus propósitos y hagan explícita la estructura básica de dirección. Los estatutos deben, por ejemplo, identificar el organismo o la instancia de dirección de más alto rango de la ONG. y estipular la frecuencia o el número mínimos de sus reuniones. Asimismo, deberían plasmarse expresamente las facultades y las competencias básicas de esta instancia, como también las restricciones para que delegue sus responsabilidades en otros. Los estatutos podrían, por ejemplo, reservar para la instancia directiva más alta el derecho de reformar esos mismos estatutos o de fusionar o terminar la organización. Toda restricción legal que pese sobre la organización, tal como la prohibición de distribuir utilidades, debería ser consagrada en los estatutos.

El contenido mínimo de los estatutos varía y las tradiciones locales influyen considerablemente en la determinación de los tipos de providencias que deben incluirse en los estatutos.

Los fundadores gozan de considerable discreción para determinar, por ejemplo, cuáles son las reglas de votación de la organización, siempre y cuando éstas se hagan explícitas.

Es frecuentemente necesario prever ciertas limitaciones o prohibiciones estatutarias para hacerse acreedor a privilegios tributarios o recibir donaciones de ciertos donantes. Por ejemplo, como se constató en la entrevista al responsable del Ministerio de Bienestar Social, los propósitos de la organización pueden tener que limitarse a actividades de beneficio público y es indispensable prohibir distribuciones de utilidades, o el fundador puede desempeñar el cargo de presidente de la ONG., más no a perpetuidad; requisitos que deben estar incluidos en los estatutos. Esta inclusión no es estrictamente una exigencia impuesta por la ley, pero debe cumplirse con ella para alcanzar ciertos beneficios.

- ***Reformas de los Estatutos por parte de la misma ONG.***

Las ONG's. tienen la posibilidad de reformar sus propios estatutos sin necesidad de reconstituir completamente la organización, mas no cuando implica cambiar su fin social y de no lucro.

Es posible efectuar estas reformas mediante una simple presentación de documentos ante el Ministerio de Bienestar Social u otro competente, en los cuales se indique la naturaleza de la reforma.

La reforma de sus estatutos, para modificar objetivos o actividades, se realiza mediante el mismo proceso de aprobación que se siguió para su constitución inicial.

Del otro lado, existen ciertas restricciones a la capacidad de modificar los propósitos de una ONG. Las leyes prohíben la reforma de propósitos o de actividades que implicare adoptar los de otro tipo de organización, con lo cual se produciría una desviación de dineros o de bienes provenientes de contribuciones públicas, de transferencias gubernamentales o de beneficios tributarios significativos hacia el beneficio particular de miembros de la organización.

Por último, con el fin de asegurar que activos provenientes de la aplicación de privilegios tributarios o de donaciones públicas no sean convertidos al uso privado, no se permite ordinariamente que una ONG. se convirtiese en entidad con ánimo de lucro.

En este caso, se exige la terminación de la ONG. y que sus bienes o activos fuesen distribuidos de acuerdo con la ley (a continuación explicada) Entonces sí, los individuos interesados podrán constituir una nueva entidad, ésta con ánimo de lucro.

- **Fusiones y divisiones o separaciones.**

Existen normas claras que permitieren y no obligan, a las ONG's. llevar a cabo fusiones y separaciones o divisiones. Las fusiones se limitan a las organizaciones que realizan proyectos afines.

La decisión de una ONG. de fusionarse o de dividirse en varias ONG's. separadas se presenta como acto voluntario de ella. Es pertinente indicar que una decisión de esta envergadura se adopta por el más elevado cuerpo directivo de la ONG. y se exige también el voto de una mayoría especialmente calificada, de los miembros de este cuerpo directivo.

- **Terminación, liquidación y disolución.**

- Terminación Voluntaria. Una ONG. debería estar en capacidad de terminar sus actividades y de liquidar sus bienes cuando así lo decidieren sus órganos de dirección. Aunque las ONG's. deberían estar en capacidad de decidir sobre la continuación o no de su propia existencia, Ecuador no permite su terminación sin que medie permiso del gobierno a través del Ministerio de Bienestar Social.

En los casos de terminación o disolución de ONG's. que han recibido fondos del gobierno, donaciones públicas o beneficios tributarios considerables, la ley ordena que los activos netos de la organización sean transferidos a otra ONG. de propósito similar o al Estado, y que prohíbe que tales activos pasen a manos de los fundadores, los directivos o los funcionarios de la ONG..

- Terminación involuntaria. El Ministerio de Bienestar Social está en capacidad de terminar la existencia de la ONG., únicamente en caso de las más flagrantes violaciones de la ley o de reincidencia en el incumplimiento de ciertas normas (incumplimiento en la presentación de los informes exigidos).

Salvo los casos de fraude flagrante o de otro abuso similar, las ONG's. están en posibilidad de corregir sus infracciones en vez de sufrir la terminación involuntaria; la terminación puede ordenarse si no se dieran estas correcciones.

Con el fin de garantizar la existencia de un sector vigoroso e independiente de ONG's., las leyes y el Ministerio de Bienestar Social prescriben advertencias previas a las sanciones como también sanciones intermedias (multas, suspensión de los aportes gubernamentales o contratos con el gobierno) para varios tipos de violaciones y, por último, la sanción de terminación. La terminación de la existencia, la congelación de los activos o el manejo y control de una ONG. sólo son un arma de último recurso. Los gobiernos sólo recurren a ella en los casos de las más graves y más descaradas violaciones y sólo después que la ONG. ha tenido la oportunidad de corregir su comportamiento. Existe el derecho a recurrir por la vía judicial contra la decisión de terminación de una ONG..

Consideración:

- **Registro Público.**

Casos de constitución de ONG's. en más de un lugar: Además de los registros locales, debería existir un registro nacional único para todas las ONG's. registradas y este registro debería ser accesible al público.

Existe el respectivo registro en cada ministerio o agencia de estado designada para el caso, dependiendo de los fines fundacionales, mas no existe un registro único que sea nacional. Cada uno de estos lo manejan también según la ciudad o en ciertos casos en provincias y son accesibles al público en general mediante solicitud formal por escrito.

Sin embargo, para los representantes de ONG's. entrevistados, debería exigirse registro a las ONG's. que esperan obtener donaciones, recibir transferencias, celebrar contratos o beneficiarse de privilegios tributarios o de otros tratamientos especiales; de esta manera, las agencias gubernamentales pueden determinar cuáles ONG's. están debidamente constituidas, y cuáles son sus propósitos, sus facultades y sus limitaciones. Todo individuo o empresa que tenga negocios con una ONG. (arrendamiento de inmuebles, venta de bienes, aceptación de empleo) debería estar en capacidad de establecer si la ONG. ha sido constituida como persona jurídica debidamente reconocida. Es además importante que el público tenga acceso a esta información. Para su propia protección, los ciudadanos necesitan estar en capacidad de verificar si una supuesta ONG. que busca su apoyo está realmente constituida o no. Además, cuando las personas en general tienen acceso al registro de ONG's., pueden ejercer vigilancia útil y adicional sobre ellas y sacar a la luz posibles problemas que puedan haber sido ignorados o pasados por alto por el gobierno.

Resulta conveniente, tanto para los intereses del gobierno como para los intereses de los particulares, que exista, en la medida de lo posible, un registro nacional único. No hay razón para que las ONG's. no puedan establecerse en varias localidades de un determinado país y que tengan un registro público en cada una de estas localidades; pero todos los establecimientos locales (o la terminación de éstos) deberían ser consolidados periódicamente en un registro nacional al alcance de todos. Estos registros deberían hacer posible la obtención, no sólo del nombre y la dirección de una organización constituida, sino también una copia de los estatutos de la organización y de los demás documentos que se presenten en oportunidad del trámite de constitución.

2.2.1.4. ESTRUCTURA DIRECTIVA FRENTE AL GOBIERNO INTERNO.

“Las personas naturales y jurídicas con capacidad civil para constituir corporaciones y fundaciones con finalidad social y sin fines de lucro, en ejercicio del derecho constitucional de libre asociación con fines pacíficos, y al amparo de lo dispuesto en el Título XXXIX del Libro I del Código Civil.”^e

^e Legislación para Personas Jurídicas Privadas Sin Finalidad de Lucro. Reglamento para la Aprobación, Control y Extinción de personas jurídicas de derecho privado, con finalidad Social y sin fines de lucro, que se constituyan al amparo de lo dispuesto en el Título XXXIX del Libro I, del Código Civil.

2.2.1.4.1. LA DIRECTIVA, NÓMINA Y REGISTRO.

El siguiente punto luego de haber obtenido la Personería Jurídica es poner en conocimiento al Ministerio de Bienestar Social y su respectivo Ministro, la correspondiente Nómina de la Directiva. El mismo que debe efectuarse inmediatamente hasta un máximo de 15 días luego de la fecha de elección, para el correcto registro estadístico.

La documentación para la respectiva inclusión e inclusive para la exclusión de miembros es la siguiente:

1. Solicitud de registro, firmada por el representante legal de la fundación. Que a su vez debe constar de la siguiente información:
 - a. Nombre de la Institución.
 - b. Fecha en la que fue aprobado el Estatuto y sus reformas si las hubiere.
 - c. Nómina actualizada de los miembros; nombre del representante legal y domicilio de la entidad.
 - d. Número del Decreto Ejecutivo o acuerdo Ministerial, folio y número de registro correspondiente.
2. Convocatoria a la Asamblea
3. Acta de Asamblea en la que se eligió la Directiva o se aprobó la entrada o salida de los miembros, con el respaldo de todas las firmas de los socios asistentes debidamente certificadas por el secretario de la organización.

Consideraciones:

- ***Disposiciones optativas y requisitos especiales.***

Las leyes que rigen las ONG's. otorgan, en cabeza de sus fundadores o de su instancia directiva de más elevada jerarquía, amplia discreción para establecer y cambiar la estructura de dirección y funcionamiento de la organización.

La más alta instancia directiva de una ONG. esta en posición de adoptar reglas, reglamentos, órdenes o resoluciones que rijan los detalles de funcionamiento de la organización, siempre de conformidad con los estatutos. Están también en facultad de aumentar o disminuir el número de directores, de igual manera dentro de límites fijados por los mismos estatutos, y de crear o eliminar cargos altos dentro de la organización. De manera general, lo importante es que los estatutos establezcan una estructura básica que delimite los propósitos y la dirección de la organización. Puesto que las organizaciones cambian y crecen con el tiempo, es también necesario consagrar flexibilidad respecto de los asuntos que no son esenciales. No es necesario reformar los estatutos para introducir cambios menores en la organización, tales como la creación de un comité de finanzas o la adición de nuevos puestos en la junta directiva, mas que la respectiva acta de votación y posesión, debidamente firmada por el representante legal y el secretario.

- **Responsabilidades de los funcionarios y directivos.**

- *Las leyes que rigen las ONG's. prescriben que los directivos, funcionarios y empleados de una ONG. no son personalmente responsables de las deudas, las obligaciones o las responsabilidades de ella.*

Es evidente que los funcionarios o los directivos pueden, por virtud de un contrato privado, hacerse responsables de las deudas o demás obligaciones de una ONG., tal como ocurre cuando un directivo garantiza el pago de un crédito suscrito por la ONG. Más aún, los individuos son siempre responsables de sus actos individuales, aún cuando la organización para la cual trabajan sea responsable por asociación. Por ejemplo, una ONG. puede ser responsable del daño causado a un tercero por un empleado suyo que conducía su automóvil en desempeño de su empleo o en conexión con éste. Sin embargo, el hecho de que la ONG. sea responsable por asociación no libera al individuo de responsabilidad.

- *Los funcionarios y directivos deben responder ante la organización y/o ante terceros por los daños que su desempeño les ocasione, bien sea con voluntad o con notoria negligencia, o por descuido de sus deberes.*

Es frecuente el caso de un tercero que demanda a una ONG. por el daño causado por la acción u omisión de uno de los funcionarios o directivos de ésta. Si la ONG. es obligada a indemnizar, esta en capacidad de demandar el funcionario o directivo por descuido de sus deberes.

2.2.1.4.2. MINISTERIO DE BIENESTAR SOCIAL RESPONSABLE.

Se encuentra facultado para requerir a las fundaciones, bajo cuyo control se encuentren, que presenten toda clase de documento accionario como informes económicos y sobre sus actividades, exceptuando los protegidos por la Ley de Propiedad Intelectual.

El Ministerio de Bienestar Social está adecuadamente dotado de personal y contar con profesionales competentes. Debe ser imparcial en el cumplimiento de su labor y sus decisiones de aprobación o de terminación de una ONG. deberían ser susceptibles de recursos, tanto por la vía administrativa cuanto por la vía judicial.

En algunos países, las ONG's. no pueden ser constituidas mientras no reciban aprobación de parte del ministerio responsable de la materia objeto de las actividades propuestas por la ONG. El acto mismo de constitución puede tener lugar con la aprobación ministerial. Así, las ONG's. para la salud, por ejemplo, deben ser aprobadas previamente por el Ministerio de Salud; las ONG's. para la cultura por el Ministerio de Cultura o el que haga sus veces; y así sucesivamente. La exigencia de aprobación previa por parte del ministerio del ramo tiene cuando menos cuatro inconvenientes: (a) distintos ministerios tienden a exigir estándares diferentes para la aprobación, bien sean estándares muy laxos o muy estrictos; (b) como las tareas de supervisión de las ONG's. quedan dispersas entre muchos ministerios, ninguno de ellos se especializa en tratar con las ONG's.; (c) ciertos ministerios pueden oponerse a la creación de ONG's. que enfocan los problemas de su ramo de manera distinta a las políticas impulsadas por el ministerio, y (d) algunas organizaciones tienen dificultad en encontrar un

ministerio que se reclame competente en el ramo de las actividades que intenta desarrollar la organización. Se ha podido determinar por las entrevistas que en la medida en que las actividades propuestas no sean ilegales, no es necesario que el ministerio determine si la ONG. está o no en capacidad de desempeñar las actividades que se propone o si tales actividades son deseables. El mercado de apoyos financieros y de intereses de los miembros o del público en general puede establecer mejor si una ONG. llena o no una necesidad sentida que lo que lo puede hacer un burócrata con poco o ningún conocimiento sobre la actividad propuesta.

No existe una sola respuesta correcta a la pregunta de dónde colocar la responsabilidad para la constitución de las ONG's., si con el respectivo ministerio en materia de cada ONG. o si se debería concentrar todo en una sola entidad estatal. Al final de cuentas, la respuesta es que cualesquiera asignación de competencias puede funcionar bien si la aplican personas de buena voluntad y que toda solución es susceptible de ser administrada de manera pobre o incompetente. En última instancia, los problemas relacionados con la constitución de ONG's. pueden resolverse de la mejor manera mediante la utilización de unos pocos criterios que son a la vez tan sencillos y tan objetivos y cuanto sea posible.

Dentro de las normas que determina el Estado y sus respectivos representantes, las ONG's. constituidas e independientes que representan grupos afectados por el proceso de desarrollo (tales como los pobres, niños y jóvenes, las mujeres o las minorías étnicas), deberían poder participar en los procesos de selección, diseño y aplicación de los proyectos de desarrollo; o no habrá el tipo de participación indispensable para un desarrollo exitoso. "Es difícil imaginar que las ONG's. pueden participar en el desarrollo, en calidad de voceros independientes de grupos afectados por él, a menos que existan leyes firmes que les permitan constituirse fácilmente y que protejan su derecho a dedicarse en gran medida a la investigación, la educación y la vocería o representación, aún en aquellos casos en que esto signifique crítica u oposición a las políticas o a las acciones gubernamentales".^f "Es también difícil imaginar un entorno legal en el cual las ONG's. puedan participar plenamente en la selección, el diseño y la aplicación de proyectos de desarrollo que no les permita al mismo tiempo amplia libertad para criticar otras políticas o acciones del gobierno".^g

f Christian Oquendo – Antropólogo. - Miembro de la ONG. Ceime.

g Christian Oquendo - Antropólogo. - Miembro de la ONG. Ceime.

CAPITULO III: CORRIENTES METODOLÓGICAS DE LA INVESTIGACIÓN.

3.1. INVERSIONES HUMANITARIAS QUE GENERAN GANANCIAS.

Las empresas más admiradas a nivel mundial aplican los principios del marketing social, un campo poco explorado en el Ecuador, pero que es capaz de generar excelentes resultados económicos y sociales. En teoría, es una inversión de carácter filantrópico, realizada estratégicamente, por medio de la cual una organización coopera con una causa e influye en la aceptación de ideas sociales. El marketing social es un sistema que motiva un cambio en la actitud del consumidor. Toma tiempo crear una cultura organizacional de calidad con propósitos sociales, por lo tanto, no se trata de una inversión con efectos inmediatos. Los resultados se observan al cabo de un lapso considerable.

- **La Tarea a Los Expertos.**

Las empresas se ven obligadas a establecer alianzas entre ellas, o con organismos expertos en relaciones con la comunidad. Las sociedades pueden ser de afinidad, es decir, entre compañías que tienen un interés natural en cierto tipo de actividades. Formar una alianza estratégica con un organismo no gubernamental (ONG.) experto en el tema es más sencillo y económico que crear un equipo que lleve a cabo la tarea.

3.2. LA ONG. Y EL MARKETING SOCIAL.

El marketing social es una ampliación y extensión del marketing comercial. Las empresas tienen que tener presentes las consecuencias sociales y ambientales, de su producción, mercadotecnia y uso de sus productos y servicios, para reacondicionar sus procesos y recursos humanos frente a los cambios en su entorno externo y mantener o mejorar su competitividad.

Actualmente es imprescindible que una empresa privada mantenga un lineamiento de reingeniería constante, hablando no solo de procesos sino también de investigación y desarrollo de tecnología y capacitación del recurso humano, frente a la gran apertura comercial que se ha presentado con la globalización y tomando en cuenta la internacionalización de productos y servicios. De esta forma, la competitividad se refleja en la capacidad de una empresa para exportar sus productos y al mismo tiempo ser tan fuerte en su mercado doméstico que permita la entrada de productos foráneos.

Organizaciones No Lucrativas:

Es una categoría que comprende un amplio espectro de organizaciones que no se consideran en un negocio aunque realmente lo estén. Abarca grupos como las instituciones religiosas, educacionales, de caridad, de alguna causa social, culturales, de atención médica, políticas, etc.

Organizaciones Sin Fines Lucrativos:

Son aquellas en que la obtención de utilidades no es su meta, la organización no tiene la intención de conseguir utilidades ni trata de obtenerlas.

- **Naturaleza y Alcance del Marketing Social.**

Los aspectos fundamentales del marketing para las organizaciones no lucrativas son los mismos que los del sector de negocios. Es decir, se quiere desarrollar un programa estratégicamente planeado en torno a un servicio que se presta, se promueve y cuyo precio se fija en forma adecuada para satisfacer las necesidades de un mercado contribuyente, empresarial privado, cuya visión sea la de mejorar su competitividad a través de la calidad.

- **El Concepto de Intercambio y el Marketing Social.**

Stanton, define al marketing como “un intercambio tendiente a satisfacer las necesidades de los que intervienen en él”.

El marketing se compone de todas las actividades diseñadas para facilitar todos esos intercambios. Implementar al marketing en la ONG. es compatible con esa definición tan amplia del concepto de intercambio.

Las organizaciones sin fines de lucro realizan también intercambios y se valen de las técnicas del marketing y la publicidad social para implementar campañas de comunicación, realizar diversas actividades promocionales, aplicar estrategias de venta personal y otros métodos mercadológicos con la finalidad de aumentar el número de miembros o conseguir donativos.

- **Importancia del Marketing Social en el Mercado.**

Muchas de las organizaciones en el Ecuador, manejan bastantes sumas de dinero, pero la dirección y el funcionamiento es ineficaz. Con frecuencia gran parte del dinero recaudado es destinado a cubrir los gastos administrativos y no al cumplimiento de su misión. Así, existen dos pérdidas una económica y otra social porque los donativos se pierden y no se atiende bien a los usuarios. Así, la importancia del marketing se manifiesta cuando las organizaciones dejan de trabajar eficientemente hacia su mercado.

Con la implementación de un programa de marketing social, las organizaciones pueden mejorar sus posibilidades de:

1. Servir satisfactoriamente a sus contribuyentes.
2. Atender como se merece a sus usuarios.
3. Ser más eficaces.

Públicos que Intervienen en el Mercado.

Las entrevistas a los gerentes de las empresas privadas permiten determinar la teoría de que sus mercados meta se encuentran formados por clientes actuales y potenciales. En cambio las entrevistas, según los representantes de las organizaciones sin fines de

lucro, determinan que los públicos de la ONG. con los que tiene que tratar directamente, es decir a quienes dirige sus estrategias, son dos grupos principales. Uno de esos grupos lo integran los **contribuyentes** (de dinero, trabajo, servicios, materiales, etc.), aquí los esfuerzos están enfocados en conseguir recursos. El otro mercado meta es el de los **usuarios**, o sea aquellos que van a recibir los recursos o los servicios de la organización. Este mercado es muy similar al de los clientes de una compañía que se dedique a los negocios. Sin embargo, no se llama Clientes a dicho Público de las ONG's.; se usa el términos de usuarios

La organización no gubernamental (ONG.) debe de desarrollar dos programas de marketing:

1. Uno destinado a sus contribuyentes.
2. Otro destinado a sus usuarios.

Sin embargo la Organización también está relacionada con diversos públicos a parte de sus mercados principales, como es la parte legal en cuestiones de incentivar a un cambio en normas políticas para mejora de la sociedad en general.

3.3. EL TRABAJO EN CONJUNTO DEL MARKETING COMERCIAL Y EL MARKETING SOCIAL PARA ATENDER A LOS PÚBLICOS.

A través de las entrevistas se destaca que quienes manejan las ONG's., rara vez se percatan de que están "manejando un negocio" y que deben de emplear las técnicas de la administración de empresas y de mercados. Su objetivo no es el de obtener utilidades pero necesitan definir cuales son sus metas, públicos, así como los planes, estrategias y tácticas que van a implementar para alcanzarlas.

Cuando las organizaciones lucrativas y no lucrativas combinan sus esfuerzos de marketing, los resultados pueden ser de gran utilidad entre ellos y fundamentalmente para el público o sociedad. En los últimos años, ambos tipos de organizaciones se han unido para incrementar las ventas y las donaciones por medio de las ventas de sus productos o servicios.

Esfuerzos de Marketing Comercial + Esfuerzos del Marketing Social = Beneficio del
Público.

Las ONG's. deben implementar programas de marketing planificados y deben de entender que el marketing es necesario y fundamental para seguir funcionando.

3.4. LA CALIDAD TOTAL, NORMAS Y LA EFICIENCIA.

En la actualidad, ante un constante movimiento comercial existente entre países, los tiempos que corren son cada vez más difíciles para toda organización, debido al proceso de cambio acelerado, internacionalización y de competitividad global, donde la liberalización de las economías y de la competencia vienen a caracterizar un entorno de vida para el sector empresarial, de mucho trabajo.

Dentro de este marco las empresas ecuatorianas tienen que continuar asumiendo el protagonismo que necesitan y les corresponde para contribuir al crecimiento y desarrollo del país, logrando mayor eficiencia y brindando productos y servicios de calidad. Cada vez más se distingue la urgente necesidad de que las empresas funcionen bien competitivamente.

El sistema proteccionista en nuestro país, ha impedido valorar las duras condiciones de la competencia internacional y los mayores niveles de exigencia y conocimiento de los clientes y consumidores, quienes exigen mayor calidad en los servicios y productos, ser oportunos en las entregas, precios razonables y excelencia en la atención. Cambios que están despertando bruscamente a todas las organizaciones y las obliga a buscar ansiosamente nuevas estrategias para adaptarse con éxito a la creciente competencia.

En este entorno la calidad total se proyecta fuertemente como un nuevo sistema de gestión empresarial y factor de primer orden para la competitividad de las empresas. El concepto de calidad, tradicionalmente relacionado con la calidad del producto y servicio, se identifica ahora como aplicable a toda la actividad y nivel empresarial y a todo tipo de organización.

Las empresas exitosas son aquellas que vienen aplicando, de una u otra forma, estrategias de calidad total; y muchas otras con base a esta estrategia están cambiando su forma de pensar y por tanto de actuar; de hecho están rediseñando toda la organización tanto en el aspecto físico como espiritual y cultural para enfocarla hacia los clientes, y hacerla eficiente para satisfacerles.

Muchas de las empresas existentes en Quito y en el Ecuador, si bien reconocen la importancia de la calidad, no se encuentran suficientemente preparadas para aceptar los nuevos retos y cambios que trae consigo la competitividad y la forma de pensar del cliente.

- **Concepto de La Calidad.**

Una condición indispensable para asegurar la implantación de una estrategia de calidad total consiste en definir y entender con claridad lo que significa este concepto.

En la práctica, como lo refiere Richard J. Schonberger, "La calidad es como el arte. Todos la alaban, todos la reconocen cuando la ven, pero cada uno tiene su propia definición de lo que es".³

De una forma directa la calidad es la cualidad de una cosa. También significa una manera de ser de una cosa o inclusive una persona.

En esta definición implícitamente se está determinando a la calidad como un atributo, o característica que distingue a las personas, a bienes y a servicios, lo cual resulta ya una interesante aproximación al concepto de calidad aplicado a las organizaciones.

El organismo internacional de normalización, "ISO.", en su norma 8402, ha definido a la calidad como "la totalidad de características de una entidad que le confiere la capacidad para satisfacer necesidades explícitas e implícitas".

Los elementos que conforman las necesidades son básicamente: la seguridad, la disponibilidad, la sostenibilidad, la confiabilidad, la facilidad de uso, la economía (precio) y el ambiente. Estas necesidades, excepto el precio, se definen como aspectos y características necesarios para la fabricación de un buen producto.

- **Comprensión del Significado de la Calidad Total.**

El concepto de calidad total, se origina a partir de que el concepto ampliado de control de calidad (control total de calidad), ha permitido uniformizar el concepto de calidad definiéndola en función del cliente.

La calidad es total porque comprende todos y cada uno de los aspectos de la empresa; involucra y compromete a todas y cada una de las personas de la misma. La calidad tradicional trataba de arreglar la calidad después de cometer errores. Pero la calidad total se centra en conseguir que las cosas se hagan bien y eficientemente a la primera vez. La calidad se incorpora al sistema. No es ocurrencia tardía y los llamados niveles de calidad aceptables se vuelven cada día más inaceptables.

La calidad total es reunir los requisitos convenidos con el contribuyente y superarlos, ahora y en el futuro; se debe partir por ser exactos con los estándares, requisitos o especificaciones que mantengan las empresas privadas.

Existe un cambio que se obtiene como resultado de esta concepción, el significado de la palabra contribuyente. Los mismos que ya no son sólo los usuarios últimos de los bienes y servicios que vendemos, ahora el término se amplía para incluir la idea de cliente interno, que son las personas de la empresa a quienes pasamos nuestro trabajo como ONG. Con este concepto obviamente todo el mundo en la empresa se convierte en cliente contribuyente

El objetivo de toda organización, grupo de trabajo, área o puesto de trabajo o inclusive el individuo, es generar un producto o servicio que va a recibir otra organización, otra área u otro individuo, llamado consumidor. Algunos empresarios privados, según las entrevistas realizadas, prefieren llamar cliente cuando se trata de un producto tangible como por ejemplo un automóvil y usuario cuando se trata de un servicio, como por ejemplo la capacitación o el servicio de asesoría en cultura organizacional.

Conviene precisar que el término producto se refiere al resultado que se obtiene de un proceso o de una actividad. Por consiguiente, en términos generales, este resultado puede ser un producto tangible, intangible o una combinación de estos

De una manera sencilla se puede decir que en la expresión "Calidad Total", el término "calidad" significa que el producto debe estar al nivel de satisfacción del cliente; y el término "total" que dicha calidad es lograda con la participación de todos los miembros de la empresa.

La calidad total comprende una serie de innovaciones en el área de gestión empresarial que se ha difundido por todos los países, aplicándose no sólo a las actividades manufactureras sino en el sector de servicios y en la administración pública.

La calidad total significa un cambio de normas en la manera de concebir y gestionar una organización. Una de estas normas fundamentales y que constituye su razón de ser, es el mejoramiento continuo. Además, se han creado las normas o estándares ISO. 9000 ofrecen una forma normalizada para evaluar y certificar el sistema de aseguramiento de la calidad de las compañías.

La calidad total comienza comprendiendo las necesidades y expectativas del cliente para luego satisfacerlas y superarlas.

3.4.1. NORMAS ISO.

Las normas se desarrollaron en 1987 por la Organización Internacional de Normas (ISO.) en conjunto con la Comunidad Europea para su normalización.

La globalización económica hace que los procesos productivos en el ámbito mundial estén estandarizados, cualquier compañía que quiera incursionar en un mercado extranjero para ser aceptado debe cumplir con los estándares internacionales y estar certificado con el cumplimiento de una norma ISO. La ONG. no pretende convertirse en una certificadora, pero lo que sí pretende ofrecer es la implementación de los Sistemas ISO., su mantenimiento y actualización.

CAPITULO IV: LA INVESTIGACIÓN.

4.1. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.

La investigación se la desarrolla para conocer la mentalidad del público contribuyente, específicamente de los directivos de las empresas, para determinar su interés por realizar donaciones a las ONG's y puntualizar los factores que no los motiva a hacerlo.

4.2. SITUACIÓN DE DECISIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.

¿Cuáles son los factores por lo que las empresas privadas, así como sus directivos, no realizan donaciones para mejorar el bien común.?

La situación de decisión se presenta en la evaluación que se necesita realizar a los contribuyentes, ya que mantienen una importancia de ser imprescindibles.

Se necesita del apoyo económico por parte de los contribuyentes, sin embargo, existen factores que parecen determinar su voluntad para generar donaciones destinadas al bien común.

4.3. HIPÓTESIS.

La falta de interés de los directivos de las empresas privadas por entregar donaciones a las ONG's., se refleja en la poca información que se les proporciona, acerca de proyectos innovadores de ayuda social y en la falta de planes de retribución hacia dichas empresas, por su apoyo económico entregado.

4.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.

4.4.1. OBJETIVO GENERAL.

Conocer cuales son los factores por lo que las empresas privadas no brindan ayuda social.

4.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

Detallar las actitudes motivacionales de los directivos de empresas privadas de Quito, para realizar donaciones a una organización no gubernamental.

Analizar qué incidencia tendría en la actitud de los directivos empresariales, el hecho de que una ONG. les proporcione valores agregados, además de los fines sociales.

Determinar si la información precisa y oportuna sobre el desarrollo de un proyecto social realizado por una ONG., permite influir en la mentalidad de los directivos de empresas privadas de Quito, para apoyar al desarrollo social.

¡igo!

Determinar si las campañas enfocadas a mejorar las leyes impuestas sobre los contribuyentes, son puntos clave para tener una mejor relación y un amplio trabajo en conjunto, por parte de las empresas privadas de Quito y una ONG.

4.5. DISEÑO, FUENTES E INSTRUMENTACIÓN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.

El método que se aplicó al presente estudio fue cualitativo, destinado a crear procedimientos y estrategias, con datos obtenidos de entrevistas y con el apoyo de un focus group. De esta forma, determinar conclusiones que permitan puntualizar cada uno de los temas y subtemas, probando la sostenibilidad del estudio.

Las etapas desarrolladas se resumen en cuatro: planificación, recolección de información, ejecución y presentación de resultados. Las mismas que se respaldan por las entrevistas a los actores de los públicos que actúan entorno a la ONG., tanto a contribuyentes como usuarios, además, otras específicamente a representantes de ONG's. y del Ministerio de Bienestar Social. Adicionalmente, se estructura el focus group con padres de familia de un estatus socio económico marginado. Todo ello, complementado por un análisis bibliográfico y documental.

4.5.1. PARTICIPANTES CALIFICADOS Y ESTRUCTURA DE GRUPOS.

Se determinaron tres grupos de empresas típicas en su clase. Es decir, por tamaño de activos, utilidades o capital inactivo destinado a buscar inversión, se presentan las siguientes, cada una con su respectivo representante ejecutivo.

1. Futurcom Panasonic S.A.

- Representante: Lic. Mariana Aguilera Ayala.
- Cargo : Gerente Administrativa.

Es una empresa dedicada a la compra y venta de equipos de telecomunicación, marca Panasonic. Desarrolla servicios post venta de asistencia técnica. El valor de sus activos más el capital es pequeño y no sobrepasa los \$ 5.000 US. dólares. La generación de utilidades es mínima.

Su característica típica: compra y venta nacional, servicios post venta, activos y utilidades pequeñas.

2. La Coruña, Inmobiliaria.

- Representante: Sra. Julieta Portilla.
- Cargo : Gerente General.

Es una empresa comercializadora de bienes inmuebles y tiempos compartidos, a nivel nacional e internacional. Su fuerte es la capacitación en ventas de sus empleados y la prestación de servicios e ideas sobre el manejo de tiempos compartidos internacionales. Destinan una significativa parte de sus ingresos para invertir en sus empleados. El valor de sus activos es muy alto, sin embargo, las utilidades que perciben no son extensas, pero la obtienen habiendo invertido en el transcurso de su ejercicio.

Su característica típica: comercialización nacional e internacional, activos grandes y utilidades normales.

3. Unilimpio, Industrias Oz.

- Representante: Ing. Laura Zabala.
- Cargo : Gerente Financiera.

“Industrias Oz”, es una empresa productora de artículos de limpieza y con sus respectivos dispensadores. Su materia prima es importada a menor costo, por ser parte de un consorcio de empresas multinacionales.

La comercialización de sus productos lo realiza la empresa “Unilimpio” y sus directivos son accionistas de un sin número de empresas relacionadas. Por estas razones sus utilidades son bastante buenas, al punto de mantener dinero en fondos de inversión para obtener rentabilidad, hasta encontrar un destino favorable.

Su característica típica: producción, distribución y comercialización, multinacional de activos pequeños y utilidades excesivas.

4.6. INVESTIGACIÓN DE CAMPO.

4.6.1. ENTREVISTAS A REPRESENTANTES DE ONG'S. Y DEL MINISTERIO DE BIENESTAR SOCIAL.

4.6.1.1. Entrevista # 1.

- Fecha : 10 de julio del 2003.
- Persona entrevistada : Christian Oquendo.
- Representante de la Organización “CEIME”
- Preguntas y respuestas:

1. Investigador: ¿Conoce Usted, si existen en Quito ONG's. que presten servicios para recibir capital privado y trabajar en el desarrollo social? Cuáles y cómo trabajan?

- *entrevistado:* el servicio que realizan las ONG's. es el de vender publicidad en base a las actividades sociales de apoyo. Las ONG's piden fondos económicos a empresas privadas, ofreciendo publicitarlas y promoverlas emocionalmente, mediante el desarrollo y finalización de proyectos importantes y bien vistos para la sociedad.

2. Investigador: Con personería jurídica aprobada, ¿tienen las ONG's. los mismos derechos, privilegios facultades, prohibiciones e inclusive sanciones con relación a toda persona jurídica?

- *entrevistado:* por supuesto, claro que dependiendo de la actividad que realice la ONG. o en este caso que vaya a realizar, se determina que institución estatal normará la vida jurídica.

3. Investigador: ¿Las actividades realizadas por una ONG debidamente constituida, se encuentran sujetas a los mismos recursos administrativos y judiciales que tienen todas las personas jurídicas?

- *entrevistado*: nos imponen las normativas respecto al no beneficio de los miembros por los fondos manejados en la organización. Ciertos tipos de estándares para autorización de documentos legales, son diferentes. La parte administrativa los recursos son iguales.

4. Investigador: ¿Cree usted que la constitución de una ONG es fácil de conseguirla?

- *entrevistado*: depende de si se presentan todos los requisitos que solicite la institución encargada de aprobar los estatutos. Por lo general no se demora un tiempo exagerado, pero es necesario presionar.

5. Investigador: ¿Se necesita algún proceso Ministerial para constituir sucursales nacionales o extranjeras?

- *entrevistado*: Sí. Tal como los cambios estructurales deben ser registrados en el ministerio que corresponda, se debe presentar el plan de trabajo y sustentar las razones.

6. Investigador: ¿Además del Ministerio de Bienestar Social, existe alguna otra entidad a la cual las ONG's. tengan que rendir determinada información? A cuáles? y Qué tipo de información?

- *entrevistado*: el SRI. se encarga de realizar el control de la parte contable e impositiva aunque sea con tarifas de cero. Realiza visitas sorpresa o solicita información contable, según como se crea conveniente.

7. Investigador: ¿Se aplican los mismos derechos, restricciones y sanciones a las ONG's. al igual que a las demás personas jurídicas?

- *entrevistado*: todo se maneja de una forma muy similar, el punto relevante es el de no distribuir utilidades, restricción única para las entidades sin fines de lucro en general.

8. Investigador: ¿Existen problemas de superposición de leyes o alguna contradicción entre ellas que afecten a las ONG's.?

- *entrevistado*: no hemos tenido ningún inconveniente con desfases de ese tipo.

9. Investigador: ¿se ha realizado la constitución de sucursales de la ONG a nivel nacional?

- *entrevistado*: los directivos fundadores están analizando la propuesta para crear una sucursal que proporcione un mayor alcance de la organización.

10. Investigador: ¿pueden las ONG, optar por la decisión de existir a perpetuidad o un tiempo fijo predeterminado?

- *entrevistado*: se determina según los miembros fundadores y su plan de acción detallado en los estatutos, solo se ponen límites de tiempo para desempeñar los cargos de los directivos.

11. Investigador: La ONG ya debidamente constituida, ¿tiene la capacidad de reformar sus estatutos sin necesidad de reconstituir completamente la organización?

- *entrevistado*: cuando hemos tenido que reformar aspectos que varias índoles, no se han puesto barreras. Claro que es imprescindible el presentar bien los documentos solicitados.

12. Investigador: ¿Pueden Las ONG's., llevar a cabo fusiones y separaciones?

- *entrevistado*: según la constitución, sí se pueden fusionar las ONG's. y en el caso de separaciones cuando es inevitable y comprobado.

13. Investigador: ¿Los directivos de una ONG tienen la posibilidad de cambiar o mejorar el funcionamiento de la organización?

- *entrevistado*: siempre que no se desvíen de los propósitos finales de la Organización, los directivos pueden realizar cambios, entre los cuales pueden ser, por ejemplo, sobre tácticas a tomar y sin necesidad de registrarlos en el ministerio.

Para realizar cambios estructurales, se necesita registrarlos legalmente o en ciertos casos hay que solicitar la respectiva aprobación.

14. Investigador: ¿Quiénes responden ante una negligencia en las actividades de las ONG.?

- *entrevistado*: los representantes legales de la organización, en este caso es el presidente.

15. Investigador: ¿Puede el fundador reservarse el cargo de presidente de la fundación en forma permanente?

- *entrevistado*: el ministerio no lo autoriza, el cargo debe ser rotativo y no mayor a cierto tiempo estipulado por ellos.

4.6.1.2. Entrevista # 2.

- *Fecha* : 15 de julio del 2003.
- *Persona entrevistada* : Valentina Benavides.
- Representante de la Fundación "Alfa"
- Preguntas y respuestas:

1. Investigador: ¿Conoce Usted, si existen en Quito ONG's. que presten servicios para recibir capital privado y trabajar en el desarrollo social? Cuáles y cómo trabajan?

- *entrevistado*: conozco una organización llamada macchita cusunchic que desarrolla una especie de talleres de trabajo en donde se crean artesanías, que luego son exportadas. Con ello se mantiene por si misma.

2. Investigador: Con personería jurídica aprobada, ¿tienen las ONG's. los mismos derechos, privilegios facultades, prohibiciones e inclusive sanciones con relación a toda persona jurídica?

- *entrevistado*: casi en todo se trabaja de una manera similar, con la diferencia en todos los aspectos que se basan en bien común y no individual.

3. Investigador: Las actividades realizadas por una ONG debidamente constituida, ¿se encuentran sujetas a los mismos recursos administrativos y judiciales que tienen todas las personas jurídicas?

- *entrevistado*: la parte administrativa es normada por el ministerio de medio ambiente y por la parte judicial, la organización tiene los mismos derechos de defenderse o atacar judicialmente.

4. Investigador: ¿Cree usted que la constitución de una ONG es fácil de conseguirla?

- *entrevistado*: se necesitó hacer las respectivas averiguaciones en el ministerio para poder enmarcar correctamente todo el accionar de la Fundación dentro de los estatutos. Entre presentación y cambios solicitados, se demoró como 20 días.

5. Investigador: ¿Se necesita algún proceso Ministerial para constituir sucursales nacionales o extranjeras?

- *entrevistado*: sí, como todos los cambios estructurales. Mas no se ha presentado, hasta la fecha, la decisión de ubicarnos en otros sectores.

6. Investigador: ¿Se aplican los mismos derechos, restricciones y sanciones a las ONG's. al igual que a las demás personas jurídicas?

- *entrevistado*: sí. Se presentan de acuerdo a la legislación ecuatoriana de las entidades sin fines lucrativos.

7. Investigador: ¿Existen problemas de superposición de leyes o alguna contradicción entre ellas que afecten a las ONG's.?

- *entrevistado*: por ser un nuevo sector del país, al parecer si se ha especificado bien la legislación. No he sabido de problemas existentes.

8. Investigador: ¿pueden las ONG, optar por la decisión de existir a perpetuidad o un tiempo fijo predeterminado?

- *entrevistado*: la ley da para desarrollar las actividades fundacionales según la voluntad de los miembros y se termina por decisión de ellos cuando las actividades ya no pueden desarrollarse o cuando se ha incurrido en una falta grave e interviene el ministerio.

9. Investigador: La ONG ya debidamente constituida, ¿tiene la capacidad de reformar sus estatutos sin necesidad de reconstituir completamente la organización?

- *entrevistado*: si no se desvía de sus fines institucionales, sí. Para registrar cualquier cambio se lo hace vía ministerio y con todo papel que certifique el motivo de el o los cambios necesarios.

10. Investigador: ¿Quienes responden ante una negligencia en las actividades de las ONG.?

- *entrevistado*: el presidente y vicepresidente, ya que a ellos se los registró como representantes frente a las acciones de la Fundación.

4.6.1.3. Entrevista # 3.

- *Fecha* : 18 de julio del 2003.
- *Persona entrevistada* : Lic. Aníbal Torres.
- Representante del Ministerio de Bienestar Social.

- Preguntas y respuestas:

1. Investigador: ¿Pueden las ONG's., manejar los mismos recursos de cualquier persona jurídica por vías administrativa y judicial?

- *entrevistado*: toda persona jurídica se constituye por un privilegio concedido mediante el derecho positivo ecuatoriano y abarca a toda institución que se le otorgue tal distinción.

2. Investigador: ¿Se aplican los mismos derechos, restricciones y sanciones a las ONG's. al igual que a las demás personas jurídicas?

- *entrevistado*: en el caso de ONG's. se debe cumplir fines colectivos que nacen de una determinante que es la ausencia de lucro, por lo tanto un limitante en el manejo de los recursos es que no dispone de reparto de utilidades en el desarrollo de sus objetivos.

3. Investigador: ¿Existen problemas de superposición de leyes o alguna contradicción entre ellas en la legislación ecuatoriana?

- *entrevistado*: no. Son normadas específicamente por ser sin fines de lucro.

4. Investigador: En relación a tiempo y costo, ¿es difícil constituir una ONG.?

- *entrevistado*: en relación de la materia todos los ministerios están en la capacidad de otorgar personería jurídica. Con respecto a costos tratándose del Ministerio de Bienestar Social, no hay ninguna tasa.

5. Investigador: ¿La documentación necesaria para la constitución de la ONG. es extensa o mínima?

- *entrevistado*: se restringe a: la presentación de solicitudes, estatutos, integración de capital, además de documentos personales de miembros.

6. Investigador: ¿De qué depende la autorización o no de la constitución de una ONG.?

- *entrevistado*: de los objetivos, los mismos que deben encuadrarse en la ley y reglamentos de cada cartera de estado.

7. Investigador: ¿Pueden las ONG's optar por la decisión de existir a perpetuidad o un tiempo fijo predeterminado?

- *entrevistado*: depende de la voluntad de sus fundadores, expresados en los estatutos.

8. Investigador: De igual manera que las personas naturales, ¿las personas jurídicas también tienen derecho a constituir ONG's.?

- *entrevistado*: sí, son sujetos del mismo derecho.

9. Investigador: ¿Existen provisiones mínimas que deben contener los estatutos de una ONG. para su aprobación?

- *entrevistado*: sí. Los estatutos deben contener, previamente para la aprobación, los objetivos sociales sin fines de lucro, dirección, duración, alternabilidad democrática, etc.

10. Investigador: ¿Una vez constituida conforme crece la ONG., a futuro es factible la autorización de constituir sucursales nacionales?

- *entrevistado*: depende del crecimiento, motivaciones, provisiones estatutarias, siempre que estén dentro del marco legal.

11. Investigador: ¿La ONG. ya debidamente constituida tiene la capacidad de reformar sus estatutos sin necesidad de reconstituir completamente la organización?

- *entrevistado*: sí se moderniza la organización, no es necesario sino una reforma al estatuto. Los fines deben ser los mismos.

12. Investigador: ¿Pueden las ONG's. ya constituidas, llevar a cabo fusiones y separaciones de las mismas?

- *entrevistado*: pueden fusionarse según sus objetivos.

13. Investigador: ¿Puede la ONG. ya constituida, terminar sus actividades por libre decisión?

- *entrevistado*: sí, pero debe justificar la acción.

14. Investigador: ¿Cuál es el o los motivos que llevarían al Ministerio, a cesar las funciones de una ONG.?

- *entrevistado*: desviación de sus objetivos y finalidades, denuncias comprobadas contra los miembros, comprometer la seguridad del estado, disminuir el número de miembros establecidos en el reglamento.

15. Investigador: ¿Existe un registro nacional único sobre las ONG's. constituidas y es accesible al público?

- *entrevistado*: no, solo por cada ministerio o cualquier cartera de estado a nivel nacional.

16. Investigador: ¿Los directivos de una ONG tienen la posibilidad de cambiar o mejorar el funcionamiento de la Organización?

- *entrevistado*: claro, siempre y cuando los cambios no se desvíen los fines para los cuales fue constituida la organización.

17. Investigador: ¿Quiénes deben responder ante una negligencia en las actividades de las ONG's.?

- *entrevistado*: los representante legales.

18. Investigador: ¿Existe alguna normativa sobre conflictos internos de interés entre directivos y empleados de las ONG's.?

- *entrevistado*: no. Se aplica el Código de Trabajo ecuatoriano.

19. Investigador: ¿El Ministerio de Bienestar Social es el único que norma y conduce tanto la constitución como la el desarrollo de la vida de la ONG con fines sociales? o, ¿existen más entidades regulativas?

- *entrevistado*: la vida legal: el Ministerio de Bienestar Social, las obligaciones tributarias: el SRI., y dependería de los partícipes de posibles contratos y proyectos.

4.6.1.4. Entrevista # 4.

- Fecha : 19 de julio del 2003.
- Persona entrevistada : Dra. Ligia Arellano Ramírez.
- Representante del Ministerio de Bienestar Social.
- Preguntas y Respuestas:

1. Investigador: ¿Pueden las ONG's., manejar los mismos recursos de cualquier persona jurídica por vías administrativa y judicial?

- *entrevistado*: el concepto legal así lo determina y así se cumple.

2. Investigador: ¿Se aplican los mismos derechos, restricciones y sanciones a las ONG's. al igual que a las demás personas jurídicas?

- *entrevistado*: en general sí. Sin embargo, si la ONG. incurre en disolución, se instaura en causales para disolución de lo ONG., seguidamente se procede a la liquidación.

En cuanto a restricciones, sanciones y derechos, es igual.

3. Investigador: ¿Existen problemas de superposición de leyes o alguna contradicción entre ellas en la legislación ecuatoriana?

- *entrevistado*: no, ninguno.

4. Investigador: En relación a tiempo y costo, ¿es difícil constituir una ONG.?

- *entrevistado*: si se presentan todos los documentos solicitados, más o menos un mes.

5. Investigador: ¿La documentación necesaria para la constitución de la ONG. es extensa o mínima?

- *entrevistado*: es mínimo el requerimiento, y es presentado en el registro oficial.

6. Investigador: ¿De qué depende la autorización o no de la constitución de una ONG.?

- *entrevistado*: depende de la estructuración de los fines institucionales o fundacionales. Los cuales no deben inferir negativamente en las leyes.

7. Investigador: ¿Pueden las ONG's optar por la decisión de existir a perpetuidad o un tiempo fijo predeterminado?

- *entrevistado*: se fija por voluntad de los miembros fundadores, expresa en los estatutos.

8. Investigador: De igual manera que las personas naturales, ¿las personas jurídicas también tienen derecho a constituir ONG's.?

- *entrevistado*: claro que sí. La empresa tiene que designar un representante legal.

9. Investigador: ¿Existen provisiones mínimas que deben contener los estatutos de una ONG. para su aprobación?

- *entrevistado*: sí. Está determinado por el Presidente de la República, en el registro oficial.

10. Investigador: ¿Una vez constituida conforme crece la ONG., a futuro es factible la autorización de constituir sucursales nacionales?

- *entrevistado*: no existe inconvenientes en cuanto se presente la documentación de respaldo, como objetivos y acciones a tomar.

11. Investigador: ¿La ONG. ya debidamente constituida tiene la capacidad de reformar sus estatutos sin necesidad de reconstituir completamente la organización?

- *entrevistado*: no hay problemas, si es que se cambia el espíritu de trabajo. No se puede modificar la misión fundamental.

12. Investigador: ¿Pueden las ONG's. ya constituidas, llevar a cabo fusiones y separaciones de las mismas?

- *entrevistado*: siendo organizaciones con objetivos afines, no hay problema alguno.

13. Investigador: ¿Puede la ONG. ya constituida, terminar sus actividades por libre decisión?

- *entrevistado*: sí.

14. Investigador: ¿Cuál es el o los motivos que llevarían al Ministerio, a cesar las funciones de una ONG.?

- *entrevistado*: cuando no se cumplan los objetivos, según fueron aprobados en los estatutos y cuando se compruebe cualquier actuación contraria a las leyes.

15. Investigador: ¿Existe un registro nacional único sobre las ONG's. constituidas y es accesible al público?

- *entrevistado*: no.

16. Investigador: ¿Quiénes deben responder ante una negligencia en las actividades de las ONG's.?

- *entrevistado*: el presidente de la organización, que se lo inscribe como representante legal.

17. Investigador: ¿Existe alguna normativa sobre conflictos internos de interés entre directivos y empleados de las ONG's.?

- *entrevistado*: por parte del ministerio, no. Pero se puede determinar en los estatutos la solución de conflictos internos, por vía judicial.

4.6.2. ENTREVISTAS A REPRESENTANTES DE EMPRESAS PRIVADAS.

4.6.2.1. Entrevista # 5.

- *Fecha* : 15 de mayo del 2003.
- *Persona entrevistada* : Lic. Mariana Aguilera Ayala.
- *Empresa* : Futurcom Panasonic S.A.

- Preguntas y respuestas:

1. Investigador: ¿Qué conoce Usted, acerca del tercer sector?

- *entrevistado*: se que el primer sector es el público y el segundo lo comprende la parte privada. Desconozco el término "tercer sector".

- *intervención del investigador*: el tercer sector lo comprenden todas las organizaciones no gubernamentales.

2. Investigador: ¿Qué conoce acerca del trabajo social que realizan las ONG's. en Quito?

- *entrevistado*: Conozco que algunas ONG's. ya no solo piden capital a las empresas, sino que venden productos y hasta los exportan, para financiar su trabajo.

3. Investigador: ¿La empresa aporta o ha aportado capital, en el sentido de donación para el beneficio social, a algún tipo de ONG.?

- entrevistado: Sí. Hace más o menos dos años la empresa aportó a una fundación, que se concentra en el campo de seguridad de la sociedad en general,..... no recuerdo su nombre; pero fue porque los fundadores son amigos personales del gerente general de la empresa.

4. Investigador: ¿Cómo catalogaría Usted, al trabajo que realizan las ONG's en la ciudad de Quito?

- entrevistado: He escuchado que la mayoría recibe inversión internacional, por lo que son capaces de crear excelentes proyectos. Creo que su finalidad es cumplida a cabalidad pero su publicidad es deficiente.

5. Investigador: ¿Qué retribución han obtenido Ustedes y la empresa, por parte de la / las ONG's a las cuales han apoyado?

- entrevistado: Socialmente la empresa es mejor vista, pero lo más importante es que el corazón de los directivos de esta empresa es abierto hacia la sociedad y la ayuda en general.

6. Investigador: ¿Cuáles son los motivos que le han llevado a dejar de aportar donaciones a las ONG's.?

- entrevistado: La crisis en el Ecuador no permite que sobre capital como para donar. Los gastos son altos, la gente no paga, hay que atender a la empresa, sino la quiebra es evidente.

7. Investigador: Si una ONG. con la modalidad de Fundación, le prestara servicios de asesoría en calidad total y una correcta publicidad para obtener los fondos necesarios destinados a los planes de ayuda social; ¿contratarían Ustedes, este servicio?

- entrevistado: Si es un servicio competente y efectivo, claro que sí. Pero, comprobando que el destino de nuestro pago será bien canalizado a una ayuda social con resultados.

8. ¿Aportarían capital adicional al valor de la aplicación del servicio mencionado, si el monto total del capital aportado por la empresa, fuera el porcentaje de atribución en la consecución de los fines de apoyo social?

- entrevistado: Aplicaríamos una vez, pagando el precio que imponga la ONG. o fundación, por ello. Si tal servicio lleva a la empresa a mejorar en los sentidos que se le solicitó a la ONG., pues entonces, además de contratarlos siempre, se podría aportar una cantidad mayor, pero dependiendo de la capacidad de la empresa.

9. ¿Cree Usted, que si las aportaciones de capital privado hacia las ONG's. para financiar programas y publicidad de desarrollo social, fueran deducibles del impuesto a la renta; entonces habrían más donaciones?

- entrevistado: Por supuesto que sí. Que mejor que pagar asesorías que ayuden a mejorar el desempeño de la empresa y además poder disminuir el pago de impuestos. cada mes se pediría su trabajo!.

10. ¿Cree Usted, que un sector saludable de ONG's. en el país, pueda crear contribuciones importantes al desarrollo social; es decir en bien de todos?

- entrevistado: Solo si cada ONG's. cumpliera con su trabajo y si no se limitaran a pedir donaciones, sino, buscarlos con opciones como la prestación de servicios.

4.6.2.2. Entrevista # 6.

- *Fecha* : 8 de mayo del 2003.
- *Persona entrevistada* : Sra. Julieta Portilla.
- *Empresa* : La Coruña, Inmobiliaria.

- *Preguntas y respuestas:*

1. Investigador: ¿Qué conoce Usted, acerca del tercer sector?

- *entrevistado:* sobre este tema le puedo indicar que son instituciones que prestan buenos servicios a la sociedad.

2. Investigador: ¿Qué conoce acerca del trabajo social que realizan las ONG's. en Quito?

- *entrevistado:* muy poco, porque no dan a conocer a fondo sus propuestas.

3. Investigador: ¿La empresa aporta o ha aportado capital en el sentido de donación para el beneficio social, a algún tipo de ONG.?

- *entrevistado:* No. pero si nos presentaran una propuesta interesante, talvez se podría aportar.

4. Investigador: ¿Qué es lo que a usted, le motiva o le motivaría a proporcionar capital para el desarrollo social?

- *entrevistado:* que ofrezcan buenos programas para promoción de la empresa y de marketing de la misma.

5. Investigador: Si una ONG. con la modalidad de Fundación, le prestara servicios de asesoría en calidad total y una correcta publicidad a su empresa, para obtener los fondos necesarios destinados a planes de ayuda social; ¿contratarían Ustedes, este servicio?

- *entrevistado:* Sí. Porque si es para una causa noble, todos deberíamos como católicos, ayudar al resto de la sociedad que necesita.

6. ¿Aportarían capital adicional al valor de la aplicación del servicio mencionado, si el monto total del capital aportado por la empresa, fuera el porcentaje de atribución en la consecución de los fines de apoyo social?

- *entrevistado:* Sí. Al principio con un monto moderado dependiendo de los ingresos de la empresa.

7. ¿Cree Usted, que si las aportaciones de capital privado hacia las ONG's. para financiar programas y publicidad de desarrollo social, fueran deducibles del impuesto a la renta, entonces habrían más donaciones?

- *entrevistado:* Sí. Porque la empresa preferiría aportar su impuesto a las organizaciones sociales, más que al estado.

8. ¿Cree Usted, que un sector saludable de ONG's. en el país, pueda crear contribuciones importantes al desarrollo social?

- *entrevistado:* Sí pudieran, con trabajo, esfuerzo y dedicación, mejorar la sociedad.

4.6.2.3. Entrevista # 7.

- *Fecha* : 10 de mayo del 2003.
- *Persona entrevistada* : Ing. Laura Zabala
- *Empresa* : Unilimpio Industrias OZ.

- *Preguntas y respuestas:*

1. Investigador: ¿Qué conoce usted, acerca del tercer sector?

- *entrevistado*: Me parece que es la sociedad en general, que no es privada ni pública.
- *intervención del investigador*: correcto. Pero sociedad organizada y con personería jurídica; prácticamente son todas las organizaciones no gubernamentales.

2. Investigador: ¿Conoce el trabajo social que realizan las ONG's. en Quito?

- *entrevistado*: Es variado, se que en todos los ámbitos sociales, pero no tengo mayor conocimiento.

3. Investigador: ¿La empresa aporta o ha aportado capital en el sentido de donación para el beneficio social, a algún tipo de ONG.?

- *entrevistado*: No. No nos ha llegado ningún pedido de ayuda y vamos trabajando ya algunos años.

Intervención del investigador: ¿La empresa tenía la capacidad de realizar donativos?

- *entrevistado*: Totalmente. Cada año se ha estado obteniendo utilidades que se invirtieron en desarrollo de la fabricación de los productos químicos y en fondos de inversión. Inclusive actualmente la empresa maneja fondos de inversión en el Banco Internacional, hasta programar su inversión en aspectos de mejora de la empresa; y escuché que en la distribución específicamente de los productos.

4. Investigador: ¿Cómo cataloga Usted, al trabajo que realizan las ONG's en la ciudad de Quito?

- *entrevistado*: Si es que hacen un buen trabajo, no lo se. Sería de ver que tan contenta está la gente que han ayudado.

5. Investigador: Si una ONG. con la modalidad de Fundación, le prestara servicios de asesoría en calidad total y una correcta publicidad; ¿aportarían capital adicional al valor de la aplicación del servicio mencionado?

- *entrevistado*: como le decía, las políticas de la empresa son reinvertir, para expandirla. Mi decisión sería de aprovechar al cien por ciento el tema de mejorar el producto o reducir costos, y más aún aprovechar la publicidad que haría para la empresa.

6. Investigador: ¿Cree Usted, que si las aportaciones de capital privado hacia las ONG's. para financiar programas y publicidad de desarrollo social, fueran deducibles del impuesto a la renta; entonces habrían más donaciones?

- *entrevistado*: Yo pienso que sí. Sin embargo, la decisión final siempre pasa por los accionistas de la empresa. Ya que ellos conforman una corporación privada extensa y manejan algunas empresas asociadas.

7. ¿Aportarían capital adicional al valor de la aplicación del servicio mencionado, si el monto total del capital aportado por la empresa, fuera el porcentaje de atribución en la consecución de los fines de apoyo social?

- *entrevistado*: Dependiendo de la situación de la empresa frente a los posibles cambios económicos o sociales. Pero si con los servicios de la ONG. se obtienen resultados positivos, es muy probable que sí.

8. ¿Cree Usted, que un sector saludable de ONG's. en el país, pueda crear contribuciones importantes al desarrollo social?

- *entrevistado*: pienso que el estado se volvería menos corrupto, y se aplacaría en algo la pobreza. Los resultados serían muy buenos. Pero como en toda sociedad, obviamente se tienen que cumplir con los objetivos de cada una.

9. Investigador: ¿Qué es lo que a usted, le motiva o le motivaría a proporcionar capital para el desarrollo Social?

- *entrevistado*: teniendo buenos ingresos en la empresa, lo que importaría es la meta a alcanzar por la ONG., que debe ser realizable y realista, cumpliendo con cada objetivo planteado.

4.7. CONCLUSIONES.

El público contribuyente no hace donativos a las ONG's. porque:

- La crisis en el país afecta directamente a las empresas y su rendimiento se vuelve ineficaz. A tal punto que las empresas luchan por mantenerse activas.
- Como complemento al punto anterior, un factor importante es la falta de información sobre proyectos sociales realizados por las ONG's., lo cual conlleva a que se descuide el posible mercado nacional de contribuyentes. La empresa pequeña por conocimiento de un proyecto, ha realizado un aporte económico, mientras que las empresas más grandes con mayor capacidad de utilizar dineros dormidos, no han recibido propuestas.
Las mismas ONG's. no se dan a conocer, su publicidad es escasa hacia los contribuyentes. Esto se debe a que la mayoría de ONG's. espera la ayuda internacional para alcanzar sus fines solidarios y no desarrollan un plan de negocio para el mercado doméstico.
- Las empresas que manejan ingresos fuertes, destacan la necesidad de reinvertir para mejorar su producto y la incertidumbre que mantienen los directivos de las compañías, acerca de que las ONG's. puedan apoyarlos publicitariamente frente a sus clientes y sociedad, es muy alta.

Se comprueba también el poco conocimiento acerca de ONG's que actualmente prestan servicios, además de una la correcta publicidad y promoción, para las empresas y sus productos, en retribución de la donación y en función del monto de la misma.

Los contribuyentes desarrollaran una actitud de trabajo con la ONG., si esta se encargara de presentar campañas para presionar al estado, a que las leyes faciliten el

trabajo conjunto entre el sector privado y el de las organizaciones no gubernamentales. Tales como deducciones del impuesto a la renta por donaciones con fines de ayuda social.

Se determina que si el contribuyente, por realizar un aporte, recibe un valor agregado positivo, tal como un correcto plan publicitario y mejor aún una asesoría en su productos con resultados efectivos, entonces su disposición para entregar donaciones a la ONG., por el aporte del servicio prestado, es evidentemente mayor y se complementa con un fin social noble e innovador.

Al constatar lo expresado anteriormente, es consensual el hecho de que una ONG. que desarrolle un plan de marketing social eficaz y cubra los factores encontrados, con un adecuado producto o servicio, será sostenible en el tiempo mediante aportes de capital constantes, sin perjuicio de apoyo internacional o cualquier otro. Siempre y cuando no se desvíen los fines organizacionales de desarrollo social y el bien común.

Los parámetros sobre el porqué los contribuyentes, donan su dinero, trabajo o materiales.

El público contribuyente hace donativos a las ONG's. porque:

- 1.- cree sinceramente en el trabajo de las ONG's..
- 2.- dar, lo hace sentir bien.
- 3.- mejora su estatus dentro de su grupo social.
- 4.- sus creencias religiosas lo impulsan a ello.
- 5.- Ayuda a la promoción de la empresa.

Ninguno de ellos hace referencia en una posible retribución enfocada de forma directa para la empresa. Solo conlleva que los contribuyentes vean resultados de ayuda social.

4.8. RECOMENDACIONES.

La inversión privada debe ser canalizada para realizar un trabajo social, través de la prestación de servicios a las empresas que generen un capital persistente en el tiempo y una ventaja competitiva para la ONG..

Para satisfacer los factores concluidos, es necesario el análisis de las necesidades de los contribuyentes, a través de un plan de acción sobre la prestación de servicios, para que luego el mismo sea aplicado, según el tipo de producto de la empresa asesorada. Además definir servicios que realmente satisfagan estas necesidades. El implantar una cultura de servicio en la ONG. es una estrategia esencial para lograr un mayor éxito en los objetivos. Todo esto requiere de cambios de actitudes, valores y de una capacitación continua.

Los contribuyentes se sienten bien cuando tienen la capacidad de donar capital para financiamiento de ayuda social, y creen mucho en la acción realizada por las diversas ONG's.; no obstante, la desaceleración del crecimiento económico y con mayor fuerza la crisis que comúnmente vive en el Ecuador, hacen que se mermen las posibilidades de donar sin obtener nada a cambio. Por lo que, si adiciona un valor que mejore su competencia y fomente un mejor crecimiento de su estatus dentro de la sociedad, como

son los **servicios de asesoría en la calidad de productos o servicios de los contribuyentes, entonces se obtiene una ventaja competitiva.**

La ONG. **debe elaborar todo un plan de marketing para fomentar la ventaja comprobada por la investigación de campo, en la que los empresarios privados han llegado a expresar un gran interés, realmente inesperado.**

CAPITULO V: FOCUS GROUP.

5.1. SITUACIÓN, JUSTIFICACIÓN Y OBJETIVOS.

Es necesario apoyar las entrevistas, mediante un focus group, para analizar el mercado de los usuarios y poder enfocarse de una mejor manera en el desarrollo del plan de marketing.

5.1.1. Objetivo General.

Determinar cuáles son los factores que promueven a los niños y jóvenes fundamentalmente marginados, a que abandonen cursos de enseñanza en general.

5.1.2. Objetivos específicos.

Determinar los problemas entorno a la educación básica, que afectan al interés de los alumnos del mercado de usuarios y sus padres, que propician a dejar de asistir a cursos de aprendizaje.

Analizar el factor principal que promueve el abandono de los estudios por parte de los usuarios, específicamente en tiempos de crisis.

Especificar los factores sociales que limitan a los usuarios, la asistencia a cursos y la comprensión de su enseñanza.

5.2. PARTICIPANTES CALIFICADOS Y ESTRUCTURA DE GRUPOS.

Para el correspondiente análisis del grupo social que va a ser objeto del beneficio perseguido por la fundación, se determina un focus group, el cual se conforma con padres de familia y sus respectivos hijos, que son estudiantes del jardín de infantes denominado "Ruperto Alarcón" de la ciudad de Quito. Comprende familias de nivel socio económico bajo y medio descendiente. Tanto padres y madres no son profesionales y sus hijos encajados en el rango de edades entre los 4 y los 16 años de edad.

La reunión fue conducida por el investigador, junto a una moderadora que desempeña el cargo de profesora jardín de infantes, la cual mantiene un profundo conocimiento de la idiosincrasia poblacional del país. La sesión estuvo conformada de la siguiente manera:

- Primera familia: padre y madre, dos hijos varones , de 4 y de 12 años.
- Segunda familia: padre y madre, tres hijos, dos varones de 4 y 13 años; y, una niña de 10 años de edad.
- Tercera familia: padre y madre, una sola hija de 4 años de edad.
- Cuarta familia: solo presente la madre, dos hijos, un varón de 5 años y una hija de 16 años de edad.
- Quinta familia: solo presente la madre, su hija de 5 años de edad.

El total de participantes llegó al máximo de 12 personas tomando en cuenta una edad congruente en capacidad de asimilación de preguntas.

La duración aproximada fue de 40 minutos, con guiones desarrollados de acuerdo a los objetivos de análisis planteados; para luego proceder con la instrucción la moderadora, con el fin de puntualizar claramente los objetivos de análisis.

Fecha de realización: 2 de mayo del 2003.

5.3. PLANTEAMIENTO DEL TEMA.

La importancia de la educación básica junto a incentivos para el desarrollo de técnicas de trabajo temprano.

Los usuarios son la razón de ser de la fundación y en este caso, al ser base de la sociedad como son los niños y jóvenes, dependen de varias decisiones y situaciones que son ajenas a su gusto.

5.4. OPINIONES GENERALES.

Se plantea un subtema principal y se empieza con la discusión. A continuación se anotan aspectos positivos y negativos más enfatizados; para luego retomar los aspectos que se determinan relevantes para la investigación y se los amplía convirtiéndolos en subtemas para el respectivo desglose.

Subtema	ASPECTOS POSITIVOS	ASPECTOS NEGATIVOS
Educación Básica (entorno a niños y niñas que asisten las escuelas)	La existencia de establecimientos educativos con bajos costos.	La ineficacia de los docentes, por insatisfacción salarial y de otros posibles incentivos.
Profesores	Con capacitación, la enseñanza daría un giro total (180 grados).	No se desarrolla una enseñanza de la vida en sí. Se dejan de lado temas necesarios para un buen desenvolvimiento en la sociedad.
Capacitación que implique aprender a enseñar aspectos gravitantes en la vida.	Se reducirían grupos de niños y jóvenes de acción negativa para la sociedad. Tendrían mejores defensas en la vida y el respeto aumentara.	En muchas ocasiones el tiempo es justo para la enseñanza común. Menor en casos de paros de profesores u otros que paralicen los estudios.
Tiempo de estudio	En el tiempo de estudio los hijos pueden ser un apoyo económico para sus padres, con trabajos demasiado informales.	Cuando los padres trabajan, el tiempo en que sus hijos estudian reduce el riesgo implícito en dejarlos solos en casa o fuera de ella.
Costos de escuelas, colegios o cursos.	Existen escuelas y colegios que brindan ayuda directa a hijos de familias de extrema marginalidad.	Sin embargo de los costos relativamente bajos, las escuelas y colegios son ineficientes y no

		transparentes. Se aprovechan para pedir aportes a padres que luego no aparecen.
Crisis	No existen	Es el factor que más impide la asistencia de niños y jóvenes a clases. Deben trabajar para comer.
Número de hijos		Los padres hacen hincapié en el hecho de que sus hijos deben apoyar al trabajo. Si todos su hijos trabajan, mejor.
Lectura y fomento de la misma en instituciones educativas.	Algunas instituciones aportan con textos pequeños que ayudan inclusive a entender ciertos aspectos (técnicos) a los padres.	Si se envían a leer textos o folletos, el tiempo es demasiado corto, pues hay que buscar el medio para la alimentación de la familia.
Enseñanza y aprendizaje	Por lo menos aprenden a hablar y poco a leer.	La captación es muy baja. Se quejan de la enseñanza, más un padre de familia toca el punto de la desnutrición y la falta de ánimos.
Alimentación	Pocas instituciones brindan alimentación gratuita o barata. Algo es algo.	Los niños y jóvenes no se alimentan correctamente. Y para tratar de hacerlo deben abandonar los estudios.
Infraestructura		Es deficiente e impide la concentración y el alcance de la enseñanza.
maltrato	Es una rotunda queja de los padres de familia, el debate se vuelve tenso, pero permite saber que es un factor muy significativo.	Un padre severo, expresa un pensamiento a favor del maltrato, pero según él, no es extremista. Justifica esto, con la necesidad de aprender bien para luego trabajar.
El trabajo que empieza desde una corta edad.	Aparecen ciertas dudas en ellos con el planteamiento del investigador: "¡prefieren pocos ingresos por sus niños y jóvenes, que no poseen estudios, trabajando hoy, que mañana sus hijos, con una adecuada enseñanza generen mayores ingresos para la familia!".	El pensamiento de los padres de hacer trabajar a sus hijos es determinante.

5.5. CONCLUSIONES.

- **El sistema de educación en el Ecuador frente a la niñez y la juventud.**

Las políticas educativas, generadas y ejecutadas no sólo por el Estado en escuelas y colegios sino también por todos los actores sociales civiles, como complemento vivencial y de valores éticos, además de educación y fomento al trabajo, permitirán que los derechos de los niños y jóvenes se realicen en un marco de equidad y específicamente que se sienten bases morales para ser más humanos, apuntalando un Ecuador ético, trabajador, moderno y justo.

Actualmente uno de los problemas sociales más importantes del Ecuador es la alta tasa de abandono escolar y de desempleo, sobre todo de los sectores más pobres de la sociedad. Esta situación es resultado de la aguda crisis económica y social que afecta a las familias de los estudiantes e inclusive de los maestros.

En este marco, se comprobó la existencia de viejos problemas que fomentaron el presente escenario de crisis: desinversión en el sector social (particularmente en la educación), deserción docente, formación inadecuada y falta de motivación de los maestros, y estancamiento de la aplicación de la reforma curricular.

En el Ecuador existen muchas organizaciones o fundaciones con fines de desarrollo educacional primario y secundario; se han planteado planes para una mejor readequación educacional, como incentivar a realizar una mayor y mejor inversión en educación, mejorar la información educativa, desarrollo de un pensamiento y movimiento pedagógico nacional, plantear políticas de estímulos a los docentes, etc., planes y políticas educativas, que no hacen énfasis en una educación complementaria a escuelas, como lo es la enseñanza de valores y de experiencia vivencial, así como a estudiantes de colegios, con la edad adecuada para educarlos en el gusto y preferencias para trabajar.

- **El papel de la crisis en la educación.**

Una evidencia del papel que la crisis económica está teniendo, tanto en el acceso, en la permanencia, como en la calidad del sistema educativo ecuatoriano se determina según el focus group, concluyendo que niños y niñas de los sectores sociales más pobres están fuera de la escuela por causas económicas.

- **Problemas a atacar, la sociedad civil como medio.**

Principales problemas: cobertura, permanencia y calidad.

El sector educativo ecuatoriano enfrenta graves problemas estructurales como baja calidad del servicio, donde el personal capacitado es indispensable. Adicional y principalmente existen bajas tasas de acceso y altas tasas de deserción y repetición escolar, la economía y los padres de familia obligan a los estudiantes a que abandonen su camino a una determinada profesión y a buscar mejores empleos. En este punto es imprescindible el análisis de la forma de pensar de los padres de familia de escasos

recursos frente a sus hijos. Por lo que el focus group realizado en el jardín de infantes "Ruperto Alarcón", arroja las siguientes conclusiones:

No se comunican conocimientos útiles, prácticos y necesarios para la vida, se enseña la teoría y se los lanza al mundo a defenderse y pensar según la situación de un momento. Este aspecto junto con el problema de comprensión derivado de no incentivar a la lectura, inclusive de libros enfocados a la enseñanza de experiencias de la vida en general, que además son más interesantes, tanto para padres como principalmente para sus hijos.

Existe una severa falta de recursos de apoyo en el aula, de infraestructura básica sobre todo en las áreas más pobres y el incentivo de desayunos escolares es escaso; este último, problema que ha sido comprobado científicamente como el más grave, al reducir las energías y capacidades de trabajo y comprensión de los niños y jóvenes.

Los maestros y docentes con varios factores a tener en cuenta:

El hecho de tener maestros insatisfechos con sueldos deficitarios, los desmoralizan y fomentan la indiferencia en el grado de alcance de su enseñanza, provocando una pérdida del valor social de la profesión.

No existe una adecuada formación del personal docente, existen muchos casos de docentes que carecen de título.

El maltrato a niñas, niños y adolescentes en la escuela es uno de los problemas que más lesiona su dignidad y también pesan en su decisión y en la de sus padres, de parar sus estudios. Inclusive se pudo comprobar que los propios niños y niñas han identificado el maltrato hasta en su propia familia y en la escuela como el hecho principal de abandonar sus estudios y su hogar.

- **La Desnutrición.**

La situación nutricional de los ecuatorianos y especialmente de los niños se ha complicado aún más con la crisis económica porque el régimen alimentario de los hogares se ha visto afectado por la pérdida de empleo de sus miembros y por la caída en los ingresos a niveles muy bajos.

Estas restricciones tienen consecuencias negativas en la situación alimentaria - nutricional de niños y niñas y produce problemas en el crecimiento físico e intelectual de los mismos.

- **Las consecuencias de la desnutrición.**

Por desgracia, se comprobó que la desnutrición es un problema que afecta principalmente a los niños y niñas y las consecuencias que tiene son muy graves. Básicamente en los primeros años de vida retrasa el desarrollo físico y limita seriamente su desarrollo intelectual, esto es, la capacidad de jugar, descubrir el entorno, hablar a más temprana edad, etc.. Además la falta de un crecimiento físico adecuado determina que el niño sea delgado, no alcance su estatura normal y sea más vulnerable a las enfermedades.

La Fundación se enfocará en programas de alimentación directa a niños y niñas de escasos recursos, durante los cursos educacionales antes mencionados.

5.6. RECOMENDACIONES.

El mundo de los niños está lleno de sueños y tiene posibilidades ilimitadas. Debemos ser capaces de soñar con ellos en la posibilidad de un mundo mejor. La mayor parte del desarrollo del cerebro ocurre antes de que el niño cumpla tres años. En estos tres primeros años de vida los niños adquieren la capacidad de pensar, hablar, caminar, correr, jugar, aprender y razonar. El Ecuador se ha olvidado que en estos primeros tres años se forman los valores y los comportamientos sociales que los acompañaran durante toda la vida.

Estos argumentos justifican por sí mismos la inversión social que plantea la Fundación a sus contribuyentes, como necesidad inevitable de apoyo.

Para alcanzar el desarrollo infantil se debe emplear una estrategia integral que persiga precisamente que los niños menores de cinco años estén bien nutridos (por tanto saludables), que crezcan en un ambiente de amor y protección, se les enseñe el buen camino y a defenderse en la vida.

Los aspectos fundamentales para la educación de valores y educación de trabajo en general, que plantea la Organización deben basarse en un desayuno escolar para volver atractivo el plan, personal especialmente capacitado en enseñanza, personal capacitado en orientación juvenil, una infraestructura pertinente a crear satisfacción de atender a los cursos, y el respectivo fomento a la lectura y al trabajo.

Lo difícil es sensibilizar y educar a las familias para que entiendan lo importante que es intervenir en la infancia, porque es un esfuerzo que no da resultados en el corto y mediano plazo, más con campañas de incentivos que satisfagan a los niños y charlas a los padres de las ventajas para todas las familias.

CAPITULO VI: LA CREACIÓN.

6.1. DETERMINACIÓN DE LA OPORTUNIDAD.

La investigación permite determinar que la oportunidad del estudio se presenta en la forma de obtener los recursos económicos para el desarrollo de la organización no gubernamental y la aceptación del contribuyente, para mantener ingresos constantes y no ser dependientes de terceros.

Tal afirmación encontrada se basa en que la conformación de una organización no gubernamental de desarrollo en calidad de fundación de beneficio público, sin fines de lucro y con dirección de no membresía, que proporcione a las empresas privadas, un servicio de asesoría que desarrolle calidad en la empresa aplicada, para que esta pueda satisfacer las necesidades de sus consumidores finales. Con ello se puede mantener un flujo de capital constante para la consecución de los planes de desarrollo social.

6.2. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL SERVICIO Y SUS PRODUCTOS.

La fundación desarrolla dos tipos de servicios, uno destinado a los contribuyentes, para la obtención de los fondos económicos y otro para los usuarios.

En el caso de los contribuyentes, un servicio intangible como es ofrecer la asesoría, se transforma en tangible cuando se presentan los cursos de capacitación y su aplicación en las empresas privadas. De aquí es que se presentan los productos dependiendo del tipo de tema u operaciones a capacitar.

Hacia los usuarios corresponde el servicio de la educación sobre ética y valores, además de talleres de enseñanza y fomento de trabajo.

6.3. LA ORGANIZACIÓN.

6.3.1. VISIÓN.

Ser una Organización No Gubernamental de Desarrollo a nivel nacional y expandir los programas de ayuda social, implementando estrategias de desarrollo del mercado de usuarios y contribuyentes, apoyados con una correcta publicidad y con la creación de sucursales que distribuyan libros, folletos, y revistas, para alcanzar zonas geográficas potenciales en necesidades de aprendizaje y trabajo.

6.3.2. MISIÓN.

Promover el desarrollo del Ecuador, proporcionando dos tipos de programas de desarrollo social básico en la ciudad de Quito, uno destinado a niños desde los 4 años de edad, de todo nivel económico, que comprenda la enseñanza de valores éticos y morales, acompañado por un alimento y diferentes actividades de recreación; y, otro enfocado a jóvenes hasta los 18 años de edad, de todo nivel económico, que enseñe, fomente, y brinde trabajo según sus aptitudes y preferencias. Siempre enfocada en los grupos más vulnerables del país y siendo la voz de los mismos para que el gobierno

adopte prácticas y políticas que estimulen la donación, la responsabilidad y la Integridad de todos.

6.3.3. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS.

- a) Prestar apoyo y proporcionar con todos los medios posibles, un mejor desarrollo de la actividad educacional, en sus niveles primario y secundario, enseñando valores éticos, morales y experiencias vivenciales, mediante cursos de capacitación con un desayuno sin costo incluido.
- b) Mantener, mejorar y elevar la apreciación hacia el trabajo, de los jóvenes estudiantes del nivel secundario, fomentando en su tiempo libre, a realizar actividades laborales pagadas con capacitación constante sobre el mismo y en general sobre las diferentes experiencias laborales.
- c) Procurar la implementación de planes de estudio y programas de especialización en temas de educación y trabajo, para acrecentar los objetivos fundacionales de bien común.
- d) Servir como institución centralizadora y asesora de conexión entre la Sociedad Ecuatoriana y las empresas privadas, mediante proyectos de desarrollo de los dos sectores e información transparente y oportuna para todos.
- e) Implementar estrategias de marketing social para crear planes de trabajo conjunto entre contribuyentes y usuarios, que promuevan a un desarrollo equitativo de calidad y eficiencia.
- f) Dotar de material educativo de valores y formas de actuar sanas y adecuadas destinado a padres e hijos, tanto a escuelas primarias como a secundarias en colegios, y a todo niño y joven Ecuatoriano.
- g) Otorgar becas de estudios y puestos de trabajo para los niños y jóvenes de los cursos de capacitación y para los jóvenes de los talleres de trabajo, que sean los mas destacados en su aprendizaje, aplicación y transmisión de dicha enseñanza.
- h) Prestar servicios de capacitación y asesoramiento en calidad total, a empresas privadas, para la obtención de contribuciones destinadas al desarrollo social.
- i) Mantener campañas de publicidad del marketing social alcanzado y por alcanzar, con información pertinente y oportuna, hacia toda la Sociedad Ecuatoriana.

Realizar debates, presentar ideas y proyectos; y, acompañar con campañas que promuevan a un mejoramiento de las leyes y políticas del Ecuador, referente a la educación, incentivos al trabajo, ONG's., impuestos, deducciones del impuesto a la renta, entre otros relativos a los fines y objetivos fundacionales.

6.3.4. PRESENTACIÓN DE LOS PRINCIPALES INTEGRANTES.

La fundación será dirigida y administrada por un mínimo de cuatro y un máximo de ocho miembros titulares. Existirán miembros activos, los cuales poseen voz y voto, así como miembros honorarios con voz y sin voto.

Los cargos se distribuirán de la siguiente manera: un miembro activo en calidad de presidente con un tiempo de función asignado de 5 años, un miembro activo en calidad de vicepresidente designado a sus funciones por 5 años, un miembro activo en calidad de tesorero designado a sus funciones por 5 años, un miembro honorario en calidad de asistente temporario (2 años); los restantes miembros honorarios son optativos y

tendrán el cargo de vocales, los mismos que serán determinados en reunión especial extraordinaria previa; desempeñarán sus cargos por un lapso de 2 años. Cualquier miembro del equipo de la Junta Directiva podrá ser reelegido indefinidamente, sin existir perjuicio alguno.

6.4. PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING SOCIAL.

6.4.1. OBJETIVOS.

6.4.1.1. OBJETIVO GENERAL.

Desarrollar un plan de marketing social que permita vender el servicio de la fundación y conseguir donaciones sobre el mismo, para financiar los servicios sociales.

6.4.1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

Dar a conocer las políticas y lineamientos de acción referentes al marketing social aplicado por la ONG o fundación.

Posicionar la imagen de la fundación a través de la descripción de los productos con sus atributos, destinados a los contribuyentes y usuarios.

Informar de los planes de ayuda u ofertas sociales y ofertas privadas.

Desarrollar estrategias para satisfacer las necesidades de los contribuyentes y que ayuden a encaminar a la ONG., hacia mantener un trabajo continuo.

Crear un código de trabajo que permita delinear la forma de desenvolverse, que mantendrán la fundación y su miembros.

6.4.2. PRODUCTOS.

6.4.2.1. Productos destinados a los Contribuyentes.

Los productos son los *cursos de capacitación en calidad total*, para ser implantados en las empresas privadas, a través de personal actualizado en conocimientos de readecuación continua de la calidad de productos y servicios.

Los tipos de productos se presentan por la diversidad de temas y operaciones a capacitar en cada curso.

Además la Fundación presentará mediante campañas publicitarias, ciertos proyectos de reformas de leyes para el estudio de factibilidad realizado por el gobierno, enfocándose en las leyes de impuestos de personas jurídicas, para que se permita deducir del impuesto a la renta, cualquier apoyo económico destinado a organizaciones con programas de ayuda social.

como más?

Los puntos importantes que descuidan las empresas privadas en su calidad para llegar a posicionarse en su mercado, son los ejes de base para tomar en cuenta por la fundación en los cursos de capacitación.

La mayoría de empresas manejan una inspección a los productos terminados, clasificándolos como aprobados o rechazados. Estos últimos deben ser sometidos a un reprocesamiento en caso de ser posible o simplemente eliminados.

En esta forma la calidad normalmente se asocia con una cadena de producción y a menudo se ve como competidora de otras prioridades empresariales como la reducción de costos y de la productividad. Para aumentar la productividad, la mayoría de las empresas entrevistadas incurren en el gravísimo error de sacrificar la calidad.

Otro problema con este concepto tradicional de la calidad es el de centrarse en la corrección de errores después de hechos; esta filosofía de comprobar y arreglar después no sólo permite la existencia de errores sino que además los incorpora al sistema. Como Clientes muchas veces terminamos comprando los errores que resulta de comprobar y arreglar luego. Muchas veces existen más posibilidades de comprar bienes y servicios defectuosos que perfectos. Más si el costo es casi el mismo, a la segunda vez de comprar, preferimos el de calidad.

Resulta muy caro arreglar las cosas que han salido mal. Pues cuanto más se intenta mejorar la calidad, más caro resulta. La calidad es algo impreciso, en este caso ocupa un lugar secundario ante otros objetivos como la productividad. No sólo permite errores sino, que los incorpora al sistema a través de la filosofía de comprobar y arreglar luego. Esta forma de hacer las cosas cuesta a las empresa muchísimo dinero y les hace perder Clientes.

Otras empresas desarrollan y aplican técnicas estadísticas para disminuir los costos de inspección. Con este método se logra extender el concepto de calidad a todo el proceso de producción, alcanzando mejoras significativas en términos de calidad, reducción de costos y de productividad.

Las ventajas que ofrece un Control Estadístico permite ampliar su aplicación a otras áreas de la Organización; sin embargo se advierte que si bien este método mejora tremendamente los resultados de la empresa, actualmente resulta insuficiente para enfrentar la creciente competitividad.

- **La enseñanza de los cursos.**

El control total de calidad y la idea del mejoramiento continuo, es la alternativa de alcanzar mejores niveles de calidad para acrecentar la competitividad, es decir para lograr la calidad total. Este concepto introduce importantes y novedosos conceptos tales como :

La calidad significa satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente.

La concepción de clientes internos y clientes externos.

La responsabilidad de la dirección en la calidad.

La calidad no solo debe buscarse en el producto sino en todas las funciones de la Organización.

La participación del personal en el mejoramiento permanente de la calidad.

La aplicación de principios y herramientas para el mejoramiento continuo de los productos y servicios.

- **Importancia Estratégica de La Calidad Total.**

La calidad total junto con un mejoramiento continuo es una estrategia que busca certificar, a largo plazo, la supervivencia, el crecimiento y la rentabilidad de una organización perfeccionando su competitividad, mediante el aseguramiento permanente de la satisfacción de los clientes y la eliminación de todo tipo de desperdicios. Esto se logra con la participación de todo el personal, conjuntamente con un correcto liderazgo; siendo la estrategia que bien aplicada, responde a la necesidad de transformar los productos, servicios, procesos, estructuras e inclusive cultura de las empresas, para asegurar su futuro.

Para ser competitiva a largo plazo, ser sustentable y rentable, una empresa necesitará prepararse con un enfoque global, es decir, en los mercados internacionales y no tan sólo en mercados regionales o nacionales. Pues ser excelente en el ámbito local ya no es suficiente; para sobrevivir en el mundo competitivo actual es necesario serlo en el escenario mundial.

Sin embargo, la empresa es competitiva no solo cuando alcanza mercados internacionales con éxito en exportaciones, sino más aun cuando puede aceptar la importación de productos extranjeros y dominar el mercado domestico.

Para adoptar con éxito esta estrategia es necesario que la Organización ponga en práctica un proceso de mejoramiento permanente a través de la capacitación constante con un personal que maneje información actualizada de procesos y técnicas en calidad total y cultura organizacional; los mismos que serán implementados y readecuados por la Organización.

6.4.2.2. Productos destinados a los usuarios.

Constituyen los cursos y talleres de trabajo. Los cursos de enseñanza de ética y valores, los cuales son gratuitos y destinados a niños y niñas de entre 5 y 12 años de edad, de un nivel socio económico fundamentalmente bajo, pero sin ninguna restricción de asistencia, mas que el rango de edad.

Además, los talleres de fomento de trabajo, gratuitos y destinados a jóvenes de entre 12 y 17 años de edad, de un nivel socio económico fundamentalmente bajo, pero sin ninguna restricción de asistencia, mas que el rango de edad.

6.4.2.3. Oferta de los Productos.

En la Fundación, la oferta de producto para sus usuarios es un servicio, una idea, y una causa. En otras fundaciones, su producto hacia las empresas privadas, es el apoyo que brindan a la sociedad a través de dinero, lo que se convierte en algo tangible, más no realmente interesante hacia los contribuyentes, los mismos que con poco ánimo aportan una pequeña parte o nada. En este caso, los productos tangibles sociales son secundarios, frente a los servicios principales a entidades privadas que ofrece la organización, pero en la forma de ver de los contribuyentes.

La fundación impulsará esta ventaja en su parte publicitaria, para dar a conocer con detalle su invención de trabajo equitativo y efectivo.

6.4.2.4. Estrategias para la mezcla de productos.

1. Ampliar la línea de productos o servicios (ampliar la mezcla de productos para llegar a más públicos).
2. Diferenciación del producto (diferenciar los servicios mediante las características humanas únicas o ventaja competitiva determinada en la investigación).
3. Ciclo de vida del producto (renovar los servicios e iniciar otro ciclo de vida para cambiar la mezcla de productos, ser constantes.).

6.4.2.5. Atributos de los Productos.

Para los cursos de enseñanza de ética y valores, los atributos principales serán: el costo cero, la correcta imagen de buen trato a los asistentes, reuniones mensuales con los padres de familia sobre avances alcanzados con sus hijos y sobre la importancia de incentivar su asistencia, además, se proporcionarán desayunos gratuitos y el material necesario para el desarrollo de los cursos.

Para los talleres de trabajo los principales atributos serán: el costo cero y más bien una remuneración por el trabajo que realicen los jóvenes, obtenida de la comercialización de los productos creados en estos talleres, además, al principio de cada taller se destinará un tiempo de enseñanza teórica y para fomentar el trabajo en general.

La ONG. debe establecer su imagen y etiqueta. La Organización buscará mejorar su eficacia de marketing subrayando los atributos o cualidades del servicio. Es importante el hecho de que la ONG. contará con su propio logotipo que de imagen de marca para que pueda ser identificada y reconocida dentro del mercado.

6.4.2.6. PRECIO.

- **Determinación del precio.**

El precio de las asesorías o el precio del donativo no lo fija la ONG., quienes lo fijan son los contribuyentes que deciden cuánto pagar por los beneficios que reciben a cambio de su aportación. Sin embargo, mediante estudios y documentos presentados por la fundación a las empresa privadas, que respalden los gastos a incurrirse en las asesorías y la porción de inversión que se requiere para desarrollar los proyectos de ayuda social, se entablará conversaciones con los directivos empresariales como para fijar un mínimo y para determinar el monto del donativo. El cual representará el porcentaje de participación de las empresas en la consecución del bien común y el porcentaje de publicidad a realizar en beneficio de cada empresa, dentro del el conjunto de contribuyentes.

6.4.2.7. PLAZA.

- **Distribución física.**

En sus actividades, la meta principal de la ONG. es ofrecer un servicio eficaz a sus contribuyentes y usuarios. Si el contribuyente quiere dar dinero, hay que facilitarle la forma en que ellos puedan hacer su donativo. Si el donante regala productos hay que recogerlos en su casa o lugar de trabajo.

Los locales en donde se desarrollarán los cursos y talleres estarán ubicados en sitios estratégicos para una mejor acogida y asistencia.

6.4.2.8. PROMOCIÓN.

- **Programa de promoción.**

La promoción forma parte del marketing mix que aplicará la Fundación, la cual trabajará con estrategias promocionales como la realización de campañas agresivas de publicidad social, así mismo se valdrá de promocionar el concepto de ser una Fundación que permite mantener una información cruzada entre sus públicos y hacia toda la sociedad en general.

Se ha podido determinar que el problema actual de no incorporar a la mezcla promocional dentro de los planes de marketing, hace pensar a los empresarios privados que el marketing y las promociones son lo mismo.

- **Publicidad.**

Es necesario realizar campañas sociales en los diversos medios de comunicación para llegar al mercado de los donadores o usuarios. Mas en estos tiempos, es imprescindible que la Organización utilice de una manera creativa a la publicidad y en forma directa, para hacer llegar su mensaje de una manera eficaz, no solo a la sociedad civil sino también hacia los restantes sectores, privado y público.

- **El marketing de servicios de mejoramiento continuo de la calidad en las empresas privadas.**

- **Servicio:** el servicio que se presta es un sistema, *es un bien intangible prestado por un equipo de profesionales con fines sociales.*

Es Intangible: no se puede tocar y necesita de una comprensión humana (la gente siente, entiende y valora los servicios).

Indivisible: el servicio se puede acabar.

Heterogéneo: no siempre funcionan igual en los grupos, depende de el tipo de empresa y sus productos.

Demanda: depende de ella.

- **La filosofía de servicio.**

Una de las estrategias competitivas a ser utilizada es la de mantener una filosofía de servicio. La meta para alcanzar una organización sobresaliente se enfoca no solo a la complacencia de las necesidades del usuario, mediante la creación de satisfactores de óptima calidad, sino al otorgamiento de beneficios y servicios adicionales a la comunidad. De esta forma lo importante es además de conseguir recursos, conservar la lealtad de los donantes y usuarios de por vida, por el trato y beneficios adicionales, y calidad en todo lo que pueda ofrecer Fundación.

La calidad de servicio influye en la cultura de las empresas y en su imagen. La filosofía de servicio de la Fundación consiste en asegurar que tanto los donantes como los usuarios en general estén siempre bien atendidos.

- **La estrategia de servicio comprende :**

Servicio material, la ONG. tiene que prestar servicios de calidad y cumplir con sus planes de ayuda social. Los sistemas de prestación de servicio funcionarán a la perfección, si se realizan estudios sobre la satisfacción de las necesidades de los usuarios y en aspectos de brindar ayuda social, estos deben realizarse de una manera continua.

Servicio personal, la satisfacción que el usuario obtiene al recibir la ayuda de la Fundación, dependerá del personal que la integra: directivos, miembros y empleados, sus conocimientos y habilidades son fundamentales para que la Organización pueda satisfacer sus expectativas. Se debe auto-capacitar en todo tema relacionado, para adecuar la actitud personal hacia el usuario o donante, ya que esta, puede poner en peligro la imagen de la Organización, si no muestran su compromiso hacia la sociedad, el servicio no coincidirá con la imagen que se está intentado proyectar. La calidad en el servicio se logrará cumpliendo o se excediendo constantemente las necesidades y deseos del usuario o del donante.

Las características del servicio de calidad son:

- (a) **Fiabilidad**, presentar la realización de lo prometido con formalidad y exactitud.
- (b) **Responsabilidad**, mantener el deseo de servir a la sociedad eficazmente.
- (c) **Seguridad**, educar la competencia y cortesía con que se trata a los usuarios y donantes, para infundir confianza.
- (d) **Empatía**, siempre alcanzar un compromiso con el usuario, manteniendo un deseo de comprender sus necesidades y encontrar la respuesta más adecuada. La empatía implica un servicio esmerado e personalizado.

- **Información cruzada, clara y transparente.**

- *Promoción externa de servicios:*

La promoción externa de servicios debe trabajarse sobre 2 líneas:

- 1.- identidad corporativa.
- 2.- servicios de calidad.

La promoción de identidad se la hará funcionar mejor, usando técnicas de simbiosis (valores, dependencia). Indagando los valores, como la honestidad, el respeto, la puntualidad, las relaciones familiares, etc., para deducir los hábitos de consumo y de vida.

En este modelo que se aplicará a la Fundación. No interesa la intención de ayuda (que cambia cada semana), sino el nivel de deseo de ayuda. Se busca conocer a detalle el comportamiento de la gente. Ya que se ha comprobado que si cambian el comportamiento y los hábitos de vida, cambian los hábitos de consumo.

En la promoción del producto se destacará un marketing mix (producto, precio, plaza y promoción). Además se realizará una amplia investigación de mercado, no global, sino segmentado, en este caso los contribuyentes y usuarios, son dos públicos diferentes. Este procedimiento tiene que ser genérico y apegado a símbolos, mitos, personalidades y elementos de referencia.

La imagen es muy importante en las campañas sociales y se moverá en base a mostrar sentimientos, emociones, símbolos, mitos y personas. Todo se hace por segmentos y a cada uno de éstos, se planificará una campaña y una estrategia, dependiendo del tipo de proyecto social o del tipo de donante. Esto se hace para determinar cambios de comportamiento.

- **Publicidad social.**

El mensaje como oferta social:

La comunicación, que vía publicidad genera las ONG. siempre presenta diversas formas y contenidos, y se la denominará: "oferta social" y dependerá del medio a utilizar, del presupuesto a ejercer y fundamentalmente del público a quien se dirige ese mensaje en particular. En general, la temática de esta oferta (temas, ideas o mensajes), abarcará propuestas de la ayuda que puede brindar la ONG..

También, se concentra en los logros de su gestión, exactamente en la imagen de sus funcionarios, en sus planes de ayuda social o en el trabajo que realicen.

Los mensajes sociales incluirán los temas de interés ciudadano y se diseñaran en función de las necesidades del grupo; así como de sus problemas, soluciones y valores de la comunidad.

Para que el mensaje sea realmente efectivo, se cumplirá los siguientes principios básicos para comunicación total.

- Atención:** llamar la atención, atraer la atención del público. Utilizando colores, palabras, imágenes, ideas, trucos. Para ser efectivos deben verla a la Fundación, oírla o ambas cosas. Debe tener presencia e imagen y salir del montón.
- Interés:** crear interés con imágenes, sonidos, símbolos, palabras o el tono de voz. Poner al público objetivo en el anuncio, utilizar palabras y símbolos que signifiquen algo para el público potencial. Buscando la aprobación del público y la credibilidad de nuestro mensaje.
- Deseo:** crear deseo. Despertando emociones en nuestro público objetivo; la gente suele elegir o "comprar ideas y personas" por imitación, orgullo, compañía, ambición,

placer, diversión, etc.. Ya atrapado a nuestro público, no dejarlo ir, utilizando creativamente imágenes y textos.

- d) **Convicción:** ganar en convicción. Reforzando con imágenes, textos y testimonios los principales beneficios expuestos en nuestro mensaje.
- e) **Acción:** estimular la respuesta del público. Es necesario aclarar perfectamente dónde puede satisfacer sus requerimientos de mayor información.

Finalmente la **mezcla promocional** que es el plan de medios en el diseño de promociones comerciales, estará obligatoriamente compuesta de 7 medios que serán interrelacionados entre sí, y se los hará depender unos de otros.

- Publicidad.
- Actividades públicas.
- Publicidad no pagada.
- Actividades personales.
- Relaciones públicas.
- Servicios a la comunidad.
- Incentivos especiales.

- **Un juego de estrategias.**

Del plan de acción diseñado para alcanzar las metas u objetivos específicos de cada proyecto privado o social, se ocupará prácticamente toda la Organización. Se analizará, desde los valores internos hasta la política y la forma de emitir un mensaje social.

Se aplicarán estrategias en cadena, es decir un acoplamiento de estrategias según el correspondiente avance social realizado y por realizar. Fundamentalmente lo que se obtiene de esta cadena es el tipo de comunicación realizará la ONG., en función del mercado al que quiere impactar.

1. La estrategia de publicidad.

Como en todas las estrategias, se manejará como un documento, como un esquema de utilización de recursos, basado en los objetivos específicos del material publicitario o del problema de comunicación que se intente resolver, para beneficio de un grupo social; y se define por las capacidades y limitaciones reales y previsibles del usuario (cualquiera que sea el tipo).

2. La estrategia de medios.

Constituirá un documento que realiza el equipo de comunicación de la ONG., donde se plasmará exactamente: el problema de comunicación que intentamos resolver, hacia quién se dirige el mensaje, con qué objetivos y qué habrá que decirle a ese público. Debe permitir determinar el contenido del mensaje a emitir y establecer en términos generales las directrices que llevarán los mensajes publicitarios de la fundación.

3. La estrategia creativa.

Aquí es donde se realizará y se dará forma al mensaje publicitario, por tanto, es preciso que este documento sea lo más claro y objetivo posible, dado que tiene que

ser el único parámetro válido para evaluar la realización del material publicitario antes de enviar el mensaje.

(6-1)



(6 - 1. La Publicidad, un Juego de Estrategias)

El contenido de la estrategia, en general, debe resolver en 9 puntos que la conforman: objetivo, producto, público objetivo, promesa básica, promesa secundaria, razonamiento, materiales y lineamientos de publicidad.

- **Materiales.**

Comprende la descripción general del material publicitario propuesto en el plan de medios y que deberá diseñarse conforme a los lineamientos de publicidad. La fundación trabajará con:

Comerciales para Tv.
 Cuñas radiales.
 Prensa.

Panfletos, folletos y textos.

Los mismos que serán determinados por la junta directiva de la Fundación, en cuestión de tiempo y combinación, según lo merezca el plan.

- **Lineamientos de publicidad.**

Constituirá el logotipo de la Fundación, a ser tomado en cuenta al momento de planear y producir los materiales y las ejecuciones, para desarrollarlo como elemento de familiarización, en una sola campaña, a los diferentes materiales publicitarios.

6.4.3. CÓDIGO DE TRABAJO PARA UN CORRECTO FUNCIONAMIENTO DEL MARKETING SOCIAL DE LA FUNDACIÓN.

Ser empresariales.

Asumir a la tarea social con la misma visión que se asume el lanzamiento de un nuevo producto. Esto es, trazar un plan de acción, buscar una causa o motivación específica y establecer metas compatibles con la compañía.

Ir más allá de las buenas intenciones.

Obtener resultados y mostrar esos resultados a la comunidad. Esto permitirá a la Fundación, entrar en un proceso de interacción con el mercado, que seguirá respondiendo a su propuesta.

Calidad y no Cantidad.

No se sostendrá varias campañas a la vez, sino solo una (en su respectivo tiempo) que se pueda manejar en forma efectiva.

Involucrar a todos.

Fomentar a que todos se involucren (no imponer). Cada uno de los integrantes de la fundación, y los públicos que intervienen en su existencia.

Ser flexibles.

La campaña de marketing social debe moverse de acuerdo con su objetivo, el cual podrá ser cambiado o profundizado según las decisiones en el mercado, que le impliquen una severa transformación.

6.5. ESTRUCTURA DE LA FUNDACIÓN.

En los estatutos se detalla toda la estructura de la fundación, sus fines y objetivos, así como medios para conseguirlos y políticas internas. Para ello se celebra la asamblea constitutiva, en donde se los presenta por escrito.

Una vez aprobados los estatutos, el siguiente paso es el trámite para la obtención del registro único de contribuyente (RUC.), a través del Servicio de Rentas Internas, SRI. Se especifica la forma de registrar los impuestos y los métodos de revisión contable. Se analiza el control de posibles donaciones internacionales, determinados por el estado, con el Servicio de Rentas Internas y el Ministerio de Comercio Exterior.

6.5.1. ACTA DE LA ASAMBLEA CONSTITUTIVA DE LA ORGANIZACIÓN.

En la ciudad de Quito, a los días del mes de del año, el Señor, de nacionalidad Ecuatoriana, nacido el del año, con documento de identidad número, de profesión, domiciliado en Quito, en el carácter de *Fundador*, instituye en este acto una entidad civil de bien público, sin fines de lucro, bajo la forma jurídica de *Fundación*, con el objeto de desarrollar lo siguiente:

Fin Institucional general: Promover el desarrollo del Ecuador, proporcionando dos tipos de programas de desarrollo social básico en la ciudad de Quito, uno destinado a niños desde los 4 años de edad, de todo nivel económico, que comprenda la enseñanza de valores éticos y morales, acompañado por un alimento y diferentes actividades de recreación; y, otro enfocado a jóvenes hasta los 18 años de edad, de todo nivel económico, que enseñe, fomente, y brinde trabajo según sus aptitudes y preferencias. Siempre enfocada en los grupos más vulnerables del país y siendo la voz de los mismos para que el gobierno adopte prácticas y políticas que estimulen la donación, la responsabilidad y la Integridad de todos.

Denominación Social: La entidad constituida se denominará Fundación Ecuatoriana para el Desarrollo Integral de los Valores Éticos y Morales, FEDIVEM.

Estatutos: La Fundación, se regirá por el estatuto que se aprueba en este acto y se transcribe íntegramente por separado, debiendo tenerse como parte perteneciente de la presente acta constitutiva.

Capital Inicial: El instituyente, dona en este mismo acto, como capital inicial de la Fundación, la suma de dólares, en efectivo.

Aportes futuros: El fundador formula su expreso compromiso de aportar a la entidad, capital para respaldo hasta encontrar constancia en los contribuyentes, además del capital inicial dotado a la fundación. Sin perjuicio de las demás contribuciones en donativo que se reciban de empresas, instituciones y personas físicas.

Primera Junta Directiva: Tal como la prescriben las disposiciones legales pertinentes, el fundador procede a la constitución de la primera junta directiva de la fundación. A tal efecto, el fundador Señor, se reserva el cargo de presidente por un lapso de 10 años. Además, han sido invitados oportunamente y se encuentran en el acto, el Señor, nacido el, en, de nacionalidad, de profesión, con documento de identidad número, domiciliado en y, a quienes se les ofrecen los cargos de y de, respectivamente, en la junta directiva de la fundación.

Dichas personas identificadas con los fines fundacionales y decididas a colaborar en la consecución de los objetivos institucionales de la entidad, aceptan desempeñar los cargos para los cuales han sido nominados en la dirección de la fundación.

En lo sucesivo, la designación y renovación de los directivos se operará de acuerdo con las normas estatutarias pertinentes.

Sede Social: En este acto se fija como sede social de la Fundación y secretaría de la misma, el domicilio de, de la ciudad de Quito.

Autorización Especial: Quedan expresamente autorizados en esta acto, la junta directiva por intermedio de su presidente, para gestionar la personería jurídica para la Fundación aquí constituida.

Los autorizados pueden aceptar todas las modificaciones que el Ministerio de Bienestar Social estime sugerir, en cualquier aspecto, tanto en los estatutos como en el acta de asamblea constitutiva.

En esta forma, queda clausurado al acto constitutivo de la Fundación, en la fecha arriba señalada.

6.5.2. ESTATUTOS.

6.5.2.1. DENOMINACIÓN SOCIAL, OBJETIVOS INSTITUCIONALES, DURACIÓN Y DOMICILIO LEGAL.

Artículo 1.- *Domicilio legal, fecha de constitución, duración y denominación.* En la ciudad de Quito, donde se fija su domicilio legal, a los días del mes de del año, queda constituida, por tiempo indeterminado, una fundación que se denominará: Fundación Ecuatoriana para el Desarrollo Integral de los Valores Éticos y Morales, FEDIVEM.

Artículo 2.- *Objetivos Institucionales.* Constituyen finalidades de la Fundación las siguientes:

- j) Prestar apoyo y proporcionar con todos los medios posibles, un mejor desarrollo de la actividad educacional, en sus niveles primario y secundario, enseñando valores éticos, morales y experiencias vivenciales, mediante cursos de capacitación con un desayuno sin costo incluido.
- k) Mantener, mejorar y elevar la apreciación hacia el trabajo, de los jóvenes estudiantes del nivel secundario, fomentando en su tiempo libre, a realizar actividades laborales pagadas con capacitación constante sobre el mismo y en general sobre las diferentes experiencias laborales.
- l) Procurar la implementación de planes de estudio y programas de especialización en temas de educación y trabajo, para acrecentar los objetivos fundacionales de bien común.
- m) Servir como institución centralizadora y asesora de conexión entre la Sociedad Ecuatoriana y las empresas privadas, mediante proyectos de desarrollo de los dos sectores e información transparente y oportuna para todos.
- n) Implementar estrategias de marketing social para crear planes de trabajo conjunto entre contribuyentes y usuarios, que promuevan a un desarrollo equitativo de calidad y eficiencia.
- o) Dotar de material educativo de valores y formas de actuar sanas y adecuadas destinado a padres e hijos, tanto a escuelas primarias como a secundarias en colegios, y a todo niño y joven Ecuatoriano.
- p) Otorgar becas de estudios y puestos de trabajo para los niños y jóvenes de los cursos de capacitación y para los jóvenes de los talleres de trabajo, que sean los

mas destacados en su aprendizaje, aplicación y transmisión de dicha enseñanza.

- q) Prestar servicios de capacitación y asesoramiento en calidad total, a empresas privadas, para la obtención de contribuciones destinadas al desarrollo social.
- r) Mantener campañas de publicidad del marketing social alcanzado y por alcanzar, con información pertinente y oportuna, hacia toda la Sociedad Ecuatoriana.
- s) Realizar debates, presentar ideas y proyectos; y, acompañar con campañas que promuevan a un mejoramiento de las leyes y políticas del Ecuador, referente a la educación, incentivos al trabajo, ONG's., impuestos, deducciones del impuesto a la renta, entre otros relativos a los fines y objetivos fundacionales.

6.5.2.2. CAPACIDAD Y PATRIMONIO SOCIAL.

Artículo 3.- Capacidad. La fundación tendrá plena capacidad jurídica para adquirir toda clase de derechos y contraer obligaciones.

Operaciones. Podrá realizar todas las que sean acordes con en su carácter civil, no lucrativo y de bien público, con terceros, bancos y toda otra institución bancaria y/o financiera oficial, privada o mixta.

Artículo 4.- Patrimonio Inicial. El patrimonio inicial del la fundación se integra en el acto constitutivo, con la suma de \$ 400,00 US. dólares, en carácter de capital fundacional inicial. Dicho importe es aportado por el fundador, en dinero en efectivo.

Aporte al patrimonio: El fundador se compromete a aportar con la suma de \$ 2.000,00 US. dólares, mismos que serán destinados a cubrir la formación institucional.

Recursos: El patrimonio inicial podrá ser acrecentado en el futuro con los siguientes recursos, para realizar los respectivos planes sociales:

- a) Los fondos que se reciban en calidad de contribuciones, donaciones, legados o herencias.
- b) Los aportes de quienes deseen cooperar con la obra de la institución.
- c) Las rentas de sus bienes y los intereses que devenguen de los fondos sociales.
- d) Cualquier otro ingreso que mantuviere la Fundación dentro de su carácter civil de bien público y fines fundacionales no lucrativos.

6.5.2.3. DIRECCIÓN Y ADMINISTRACIÓN.

Artículo 5.- Junta Directiva. La fundación será dirigida y administrada por un mínimo de cuatro y un máximo de ocho miembros titulares. Existirán miembros activos, los cuales poseen voz y voto, así como miembros honorarios con voz y sin voto.

Los cargos se distribuirán de la siguiente manera: un miembro activo en calidad de presidente con un tiempo de función asignado de 5 años, un miembro activo en calidad de vicepresidente designado a sus funciones por 5 años, un miembro activo en calidad de tesorero designado a sus funciones por 5 años, un miembro honorario en calidad de asistente temporario (2 años); los restantes miembros honorarios son optativos y tendrán el cargo de vocales, los mismos que serán determinados en reunión especial extraordinaria previa; desempeñarán sus cargos por un lapso de 2 años. Cualquier miembro del equipo de la Junta Directiva podrá ser reelegido indefinidamente, sin existir perjuicio alguno.

Reserva: El fundador se reserva en forma expresa la facultad de designar a los miembros temporarios del consejo de la administración, nombrar a sus reemplazantes

en caso de renovación por vencimiento de mandato o cualquier otra causa de vacancia, así como que las resoluciones que tome la junta directiva en los casos que competan aspectos de gravitación institucional (reformas estatutarias, fusión, disolución) deberán contar necesariamente con el voto favorable del fundador presidente. Estas facultades especiales son de carácter personal e intransferible.

Artículo 6.- Sesiones: La junta directiva se reunirá:

- a) En sesión ordinaria como mínimo una vez por mes;
- b) En sesión extraordinaria cuando formule la convocatoria el presidente de la fundación por propia decisión o a pedido de dos cualesquiera miembros; en este último supuesto, la reunión se deberá celebrar dentro de los diez días de articulada la solicitud.

Citaciones: Las citaciones se efectuarán por circulares remitidas a los domicilios registrados de cada uno de los miembros, mediante carta postal certificada y con la antelación de cinco días a la fecha de la reunión.

Reunión anual especial: Una vez por año y dentro de los 90 días de la fecha de clausura del ejercicio social, la junta directiva deberá presentar una reunión especial a efectos de considerar el avance social, balance general, alcance de servicios prestados y la cuenta de gastos y recursos.

A esta reunión podrán asistir con voz pero sin voto, los integrantes de comisiones auxiliares y toda otra persona interna que funcione en la entidad.

Citaciones a la reunión anual: Las citaciones a las reuniones anuales se realizarán mediante carta postal certificada dirigida a los respectivos domicilios de los miembros, con una anticipación de diez días a la fecha señalada. Con las citaciones se remitirá la documentación pertinente a los asuntos a tratarse en la sesión especial anual.

Artículo 7.- Quórum. En cualquiera de las reuniones previstas por el artículo 6, la junta directiva podrá sesionar con la presencia de la mitad más uno del total de sus integrantes.

Resoluciones. Las resoluciones de la junta directiva se adoptarán mediante el voto de la mayoría absoluta de los presentes.

De dichas resoluciones se dejará constancia en el libro de actas. Las resoluciones que se refieren a aspectos institucionales de gravitación (reformas estatutarias, fusión, disolución) deberán contar necesariamente con el voto favorable del presidente permanente.

En los casos de modificación del objeto fundacional, fusión con entidades similares y disolución, se requiere el voto favorable de los dos tercios de los miembros de la junta directiva. La modificación del objeto sólo procede cuando el establecido por los fundadores hubiera llegado a ser cumplimiento imposible.

Artículo 8.- Son deberes y atribuciones de la Junta Directiva:

- a) ejercer por intermedio del presidente, la representación de la fundación en todos los actos judiciales, extrajudiciales, administrativos, públicos o privados;
- b) cumplir y hacer cumplir el estatuto, los reglamentos, políticas y las resoluciones que se dicten de acuerdo con las normas estatutarias específicas;
- c) sancionar las reglamentaciones internas que fueren necesarias para el mejor cumplimiento de las finalidades fundacionales;
- d) constituir las comisiones, los institutos y los cuerpos auxiliares internos, para el óptimo funcionamiento de la institución asignándoles misiones y reglamentando sus actividades y relaciones con dicha Junta Directiva;

- e) Nombrar, sancionar y destituir, en su caso, al personal en relación de dependencia con la entidad;
- f) Otorgar y revocar poderes, sean estos generales y/o especiales.
- g) Aceptar herencias, legados y/o donaciones, siempre de acuerdo con las normas de estos estatutos y darles a esos bienes el destino correspondiente acorde con la obra fundacional;
- h) Operar con las instituciones bancarias y/o financieras oficiales, privadas y mixtas, solicitar préstamos, abrir cuentas corrientes, de ahorro, inclusive realizar inversiones con capital pendiente de aplicación;
- i) Ordenar las inversiones correspondientes, el destino de los fondos y el pago de los gastos;
- j) Recibir y entregar en las épocas correspondientes y bajo inventario, los bienes de la fundación;
- k) Formular al 31 de diciembre de cada año, fecha de cierre del ejercicio social, la memoria el inventario general, el balance general y la cuenta de gastos y recursos;
- l) Recurrir al asesoramiento de personas especializadas para el mejor cumplimiento de sus fines, tanto hacia los contribuyentes como a hacia los usuarios, pudiendo fijárseles sus remuneraciones;
- m) Reformar el estatuto en todas sus partes, de acuerdo con las disposiciones del Artículo 7 de este estatuto;

La enumeración precedente es enunciativa. La junta directiva podrá celebrar todos los actos jurídicos necesarios para obtener el fin de la creación fundacional, inclusive cualquier otra disposición legal o reglamentaria que requiera poderes y facultades especiales.

Artículo 9.- El presidente, y en caso de renuncia, fallecimiento, ausencia o enfermedad, el vicepresidente, tendrá los siguientes deberes y atribuciones:

- a) convocar a las reuniones y sesiones de la junta directiva y presidirlas;
- b) votar en las reuniones de dicha junta directiva, y en caso de empate desempatar con un nuevo voto;
- c) le corresponde ser el representante legal frente al Ministerio de Bienestar Social y cualquier otra entidad que así lo requiera;
- d) firmar con el asistente, las actas de las reuniones de la junta directiva, la correspondencia y todo documento de la fundación;
- e) autorizar con el tesorero, las cuentas de gastos, firmando los recibidos y demás documentos de la tesorería, de acuerdo con lo resuelto por la junta directiva, no permitiendo que los fondos sociales sean invertidos en objetos ajenos a lo prescrito en el presente estatuto;
- f) velar por la buena marcha y administración de la fundación, cumpliendo y haciendo cumplir el estatuto, los reglamentos, las políticas de calidad y las resoluciones de la junta directiva;
- g) Suspender a cualquier empleado que no cumpla con sus obligaciones y tomar resoluciones por sí en casos urgentes, debiendo dar cuenta de las mismas a la junta directiva en la siguiente reunión de este;
- h) buscará posibles espacios sociales (usuarios) necesitados en ayuda y desarrollo, que sean alcanzables por la fundación y que no se desvíen de los fines fundacionales.

Artículo 10.- El vicepresidente, y en caso de renuncia, fallecimiento, ausencia o enfermedad, quien lo reemplace, tendrá los siguientes deberes y atribuciones:

- a) Analizar y evaluar el marketing social realizado y especialmente la ayuda en desarrollo social alcanzado por la Fundación, referente a los respectivos avances, logros y cumplimiento de objetivos o fines fundacionales;
- b) solicitará al presidente, realizar reuniones especiales relacionadas con el desarrollo social alcanzado;
- c) realizará campañas de información sobre el desarrollo social alcanzado y de fomento al cambio positivo de la sociedad civil, destinadas hacia todo el público en general;
- d) velar por la buena marcha de la fundación, especialmente en el campo de proyectos sociales;
- e) buscar y constatar una buena labor de todos los vocales y empleados según la respectiva función asignada a cada uno;
- f) velar por la buena marcha de la fundación, cumpliendo y haciendo cumplir el estatuto, los reglamentos, las políticas de calidad y las resoluciones de la junta directiva;
- g) presentar al presidente de la fundación, los informes respectivos sobre las actividades realizadas para las mejoras sociales.

Artículo 11.- El tesorero, y en caso de renuncia, fallecimiento, ausencia o enfermedad, quien lo reemplace, tendrá los siguientes deberes y atribuciones:

- a) desarrollar nuevas estrategias de obtención de fondos privados ecuatorianos para los fines sociales de la fundación;
- b) velar por la buena marcha de la prestación de servicios de calidad total a las empresas privadas, actualizar las respectivas técnicas de aplicación y estudiar el mercado existente de contribuyentes buscando ampliar la cartera de la fundación;
- c) buscar apoyo internacional para la fundación mediante documentación del correcto alcance de los fines fundacionales de desarrollo social local, solicitada al vicepresidente en el momento pertinente y oportuno;
- d) analizar y evaluar la cartera de usuarios, velar por su satisfacción y realizar campañas comunicacionales sobre el apoyo prestado a la sociedad por dichos contribuyentes, enalteciendo su labor e incentivándolos a continuar;
- e) ocuparse de todo lo relacionado con el ingreso de fondos sociales;
- f) firmar con el presidente los recibos y demás documentos de tesorería, efectuando los pagos resueltos por la junta directiva;
- g) los giros, cheques u otros documentos para la extracción de fondos deberán ser firmados conjuntamente con el presidente de la fundación.

Artículo 12.- El asistente, y en caso de renuncia, fallecimiento, ausencia o enfermedad, quien lo reemplace, tendrá los siguientes deberes y atribuciones:

- b) asistir a las reuniones de la junta directiva, redactando las actas respectivas, las que asentará en el libro correspondiente y firmará con el presidente;
- c) firmar con el presidente la correspondencia y todo documento de la entidad;
- d) convocar a las reuniones de la junta directiva de acuerdo con las disposiciones del presente estatuto.
- e) llevar el registro de los miembros de la entidad;
- f) llevar los libros de contabilidad;
- g) presentar a la junta directiva las informaciones contables que le requieran y preparar anualmente el balance general y cuenta de gastos y recursos, que

deberá considerar la junta directiva para ser sometidos a la reunión anual a la que se refiere el Artículo 6, sección "reunión anual especial", del presente estatuto.

Artículo 13.- Corresponde a los vocales:

- a) asistir a las sesiones y reuniones de la junta directiva;
- b) desempeñar las comisiones y tareas que el consejo les confíe.

6.5.2.4. DISPOSICIONES GENERALES.

Artículo 14.- La junta directiva podrá decidir en cualquier momento la disolución de la fundación y la liquidación de su patrimonio mediante fallo adoptado con el voto favorable de la mitad más uno del total de sus miembros; las causas deberán ser de fuerza mayor e imposibilidad manifiesta de poder cumplir con sus objetivos.

Artículo 15.- En caso de resolverse la disolución, una vez pagadas todas las deudas de la fundación, con intervención de los liquidadores que designe la junta directiva, los bienes remanentes pasarán al dominio de una entidad civil de bien común sin fines de lucro, con personería jurídica, domicilio en el país, exenta de todo gravamen impositivo en el orden nacional y de preferencia con fines fundacionales en la misma materia.

Artículo 16.- los presentes estatutos deben ser revisados, perfeccionados, actualizados y proyectados, obligatoriamente y mínimo una vez por año, mediante sesión ordinaria, y con el trabajo conjunto de cada empleado y la junta directiva de la Fundación. Política que autoriza realizar en cualquier momento, una sesión extraordinaria, en casos estrictamente necesarios que impliquen el cambio de los estatutos.

Revisiones Anuales: Los artículos a replantear obligatoriamente, por el futuro de la fundación son los siguientes numerales: 21 del título Políticas de Calidad; 22 del título Administración Estratégica.

6.5.2.5. DEBERES DE LEALTAD, DILIGENCIA Y RESERVA DE INFORMACIÓN.

Artículo 17.- se impone a los funcionarios, empleados y directivos de la ONG. el deber de comportarse lealmente con la organización, de cumplir con sus responsabilidades para con ella con esmero y diligencia y de mantener la reserva de la información privada de la organización.

Artículo 18.- La Fundación está en posibilidad de demandar judicialmente la reparación de toda violación a los deberes detallados en el "artículo 17", y todo acto que sus directivos consideren que el interés de la organización ha sido afectado.

6.5.2.6. CONFLICTOS DE INTERÉS.

Artículo 19.- *Prohibición de conflictos de interés.* Los funcionarios, los directivos o los empleados de una ONG. están en la obligación de evitar todo conflicto entre sus intereses personales y los intereses de la ONG..

Puesto que existe un sinnúmero de formas en las que los individuos pueden relacionarse con la Fundación y también con entidades que de alguna manera se también se relacionan con la Organización, es prácticamente imposible anticipar los tipos específicos de conflicto que deben evitarse. Por lo tanto la decisión explicada en

el presente estatuto es de que se prohíbe en términos generales todos los conflictos de interés.

Artículo 20.- Sanciones por conflictos de interés. Las leyes que regulan los conflictos de interés para los funcionarios o directivos de las entidades con ánimo de lucro se adaptan para aplicarlas a la Fundación. La Fundación está en capacidad de demandar la reparación de todo daño causado por un conflicto de interés, a los responsables del mismo.

Se dejará que jueces y magistrados definan particularmente si hubo o no violación de la ley. Los funcionarios directivos o empleados serán separados de su cargo y se registrará en el Ministerio de Bienestar Social, su salida y los motivos de su separación.

6.5.2.7. POLÍTICAS DE CALIDAD.

Artículo 21.- Políticas de Calidad a seguir por la Organización.

- **Sección 1: Prohibición de distribución de utilidades.**

Ningún ingreso neto o ninguna utilidad de una Fundación puede ser distribuido como tales a una o varias personas.

La Fundación realiza actividades económicas siempre y cuando el propósito principal sea el interés público o bien común. Cuando la Organización obtiene ingresos netos de una actividad económica, los destinará a los propósitos de interés común para los cuales fue constituida; esos ingresos no pueden ser distribuidos a ninguna persona.

Sección 1, texto (a). No toda negociación con personas claves es prohibida. si los fundadores de una ONG. le concedieron o conceden dinero en préstamo a la Fundación, durante la fase inicial o para mejorar el desarrollo de la misma, se permite que la ONG. pague el préstamo más los respectivos intereses por costo de oportunidad cuando esté en posición de hacerlo.

- **Sección 2: Remuneración y Prohibición de beneficio particular.**

- La Fundación autoriza el pago de una remuneración por el trabajo efectivamente realizado por funcionarios y empleados de la misma, más el reembolso por gastos conexos con su trabajo y el pago de prestaciones sociales.

Sólo los hechos y las circunstancias de cada situación particular llevan a establecer lo que constituye remuneración razonable, gastos razonables y prestaciones sociales razonables.

Los empleados de la Organización recibirán las prestaciones o beneficios sociales asociados normalmente con el salario.

Es pertinente, cuando quiera que sea factible y en los casos en los cuales los miembros de la junta tienen restringidos recursos personales, rembolsar a los mismos por los gastos razonables en que incurran por el desempeño de sus cargos. Cuando un miembro de la junta directiva, con aprobación previa de la junta, realiza tareas especiales para la Organización (como abogado o especialista técnico, etc.), se le paga su remuneración razonable por el trabajo realizado.

- Los activos, los ingresos recibidos y las utilidades de la Fundación no pueden ser utilizados para otorgar, directa o indirectamente, beneficios personales especiales a

una persona vinculada con la Fundación (funcionario, directivo, empleado, fundador o donante).

- **Sección 3: Sanción por actuaciones en provecho propio.**

La Fundación está en capacidad de presentar demandas para reparar todo daño causado por actuaciones en provecho propio.

Se aplicaran las leyes y normas del sistema legal, para que este prevea mecanismos para reponer el daño causado, los cuales apunten a restituir las partes a la situación en la cual se encontrarían en caso de no haber ocurrido la transacción en cuestión. Ello implicaría la anulación del contrato celebrado más la transferencia a la Fundación de todas las utilidades obtenidas por la persona que tuvo provecho con el abuso, obtenidas sobre los bienes que debe restituir a la Fundación.

- **Sección 4: Prohibición de reversión de los activos.**

Se prohíbe que la Fundación, siendo PBO., distribuya activos a sus miembros, funcionarios, directivos, empleados, donantes o fundadores, con ocasión de la liquidación o terminación.

En caso de terminación de existencia de la Fundación, se designará otra ONG. similar a la cual se transmita sus activos una vez pagadas todas las deudas y demás obligaciones.

En algunos casos, grandes donantes pueden querer convenir con la Fundación, firmar en el contrato de donación, que los fondos donados sean devueltos a ellos en la eventualidad de terminación; caso que no se aplicará por lo prescrito en el presente estatuto. Una sana práctica consiste en que una Fundación seleccione otra ONG. destinada a las mismas o similares actividades para que reciba sus bienes una vez terminada aquélla. Si no existiere tal designación, cuando menos los bienes deberán recaer al gobierno o a un fondo gubernamental que otorga recursos a las ONG's..

- **Sección 5: Actividades Económicas.**

La Fundación (ONG.) puede realizar actividades legales de índole económica, empresarial o comercial con el fin de apoyar sus actividades sin ánimo de lucro, siempre y cuando: (I) ni los ingresos ni las utilidades de estas actividades fueran distribuidos como tales a los fundadores, miembros, funcionarios, directivos o empleados; y (II) la ONG. se organízare y funcionare con el fin primordial de realizar actividades sin ánimo de lucro (culturales, educativas, de trabajo, de salud, etc.).

La ONG. puede emprender actividades comerciales en los sectores que atraviesan transiciones sociales y económicas, por cuanto las utilidades devengadas de tales actividades pueden brindar apoyo esencial para el desarrollo de los fines y objetivos fundacionales.

- **Sección 6: Actividades Políticas.**

Las ONG's. no constituye asociación o partido político y no puede emprender las clases de actividades reservadas ordinariamente a los partidos políticos (tales como realizar campañas de financiación para apoyar candidatos a cargos o corporaciones públicas o inscribir candidatos a cargos públicos).

Sin embargo realizará campañas que incentiven y fomenten en el País, la depuración o creación de una reglamentación que permita mantener una fuerte cadena de ONG's. con fines de ayuda social y desarrollo, para fortalecer al estado; determinados aspectos de soporte como la deducción de impuesto sobre la renta de los montos de capital donados o aportados por parte de Empresas Privadas a todas las ONG's., incluyendo esta Fundación, y que estén destinados a utilizarse para fines Humanitarios de desarrollo social.

De esta forma, la Fundación desempeña un papel central en el debate y en la formación de políticas públicas, por lo que tiene el derecho a expresarse libremente sobre los asuntos que son objeto de debate público, así las posiciones que adopte no correspondan a las políticas gubernamentales. Los tipos de actividades o intervenciones de la Fundación en este respecto incluyen la investigación, la educación y la vocería o representación en temas de interés general.

Así mismo, más allá de los amplios derechos de libertad de expresión, la Fundación se somete a las restricciones con respecto a la oportunidad, la manera o el lugar, impuestas por el Estado Ecuatoriano; siempre y cuando estas restricciones no excedan los límites de lo estrictamente requerido para lograr o para proteger un interés público comprobable.

6.5.2.8. ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA.

Artículo 22.- ANÁLISIS FODA. Primer Año de vida.

Nota especial: el presente análisis será estudiado y actualizado cada fin de año, según los cambios internos y/o externos referentes a la Fundación; y tal como lo explica el artículo 16 del título de Disposiciones Generales.

- **Fortalezas.**

1. Mantener dos equipos de trabajo debidamente entrenados y capacitados en su materia, uno destinado al público contribuyente y otro hacia el público usuario.
2. La fundación no depende de encontrar donaciones voluntarias, oferta servicios de mejoramiento de calidad total a empresas privadas, para obtener los fondos necesarios para los fines sociales.
3. La fundación se guía y desarrolla conforme al estatuto que determina desde funciones hasta normas y sanciones.
4. La cultura organizacional de la Fundación es sumamente positiva al mantener políticas de calidad interna en los estatutos y políticas de desempeño en el contexto del plan de marketing.

5. Proyecto sostenible en el tiempo comprobado a través de la investigación de campo.

• Oportunidades.

1. Para la Fundación, no existe declaración de impuesto a la renta.
2. Tampoco existe declaración del impuesto al valor agregado.
3. Es la única Fundación en el País que presta servicios de readecuación de calidad total para empresas privadas y desde el punto de vista de competencia, por las entrevistas realizadas a que los empresarios se deduce que prefieren la asesoría de una ONG. al saber que el pago de esta es destinado al Bien Común.
4. El apoyo económico prestado por el fundador de la Fundación.
5. La capacidad de apertura hacia nuevos mercados geográficos de contribuyentes en el territorio nacional.
6. La posibilidad de realizar fusiones con otras ONG's. afines, sin mayores inconvenientes sociales, económicos o con respecto a las leyes.

• Debilidades.

1. La imagen de la Fundación es débil al no mantener un tiempo de trayectoria por su condición de entidad en nacimiento.
2. La escasez de recursos propios de la Fundación hasta encontrar los contribuyentes y desarrollar los servicios a prestar, dependiendo del tipo de empresa.
3. Ausencia de gran cantidad de capital inicial de trabajo a comparación de ONG's. que poseen fondos internacionales.
4. Poca capacidad de los empleados técnicos en cada plan de trabajo.

4. Amenazas.

1. Pérdida de ventas por posibles servicios o productos sustitutos.
2. Cambios adversos en las políticas gubernamentales que afecten los fines fundacionales o a la capacidad económica de los contribuyentes.
3. Costos de capacitación del personal interno para futuros cambios en técnicas de Calidad Total y estándares internacionales.
4. Cambios en las leyes que mermen la entrada de capital por introducción de impuestos.

Artículo 23.- MISIÓN.

Promover el desarrollo del Ecuador, proporcionando dos tipos de programas de desarrollo social básico en la ciudad de Quito, uno destinado a niños desde los 4 años de edad, de todo nivel económico, que comprenda la enseñanza de valores éticos y morales, acompañado por un alimento y diferentes actividades de recreación; y, otro enfocado a jóvenes hasta los 18 años de edad, de todo nivel económico, que enseñe, fomente, y brinde trabajo según sus aptitudes y preferencias. Siempre enfocada en los grupos más vulnerables del país y siendo la voz de los mismos para que el gobierno adopte prácticas y políticas que estimulen la donación, la responsabilidad y la Integridad de todos.

Artículo 24.- VISIÓN.

Ser una Organización No Gubernamental de Desarrollo a nivel nacional y expandir los programas de ayuda social, implementando estrategias de desarrollo del mercado de usuarios y contribuyentes, apoyados con una correcta publicidad y con la creación de sucursales que distribuyan libros, folletos, y revistas, para alcanzar zonas geográficas potenciales en necesidades de aprendizaje y trabajo.

6.6. RÉGIMEN IMPOSITIVO Y EL PAPEL DE CONTROL POR PARTE DE ESTADO.

El Servicio de Rentas Internas se encarga, al igual que con cualquier persona jurídica de la autorización para obtener el registro único de contribuyentes, RUC., además es la entidad que controla y audita todos los aspectos contables y registra las posibles donaciones internacionales.

Cabe destacar que el control de las donaciones internacionales está adquiriendo más fuerza por parte del Ministerio de Comercio Exterior. Actualmente todo proceso de donaciones pasa por sus manos, lo manejan y monitorean junto a la entidad de cooperación internacional o donante. Para ello crean indicadores e informes, y realizan auditorías sorpresivas a las ONG's. que han recibido donaciones Internacionales.

Exenciones:

“Los de las instituciones de carácter privado sin fines de lucro legalmente constituidas de: culto religioso; beneficencia; promoción y desarrollo de la mujer, el niño y la familia; cultural; arte; educación; investigación; salud; deportivas; profesionales; gremiales; clasistas; y, de los partidos políticos, siempre que sus bienes e ingresos se destinen a sus fines específicos y solamente en la parte que se invierta directamente en ellos.”^h

Para que la Fundación se beneficiarse de esta exoneración, es requisito indispensable que se encuentren inscrita en el Registro Único de Contribuyentes, llevar contabilidad

^h Ley de Régimen Tributario Interno. - (ley no. 56). Capítulo III, Exenciones. - Numeral 5. - (Reformado por el Art. 1 de la Ley 99-41, R.O. 321-S, 18-XI-99).

como se especifica en los estatutos y que cumpla con los demás deberes formales contemplados en el Código Tributario.

6.6.1. Inscripción del RUC. para organizaciones no gubernamentales sin fines de lucro.

1. Formularios RUC.-01-A y RUC.-01-B, suscritos por el representante legal.
2. Copia del Acuerdo Ministerial o Resolución en el que se aprueba la creación.
3. Original y copia del nombramiento o resolución del Ministerio de Bienestar Social, sobre el representante legal.
4. Identificación del representante legal: copia de la cédula de identidad y copia del certificado de votación del último proceso electoral.
5. Original del documento que identifique el domicilio principal en el que se desarrolla la actividad de la organización no gubernamental sin fines de lucro: planilla de servicio eléctrico, teléfono o agua, o contrato de arrendamiento.
6. Copia del oficio mediante el cual conste que la organización se encuentra registrada en cualquier Ministerio, según los fines de la misma.
7. Si transcurren más de 30 días hábiles desde la fecha del acuerdo ministerial, se debe adjuntar el formulario 106-A firmado por el representante legal.

6.6.2. Control sobre las ONG's.

El Servicio de Rentas Internas en representación del Estado, verificará en cualquier momento que la Fundación, sea exclusivamente sin fines de lucro, se dedique al cumplimiento de sus objetivos estatutarios y, que sus bienes e ingresos se destinen en su totalidad a sus finalidades específicas.

De comprobar que no se cumple con estos requisitos, se deberá tributar por las utilidades que se hayan obtenido en las actividades de carácter económico, es decir en la prestación de las asesorías en calidad total, la cual se desarrolla en competencia con otras sociedades obligadas a pagar el impuesto a la renta.

E SRI. controla a las ONG's. mediante la presentación de los formularios de impuestos, auditorías sorpresa y registro de donaciones internacionales. Todo ello acogido por la Ley de Régimen Tributario Interno.

Una vez constituido el RUC., el SRI. registra la presentación de los impuestos a la renta, valor agregado y sobre donaciones, mediante los formularios 101, 104 y 108, respectivamente. Con valor cero de impuesto a la renta y con tarifa cero de IVA..

Para esto se mantienen las mismas fechas de presentación de formularios de registro o pago de impuestos, que las demás personas jurídicas, de la siguiente manera:

IMPUESTO A LA RENTA		
# de dígito del RUC.	Día	Mes
1	10	abril
2	12	abril
3	14	abril
4	16	abril
5	18	abril
6	20	abril
7	22	abril
8	24	abril
9	26	abril
0	28	abril

IVA (semestral)	
1ra. Semana de julio	2da. Semana de enero

BIBLIOGRAFÍA.

- Investigación de Mercados – Concepto y Práctica.
Editorial Norma S.A.
Autor: Arturo Orozco J.
- Introducción a la Investigación Social.
Rindes Ediciones.
Autor : Hugo Hernán Hidalgo.
- Administración Estratégica – Conceptos y Casos.
11ª Edición.
Autor: Thompson Strickland.
- Fundamentos de Marketing y Ejercicios en Internet.
11ª Edición.
Stanton – Etzel – Walker.
- Ley de Régimen Tributario Interno – Reglamento de Aplicación.
Ediciones Gab.
Ecuador.
- Economía y Reversión Industrial.
Primera Edición
Autor: Eduardo Doryan Garrón.
Instituto Centroamericano de Administración de Empresas. INCAE.
- Los Fondos de Inversión Social en América Latina.
Edición Banco Interamericano de Desarrollo,
marzo de 1997.
- Legislación para Personas Jurídicas sin Finalidad de Lucro.
Corporación de Estudios y Publicaciones, año 2002.
- Epistemología y Diseño de Tesis
Segunda Edición
Autor: Fausto aguilera Ayala
- Diccionario Océano de Sinónimos y Antónimos.
EMEGE, Industrias Gráficas S.A.
Impreso en Barcelona – España.
- Diccionario Enciclopédico Ilustrado
MCMLXXXIX Ediciones Océano S.A.
Edición año 1989.

- 100 Secrets Of Success in Business.
John M. Capozzi.
Publicado por JMC Industries. Inc., 1st Printing 1997.
- Estadísticas del Banco Mundial
www.wto.com
- Estadísticas UNICEF.
www.UNICEF.org