



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR  
DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN Y VINCULACIÓN  
FORMATO N° 3 INFORME FINAL DE PROGRAMA Y/O PROYECTO

**INFORME FINAL DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD**

**<< FORTALECIMIENTO DE ACTIVIDADES EMPRESARIALES EN LA PARROQUIA DE LA ASUNCIÓN, PROVINCIA BOLÍVAR PERIODO 2021-2022.>>**

**I. DATOS INFORMATIVOS DEL PROYECTO**

Identificador	Descripción		
Código del Programa o Proyecto:	4-VS-II-2021		
Nombre del Programa o Proyecto:	FORTALECIMIENTO DE ACTIVIDADES EMPRESARIALES DE LA PARROQUIA LA ASUNCIÓN, CANTÓN CHIMBO, PROVINCIA BOLÍVAR, PERIODO 2021-2022.		
Línea y sub-línea de Vinculación:	Desarrollo Humano <b>Gestión de Ciencias Económicas Y Administrativas</b>		
Programa de Vinculación:	Emprendimiento, Economía Popular y Solidaria		
Campo Amplio de conocimiento:	Administración		
Campo específico de conocimiento:	Educación comercial y administración		
Campo detallado de conocimiento:	Administración		
Alcance Territorial logrado:	Internacional ( ) Nacional ( )	Regional ( x ) Provincial ( x )	Cantonal ( x ) Institucional ( )
Carreras que participaron:	Administración de empresas		
Coordinador Principal:	Ing. Mario Escobar G		
Coordinador Alterno:	Ing. Charles Viscarra		
Cobertura y Localización:	Provincia: Bolívar Cantón: Chimbo		



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR  
DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN Y VINCULACIÓN  
FORMATO N° 3 INFORME FINAL DE PROGRAMA Y/O PROYECTO

(ubicación geográfica)	Parroquia: La Asunción Zona: Urbana y Rural
Presupuesto Utilizado:	Del Asignado por la UEB: 0 Del Asignado por la Contraparte: 0 Total de Presupuesto: 0
Periodo total de ejecución:	11 de Noviembre 2021- 10 de Febrero del 2022
Fases cumplidas (Horas cumplidas)	160
Número de docentes participantes:	1
Número de estudiantes participantes:	7
Comunidad beneficiaria	Parroquia La Asunción
Número de beneficiarios directos e indirectos	325
Convenio de respaldo	Si

## 2. GENERALIDADES

El proyecto “Fortalecimiento de Actividades Empresariales de la parroquia la Asunción, cantón Chimbo Provincia Bolívar, Periodo 2021-2022.” Parte con el fin de fortalecer las actividades empresariales en la parroquia de La Asunción.

Es necesario realizar este proyecto para así poder fomentar e impulsar el desarrollo y crecimiento del comercio y de las empresas que se encuentran ubicadas en la ciudad de La Asunción.

Los incesantes cambios en las regulaciones y los avances tecnológicos que están en continua innovación. Han permitido que las actividades comerciales de las empresas puedan



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR  
DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN Y VINCULACIÓN  
FORMATO N° 3 INFORME FINAL DE PROGRAMA Y/O PROYECTO

funcionar de mejor manera y que puedan dar a conocer su producto o servicio al cliente mediante, redes sociales, formularios, folletos, revistas, propagandas en tv y radio etc.

Actualmente el Ecuador presenta grandes perspectivas de desarrollo en diversos campos de la actividad económica, entre los que se destaca las actividades empresariales, que se ha convertido sin lugar a dudas en un eje fundamental para la reactivación económica, la generación de empleo, la inversión local y extranjera, el desarrollo de infraestructuras empresariales, puertos y vías etc.

Por esta razón la participación de las entidades públicas, privadas y comunitarias se vuelve primordial para desarrollar la actividad empresarial, convirtiéndose esta en una alternativa válida para el mejoramiento de las condiciones de vida de las localidades; y a la vez promoviendo la conservación del patrimonio natural y cultural que posee la parroquia de La Asunción Provincia de Bolívar.

La provincia de Bolívar, a pesar de ser una de las más pequeñas de este país se ha caracterizado por ser la única provincia que cuenta con zonas aptas para la agricultura y ganadería propias de la región sierra como de la costa, gracias a la diversidad de climas y ecosistemas que posee como consecuencia de su posición geográfica, los turistas pueden admirar desde grandes páramos hasta paisajes verdes de vegetación propias de climas subtropicales.

La parroquia de la Asunción se encuentra ubicada en la provincia de Bolívar en la parte noreste del cantón Chimbo en la margen noroccidental del río del mismo nombre.

Sus límites son por el norte el riachuelo denominado Pimbulo que naciendo de su origen desemboca en el río Salinas, riachuelo que separa la parroquia de Santa Fe del cantón Guaranda.

Por el Sur el río Panchigua que siguiendo la corriente natural desemboca en el río Chaupimolino o Tingo, que separa las parroquias de La Magdalena y San Sebastián.

Por el este en la chorrera del Tuzo que siguiendo los territorios del mismo nombre en línea recta la quebrada de Pindiagua y el punto denominado Tamban que se dirige a la parroquia la Magdalena y termina en el punto llamado Tingo.

Por el occidente el Pucara de san Antonio y la quebrada profunda o riachuelo que desemboca en el río Choripongo que separa la parroquia de Santa Fe. Con un clima subtropical que



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR  
DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN Y VINCULACIÓN  
FORMATO N° 3 INFORME FINAL DE PROGRAMA Y/O PROYECTO

hacen agradable su visita, además de gente amable que está muy interesada en convertir a su localidad en un destino de actividad económica potencial mediante la incorporación de proyectos articulados a las actividades empresariales.

El problema planteado fue:

**La falta de apoyo económico a los emprendimientos y microempresas afecta en el desarrollo de las actividades empresariales en la parroquia de La Asunción.**

Entre las Causas y Efectos que sustentan ese problema son:

#### Causas

- Desconocimiento estructural, relacionados con la parte financiera, tecnológica y académica
- Decrecimiento microempresaria y productivo muy significativo.
- Desconocimiento de procesos que una microempresa de éxito debe ejecutar en época de crisis que estamos pasando en la actualidad

#### Efectos

- Escasa formación empresarial, mínima base tecnológica y una probable y escasa política de financiación que apoye el desarrollo de las microempresas.
- Hacían de este tipo de entidades un centro de vulnerabilidad que se materializa en una indiscutible estandarización de tener como utilidad lo que les permita continuar con el negocio y apenas una mínima rentabilidad
- Hacían de este tipo de entidades un centro de vulnerabilidad que se materializa en una indiscutible estandarización de tener como utilidad lo que les permita continuar con el negocio y apenas una mínima rentabilidad



### 3. OBJETIVOS

**OBJETIVO GENERAL:** Crear productos comunicacionales que promocionen e impulsen las actividades empresariales en la parroquia de La Asunción, Provincia Bolívar, Periodo 2021-2022.

- Fomentar el Turismo en la parroquia La Asunción, para incentivar la reactivación económica de los micro emprendimientos de la parroquia.
- Los productos comunicacionales como la revista, los afiches y spots publicitarios fueron desarrollados al 100% de su totalidad, de la misma manera los programas de fortalecimiento empresarial.

Conforme la planificación establecida se realizaron los programas de fortalecimiento empresarial, por parte de los estudiantes de Administración de Empresas.

El Objetivo General se cumplió ya que se realizaron los programas en su totalidad del área de Administración, Finanzas, Turismo, Marketing, etc y entre los productos comunicaciones se destacan los siguientes:

Los afiches, Trípticos, Dípticos, Revistas y Spots publicitarios, en los cuales se promocionaron los atractivos turísticos y variedad gastronómica que existen en la parroquia la Asunción.



### Objetivos Específicos:

**Objetivo Especifico 1:** Realizar una búsqueda de información de las actividades empresariales de la ciudad

- El 100% de los estudiantes y los Docentes de las Carreras de Administración aportaron con sus conocimientos al proyecto, en su etapa de recopilación y procesamiento de la información
- Se envió solicitud de información sobre las patentes municipales al Alcalde de la parroquia la Asunción para realizar la clasificación de actividades empresariales según la Clasificación CIIU
- Se realizo en su totalidad la investigación de campo con un total de 16 encuestas.

Información recolectada en esta etapa:

- PDOT Cantonal de la Asunción
- Ley de Emprendimiento e Innovación
- Ley de Fomento Productivo.
- Clasificación de Actividades Empresariales CIIU
- Patentes Municipal 2021

**Objetivo Especifico 2:** Establecer programas de fortalecimiento en función del diagnóstico empresarial obtenido.

- El 100% de los estudiantes y el Docente de las Carreras de Administración de empresas aporten con sus conocimientos al proyecto para la elaboración de programas que colaboren al fortalecimiento empresarial



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR  
DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN Y VINCULACIÓN  
FORMATO N° 3 INFORME FINAL DE PROGRAMA Y/O PROYECTO

Dentro de los programas de Fortalecimiento empresarial se socializan los siguientes temas a continuación:

- Programa de Capacitación: Realizar campañas de capacitaciones digitales, marketing a los microempresarios de la ciudad la Asunción.
- Programa de Promoción: Promocionar sus emprendimientos mediante plataformas digitales y redes sociales
- Programa de Asistencia Técnica: Realizar convenios de asesorías técnicas tanto para el trato al cliente como para una buena y sencilla explicación técnica del producto que se quiere adquirir en los diferentes emprendimientos en la parroquia de la Asunción
- Programa de Equipamiento: Compra de maquinaria de ocasión.
- Programa de Modernización: Mejorar la infraestructura de los locales
- Programa de Apoyo Crediticio: Créditos

Se elaboró las 3 revistas que se socializaba con los estudiantes y que contenía la siguiente estructura:

- Intro o Portada
- Presentación
- Editorial
- Nuestros atractivos turísticos
- Empresa y emprendimiento
- La clave del marketing y los negocios
- Legislación empresarial
- Plan de desarrollo y ordenamiento territorial (PDOT)
- Economía al día
- El entrevistado del programa
- Despedida
- Créditos

**Objetivo Especifico 3:** Elaborar un paquete de productos promocionales para fortalecer el turismo y las actividades comerciales de los emprendimientos del Cantón.



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR  
DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN Y VINCULACIÓN  
FORMATO N° 3 INFORME FINAL DE PROGRAMA Y/O PROYECTO

- El 100% de los estudiantes y docentes aportaron con ideas sobre el diseño y estructuración de los productos comunicacionales
- Los productos realizados son los siguientes descritos a continuación:
  - 3 Afiche Promocional del Ciudad
  - Un Afiche Promocional por Rama de Actividad Empresarial
  - 3 Trípticos por Rama de Actividad Empresarial
  - 3 Dípticos por Rama de Actividad Empresarial
  - 1 Spots Publicitarios por Rama de Actividad Empresarial

Tres Número del Folleto de la Actividad Empresarial para la ciudad que contendrá:

- Administración
- Emprendimiento
- Turismo
- Fundamentación Legal
- Proyectos de Inversión
- Finanzas y Microemprea
- Marketing en los Negocios
- Contabilidad
- PDYOT



#### 4. GRADO DE IMPACTO DEL PROYECTO

##### IMPACTOS ESPERADOS

Varios son los impactos que se han generado con el proyecto, señalando que:

- Las Microempresas serán beneficiadas con este proyecto, logrando contribuir al desarrollo económico del mismo y de la misma manera colaborar en la reactivación económica de la parroquia de la Asunción
- Se trabajó de manera grupal, con la finalidad de incentivar el trabajo en equipo
- Además, se logró conocer muchos de los atractivos turísticos que pertenecen a la parroquia de la Asunción

Nuestro trabajo con la creación de programas y productos comunicacionales se verán reflejados en la reactivación económica de las actividades empresariales del Cantón, después de esta Crisis Sanitaria del COVID-19.

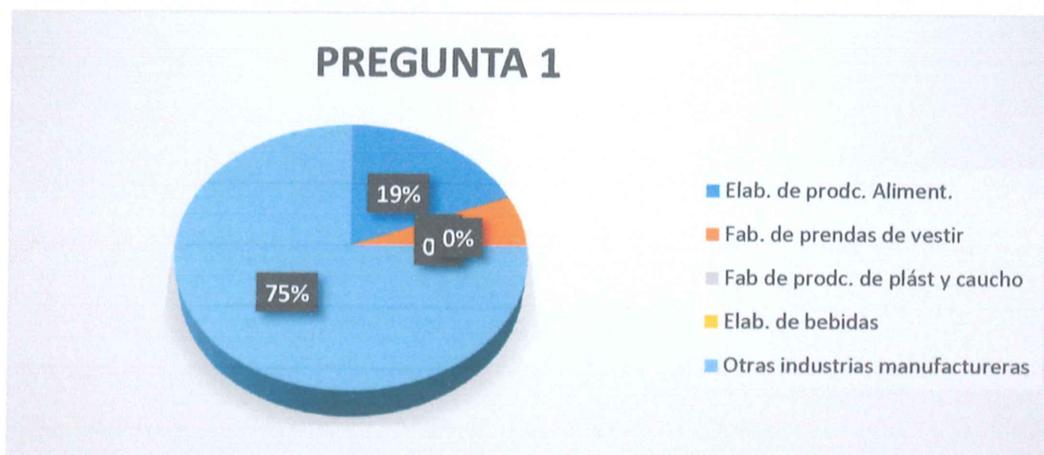


## 5. RESULTADOS OBTENIDOS

### 1. Cuadros y gráficos estadísticos con su respectiva interpretación; ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS EN LA PARROQUIA LA ASUNCIÓN

#### PREGUNTA N°1 ACTIVIDAD ECONOMICA (A QUE SE DEDICA) CLASIFICACIÓN CIU

CONCEPTO	NÚMERO	PORCENTAJE
Elab. de prod. Aliment.	3	18,8%
Fab. de prendas de vestir	1	6,3%
Fab de prod. de plást y caucho	0	0,0%
Elab. de bebidas	0	0,0%
Otras industrias manufactureras	12	75,0%
Total	16	100,0%



#### Análisis e interpretación

En el gráfico en el cual se puede observar las actividades económicas de las empresas, microempresas, de la parroquia La Asunción.

Y en las cuales tuvimos con un 75% que la mayoría de los emprendimientos nos dicen que se dedican a otras industrias manufactureras los productos que ofrecen a la sociedad, así como de elaboración de productos con un 18,8% y fabricación de prendas de vestir son el 6,3%.

Mediante el cual se conoció que en la parroquia de la Asunción la mayoría de emprendimiento se dedican a otras industrias manufactureras ya que estas tienen muchos años en la parroquia y

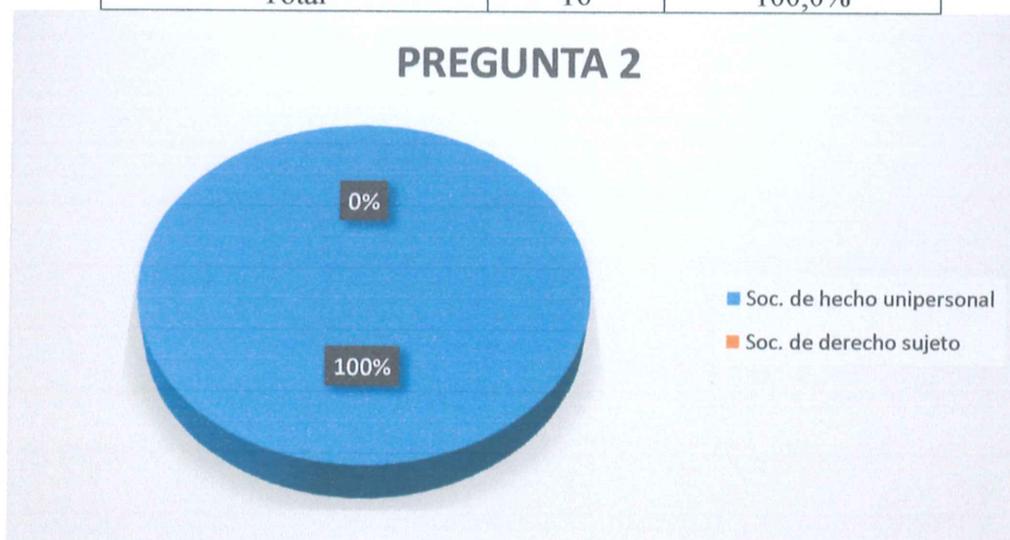


como casi no hay emprendimientos estos son los que tienen mayor demanda entre los pobladores de la zona de la Asunción.

### PREGUNTA N°2

#### DE ACUERDO A LA ACTIVIDAD QUE SE DEDICA SU NEGOCIO ES

CONCEPTO	NÚMERO	PORCENTAJE
Soc. de hecho unipersonal	16	100,0%
Soc. de derecho sujeto	0	0,0%
Total	16	100,0%



#### Análisis e interpretación

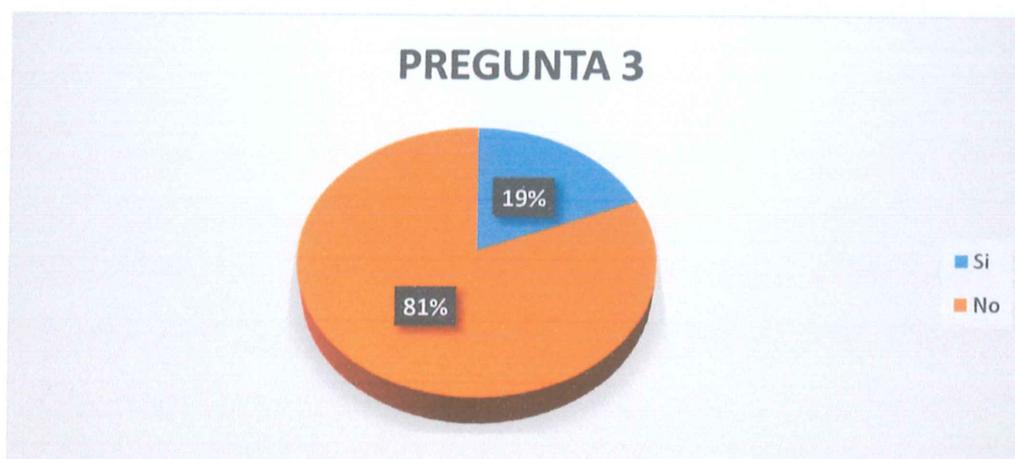
En la parroquia de la Asunción se pudo conocer con un 100% de los emprendimientos que hay e esta zona son la mayoría ya que es el total las cuales se dedican a la actividad de su negocio de sociedad de hecho unipersonal ya que son emprendimientos que los propios propietarios lo llevan a cabo y son de ellos y se va pasando de generación en generación.



### PREGUNTA N°3

**SU NEGOCIO SE DEDICA A TRANSFORMAR LA MATERIA PRIMA EN PRODUCTOS SEMI O TERMINADOS Y OFERTAR A LA COLECTIVIDAD**

CONCEPTO	NÚMERO	PORCENTAJE
Si	3	18,8%
No	13	81,3%
Total	16	100,0%



#### **Análisis e interpretación**

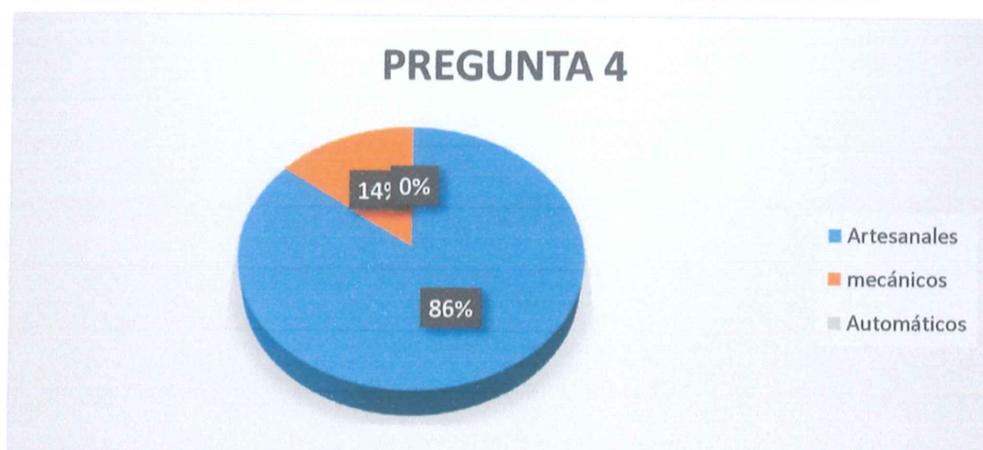
En la parroquia de la Asunción se pudo conocer con un 81% de los emprendimientos como molinos o un restaurante si transforman la materia prima y con el 19% no transforman la materia prima ya que son emprendimientos como sastrerías, abarrotes, ferretería, licorería son emprendimientos que se encargan de brindar servicios a la ciudadanía mas no de transformar la materia prima.



#### PREGUNTA N°4

#### SUS PROCESOS PRODUCTIVOS DE TRANSFORMACIÓN SON

CONCEPTO	NÚMERO	PORCENTAJE
Artesanales	6	85,7%
mecánicos	1	14,3%
Automáticos	0	0,0%
Total	7	100,0%



#### Análisis e interpretación

Se puede observar en el gráfico el proceso productivo o de transformación de las empresas, microempresas, de la parroquia la Asunción.

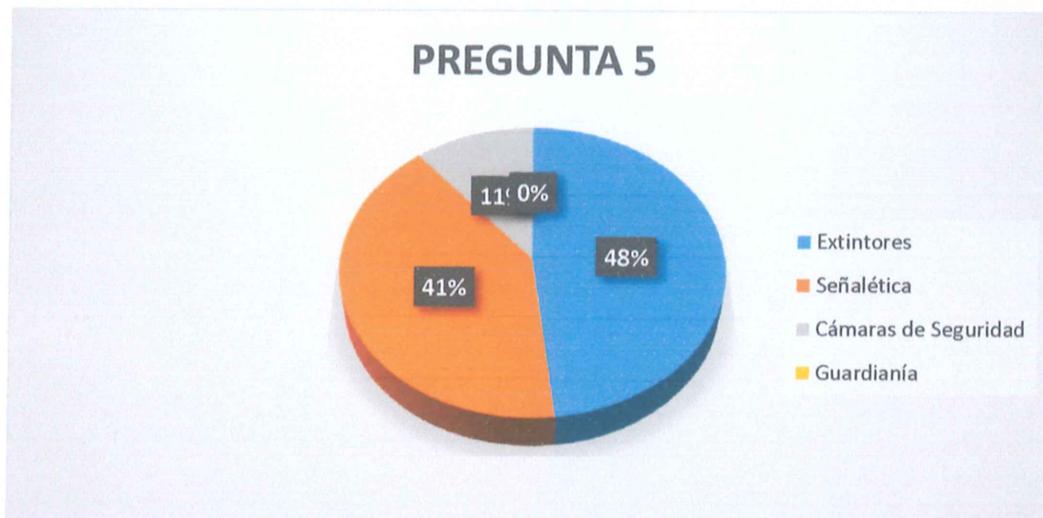
En las cuales tuvimos con un 86% que la mayoría de los emprendimientos de la parroquia de la Asunción los productos que ofrecen a la sociedad son de manera artesanal los cuales lo realizan, Sastrerías, restaurante, entre otros, y con un 14% encontramos emprendimientos que realizan y ofrecen productos que se realizan de forma mecánica. Mediante el cual se conoció que la mayoría de emprendimiento tiene muchos años en el mercado y la mayoría lo realizan de manera artesanal ya que es menos costosa y más rápida.



### PREGUNTA N°5

#### QUÉ MEDIDAS DE PREVENCIÓN INDUSTRIAL APLICA

CONCEPTO	NÚMERO	PORCENTAJE
Extintores	13	48,1%
Señalética	11	40,7%
Cámaras de Seguridad	3	11,1%
Guardianía	0	0,0%
Total	27	100,0%



#### Análisis e interpretación

Se observo que las medidas de prevención que utilizan la mayoría de emprendimientos son extintores con un 48,1% ya que son herramientas de suma importancia requerida por los organismos de control como lo son los bomberos que es sus reglamentos consta que para para otorgar los permisos de funcionamientos a los emprendimientos estos deben contar con herramientas de control como lo son extintores, señaléticas entre otros.

Y con un 40,7% tenemos a las señaléticas la cual al igual que los extintores son de suma importancia que tenga los emprendimientos y con el 11,1% tenemos cámaras de seguridad las

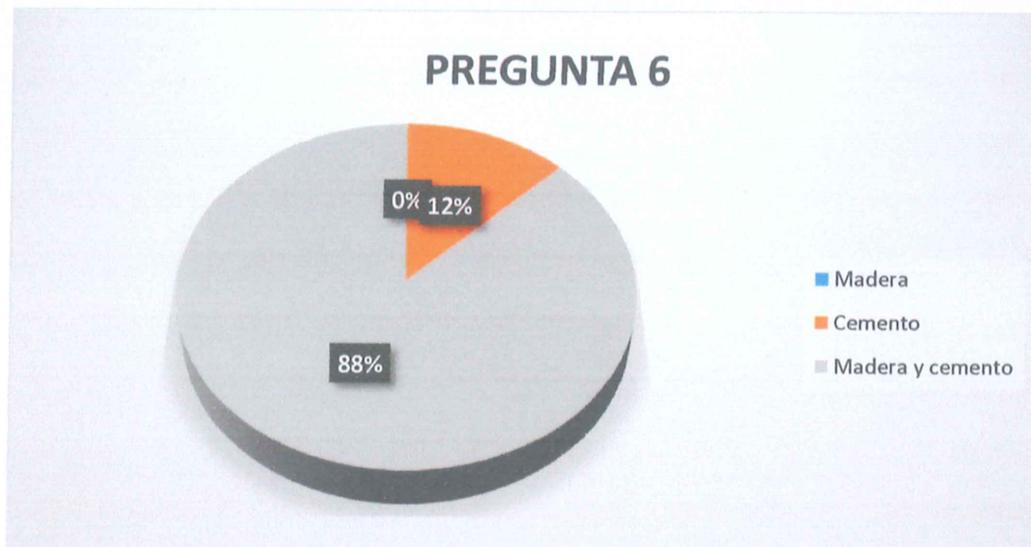


cuales son herramientas de suma utilidad, pero la mayoría de emprendimientos no cuenta con los recursos económicos para tener guardianía, pero si cuenta con alguna de estas herramientas.

#### PREGUNTA N°6

¿LOS MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN DE SU NEGOCIO SON?

CONCEPTO	NÚMERO	PORCENTAJE
Madera	0	0,0%
Cemento	2	12,5%
Madera y cemento	14	87,5%
Total	16	100%



#### Análisis e interpretación

Las infraestructuras de la mayoría de los emprendimientos son de madera y cemento con un 87,5% ya que en los lugares en donde están ubicados las casas o locales son antiguos y los dueños de estos emprendimientos son los propios propietarios y no tienen suficientes recursos para invertir en una sola infraestructura moderna ya que la mayoría de recursos que utilizan son para vivir el día a día y para la compra de materias primas y productos según sus negocios.

Con un 12,5% las infraestructuras de estos emprendimientos son de cementos porque son casas y locales nuevos esto se debe a que estaos propietarios si tuvieron mayores recursos.

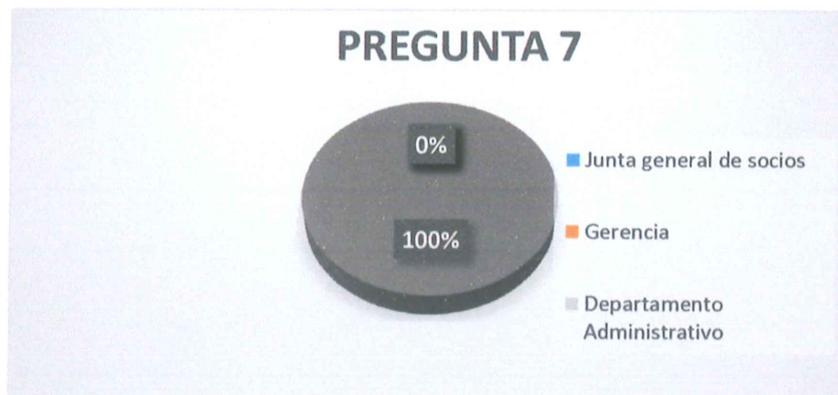


UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR  
DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN Y VINCULACIÓN  
FORMATO N° 3 INFORME FINAL DE PROGRAMA Y/O PROYECTO

**PREGUNTA N° 7**

**NIVELES Y DEPARTAMENTOS QUE TIENE SU NEGOCIO**

CONCEPTO	NÚMERO	PORCENTAJE
Junta general de socios	0	0,0%
Gerencia	0	0,0%
Departamento Administrativo	0	0,0%
Departamento de Marketing	0	0,0%
Otro Departamento	0	0,0%
Presidencia	0	0,0%
Departamento financiero	0	0,0%
Departamento producción	0	0,0%
No posee ninguno de estos de departamentos	16	100,0%
Total	16	100,0%



**Análisis e interpretación**

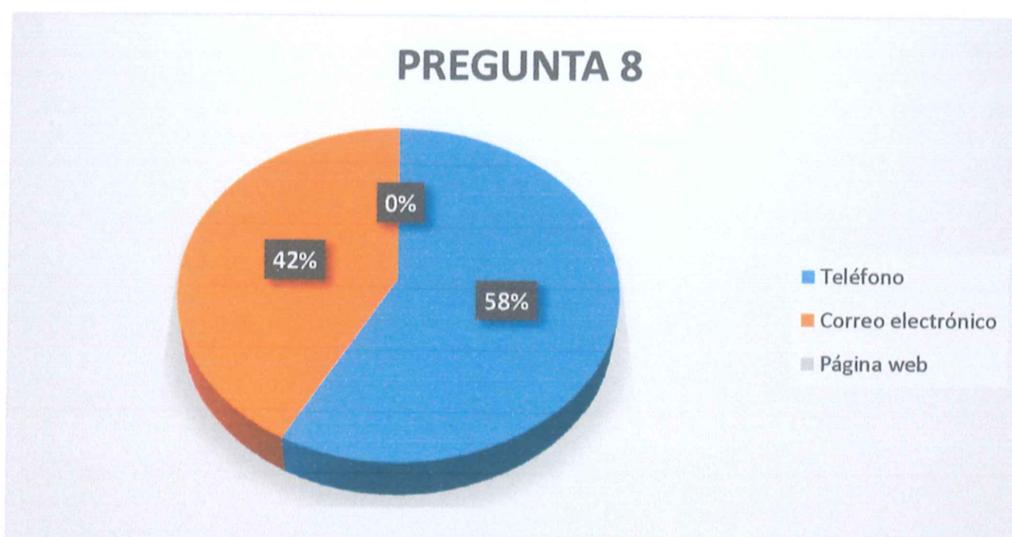
Se puede ver que no existe en su mayoría los diferentes niveles y departamento en los emprendimientos de la parroquia de la Asunción ya que mediante las encuestas realizadas pudimos conocer con el 100% ninguno de los emprendimientos no posee departamentos porque son emprendimientos pequeños y creados empíricamente por los ciudadanos.



**PREGUNTA N° 8**

**CONTACTO DE LA EMPRESA**

CONCEPTO	NÚMERO	PORCENTAJE
Teléfono	11	57,9%
Correo electrónico	8	42,1%
Página web	0	0,0%
Total	19	100,0%



**Análisis e interpretación**

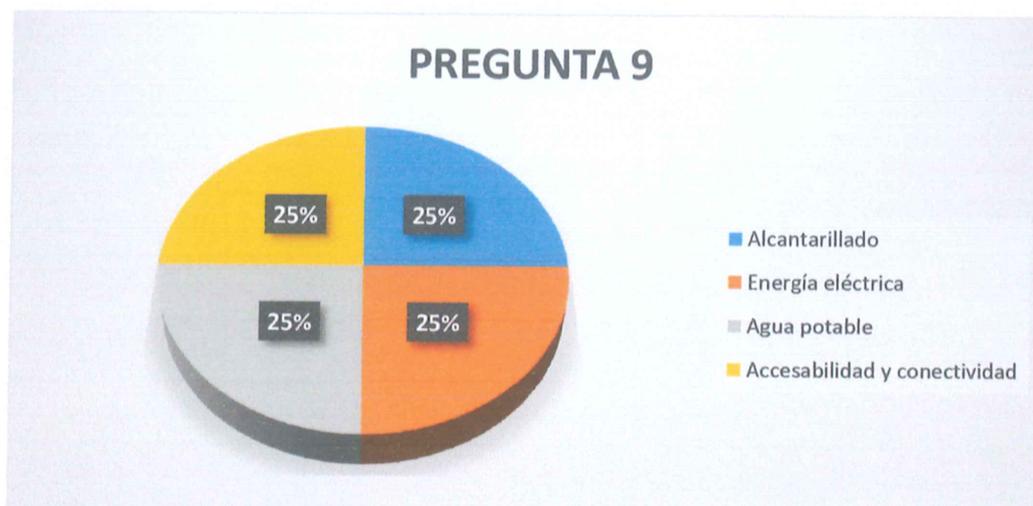
En la parroquia de la Asunción los emprendimientos están ubicados mayoritariamente en el sector centro ya que estas cuentan con los servicios de comunicación y correo pero les falta conocimiento de cómo llevar una adecuada imagen del negocio creando páginas web, redes sociales , entre otros.



**PREGUNTA N° 9**

**¿SU NEGOCIO DISPONE DE INFRAESTRUCTURA COMO?**

CONCEPTO	NÚMERO	PORCENTAJE
Alcantarillado	16	25,0%
Energía eléctrica	16	25,0%
Agua potable	16	25,0%
Accesibilidad y conectividad	16	25,0%
Total	64	100,0%



**Análisis e interpretación**

La mayoría de los emprendimientos cuentan con los servicios de alcantarillado, luz y agua, accesibilidad y conectividad ya que cada uno tiene el 25% según los encuestados, esto hace que surja como una oportunidad de mejora del sector para la producción y transformación de productos y de crear mayores negocios.



**PREGUNTA N°10**

**¿CUÁLES SON SUS PRINCIPALES PRODUCTOS O SERVICIOS?**

CONCEPTO	NÚMERO	PORCENTAJE
Abastos	3	18,75%
Atención al cliente	2	12,50%
Comida	2	12,50%
Cortes de cabello, tinturado	1	6,25%
productos de primera necesidad	2	12,50%
viveres	3	18,75%
papelería	1	6,25%
Cyber	1	6,25%
Licorería	1	6,25%
Total	16	100%

**Análisis e interpretación**

Se pudo observar que la mayoría de los encuestados están dedicados a la venta viveres seguidos de atención al cliente y comidas ,ya que está orientada a satisfacer las necesidades del diario vivir y la situación obliga a estas microempresas a diferenciarse en el servicio que ofrecen a sus clientes siendo este uno de los aspectos fundamentales para lograr lealtad por parte de los consumidores.



**PREGUNTA N° II**

**¿CUÁLES SON LOS PRODUCTOS O SERVICIOS SECUNDARIOS?**

CONCEPTO	NÚMERO	PORCENTAJE
Ferretería	1	12,50%
Prendas	1	6,25%
Ventas varias	2	12,50%
Golosinas	1	6,25%
Snacks	1	6,25%
Comida rápida	1	6,25%
Cosméticos	1	6,25%
		0,00%
		0,00%
<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>56%</b>

**Análisis e interpretación**

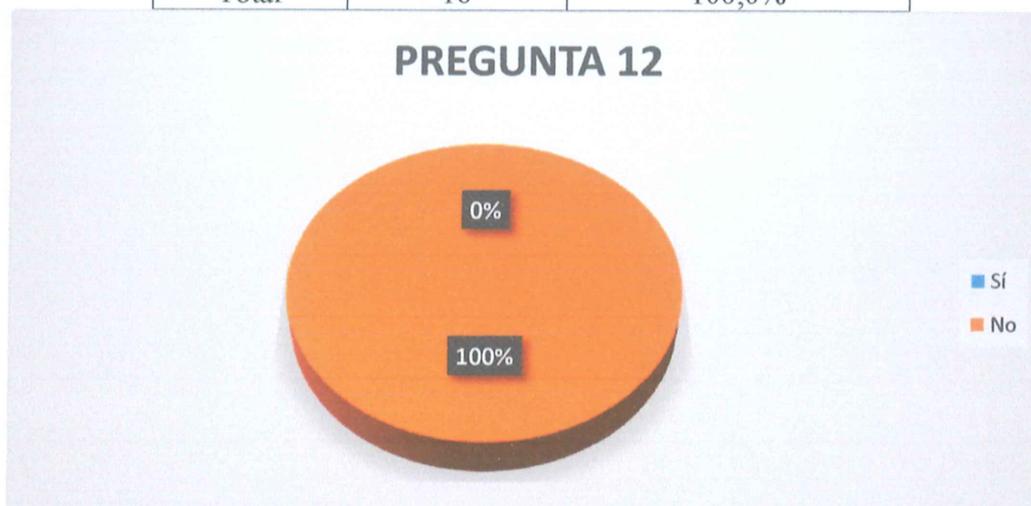
Tras las encuestas aplicadas a los dueños de los negocios, muestran que la parroquia de la Asunción se utilizan las materias secundarias como ferreterías, prendas, snacks, entre otros estas actividades o servicios secundarios son de los mismo empresarios que quieren hacer más grande su negocio e implementan otra actividad para dar a la zona todo lo que sus clientes necesiten puesto que hay muy pocos negocios.



### PREGUNTA N°12

¿SU EMPRENDIMIENTO FORMA PARTE DE UNA ASOCIACIÓN O GRUPO DE EMPRENDIMIENTOS?

CONCEPTO	NÚMERO	PORCENTAJE
Sí	0	0,0%
No	16	100,0%
Total	16	100,0%



#### Análisis e interpretación

Se muestra claramente un alto porcentaje del (100%) que los emprendedores no forman parte de una asociación ya que estas son unipersonales y la que formaron con recursos propios que les permiten crear una vida digna para sus familias y vivir el día a día.



**PREGUNTA N° 13**

**¿POSEE ALGUNA AGENCIA O SUCURSAL?**

CONCEPTO	NÚMERO	PORCENTAJE
Sí	1	6,3%
No	15	93,8%
Total	16	100,0%



**Análisis e interpretación**

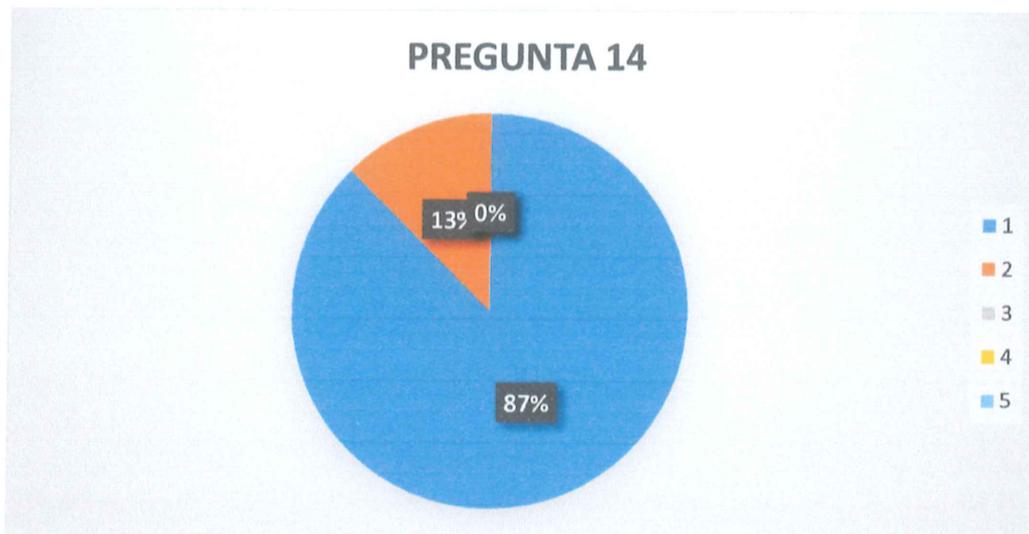
Como se puede observar en el gráfico el 94% de los negocios no poseen ninguna sucursal, ya que como nos supieron manifestar es que su negocio no es tan conocido como se esperarían, también otro problema es la gran variedad de productos y mucha competencia en el mercado, y con un 6% se observa que hay una sucursal, este es la minoría puesto que este el dueño tiene una buena acogida en su negocio ya que varía en sus productos y trae cosas innovadoras a la zona.



**PREGUNTA N°14**

**¿CON CUÁNTOS EMPLEADOS INICIO SUS ACTIVIDADES?**

CONCEPTO	NÚMERO	PORCENTAJE
1	14	87,5%
2	2	12,5%
3	0	0,0%
4	0	0,0%
5	0	0,0%
Total	16	100,0%



**Análisis e interpretación**

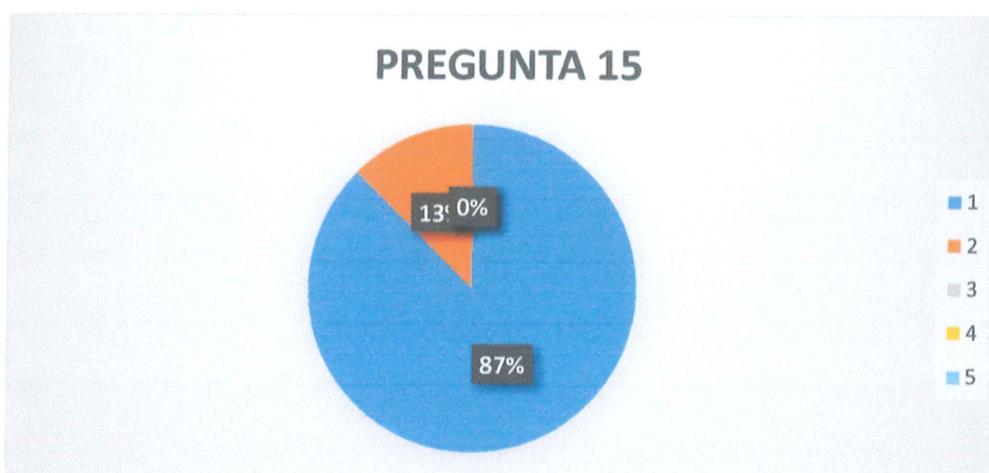
La gran mayoría de negocios ha iniciado con solo un empleado o la propia familia ya que según ellos no hay suficiente rentabilidad como para poder contratar a otros empleados. De igual manera los nuevos negocios que fueron creados en tiempo de pandemia que tienen poco tiempo cuentan con solo el dueño como empleado o la familia, esto se debe a que vieron una oportunidad en medio del caos que vive la humanidad y supieron aprovechar de manera muy estratégica pero no cuentan con una mayor rentabilidad de la que necesitan como para poder contratar a empleados.



**PREGUNTA N°15**

**¿EN LA ACTUALIDAD CON CUÁNTOS EMPLEADOS CUENTA?**

CONCEPTO	NÚMERO	PORCENTAJE
1	14	87,5%
2	2	12,5%
3	0	0,0%
4	0	0,0%
5	0	0,0%
Total	16	100,0%



**Análisis e interpretación**

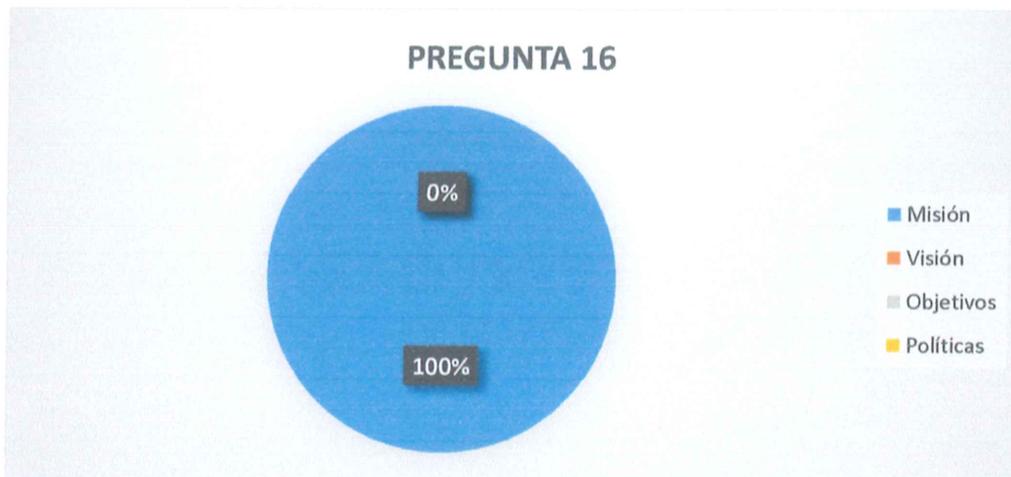
En la pandemia surgieron nuevos negocios, pero se ve que en la Asunción al ser una parroquia pequeña solo cuentan con negocios ya establecidos antiguamente y los que surgieron con el caos aprovecharon de buena manera, pero sigue pasando los mismo estos no cuentan con una mayor rentabilidad de la que necesitan como para poder contratar a empleados.



**PREGUNTA N° 16**

**¿SU NEGOCIO DISPONE DE?**

CONCEPTO	NÚMERO	PORCENTAJE
Misión	2	12,5%
Visión	0	0,0%
Objetivos	0	0,0%
Políticas	0	0,0%
Total	2	100,0%



**Análisis e interpretación**

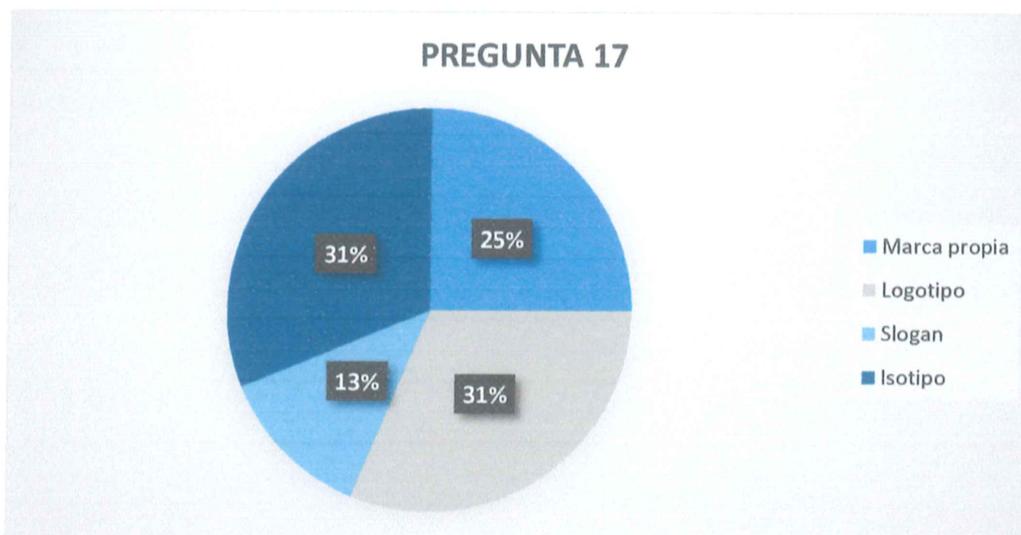
La gran mayoría de los negocios o emprendimientos no disponen de una misión, visión, objetivos o políticas, esto según palabras de los dueños de los locales, porque no ven necesario una implementación de ninguna de ellas, o en muchos casos ellos no tienen conocimiento de cómo hacer o para que sirve ya que sus emprendimientos fueron creados empíricamente o son de familiares. Por otra parte, los negocios que sí cuentan con misión, son dueños estudiados que han creado para que sus negocios de una u otra manera resalte de la competencia y así tengan una ventaja competitiva.



**PREGUNTA N° 17**

**¿PARA PROMOCIONAR SU NEGOCIO USTED DISPONE DE?**

CONCEPTO	NÚMERO	PORCENTAJE
Marca propia	4	25,0%
Logotipo	5	31,3%
Slogan	2	12,5%
Isotipo	5	31,3%
Total	16	100,0%



**Análisis e interpretación**

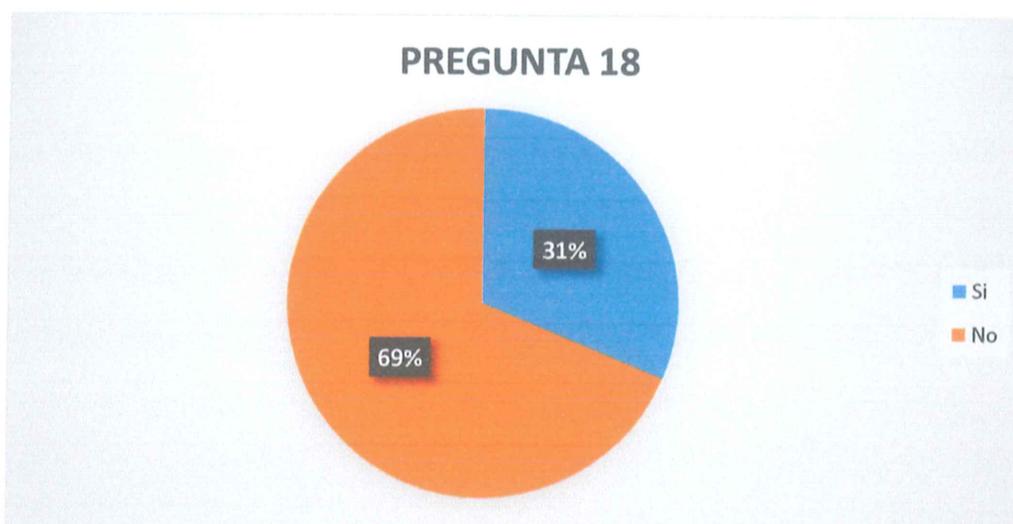
Para promover un negocio es de por si bastante complejo y los señores a los que se les encuestó lo saben muy bien, por eso muchos de ellos tienen su marca propia, pero muchos no tienen registrada, otros cuentan con su logotipo para diferenciarse de los demás. Por otra parte, hay muchos otros negocios que no tienen ninguno de ellos, pero se diferencian por la atención al cliente ,precios y calidad.



### PREGUNTA N° 18

EN LOS ÚLTIMOS 3 AÑOS ¿SU NEGOCIO INTRODUJO AL MERCADO UN NUEVO PRODUCTO?

CONCEPTO	NÚMERO	PORCENTAJE
Si	5	31,3%
No	11	68,8%
Total	16	100,0%



#### Análisis e interpretación

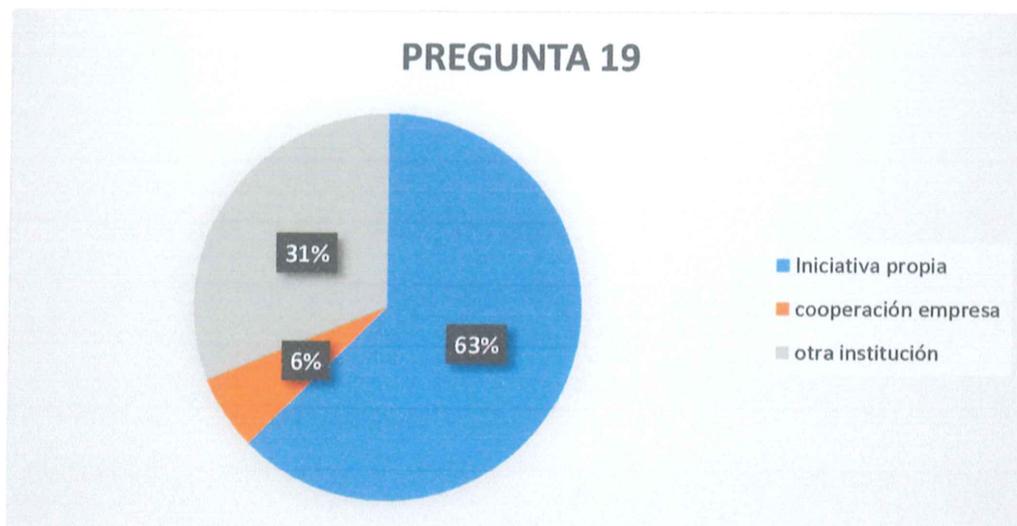
En la actualidad introducir algún producto al mercado ya sea este local, nacional o internacional es algo que de por si ya es muy difícil por no decir imposible. Pero, como vemos en el gráfico con un 31% los señores que se han atrevido de alguna manera a introducir al mercado un nuevo producto, ya sea que con ese pequeño aporte o innovación lo resultados han sido muy beneficiosos para dichos locales, de igual manera muchos de los dueños nos supieron manifestar que muchos fueron por la pandemia. En cambio con un 69% no lo hicieron, mucho de ello se debió al fracaso y a la competencia desleal que existe en la actualidad.



**PREGUNTA N° 19**

**¿EL DESARROLLO DE ESAS INNOVACIONES DEL PRODUCTO FUERON?**

CONCEPTO	NÚMERO	PORCENTAJE
Iniciativa propia	10	62,5%
cooperación empresa	1	6,3%
otra institución	5	31,3%
Total	16	100,0%



**Análisis e interpretación**

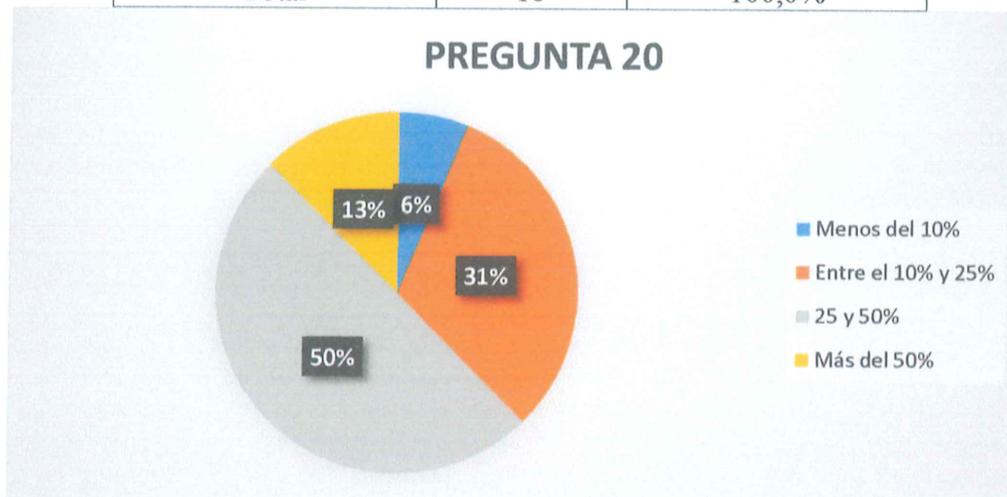
La mayoría de los propietarios de los emprendimientos con un 63% realizan innovaciones en su producto fueron por iniciativa propia, ya que ellos son los que pueden observar que es lo que más busca el cliente, con la finalidad de atraer a más consumidores, que se interesen en adquirir sus productos y sobre todo satisfaciendo completamente los requerimientos de los mismos y con un 6% lo hicieron con cooperación de una empresa y un 31 con otras instituciones puesto que estas les ofrece una gran amplitud de lo que ya conocen debido a los estudios de mercado.



### PREGUNTA N° 20

**¿EN QUÉ PORCENTAJE ESPERA QUE SUS VENTAS O INGRESOS CREZCAN EN LOS PRÓXIMOS 3 AÑOS?**

CONCEPTO	NÚMERO	PORCENTAJE
Menos del 10%	1	6,3%
Entre el 10% y 25%	5	31,3%
25 y 50%	8	50,0%
Más del 50%	2	12,5%
Total	16	100,0%



#### **Análisis e interpretación**

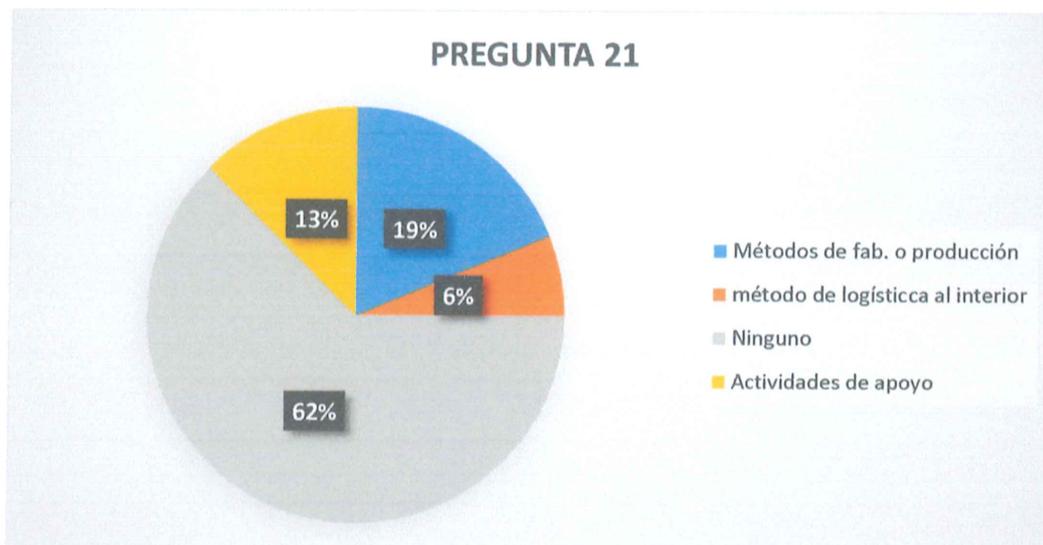
La mayor parte de los propietarios anhelan que sus ingresos aumenten un 25 a 50%, ya que hoy en día debido a la pandemia las ventas se han reducido por ende los ingresos son bajos, con lo que se espera que los clientes compren más esto haría que crezcan los ingresos.



### PREGUNTA N° 21

#### ¿QUÉ INNOVACIONES HA IMPLEMENTADO EN SU PROCESO DE TRANSFORMACIÓN PARA MEJORAR SUS PRODUCTOS?

CONCEPTO	NÚMERO	PORCENTAJE
Métodos de fab. o producción	3	18,8%
método de logística al interior	1	6,3%
Ninguno	10	62,5%
Actividades de apoyo	2	12,5%
Total	16	100,0%



#### Análisis e interpretación

La innovación que se ha implementado para el proceso de transformación de productos es con un total de 62% ninguno puesto que la mayoría utiliza procesos artesanales y con un 19 % se ha innovado en métodos de fabricación o producción este es el factor en el cual más se enfocan los dueños de los emprendimientos, ya que de eso depende la calidad del producto, por lo cual la mayor parte busca métodos para mejor y facilitar la producción de sus productos, para satisfacer oportunamente los requerimientos de los clientes.



### PREGUNTA N°22

**¿SU NEGOCIO DESARROLLA ACTIVIDADES A MÁS DE LAS PRODUCTIVAS LA INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN PARA NUEVOS PRODUCTOS?**

CONCEPTO	NÚMERO	PORCENTAJE
Investigación	0	0%
Innovación	8	50%
Ninguna	8	50%
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>



#### Análisis e interpretación

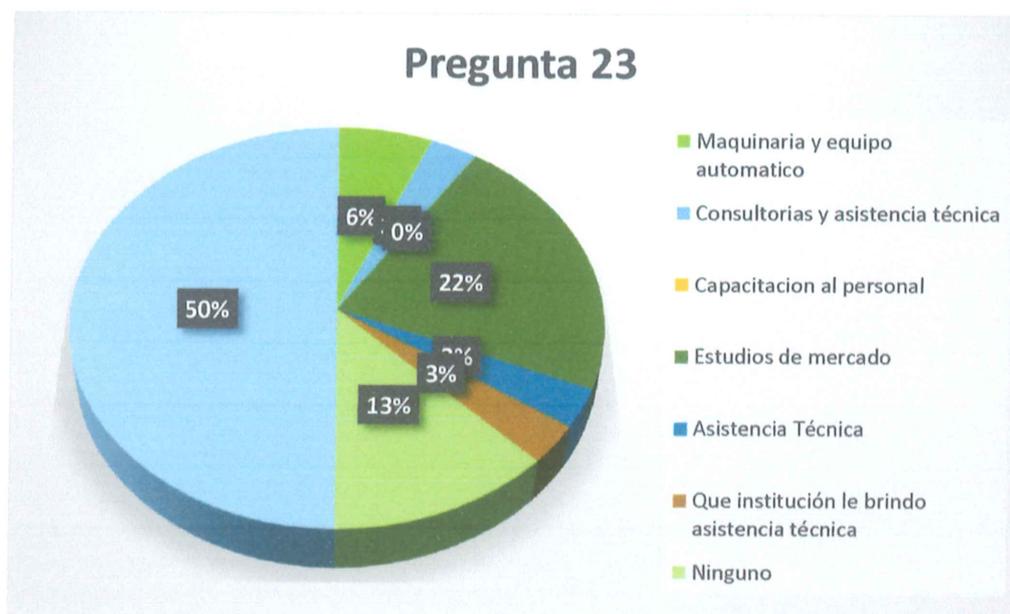
Con el aumento progresivo de la competencia la innovación es un aspecto fundamental en el cual han puesto énfasis los propietarios de los emprendimientos en la parroquia de la Asunción, ya que al darle un valor agregado a sus productos hacen que sean más atractivos y requeridos por los consumidores, logrando así aumentar sus ingresos y más recurrencia de clientes por lo que el 50% utiliza la innovación y un 50% no lo hace ya que en su mayoría no tienen conocimiento de ello o de alguien que le guíe de cómo hacerlo.



### PREGUNTA N°23

#### DURANTE LOS ULTIMOS 3 AÑOS ¿SU EMPRENDIMIENTO INTRODUJO INNOVACIONES AL PRODUCTO Y PROCESO EN BASE DE:

CONCEPTO	NÚMERO	PORCENTAJE
Maquinaria y equipo automático	2	12,5%
Consultorías y asistencia técnica	1	6,3%
Capacitación al personal	0	0%
Estudios de mercado	7	43,8%
Asistencia Técnica	1	6,3%
Que institución le brindo asistencia técnica	1	6,3%
Ninguno	4	25%
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>



#### Análisis e interpretación

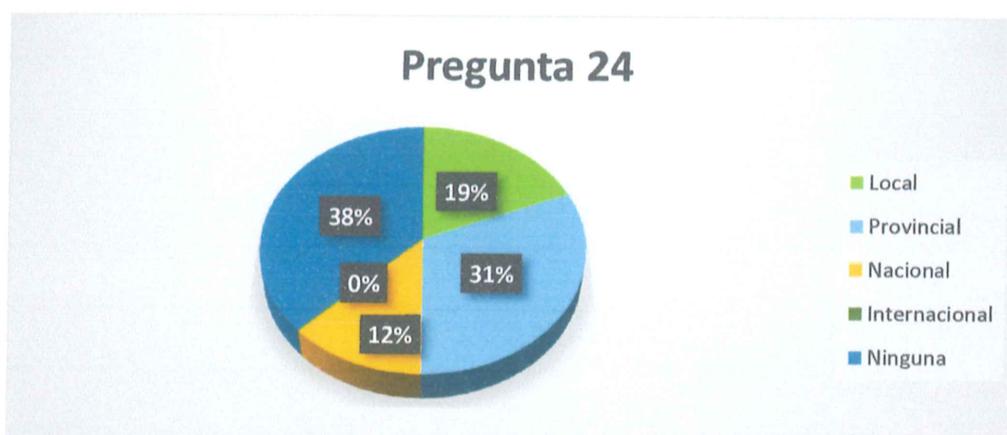
Para la mayoría de los encuestados estos realizan un estudio de mercado para mejorar sus productos, antes de poner un producto con lo que se aseguran brindar un producto de calidad e innovador y que tenga una buena acogida por los clientes y sobre todo por los pobladores de la zona.



### PREGUNTA N°24

#### PARA LA FABRICACIÓN DE SUS PRODUCTOS UD. ADQUIERE LA MATERIA PRIMA EN EL MERCADO

CONCEPTO	NÚMERO	PORCENTAJE
Local	3	18,8%
Provincial	5	31,3%
Nacional	2	12,5%
Internacional	0	0%
Ninguna	6	37,5%
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>



#### **Análisis e interpretación**

Se puede observar que el 31% de las personas encuestadas adquieren sus productos en el mercado provincial, esto se debe a que la mayoría de los negocios encuestados se dedica a la elaboración de alimentos y los productos necesarios se pueden adquirir con facilidad y a un mejor precio. El 19% adquiere sus productos en el mercado local esto se debe a la ubicación ya que las personas se pueden movilizar y adquirir los productos. El 12 % restante adquiere sus productos en mercados nacionales esto se debe que adquieren sus productos en los mercados mayoristas ya que debido a la demanda de sus productos deben adquirir una cantidad elevada de materia prima.



**PREGUNTA N°25**

**¿CUALES SON LAS PRINCIPALES MATERIAS PRIMAS QUE ADQUIERE?**

Los negocios encuestados se dedican a la elaboración de los alimentos por lo que entre los principales productos que adquieren tenemos:

**Abarrotes:** Harina, azúcar, sal, condimentos, salsas, mermeladas, agregados, etc.

**Carnes y embutidos:** Pollo, pescado, carnes rojas y mariscos, carnes frías, embutidos.

**Productos lácteos:** Leche, crema, quesos.

**Bebidas:** Agua embotellada, refrescos, jugos, vinos y licores, hielo.

**Frutas y verduras:** Frescas y congeladas.

En los talleres de confección la materia prima que utilizan es: Telas, hilos, botones, cierres etc.

**Análisis e interpretación**

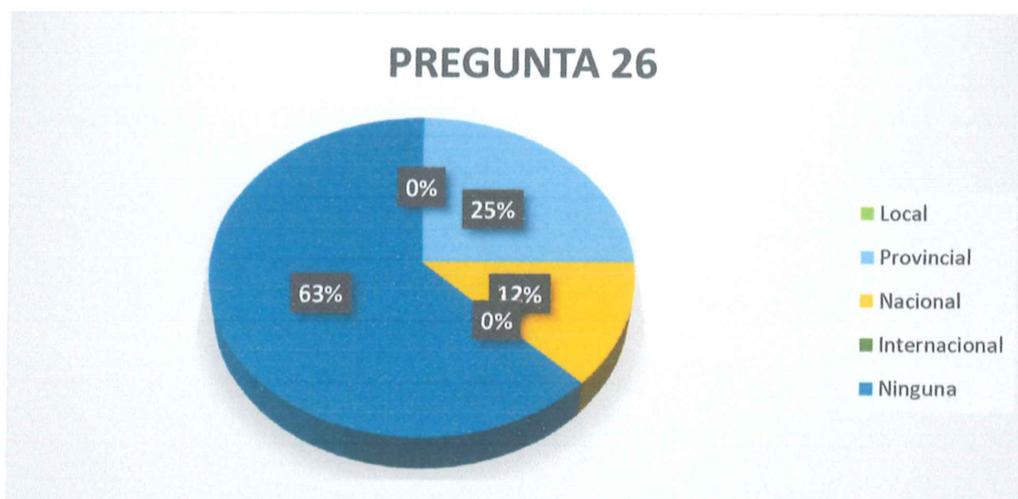
Se observa que la las principales materias primas las cuales adquieren los empresarios son según sus negocios como por ejemplo en Abarrotes: Harina, azúcar, sal, condimentos, salsas, mermeladas, agregados, etc. Esto nos hace ver que compran en función de los negocios para poder abastecerse.



**PREGUNTA N°26**

**PARA LA FABRICACIÓN DE SUS PRODUCTOS UD. ADQUIERE LOS MATERIALES EN EL MERCADO**

CONCEPTO	NÚMERO	PORCENTAJE
Local	0	0%
Provincial	4	25%
Nacional	2	12,5%
Internacional	0	0%
Ninguna	10	62,5%
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>



**Análisis e interpretación**

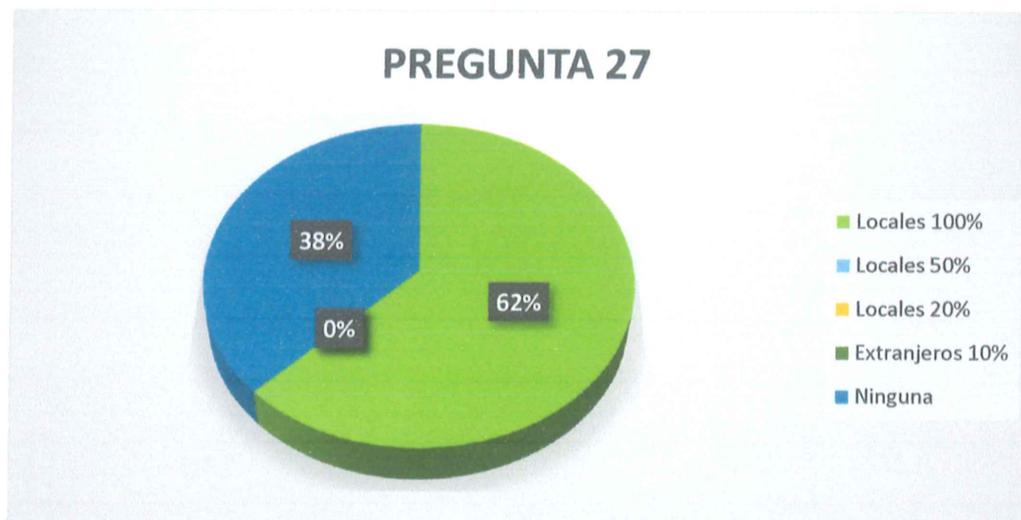
Mediante las encuestas podemos identificar que el 25 % de las personas adquieren los materiales en el mercado provincial, esto se debe que existe mayor variedad de materiales necesarios para poder elaborar los productos. El 12% compra productos nacionales a mejores precios y calidad. Y el 63% no adquiero los productos en ningún mercado esto se debe a que son elaborados artesanalmente.



**PREGUNTA N°27**

**¿LOS EMPLEADOS QUE LABORAN EN SU NEGOCIO SON?**

CONCEPTO	NÚMERO	PORCENTAJE
Locales 100%	10	62,5%
Locales 50%	0	0%
Locales 20%	0	0%
Extranjeros 10%	0	0%
Ninguna	6	37,5%
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>



**Análisis e interpretación**

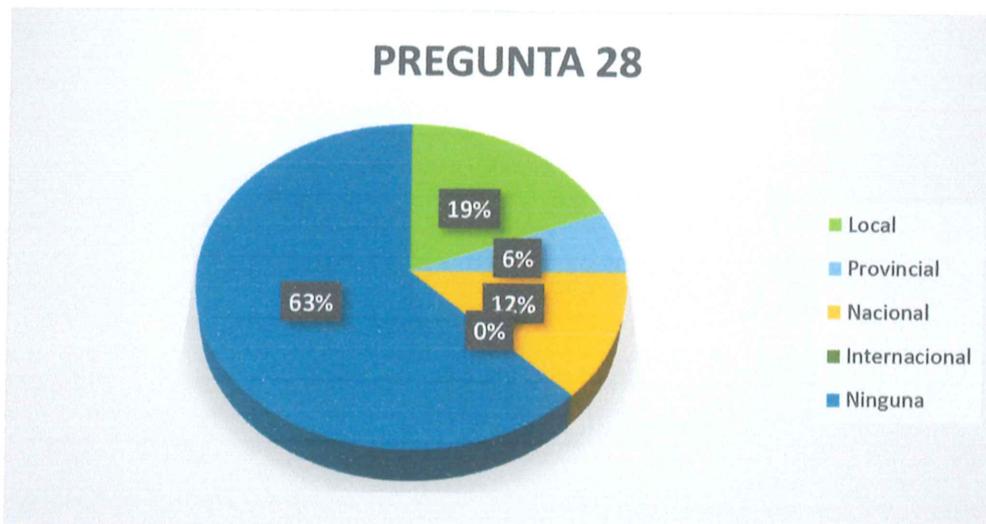
El 62% de los dueños de los negocios encuestados cuentan con el 100% de empleados locales, esto se debe a que la mayor parte de la población se conocen de tal motivo que prefieren dar trabajo a las personas de la propia parroquia y a la vez esto contribuye en el desarrollo ya que generan actividad económica. y el 38% con ninguna esto es debido a que los negocios son micro emprendimientos y no necesitan personal y también son negocios familiares por lo que la mayor parte de empleados son del entorno familiar.



### PREGUNTA N°28

#### LOS PRODUCTOS QUE FABRICAN LOS COMERCIALIZA EN EL MERCADO

CONCEPTO	NÚMERO	PORCENTAJE
Local	3	18,8%
Provincial	1	6,3%
Nacional	2	12,5%
Internacional	0	0%
Ninguna	10	62,5%
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>



#### Análisis e interpretación

Según los encuestados nos muestra que el 63% manifestó que su producto no se vendería en ningún mercado, mientras que el 19% en el mercado local, mientras que el 12% dijo que su producto también se vende en el mercado nacional y el 6% en el mercado provincial.

Se puede ver que, aunque son mayoría los comerciantes que elaboran su producto para venderlos en el mercado local, lo hacen porque son locales pequeños con falta de apoyo y orientación para poder hacer que su local o negocio crezca y pueda expandirse en los diferentes mercados.



**PREGUNTA N°29**

**¿SUS CLIENTES PRINCIPALES DE ACUERDO A SUS PRODUCTOS SON?**

CONCEPTO	NÚMERO	PORCENTAJE
Niños	12	18,8%
Jovenes	13	20,3%
Adultos	12	18,8%
Tercera edad	6	9,4%
<b>Total</b>	<b>43</b>	<b>67,2%</b>



**Análisis e interpretación**

Según los encuestados el 30% manifestó que sus principales clientes son las personas jóvenes, y de allí seguían los adultos con el 28% y los niños con un 28% y con una minoría las personas de tercera edad con el 14%.

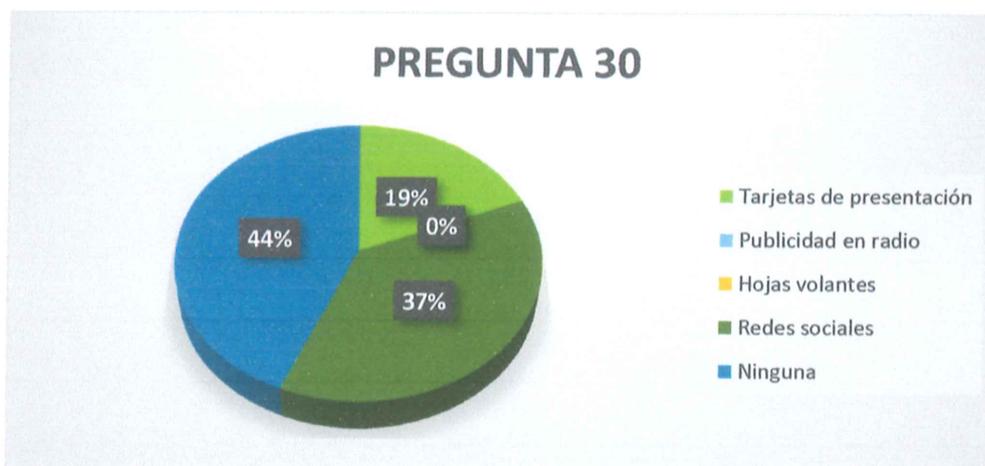
De acuerdo con los criterios de los comerciantes se pudo entender que sus principales clientes son los jóvenes, personas adultas y niños, como padres de familia quienes adquieren sus productos para su hogar, siendo estos los principales clientes que hacen de sus negocios prósperos y así puedan obtener ingresos para adquirir más mercadería.



### PREGUNTA N°30

¿PARA LLEGAR A SUS CLIENTES QUE ESTRATEGIAS UTILIZA?

CONCEPTO	NÚMERO	PORCENTAJE
Tarjetas de presentación	3	18,8%
Publicidad en radio	0	0%
Hojas volantes	0	0%
Redes sociales	6	37,5%
Ninguna	7	43,8%
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>



#### Análisis e interpretación

En el gráfico se puede ver que el 44% de las personas encuestadas no tiene ninguna estrategia para llegar a los clientes ya que la mayoría no tienen conocimiento de cómo hacer o crear dichas redes sociales y tampoco tienen a alguien que les dé una guía o ayuda de cómo utilizar estas redes para llegar mejor a los clientes.

Y solo el 37% manifestó que utiliza redes sociales para llegar a sus clientes utilizan como, WhatsApp, etc. ya que hoy en día la mayoría de la sociedad utiliza estas aplicaciones para estar pendiente de lo que pasa hoy en día y tener una mayor comunicación. Y el 19% supo decir que utilizaban tarjetas de presentación.

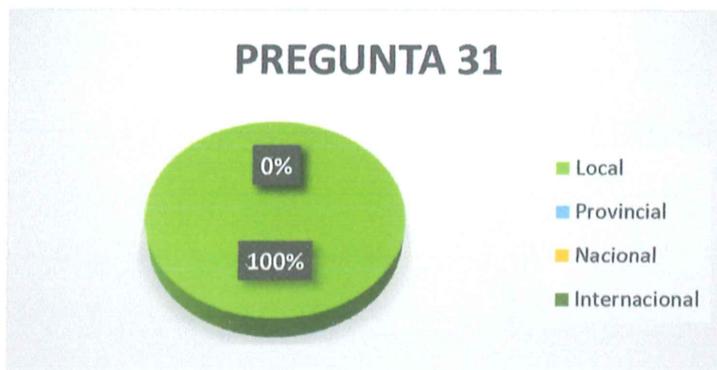


Los comerciantes utilizan diferentes estrategias para atraer a sus clientes la mayoría piensa que con su buena atención es suficiente para que sigan viniendo los clientes, pero no tienen conocimiento para que haya un mayor crecimiento de clientes no solo los mismos sino nuevos, esto se debe al gran desconocimiento ya que si supiesen que estrategias implementar su rentabilidad y clientes crecería.

### PREGUNTAS N°31

¿SUS PRINCIPALES COMPETIDORES EN EL MERCADO SON?

CONCEPTO	NÚMERO	PORCENTAJE
Local	16	100,0%
Provincial	0	0,0%
Nacional	0	0,0%
Internacional	0	0%
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>



#### Análisis e interpretación

Según los encuestados el 100% supo manifestar que sus principales competidores son los locales,

Los principales competidores para los comerciantes son los locales ya que algunos brindan mejores servicios, mejores precios y mejor atención al cliente, llevando así a tener una competencia entre todos ellos por la lucha de obtener más clientes leales.



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR  
DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN Y VINCULACIÓN  
FORMATO N° 3 INFORME FINAL DE PROGRAMA Y/O PROYECTO

**PREGUNTA N°32**

**¿CUÁLES SON LOS PRINCIPALES PROBLEMAS POR LOS QUE ATRAVIESA SU NEGOCIO?**

CONCEPTO	NÚMERO	PORCENTAJE
Moda	0	0,0%
Competencia desleal	5	31,3%
Productos importados	0	0,0%
Recesión económica	11	69%
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>



Se puede ver que el 69% de las personas encuestadas dicen que los principales problemas de su negocio que atraviesa son recesión económica y por la competencia desleal con el 31%.

Los comerciantes de la parroquia la Asunción manifestaron que en su mayoría los problemas que tienen son la recesión esto se debe a la pandemia ya que hubo muchos problemas económicos y sociales puesto que esto afecto a todo el mundo y sobre todo económicamente al país.



**PREGUNTA N°33**

**¿CUAL FUE LA FUENTE DE FINANCIAMIENTO PARA SUS ACTIVIDADES EMPRESARIALES?**

CONCEPTO	NÚMERO	PORCENTAJE
Recursos propios	15	93,8%
Banca privada	0	0,0%
Banca pública	0	0%
Apoyo Gubernamental	0	0,0%
Cooperativa ahorro y crédito	1	6,3%
Recursos del exterior	0	0,0%
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>



**Análisis e interpretación**

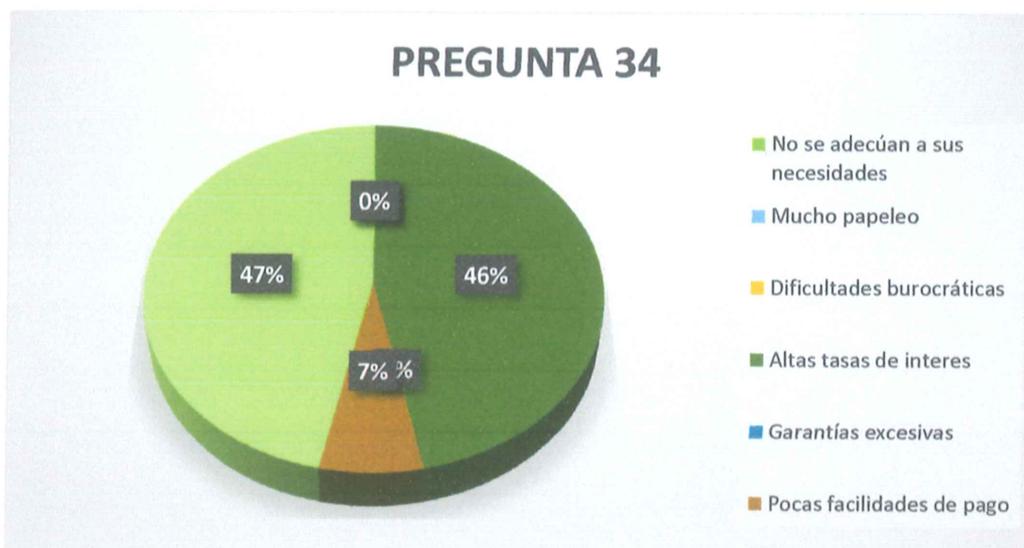
Según los datos obtenidos en la encuesta realizada se puede observar que la fuente de financiamiento para sus actividades empresariales de la parroquia la Asunción son recursos propios con el 94%, seguido del 6 % de cooperativa de ahorro crédito, esto permitió analizar que los empresarios utilizan más recursos propios para poder crear su empresa ya que los bancos o cooperativas no facilitan a los emprendedores créditos.



**PREGUNTA N°34**

**AL ACCEDER A UN PRÉSTAMO BANCARIO CUALES HAN SIDO LOS PRINCIPALES OBSTACULOS QUE SE HAN PRESENTADO**

CONCEPTO	NÚMERO	PORCENTAJE
No se adecúan a sus necesidades	0	0,0%
Mucho papeleo	0	0,0%
Dificultades burocráticas	0	0%
Altas tasas de interés	7	46,7%
Garantías excesivas	0	0,0%
Pocas facilidades de pago	1	6,7%
Ninguno	7	46,7%
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>



**Análisis e interpretación**

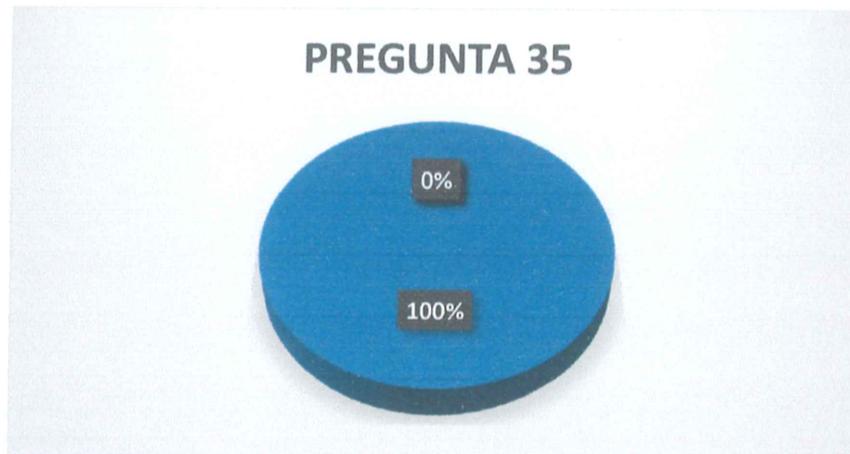
Existen un sin número de factores, pero en esta investigación se tomó en cuenta los más influyentes lo que permitió conocer dando prioridad de los mismos según los encuestados, así obteniendo cuales son los factores que repercuten en el inicio de los emprendimientos, estos son con un 47% ninguno ya que los emprendedores cuentan con propios recursos mientras que el 46% se debe a la poca facilidad de pago que dan.



**PREGUNTAS N°35**

**¿SU EMPRESA HA RECIBIDO RECURSOS NO REEMBOLSABLES DE PARTE DE INSTITUCIONES DEL GOBIERNO COMO APOYO A SUS ACTIVIDADES EMPRESARIALES?**

CONCEPTO	NÚMERO	PORCENTAJE
SI	0	0%
NO	16	100,0%
<b>Total</b>	16	100%



**Análisis e interpretación**

La mayor parte de los encuestados mencionan que sus empresas no han recibido ningún recurso para poder emprender sus negocios, pero ellos han salido adelante por sí mismos solo se necesita voluntad y perseverancia, mientras que una mínima parte dicen que si han recibido recurso para sus emprendimientos.



**PREGUNTA N°36**

**HA RECIBIDO APOYO O ASESORÍA PARA SUS ACTIVIDADES EMPRESARIALES  
DE:**

CONCEPTO	NÚMERO	PORCENTAJE
Entidades del gobierno	0	0,0%
Consejo provincial	0	0,0%
Municipio	0	0,0%
Fundación	0	0,0%
Ninguna	16	100,0%
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>



**Análisis e interpretación**

Los encuestados que no recibieron ninguna formación en emprendimiento indican que les gustaría formarse antes y durante la puesta en marcha del emprendimiento para lograr mejorar sus conocimientos y tener claro sus objetivos con acciones necesarias para lograr el éxito del negocio.



**PREGUNTA N°37**

**¿SU NEGOCIO HA GENERADO UTILIDADES?**

CONCEPTO	NÚMERO	PORCENTAJE
Si	14	87,5%
No	2	12,5%
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>



**Análisis e interpretación**

El desarrollo socioeconómico de cada empresario encuestado de la localidad nos manifestó que su emprendimiento ayudo al desarrollo económico su familia con la cual pudo sustentar la economía del hogar, existiendo también un porcentaje pequeño de la población que su empresa no les genero utilidad.



**PREGUNTA N°38**

**EN QUE HA INVERTIDO LAS UTILIDADES OBTENIDAS DE SU  
EMPRESARIATO?**

CONCEPTO	NÚMERO	PORCENTAJE
Compra de productos	15	93,8%
Nuevas oportunidades de negocio	0	0,0%
Presentación del negocio	0	0,0%
Infraestructura del negocio	0	0,0%
Otro	1	6,3%
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>



**Análisis e interpretación**

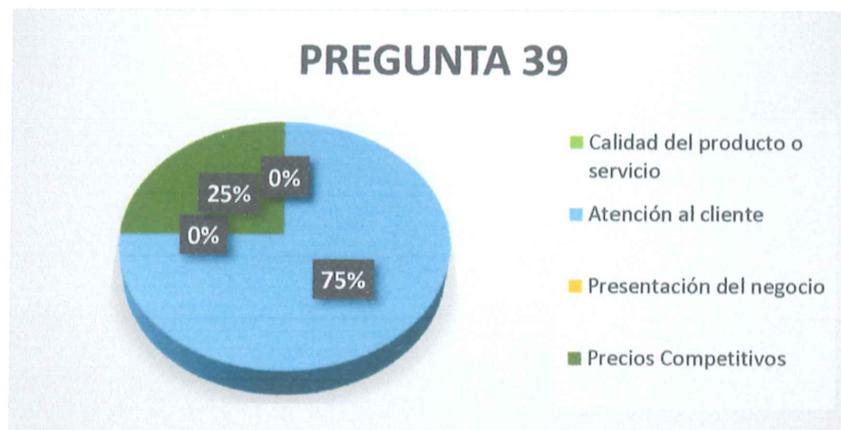
Según el 94% dice que destinan sus utilidades a comprar productos para abastecer su emprendimiento, de tal manera que puedan tener implementos para trabajar, en minoría el 6% de los encuestados destina sus utilidades en otras condiciones no relacionadas.



**PREGUNTA N°39**

**¿QUÉ ASPECTOS CONSIDERA RELEVANTES DENTRO DE SU NEGOCIO FRENTE A LA COMPETENCIA?**

CONCEPTO	NÚMERO	PORCENTAJE
Calidad del producto o servicio	0	0,0%
Atención al cliente	12	75,0%
Presentación del negocio	0	0,0%
Precios Competitivos	4	25,0%
Otro	0	0,0%
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>



**Análisis e interpretación**

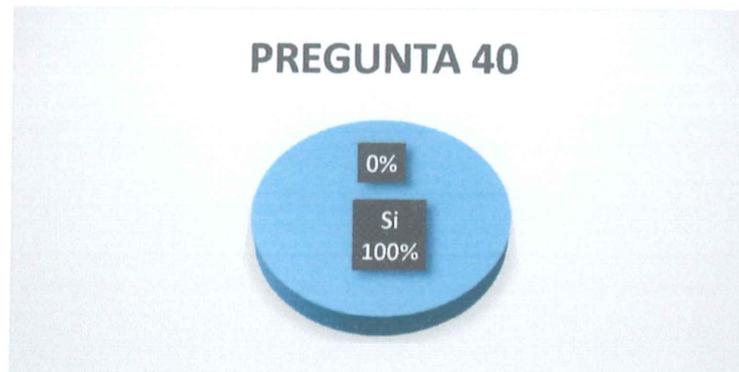
La respuesta de la mayoría de los encuestados con el 75% respondió que la atención al cliente debe ser la mejor y adecuada para que el cliente se sienta satisfecho, mientras que el 25% manifestó que los precios competitivos lo distinguen de la competencia y atrae clientes dando así una mayor fidelización de sus clientes.



**PREGUNTA N°40**

**¿SU NEGOCIO HA GENERADO UTILIDADES?**

CONCEPTO	NÚMERO	PORCENTAJE
Si porque es propio	16	100,0%
No	0	0,0%
<b>Total</b>	16	100%



**Análisis e interpretación**

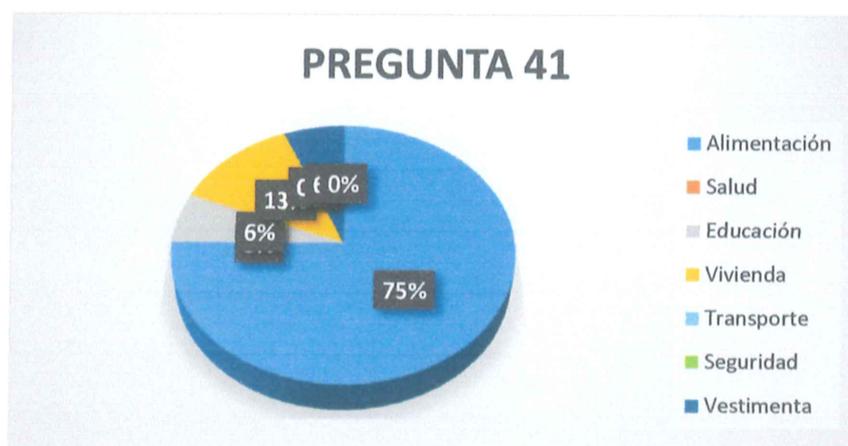
La respuesta de la mayoría de los encuestados con el 100% respondió que si ha generado utilidades su negocio y se quedarían en el mismo lugar porque es propio y no pagan arriendo y eso se ahorran para poder sacar el negocio adelante.



### PREGUNTA N°41

#### SEÑALE EN QUE CONDICIONES DE VIDA HA INFLUENCIADO SU EMPRENDIMIENTO

CONCEPTO	NÚMERO	PORCENTAJE
Alimentación	12	75,0%
Salud	0	0,0%
Educación	1	6,3%
Vivienda	2	12,5%
Transporte	0	0,0%
Seguridad	0	0,0%
Vestimenta	1	6,3%
Otro	0	0,0%
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>



#### **Análisis e interpretación.**

En su totalidad las personas encuestadas señalaron que su emprendimiento le ha beneficiado en todas las condiciones de vida como; alimentación en un 75%, salud, vivienda 13%, vestimenta 6%, transporte, educación 6% y seguridad, esto puede deberse a que trabajan diariamente y los recursos adquiridos mediante el emprendimiento son destinados a las condiciones de vida cotidiana.

2. Análisis cuantitativo y cualitativo de los datos recolectados que explique el comportamiento de indicadores antes y después de la ejecución del proyecto;
3. Análisis de causas de incumplimiento o cumplimiento parcial de objetivos.



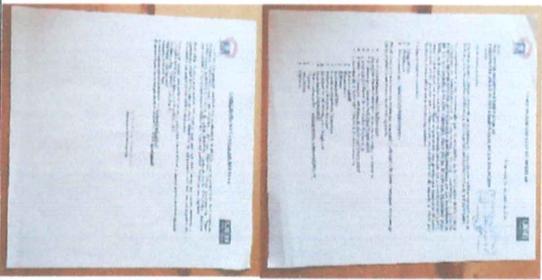
UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR  
DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN Y VINCULACIÓN  
FORMATO N° 3 INFORME FINAL DE PROGRAMA Y/O PROYECTO

- 1- Todos los objetivos se cumplieron en su totalidad pues se elaboraron, editaron y difundieron los programas radiales de la Radio Revista
- 2- Una experiencia magnífica, ya que, conocimos muchos lugares turísticos en la parroquia la Asunción
- 3- Tuvimos la oportunidad de dialogar con los emprendedores de la zona y el impacto de la crisis sanitaria en sus microempresas
- 4- La investigación de campo se pudo llevar a cabo gracias a la predisposición de colaboración de los emprendedores de la zona.
- 5- De acuerdo a los resultados de la encuesta desarrollada los resultados nos demuestran que fueron positivos, pues los productos comunicacionales tuvieron gran aceptación por la población de La Asunción.
- 6- Falta de responsabilidad y compromiso por un porcentaje mínimo de estudiantes debido a las actividades académicas y otras situaciones



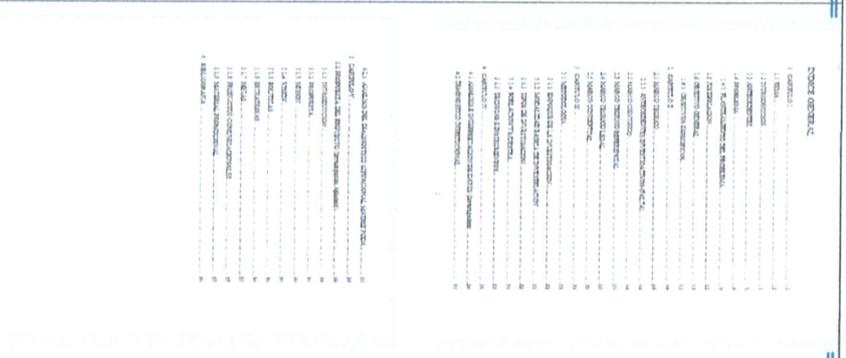
UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR  
 DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN Y VINCULACIÓN  
 FORMATO N° 3 INFORME FINAL DE PROGRAMA Y/O PROYECTO

5.1. Resultados del cumplimiento de indicadores del proyecto

Programa / proyecto		Informe				
Objetivos o Resultados y Porcentaje de cumplimiento	Indicadores	Cumplimiento o del indicador (%)	Evidencias (fotografía o indicador de cumplimiento)	Descripción	Limitaciones encontradas	Acciones correctivas
R1 (%) Recopilación y análisis del 100% de la información empresarial obtenida.	El 100% de los estudiantes y los Docentes de la Carrera aporten con sus conocimientos al proyecto, en su etapa de recopilación y procesamiento de la información	100 % cumplimiento	<p>Solicitud al Alcalde de La Asunción</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PDOT Cantonal de Echeandía</li> <li>• Ley de Emprendimiento e Innovación</li> <li>• Ley de Fomento Productivo.</li> <li>• Clasificación CIU</li> <li>• Patentes Municipal 2020</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de información en sitios Web del GAD Echeandía</li> <li>• Horario de clases de estudiantes y docentes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Trabajo en equipo organizado</li> <li>➤ Utilización eficiente de los equipos por parte de los estudiantes.</li> <li>➤ Fortalecer el conocimiento de los estudiantes sobre el turismo de la provincia Bolívar, a través páginas web</li> </ul>
R2 (%)	El 100% de los estudiantes y los Docentes	100 % cumplimiento	Estructura del Plan de Fortalecimiento	Estructura de la PROPUESTA DEL PROYECTO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de Información en sitios web</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicación por vía telefónica con el</li> </ul>



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR  
DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN Y VINCULACIÓN  
FORMATO N° 3 INFORME FINAL DE PROGRAMA Y/O PROYECTO

<p>En el diagnóstico sean considerados los puntos esenciales del análisis y se estructure los programas precisos para el fortalecimiento empresarial.</p>	<p>de la Carrera aporten con sus conocimientos al proyecto para la elaboración de programas que colaboren al fortalecimiento o empresarial</p>	<p>100 % cumplimiento</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>TEMA</b></li> <li>• <b>INTRODUCCIÓN</b></li> <li>• <b>Objetivos</b></li> <li>• <b>Propuesta</b></li> <li>• <b>Programas</b></li> <li>• <b>Subprogramas</b></li> <li>• <b>Presupuesto</b></li> <li>• <b>ESTRATEGIAS</b></li> <li>• <b>PRODUCTOS</b></li> <li>• <b>COMUNICACION</b></li> <li>• <b>ALES</b></li> <li>• <b>MATERIAL PROMOCIONAL</b></li> </ul>	<p>y dificultad para movilización hacia la parroquia La Asunción</p>	<p>Departamento de Catastros en el GAD La Asunción</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajos de investigación teóricos para el Informe.</li> <li>• Trabajo coordinado con el Ing. Mario Escobar de la carrera de Ingeniería Comercial y Administración de empresas</li> <li>• Realización de cronograma del Proyecto.</li> </ul>
<p><b>R3</b> (%) Se elaboren y diseñen los</p>	<p>El 100% de los estudiantes y docentes aportaron con</p>	<p>100 % cumplimiento</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentación de las actividades realizadas al Docente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dificultad de conectividad al momento de la</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Facilidad y apertura de parte del Ing. Mario Escobar para</li> </ul>



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR  
DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN Y VINCULACIÓN  
FORMATO N° 3 INFORME FINAL DE PROGRAMA Y/O PROYECTO

<p>productos comunicacionales que fortalezcán el turismo y las actividades comerciales.</p>	<p>ideas sobre el diseño y estructuración de los productos comunicacionales</p>		<p>Reunión de revisión y corrección de Proyecto</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seguimiento del de las actividades realizadas</li> <li>• Revisión de las actividades realizadas</li> <li>• Corrección de las actividades realizadas por los estudiantes.</li> </ul>	<p>Reunión, por parte de los estudiantes de las carreras involucradas</p>	<p>realizar sesiones mediante zoom y hacer el respectivo seguimiento del Proyecto.</p>
<p><b>R4</b> (%) El 100% de los encuestados revisen los Productos Comunicacionales y se interesen por impulsar las actividades empresariales de la ciudad</p>	<p>El 100% de los encuestados se interesaron por los productos comunicacionales con el fin de impulsar sus emprendimientos.</p>	<p>100 % Cumplimiento</p>	<p>Anexos de Realización de Encuestas</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Clasificación de las actividades empresariales en la Patente 2020</li> <li>• Asignación de encuesta por estudiante.</li> <li>• Encuestas aplicadas de manera presencial.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poca Colaboración al momento de la ejecución de las encuestas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planificación y distribución de encuestas.</li> <li>• Aplicación de encuestas por la Clasificación CIU</li> <li>• Convalidación de resultados para verificar el avance del proyecto.</li> </ul>



Fuente: <<Proyecto de Vinculación>>

**6. INFORME ECONÓMICO**

*Presupuesto asignado al proyecto, detalle el presupuesto recibido realmente, ya sea como recursos económicos, materiales, equipos, insumos, u otros, indicando la fuente si fue la UEB o de la contraparte, el uso que se dio a los recursos económicos recibidos, realice un cuadro donde se presenten los datos de recursos recibidos menos los ejecutados. Recuerde que de acuerdo al artículo 12 del sistema de vinculación, debe hacer entrega formal de los bienes habidos durante la ejecución del proyecto a la DIVUEB*

**6.A. PRESUPUESTO USADO CON CARGO A LA UEB**

**1. SUMINISTROS DE OFICINA**

Concepto	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Total
				<b>Total (6.A.1)</b>
<b>2. BIENES Y/O EQUIPOS CON CARGO A LA UEB</b>				
<i>(Indicar todos los bienes adquiridos durante la ejecución del proyecto, equipos en general, etc.)</i>				
Concepto	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Total
0 -	0 -	0 -	0 -	0 -
				0 -
				<b>Total (6.A.2)</b>
				0

<b>TOTAL 6.A PRESUPUESTO CON CARGO A LA UEB (\$ USA)</b>	<b>6.A.1+ 6.A.2</b>	<b>0</b>
--	---------------------	----------

**6.B. PRESUPUESTO CON CARGO A LA CONTRAPARTE**

**1. SUMINISTROS DE OFICINA**

Concepto	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Total
0 -	0 -	0 -	0 -	0



Concepto	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Total
<b>2. BIENES Y/O EQUIPOS CON CARGO A LA CONTRAPARTE</b>				
<i>(Indicar todos los bienes adquiridos durante la ejecución del proyecto, equipos en general, etc...)</i>				
	0	0	0	0
<b>Total (6.B.1)</b>				<b>0</b>
<b>Total (6.B.2)</b>				<b>\$ 0</b>

<b>TOTAL 6.B PRESUPUESTO CON CARGO A LA CONTRAPARTE (\$ USA)</b>	<b>6.B.1+ 6.B.2</b>	<b>\$ 0</b>
--	---------------------	-------------

<b>TOTAL PRESUPUESTO EJECUTADO DURANTE EL PROYECTO (\$ USA)</b>	<b>6.A+ 6.B</b>	<b>\$ 0</b>
---	-----------------	-------------

<b>PRESUPUESTO EJECUTADO DURANTE EL PROYECTO (\$ USA)</b>	<b>6.A+ 6.B</b>	<b>\$ 0</b>
---	-----------------	-------------



## 7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Entre las Conclusiones podemos mencionar las siguientes:

- 1- La Clasificación de Actividades Empresariales CIIU, contiene información esencial para conocer el tipo de actividad económica que existe en la parroquia.
- 2- El trabajo en equipo quedó demostrado al elaborar los programas de fortalecimiento empresarial, así como los productos comerciales.
- 3- Los productos comunicacionales son la mejor manera de mostrar los atractivos turísticos existentes en la parroquia.
- 4- Todo proyecto que se plantee y ejecute debe ser evaluado tanto por los participantes como por los beneficiarios directos e indirectos

### Recomendaciones

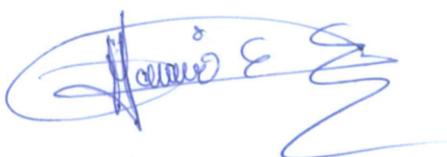
Entre las Recomendaciones podemos mencionar las siguientes:

- 1- Se debe mantener actualizada la información pertinente dentro del Gad de la parroquia la Asunción.
- 2- Es necesario trabajar en equipo para cumplir con lo propuesto en cada objetivo, meta e indicador del proyecto
- 3- Hay que integrar de manera consecutiva los productos comunicacionales para beneficio de las actividades empresariales de la parroquia.
- 4- Todo proyecto que se plantee y ejecute debe ser evaluado tanto por los participantes como por los beneficiarios directos e indirectos



**Observaciones**

**Firma de Coordinador Principal**



Fecha de entrega: 21/03/2022

**Firma de secretaria de Vinculación**



Sello con Fecha de recepción

**Firma de representante entidad externa**



Sello con Fecha de recepción

**Firma Director de Investigación y Vinculación**



Sello con Fecha de recepción












**REPÚBLICA DEL ECUADOR**  
 DIRECCIÓN GENERAL DE REGISTRO CIVIL  
 IDENTIFICACIÓN Y CEGULACIÓN

N. 025018723-4


 CÉDULA DE CIUDADANÍA  
 APELLIDOS Y NOMBRES  
**BOSQUEZ DURAN  
 ANGIE MISHELL**  
 LUGAR DE NACIMIENTO  
 BOLIVAR  
 CHIMBO  
 SAN JOSÉ DE CHIMBO  
 FECHA DE NACIMIENTO 2000-04-03  
 NACIONALIDAD ECUATORIANA  
 SEXO MUJER  
 ESTADO CIVIL SOLTERO




INSTRUCCIÓN **BACHILLERATO** PROFESIÓN / OCUPACIÓN **BACHILLER** V3333V1222

APELLIDOS Y NOMBRES DEL PADRE  
**BOSQUEZ SIERRA PAUL CESAR**  
 APELLIDOS Y NOMBRES DE LA MADRE  
**DURAN VELOZ MARIA CRISTINA**  
 LUGAR Y FECHA DE EXPEDICIÓN  
 GUARANDA  
 2019-05-31  
 FECHA DE EXPIRACIÓN  
 2029-05-31







**REPÚBLICA DEL ECUADOR**  
 DIRECCIÓN GENERAL DE REGISTRO CIVIL  
 IDENTIFICACIÓN Y CEGULACIÓN

N. 172631948-4


 CÉDULA DE CIUDADANÍA  
 APELLIDOS Y NOMBRES  
**MORALES MORALES  
 ANGELO DANIEL**  
 LUGAR DE NACIMIENTO  
 BOLIVAR  
 ECHEANDIA  
 ECHEANDIA  
 FECHA DE NACIMIENTO 1998-10-12  
 NACIONALIDAD ECUATORIANA  
 SEXO HOMBRE  
 ESTADO CIVIL SOLTERO




INSTRUCCIÓN **BACHILLERATO** PROFESIÓN / OCUPACIÓN **BACHILLER EN CIENCIAS** V4443I4222

APELLIDOS Y NOMBRES DEL PADRE  
**MORALES GARCIA SEGUNDO RAMON**  
 APELLIDOS Y NOMBRES DE LA MADRE  
**MORALES N ESTELA MARIBEL**  
 LUGAR Y FECHA DE EXPEDICIÓN  
 QUITO  
 2016-10-25  
 FECHA DE EXPIRACIÓN  
 2026-10-25

