



UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR

BUSSINES SCHOOL

**PROYECTO DE GRADO PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE MAGÍSTER EN
ADMINSTRACION DE EMPRESAS (MBA)**

**PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN INTERNO PARA BANCO PROCREDIT
ENFOCADO A LA PREVENCIÓN DE VIOLENCIA DE GÉNERO**

AUTOR: SANDRA CAROLINA LANDÁZURI VÁSQUEZ

DIRECTOR: MAGISTER PABLO CARRERA

2022

Quito, Ecuador

RESUMEN

Banco ProCredit es un banco comercial orientado al desarrollo, los principios y valores con los que trabaja se ven reflejados en el trato tanto con sus clientes como con sus colaboradores. Valora mucho la comunicación transparente, no promueve el crédito de consumo y se esfuerza por reducir su huella ecológica.

La operación de Banco ProCredit en el Ecuador inició en el año 2001, su enfoque está en brindar productos y servicios financieros para las pequeñas y medianas empresas, así como para las personas interesadas en ahorrar.

Los valores institucionales que rigen a Banco ProCredit están apegados al principio de la dignidad humana. Estos valores son promovidos de manera genuina y se espera que todo el personal actúe de manera consecuente a dichos valores.

Existe una real preocupación de parte de la institución acerca de los altos índices de violencia contra la mujer que existen en el país y en el mundo. Por lo que ha definido que se debe actuar como institución para contribuir y aportar a erradicar esta problemática. Un plan de comunicación estratégico es la herramienta más apropiada para estructurar y orientar el camino que desea llevar a cabo Banco ProCredit para tener éxito en las acciones concretas para luchar en contra de la violencia hacia la mujer.

ABSTRACT

Banco ProCredit is a development-oriented commercial bank, their principles and values are reflected in its dealings with both its clients and its collaborators. It highly values transparency in communication, does not promote consumer credit and strives to reduce its ecological footprint.

Banco ProCredit's operation in Ecuador began in 2001, its focus is on providing financial products and services for small and medium-sized companies, as well as for private clients interested in saving.

The corporate values that govern Banco ProCredit are attached to the principle of human dignity. These values are genuinely promoted and all staff are expected to act in a manner consistent with these values.

There is a real concern on the part of the institution about the high rates of violence against women that exist in the country and all over the world. Therefore, it has defined that it must act as an institution to contribute to eradicate this problem. A strategic communication plan is the most appropriate tool to structure and guide the path that Banco ProCredit wishes to take in order to succeed in concrete actions to fight against violence against women.