

**INFORME FINAL DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD DEL PROYECTO:**  
*Propuesta de valor y su influencia en las ventas de los productos artesanales, hilandería intercomunal salinas (his) de la fundación de organizaciones campesinas de salinas (funorsal)*

I. DATOS INFORMATIVOS DEL PROYECTO			
Identificador	Descripción		
Código del Programa o Proyecto:	7-VS-I-2022		
Nombre del Programa o Proyecto:	Propuesta de valor y su influencia en las ventas de los productos artesanales, hilandería intercomunal salinas (his) de la fundación de organizaciones campesinas de salinas (funorsal)		
Fase / Total de fases	Fase 3 / Total de fases (3 fase / 5 fases)		
Línea y sub-línea de Vinculación:	Desarrollo humano Gestión de ciencias económicas y administrativas		
Programa de Vinculación:	Aplicación de marketing a la sociedad		
Campo Amplio de conocimiento:	Ciencias administrativas, Gestión Empresarial e informática		
Campo específico de conocimiento:	Gestión Empresarial		
Campo detallado de conocimiento:	Mercadotecnia		
Alcance Territorial logrado:	Internacional ( ) Nacional ( )	Internacional ( ) Nacional ( )	Internacional ( ) Nacional ( )
Carreras que participaron:	Mercadotecnia		
Coordinador Principal:	Nombres Apellidos: Ing. Charles Paul Viscarra Armijos		
	Celular: 0991460644		Email: <a href="mailto:chviscarra@ueb.edu.ec">chviscarra@ueb.edu.ec</a>
Coordinador Subrogante:	Nombres Apellidos: Ing. Wilter Rodolfo Camacho Arellano		
	Celular: 0997839133		Email: <a href="mailto:wcamacho@ueb.edu.ec">wcamacho@ueb.edu.ec</a>
Cobertura y Localización: (ubicación geográfica)	Provincia: Bolívar		
	Cantón: Guaranda		
	Parroquia: Salinas		
	Sitio: Los Incas y Tibospungo s/n, Salinas, Guaranda, Bolívar		
Presupuesto Utilizado:	Del Asignado por la UEB: \$11,14		
	Del Asignado por la Contraparte: \$0		
	Total, de Presupuesto: \$11,14		
Periodo total de ejecución (Fechas)	Desde: 25/AGOSTO/2022	Hasta: 7/MARZO/2023	
Fases cumplidas (Horas cumplidas)	96 horas		
Número de docentes participantes:	2		
Número de estudiantes participantes:	15		
Comunidad beneficiaria	Fundación de organizaciones campesinas de salinas (FUNORSAL)		
	Representante legal: Sr. Vinicio Ramírez Celular: 0939611010		

	Correo electrónico: funorsal@salinerito.com
Número de beneficiarios directos e indirectos	Beneficiarios directos: La textilera Funorsal y 200 socios pertenecientes a las diferentes comunidades de la parroquia.
Convenio de respaldo	Sí, y carta de autorización para ejecución de vinculación

## 2. GENERALIDADES

En la Hilandería de Salinas fue creada en 1985 para procesar y elaborar hilo a partir de la lana de oveja y de alpaca, siendo una de las actividades más interesantes que se han logrado desarrollar en la historia de Salinas de Guaranda, actualmente de empleo a 20 personas que trabajan en distintas áreas y a seis personas que trabajan ocasionalmente.

El contacto inicial con la hilandería de Salinas fue en el mes de octubre realizando tres visitas precisando la propuesta el fortalecer la producción y posterior comercialización de los productos basándose en la calidad de los materiales y la elaboración de las distintas comunidades de la hilandería por medio de sus artesanos, teniendo como un resultado final un exitoso cierre de ventas y una grata satisfacción al cliente.

3. OBJETIVOS
<ul style="list-style-type: none"> <li>Desarrollar una propuesta de valor en el sector artesanal promoviendo su revalorización en el mercado como actividad económica y producto cultural de tal manera que favorezca la innovación en el sector y para el cumplimiento de las actividades previstas que ayuden a tener un correcto manejo en el área cultural y de labores en la Hilandería Inter comunal Salinas.</li> </ul>
<p>Para el cumplimiento se debe tener en cuenta cuál es la perspectiva de los ciudadanos entorno a la Hilandería Intercomunal Salinas, por medio de encuestas y de esta forma determinar sus aspectos y estrategias óptimas para afianzar nuestra propuesta de valor, y en este caso es fundamental ofrecer una pequeña capacitación a los trabajadores y colaboradores que se encuentran dentro de la Hilandería intercomunal de Salinas.</p>
Objetivos Específicos:
<ul style="list-style-type: none"> <li>Fomentar un crecimiento sostenible e inclusivo en la comunidad con el fin de una productividad laboral y cultural</li> <li>Describir el impacto económico generado por la implementación de la propuesta de valor en la Hilandería Intercomunal Salinas</li> </ul>
<p>En esta investigación realizada en la Hilandería ubicada en la parroquia de salinas cantón Guaranda se tiene como finalidad generar propuestas de valor al desarrollo de las actividades que se realizan en la misma mediante:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Mejora de la comercialización de los productos</li> <li>Implementación de nuevas ideas sobre empaque para la salida del producto</li> <li>Flyers informativos para los consumidores</li> <li>Mejora del logo de la hilandería y digitalización</li> <li>Charlas informativas</li> </ul>
4. GRADO DE IMPACTO DEL PROYECTO
<p><b>Impacto positivo</b></p> <p>El grado de impacto es de forma positiva ya que beneficia la comunidad de Salinas a generar un medio rentable de sostenibilidad para sus habitantes de dicha comunidad, por medio de la oferta y comercialización de varios de sus productos (hilos de oveja y alpaca) generando capacitación y asistencia técnica a estas comunidades, con el fin de mejorar los procesos y obtener materias primas de mejor calidad, afianzando relación sostenible con sus clientes mostrando sus procesos óptimos. Además de fomentar un manejo óptimo de redes, mejora de atención al cliente y técnicas de cierre de venta.</p>
<p><b>Impacto negativo</b></p> <p>Que no se cumpla a cabalidad el desarrollo del plan estratégico para dar solución al impacto negativo o no previsto que se presente para así generar confianza con los miembros de la hilandería y también fomentar la unión entre colaboradores de tal manera trabajar en conjunto para poder solucionar satisfactoriamente todos los inconvenientes que puedan surgir durante el desarrollo del proyecto.</p>

**5. RESULTADOS OBTENIDOS**

FUNORSAL es una organización de segundo grado que se encarga de la organización, asistencia técnica y acompañamiento de las comunidades de base de la parroquia. Cuenta con empresas productivas que ayudan a financiar sus actividades organizativas y sociales, entre las que se encuentra la Hilandería Salinas, cuya función principal es proveer hilo de calidad a la asociación Textal.

Dentro de las estrategias de marketing de la Hilandería, se encontraba su principal objetivo que es dar a conocer a los clientes acerca de una campaña de publicidad, donde les permita saber lo que producimos y en ciertos casos lo que compramos (materia prima), que es fundamental para lograr la correcta elaboración de productos de alta calidad, actualmente estas estrategias se han mantenido puesto que mediante ello han reducido posibles amenazas en cuanto a la falta de materia prima y sus beneficios ha sido visibles.

Como parte de su principal objetivo el cual conlleva a la implementación de una propuesta de valor para poder determinar su influencia en las ventas de los productos Artesanales, hemos podido deducir que dicha propuesta aporta de una manera significativa en cuanto a la fomentación, el crecimiento sostenible e inclusivo, el impacto económico en la comunidad, la productividad laboral y cultural, entre otros factores que hoy en día sirven de motivación para realizar diversos mecanismos de innovación dentro del sector industrial al que pertenece.

**5.1. Resultados del cumplimiento de indicadores del proyecto**

Programa / proyecto		Informe						
Objetivos o Resultados y porcentaje de cumplimiento	Indicadores o Actividades	Tiempo Real			Cumplimiento de Indicador (%)	Evidencias (fotografía o indicador de cumplimiento)	Descripción	Acciones correctivas
		Desde	Hasta	Horas Cumplidas				
Fomentar un crecimiento sostenible e inclusivo en la comunidad con el fin de una productividad laboral y cultural	I1 Designación de recursos gestionados por los estudiantes de sexto ciclo, para el crecimiento económico de la empresa.	I1: 06-01-2023	I1: 07-01-2023	I1: 3 Horas	I1: 100%		I1: Sondeo del lugar analizando la situación actual del sector para implementar un cambio de innovación	I1: Ninguna
				I2: 25 Horas	I2: 100%			I2: Ninguna

	<p>I2 Verificación del correcto funcionamiento administrativo de FUNORSAL - Hilandería.</p>	<p>I2: 23-01-2023</p>	<p>I2: 27-01-2023.</p>				<p>y adecuación en FUNORSA L- Hilandería.  I2: Entrevista al director general del FUNORSA L.</p>	
<p>Describir el impacto económico generado por la implementación de la propuesta de valor en la Hilandería Intercomunal Salinas</p>	<p>I1 Control de productividad para medir las ganancias y la participación en el mercado, antes y después de implementar la propuesta de valor I2 Identificación de beneficios obtenidos mediante la propuesta de valor, la correcta utilización de cada uno de los recursos, tanto en materia prima como</p>	<p>I1: 09-02-2023 I2: 09-02-2023</p>	<p>I1: 25-01-2023 I2: 25-02-2023</p>	<p>I1: 1 Hora I2: 1 Hora</p>	<p>I1: 100%  I2: 100%</p>		<p>La implementación de mejoras en las actividades económicas teniendo en cuenta cada uno de los pasos que se den en la Hilandería. I2: Revisión del área financiera</p>	<p>I1: Ninguna I2: Ninguna</p>

	en recursos económicos.							
Realización y entrega de la gigantografía para la Hilandería	<p>I1: Diseño de la infografía publicitaria con la información recopilada anteriormente.</p> <p>I2: Entrega de la gigantografía en las instalaciones de la hilandería.</p>	2-02-2023	02-03-2023	<p>I1: 13 horas</p> <p>I2: 2 horas</p>	<p><i>I1: 100%</i></p> <p><i>I2: 100%</i></p>		Se realizó el diseño de la infografía para luego realizar la entrega a los beneficiarios.	<p><i>I1: Ninguna</i></p> <p><i>I2: Ninguna</i></p>
Socialización del proyecto PROPUESTA DE VALOR Y SU INFLUENCIA EN LAS VENTAS DE LOS PRODUCTOS ARTESANALES, HILANDERÍA INTERCOMUNAL SALINAS (HIS) DE LA FUNDACIÓN DE ORGANIZACIONES CAMPESINAS DE SALINAS (FUNORSAL)	<p>I1: Exposición de estudios verídicos y capacitación de técnicas que puedan aportar a la mejora continua de sus beneficiarios</p> <p>I2: Entrega de placas y certificados por asistencia a la socialización y capacitación ofrecida</p>	06-03-2023	07-03-2023	<p>I1: 10 horas</p> <p>I2: 1 horas</p>	<p><i>I1: 100%</i></p> <p><i>I2: 100%</i></p>		Se realizó el proceso de socialización y capacitación demostrando el valor agregado que necesita Funorsal generando un aspecto dinámico y participativo entre los beneficiarios, de tal forma se evidencio los resultados obtenidos por medio de gigantografías y capacitaciones que contribuirán al desarrollo continuo	<p><i>I1: Ninguna</i></p> <p><i>I2: Ninguna</i></p>
Total horas cumplidas				56 horas				
Limitaciones Encontradas								

**1. INFORME ECONÓMICO**

En el presente informe se detalla los materiales utilizados, durante la elaboración del proyecto de vinculación correspondiente al código: 7-VS-I-2022

**6.A. PRESUPUESTO ASIGNADO POR LA UEB**

**5. SUMINISTROS DE OFICINA**

Concepto	Unidad (resmas, cajas, etc.)	Cantidad (de resmas, cajas, etc.)	Valor unitario (de resmas, cajas, etc.)	Total (\$)
<i>Papel Bond A4 DE 75 GR</i>	<i>RM</i>	2	2,3	4,6
<i>Esferográfico</i>	<i>UN</i>	10	0,08	0,8
<i>Cartulina de Kimberly</i>	<i>UN</i>	20	0,02	0,4
<i>Marcador permanente</i>	<i>UN</i>	1	0,23	0,23
<i>Lápiz Hb con goma</i>	<i>UN</i>	12	0,06	0,72
<i>Carpeta de cartón con vincha</i>	<i>UN</i>	5	0,07	0,35
<i>Masking</i>	<i>UN</i>	1	0,58	0,58
<i>Marcador tiza liquida</i>	<i>UN</i>	5	0,27	1,35
<i>Borrador de Lápiz</i>	<i>UN</i>	1	0,23	0,23
<i>Archivador T/ Oficio</i>	<i>UN</i>	1	1,14	1,14
<i>Cinta de Embalaje</i>	<i>UN</i>	1	0,44	0,44
<i>Papel periódico pliegos</i>	<i>UN</i>	10	0,03	0,30
<b>Total (6.A.1)</b>				<b>11,14</b>

**6. BIENES Y SERVICIOS A CARGO A LA UEB**

(Indicar todos los bienes adquiridos durante la ejecución del proyecto, equipos en general, etc.)

Concepto	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Total
<b>Total (6.A.2)</b>				<b>0,0</b>

**7. HONORARIOS DEL COORDINADOR (Calculado en base a la carga horaria asignada en el distributivo, la RMU del coordinador principal y la duración del proyecto)**

	Valor
Hora por semana asignadas en el distributivo para la Función Sustantiva de Vinculación, h/semana	
Duración de la propuesta en semanas, semana	
RMU del coordinador principal dividido por 160 h, \$/h	
<b>Total (6.A.3)</b>	
	0,0

ANEXO 6.B. PRESUPUESTO CON CARGO A LA CONTRAPARTE <i>(Describir el detalle)</i>				
1. SUMINISTROS, IMPRESIONES, MATERIAL DIDÁCTICO, INSUMOS Y OTROS BIENES				
Concepto	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Total
<i>Nombre de la adquisición</i>	<i>Unidades recibidas</i>		<i>Valor por unidad</i>	<i>Valor total del material</i>
<b>Total (2.B)</b>				0,0

<b>TOTAL 6.A PRESUPUESTO CON CARGO A LA UEB (\$ USA)</b>	<b>6.A.1+ 6.A.2+ 6.A.3</b>	<b>\$11,14</b>
--	----------------------------	----------------

<b>TOTAL, PRESUPUESTO EJECUTADO DURANTE EL PROYECTO (\$ USA)</b>	<b>6.A+ 6.B</b>	<b>\$11,14</b>
--	-----------------	----------------

2. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES
<ul style="list-style-type: none"> <li>Podemos concluir que el enfoque de nuestro proyecto de integración es con la comunidad emprendedora de Salinas-Provincia de Bolívar debido a que se ha podido demostrar que mediante la hilandería si se puede implementar una mejora en procesos de ventas de productos artesanales como derivados de lana de oveja y alpaca al ser productos elaborados a mano por los artesanos de la comunidad generando un valor agregado para el cliente debido a que el consumo de productos artesanales es muy bajo sin embargo la calidad y experiencia de compra han generado un impacto positivo al consumidor respondiendo a su necesidad.</li> <li>Las propuestas implementas por nuestro equipo de trabajo dentro del proyecto de vinculación nos ha permitido visualizar que el grado de impacto es positivo y rentable no solo para la empresa sino para toda la comunidad cuando se tiene una correcta gestión y administración de la organización ya sea interna por parte de los colaboradores de la organización y externamente con el beneficio hacia a la comunidad, esto se ha podido comprender por medio de las capacitaciones que se han podido socializar a empleados y todos los que conforman la hilandería Inter comunal salinas (his), ya que han despertado dudas, opiniones y recomendaciones dándonos como resultado un mejor panorama de que dudas debemos resolver y hacia donde nos debemos enfocar.</li> <li>En la planificación se analizaron y optimizaron cada una de las técnicas conjuntamente con la recopilación de la información que se manejó conllevando a una preparación eficaz y eficiente de las capacitaciones permitiendo un diagnóstico para una correcta identificación aprovechando de una mejor manera la producción y comercialización de los productos como también con el cuidado del medio ambiente contando con una producción sostenible y minimizando la contaminación protegiendo los recursos naturales que existen en la zona y en los que se desenvuelven los habitantes de la comunidad de salinas con la finalidad de satisfacer necesidades.</li> <li>En la aplicación de técnicas para el cierre de ventas se cuenta con la utilización de materiales que de forma correcta conllevan a un desarrollo amplio en los procesos de comercialización, crecimiento laboral y cultural permitiendo como objetivo principal ayudar profesionalmente al consumidor a comprar y satisfacer la necesidad de lo que se está</li> </ul>

buscando o lo que desea adquirir, ya que el cliente lo que necesita es resolver toda la cantidad de necesidades existentes, más no crear una necesidad nueva.

- La vinculación directa con la comunidad nos ha permitido tener información de primera mano sobre la manera en la que los socios empleados y clientes visualizan y se desempeñan en la organización y debido a ello creando una relación positiva entre la empresa y sus colaboradores, preservando la calidad y sobre todo el valor agregado que se quiere brindar con un producto elaborado artesanalmente en la hilandería Intercomunal Salinas.

#### Recomendaciones

- Para que este proyecto presentado, los planes y estrategias que dentro del mismo se encuentran hagan de la Hilandería y de Salinas una comunidad artesanal emprendedora, líder en el mercado, capaz de cumplir con las expectativas y necesidades del cliente, los planes y estrategias deben cumplirse, bajo la supervisión del líder y las labores correctas del equipo de trabajo, ya que esto permitirá que la empresa no solo mejore su actividad económica, sino que también su imagen corporativa.

- Es necesario que los miembros de la organización den un enfoque a aquellas estrategias de venta que han venido desarrollando durante los años de vida institucional y que en un principio dejaron grandes ganancias no únicamente económicas sino que también lograron otorgar a Funorsal un reconocimiento como una institución que no se dedica únicamente a elaborar productos artesanales sino que también crear buenas experiencias y hoy en día dichas estrategias ya no resultan eficientes como para mantenerlas y desarrollarlas dentro de la empresa, por lo que es imprescindible desarrollar una nueva gestión

- Como asociación deben realizar constantemente capacitaciones no solamente para el área administrativa también dentro del área de talento humano, estas capacitaciones deben ser completamente productivas enfocarse en lo que realmente es necesario implementar o eliminar de la empresa, el trabajando de todos los colaboradores debe ser eficiente, y los resultados de dicho trabajo deben ser evaluados constantemente con la finalidad de que todos estén enfocados en una sola meta como organización

- Para optimizar recursos humanos y materiales es necesario tener una correcta utilización de los recursos que se disponen, estos recursos deben aportar al consumidor, resolver sus necesidades, darles una guía de ayuda, otorgarles buenas experiencias, además de brindarles una buena atención estar puestos a resolver dudas e inquietudes, tener un trato amable, mantener clientes y fidelizar nuevos, contar con atención posventa e inspeccionar mediante el cliente si el producto a logrado beneficiarlo y se le ha dado un correcto uso.

- Mantener ese compromiso que tuvieron como institución en llevar a cabo el plan presentado por los estudiantes, ya que el mismo compromiso también lo tienen con la comunidad, teniendo en cuenta que la empresa no es la única que se beneficia, también Salinas de Guaranda que como comunidad es el principal identificador que garantiza al consumidor productos artesanales elaborados bajo diversos estándares de calidad que posiblemente no lo podrán encontrar con facilidad en cualquier lugar, es por ello que por medio de este proyecto pudimos socializar algunos consejos para darle identidad propia y valor al producto, la marca y la empresa.

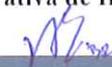
---

**Observaciones**



<b>Firma de Coordinador Principal</b>
Fecha de entrega:

<b>Asistente Administrativa de Investigación y Vinculación</b>
Sello con Fecha de recepción



Guaranda, 9 marzo de 2023

Ing. Marcelo Vilcacundo, MsC.

Director de la Dirección de Investigación y Vinculación de la UEB

Presente. -

Reciba un atento y cordial saludo, por este medio le presento el listado de estudiantes que participaron en el proyecto de vinculación titulado: "PROPUESTA DE VALOR Y SU INFLUENCIA EN PRODUCTOS ARTESANALES DE LA HILANDERÍA INTER COMUNAL SALINAS (HIS) DE LA FUNDACIÓN DE ORGANIZACIONES CAMPESINAS DE SALINAS (FUNORSAL)". Como Coordinador de este proyecto doy fe de que los estudiantes cumplieron con todas las labores estipuladas en el proyecto y en el tiempo previsto, cumpliendo las 96 requeridas según lo estipulado en el sistema y reglamento de Vinculación de la UEB y de lo cual presento las evidencias correspondientes.

Nº	Apellidos y Nombres	Cédula	Teléfono
1	AGUAGUIÑA GUANANGA ERIK ALEXANDER	1723965891	099 927 7649
2	ALVARADO CERDA SHERLY ALISSON	1501052573	098 789 5741
3	CAMACHO GUAMÁN NATHALY NICOLE	0750977688	098 657 8914
4	COCHEA CONFORME MISHHELL DAYANARA	2400032229	099 024 2686
5	FUENTES JARAMILLO MAXIURY FERNANDA	1723767578	096 801 0658
6	GORDON LOOR JESSENIA LUZDARI	1718606732	098 647 6435
7	GUANO GUANO JENNY MARICELA	0503269532	099 808 9406
8	IMBAQUINGO GUZMÁN ESTEFANI GABRIELA	1754327672	098 314 4037
9	LÓPEZ AGUALONGO IVETTE ANAHÍ	1804956223	098 497 2563
10	MEDINA CHIMBO JORDAN BRYAN	0202361630	096 853 4942
11	MOLINA VELIZ ADASIS ILLONIT	0604722710	096 887 5188
12	REA TIÑE OLGA JANETH	1600930109	096 970 8784
13	ROJAS TUALA MARCELO RAFAEL	0202154621	098 987 8730
14	TORRES QUINATO GLORIA ALICIA	0202409017	096 814 9080
15	YALLICO CHARIGUAMAN SANDY DAYANA	0250327327	098 657 9825

Desearándole éxitos en sus labores cotidianas, se despide Atentamente

Profesor Ing. Charles Viscarra

Teléfono: 0991460644

Cédula: 0201572963

Correo Institucional:

chviscarra@ueb.edu.ec