

INFORME FINAL DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD

**<< FORTALECIMIENTO DE ACTIVIDADES EMPRESARIALES EN LA
PARROQUIA LA MAGDALENA, PROVINCIA BOLÍVAR, PERIODO 2020-2021.>>**

1. DATOS INFORMATIVOS DEL PROYECTO			
Identificador	Descripción		
Código del Programa o Proyecto:	5 -VS-II-2021		
Nombre del Programa o Proyecto:	FORTALECIMIENTO DE ACTIVIDADES EMPRESARIALES EN LA PARROQUIA LA MAGDALENA, PROVINCIA BOLÍVAR, PERIODO 2021-2022.		
Línea y sub-línea de Vinculación:	Desarrollo Humano Gestión de Ciencias Económicas Y Administrativas		
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 () Provincial ()	Cantonal () Institucional () Parroquial (x)
Carreras que participaron:	Administración de empresas		
Coordinador Principal:	Ing. Mario Escobar G		
Coordinador Alternativo:	Ing. Marlon Alberto García Saltos		
Cobertura y Localización:	Provincia: Bolívar Cantón: Chimbo Parroquia: La Magdalena		

(ubicación geográfica)	Zona: Rural
Presupuesto Utilizado:	Del Asignado por la UEB: 12,65
	Del Asignado por la Contraparte: 0
	Total de Presupuesto: 12,65
Periodo total de ejecución:	02 de Julio del 2021 al 11 de Marzo del 2022
Fases cumplidas (Horas cumplidas)	160
Número de docentes participantes:	2
Número de estudiantes participantes:	8 estudiantes en el Proyecto de Administración de Empresas
Comunidad beneficiaria	Cantón -Chimbo
Número de beneficiarios directos e indirectos	Beneficiarios directos 221 Beneficiarios directos 48 Estudiante hombres 3 Estudiantes mujeres 5 Beneficiarios indirectos 145
Convenio de respaldo	Si

2. GENERALIDADES

El proyecto “Fortalecimiento de Actividades Empresariales en la parroquia la Magdalena, Provincia Bolívar, Periodo 2020-2021.” Parte con el fin de fortalecer las actividades empresariales,

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 parroquia la Magdalena.

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

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 la Magdalena 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.

Ubicado en el cantón Chimbo, población rodeada de flora abundante y un clima subtropical que 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 Magdalena, cantón Chimbo, Provincia Bolívar.

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.
- Hacen 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
- Hacen 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 la Magdalena, Provincia Bolívar, Periodo 2020-2021.

- Fomentar el Turismo en el Cantón Chimbo, para incentivar la reactivación económica de los micro emprendimientos de la parroquia la Magdalena.
- 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 y productos comunicacionales, 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 comunicacionales 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 de la Magdalena.

Objetivos Específicos:

Objetivo Especifico 1: Realizar una búsqueda de información de las actividades empresariales de la parroquia de la Magdalena.

- El 100% de los estudiantes y el Docente de la Carrera apporto con sus conocimientos al proyecto, en su etapa de recopilación y procesamiento de la información
- Se envió solicitud de información al Presidente de la Junta Parroquia La Magdalena para realizar la clasificación de actividades empresariales según la Clasificación CIU
- Se realizó en su totalidad la investigación de campo con un total de 70 encuestas.

Información recolectada en esta etapa:

- PDOT de la Parroquia La Magdalena
- Ley de Emprendimiento e Innovación
- Ley de Fomento Productivo.
- Clasificación de Actividades Empresariales CIU

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

- El 100% de los estudiantes y el docente de la carrera apporto con sus conocimientos al proyecto para la elaboración de programas que colaboren al fortalecimiento empresarial

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

- 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 La Magdalena.
- 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:

- Introducción 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 en la parroquia La Magdalena.

- El 100% de los estudiantes y docente aportaron con ideas sobre el diseño y estructuración de los productos comunicacionales.
- En la elaboración de los productos comunicacionales estuvo a cargo el estudiante.
- Los productos realizados son los siguientes descritos a continuación:
 - Un Afiche Promocional de la parroquia la Magdalena
 - Un Afiche Promocional por Rama de Actividad Empresarial
 - 1 trípticos por Rama de Actividad Empresarial
 - 1 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 Microempresa
- Marketing en los Negocios
- Contabilidad
- PDOT

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 en la parroquia La Magdalena.
- Se trabajo 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 La Magdalena.

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

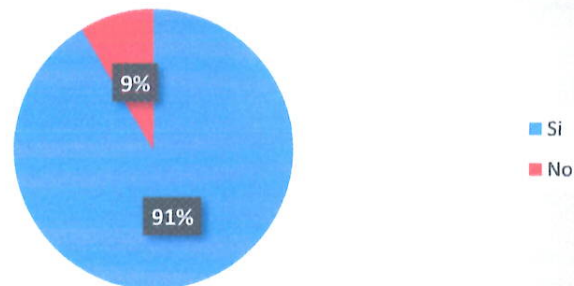
5. RESULTADOS OBTENIDOS

I- ENCUESTAS REALIZADA A LA PARROQUIA DE LA MAGDALENA

PREGUNTA Nº 1

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

CONCEPTO	NUMERO	PORCENTAJE
Si	64	91%
No	6	9%
Total	70	100%



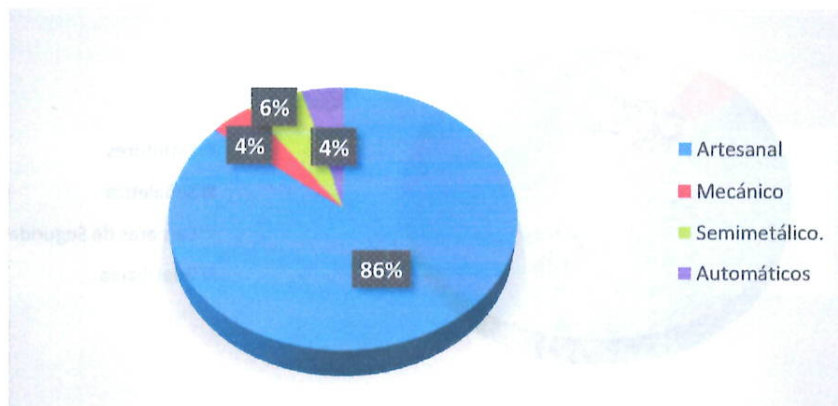
Análisis e interpretación

De acuerdo a las encuestas que se realizó nos da conocer que la mayor parte de la población encuestada corresponde a que se dedican a transformar la materia prima en productos semi o terminados para ofrecer a los consumidores con un porcentaje dedicación del 91%, mientras tanto tenemos una menor cantidad que corresponde que no se dedican que es el 9%, del total de la población encuestada.

PREGUNTA Nº 2

¿SUS PROCESOS PRODUCTIVOS O DE TRANSFORMACIÓN SON?

CONCEPTO	NUMERO	PORCENTAJE
Artesanal	60	86%
Mecánico	3	4%
Semimetálico.	4	6%
Automáticos	3	4%
Total	70	100%



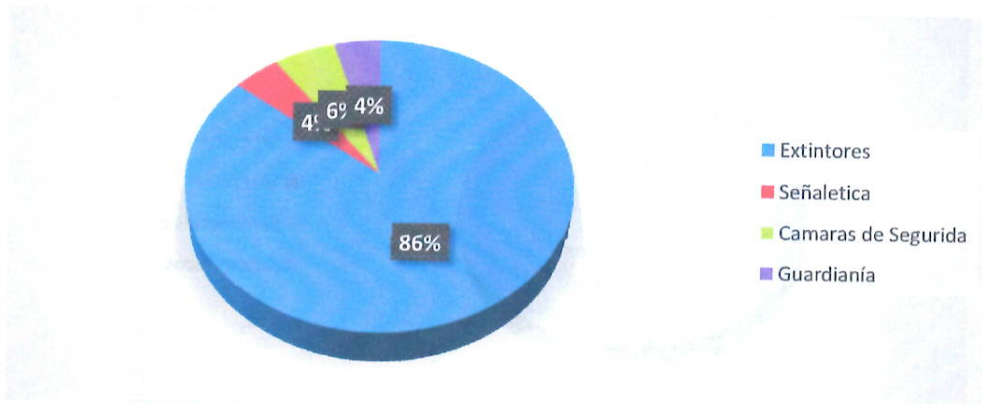
Análisis e interpretación

Mediante la encuesta realizada, la mayoría de los emprendimientos se dedican a productos artesanales con un porcentaje de 86%, mientras tanto hay productos que se dedica las maquinas que tiene un porcentaje del 4%, siguiendo en la parroquia hay semimetálico con un porcentaje del 6%, por ultimo tenemos los automáticos que nos dio un porcentaje del 4%, se ve gran diferencia de como procesan los productos en la parroquia Magdalena más se dedican a las costumbres de la familia ya que es una población pequeña.

PREGUNTA Nº 3

¿QUE MEDIDAS DE PREVENCIÓN INDUSTRIAL APLICA?

CONCEPTO	NUMERO	PORCENTAJE
Extintores	60	86%
Señalética	3	4%
Cámaras de Seguridad	4	6%
Guardianía	3	4%
Total	70	100%



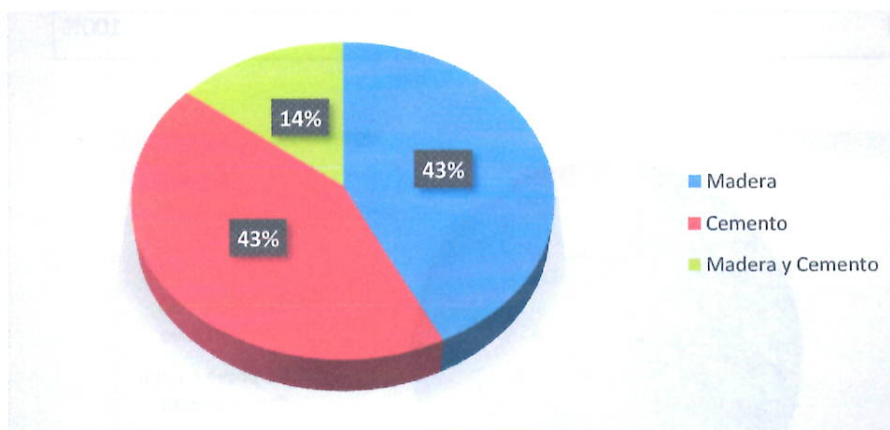
Análisis e interpretación

Según las encuestas realizadas en la parroquia Magdalena de los emprendimientos establecimos las medidas de prevención y el mayor número es los extintores con un porcentaje del 86%, también tenemos las señaléticas con un porcentaje del 4%, siguiendo con las cámaras de seguridad con un 6%, y por ultimo tenemos los guardianía con un 4%, de lo que se realizó a la parroquia con el fin de poder demostrar que existe prevenciones ante los emprendimientos estableciendo sus políticas de las leyes ante el código de trabajo.

PREGUNTA Nº 4

¿LOS MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN DE SU NEGOCIO SON?

CONCEPTO	NUMERO	PORCENTAJE
Madera	30	43%
Cemento	30	43%
Madera y Cemento	10	14%
Total	70	100%



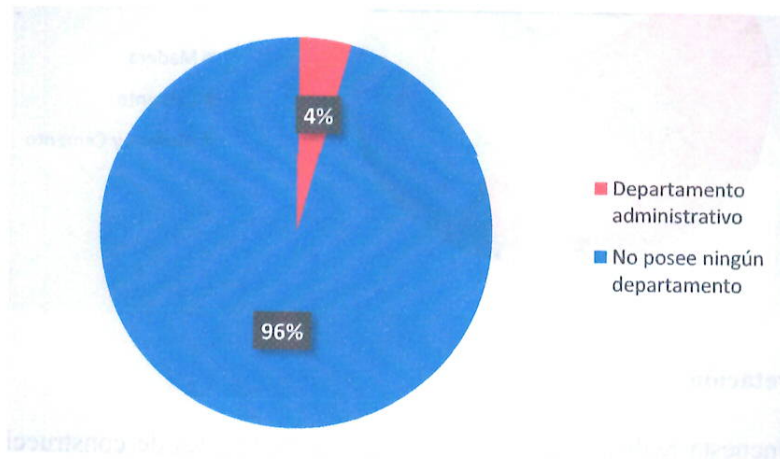
Análisis e interpretación

De acuerdo a la encuesta realiza se puede evidenciar los materiales de construcción de los negocios que la mayoría es de madera con un porcentaje del 43%, mientras tanto hay de cemento que es un 43%, siguiendo en la parroquia hay mixtos que son de madera y cemento con un porcentaje del 14%, ya que algunos negocios están ubicados en lugares de patrimonio que no pueden modificar.

PREGUNTA Nº 5

NIVELES Y DEPARTAMENTOS QUE TIENE SU NEGOCIO

ÁREAS	NÚMERO	PORCENTAJE
Gerencia	0	0
Departamento financiero	0	0
Departamento administrativo	3	0,4%
Departamento producción	0	0
Departamento de marketing	0	0
No posee ningún departamento	67	96%
Total	70	100%



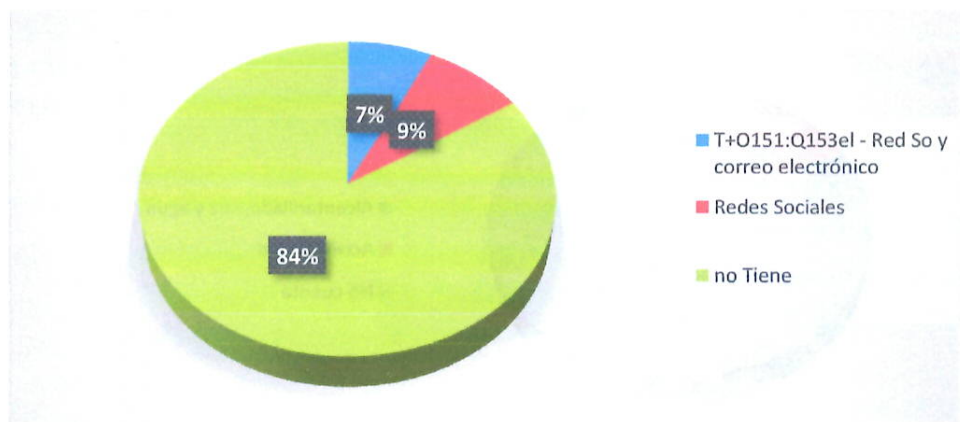
Análisis e interpretación

De acuerdo con la aplicación de la encuesta realizada se observa que no posee ningún departamento que nos dio un porcentaje del 96% manifiesta los empleados de los negocios, siguiendo en la parroquia tenemos un 0,4% que poseen departamentos administrativos, se pudo observar que los negocios no sabían de tema por lo que les falta información para tener rentabilidad en el mercado.

PREGUNTA Nº 6

CONTACTO DE LA EMPRESA

CONCEPTO	NUMERO	PORCENTAJE
Tel - Red So y correo electrónico	5	7%
Redes Sociales	6	9%
no Tiene	59	84%
Total	70	100%



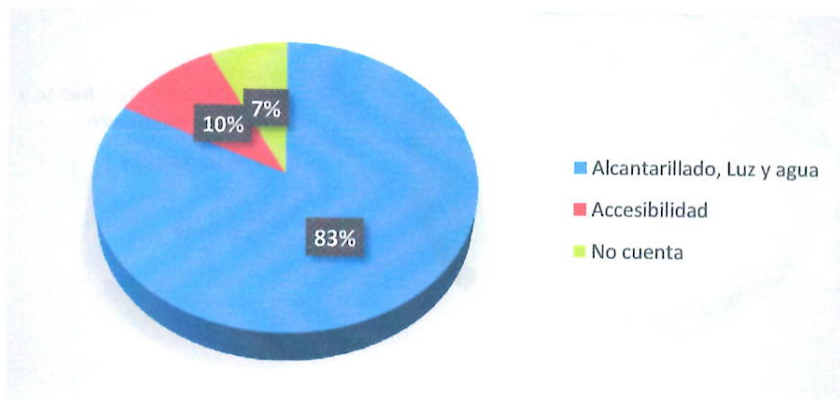
Análisis e interpretación

Según las encuestas realizadas nos da a conocer que la mayoría de las empresas no tiene contacto con un porcentaje del 84%, mientras el 9% poseen las redes sociales, y por último tenemos que el 7% ostentan Tel - Red So y correo electrónico, esto pasa por no adaptarse a la tecnología por el motivo de la mala información que permite una ayuda para promocionar el negocio.

PREGUNTA Nº 7

¿SU NEGOCIO DISPONE DE INFRAESTRUCTURA COMO?

CONCEPTO	NUMERO	PORCENTAJE
Alcantarillado, Luz y agua	58	83%
Accesibilidad	7	10%
No cuenta	5	7%
Total	70	100%



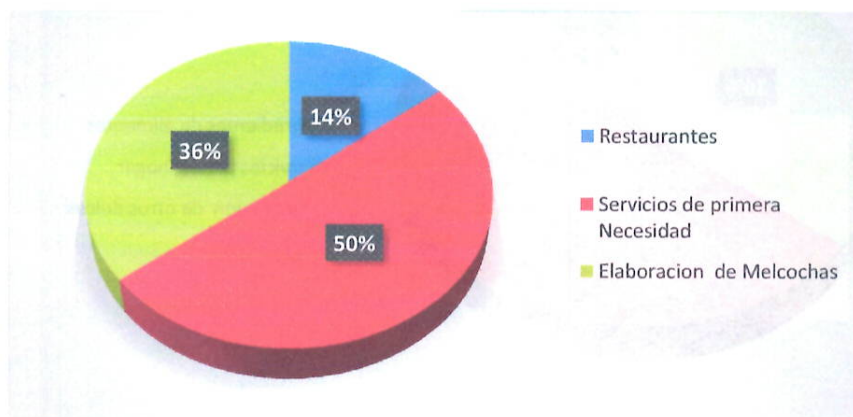
Análisis e interpretación

De acuerdo a las encuestas realizadas en la parroquia podemos observar que la mayoría de los negocios poseen infraestructura con un porcentaje del 83%, mientras tanto el 10% tienen accesibilidad al puesto de los productos, y por último tenemos el 7% no cuentan con ningún servicio que les permita tener una mejor venta en el mercado.

PREGUNTA Nº 8

¿CUALES SON SUS PRINCIPALES PRODUCTOS O SERVICIOS?

CONCEPTO	NUMERO	PORCENTAJE
Restaurantes	10	14%
Servicios de primera Necesidad	35	50%
Elaboración de Melcochas	25	36%
Total	70	100%



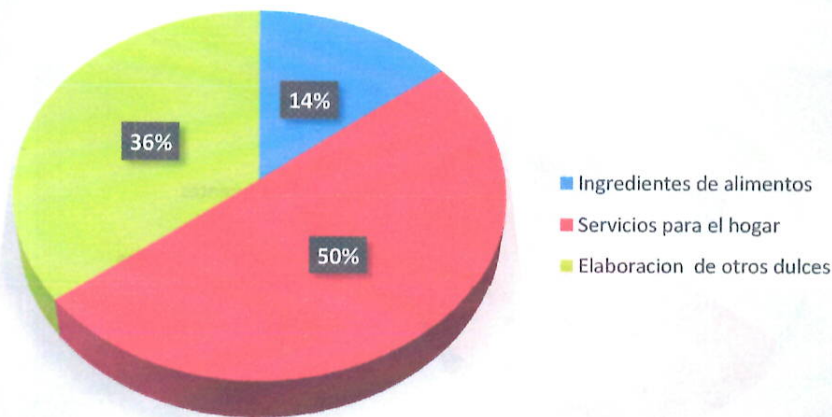
Análisis e interpretación

De los emprendimientos encuetados nos da a conocer que sus principales productos o servicios se tienen el mayor porcentaje que es el 50% de los servicios de primera necesidad, mientras tanto el 36% tienen una manera artesanal de la Elaboración de Melcochas y por último tenemos el 14% de puestos de restaurante que es muy bajo ya que la parroquia no cuenta con gran población solo desean satisfacer las primeras necesidades del hogar.

PREGUNTA Nº 9

¿CUALES SON SU PRODUCTOS O SERVICIOS SECUNDARIOS?

CONCEPTO	NUMERO	PORCENTAJE
Ingredientes de alimentos	10	14%
Servicios para el hogar	35	50%
elaboración de otros dulces	25	36%
Total	70	100%



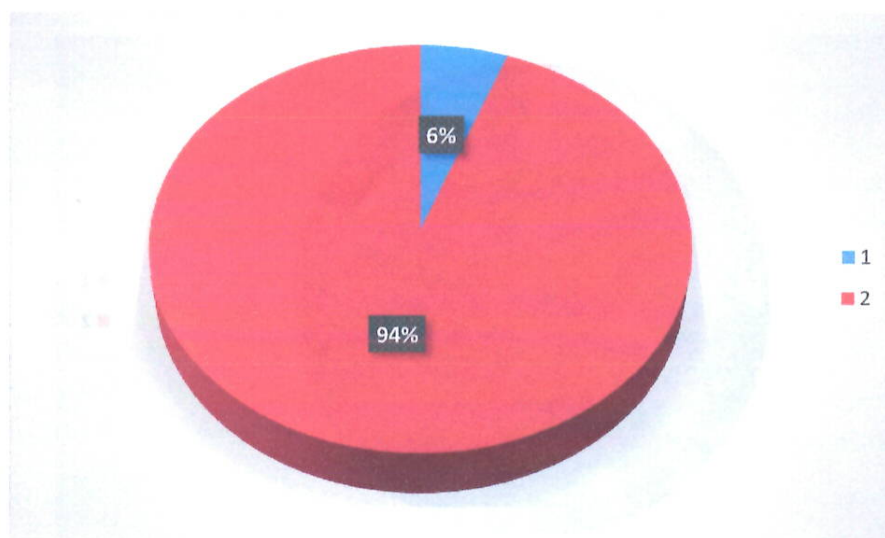
Análisis e interpretación

De acuerdo a las encuestas realizadas podemos destacar que los locales de los emprendimientos, muestran que la mayoría de las personas de la parroquia La Magdalena adquieren un servicio, dando así un enfoque a lo que es productos para el hogar.

PREGUNTA N° 10

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

CONCEPTO	NUMERO	PORCENTAJE
Si	4	6%
No	66	94%
Total	70	100%



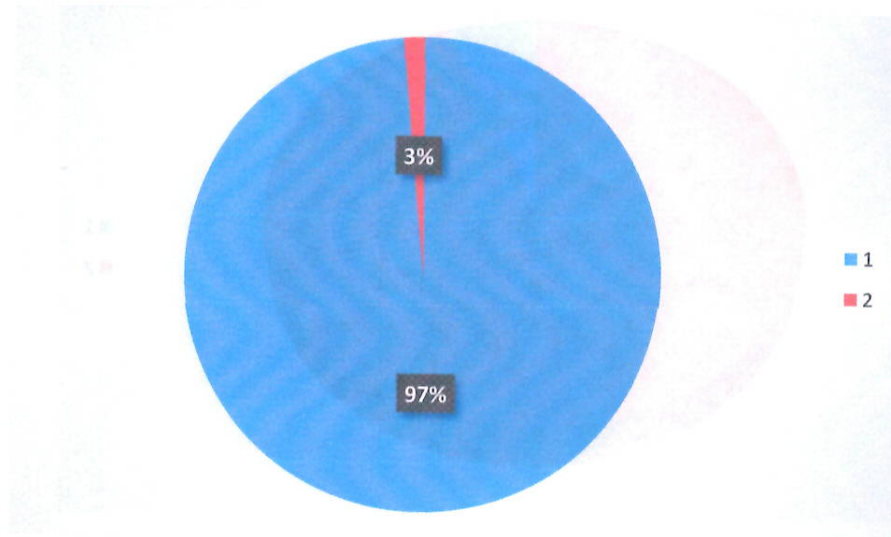
Análisis e interpretación

Como podemos observar en la gráfica la mayoría de las personas dicen que no forma parte de una asociación, esto nos quiere decir que son emprendimientos pequeños que formaron con sus propios recursos, ya que les permite generar ingresos para sus familias, por otro lado, pocos emprendimientos lo iniciaron con apoyo de asociaciones nacionales.

PREGUNTA Nº 11

¿POSEE ALGUNA AGENCIA O SUCURSAL?

CONCEPTO	NUMERO	PORCENTAJE
Si	2	3%
No	68	97%
Total	70	100%



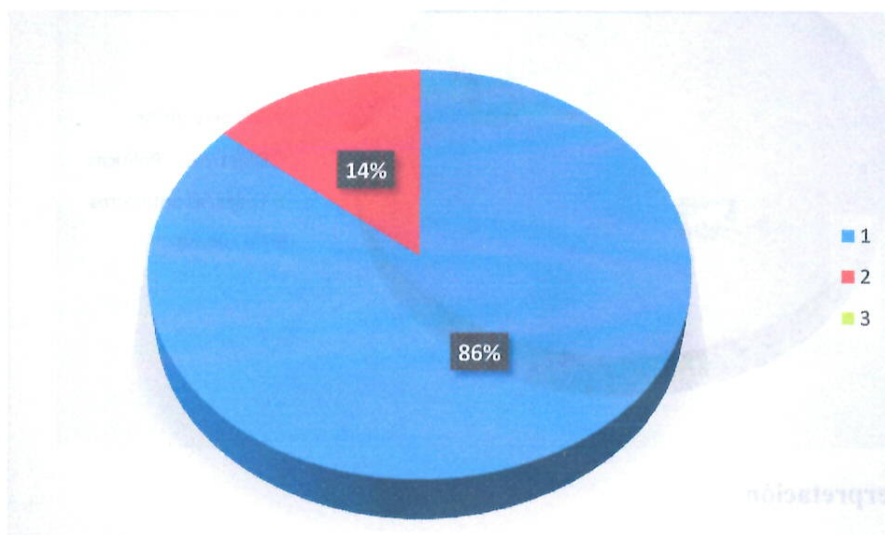
Análisis e interpretación

Debido a las encuestas se puede evidenciar que el 97% de los negocios no tienen ninguna sucursal, ya que ellos nos supieron manifestar de que su negocio no es tan conocido como se diga, también otro problema es que hay mucha competencia en el mercado.

PREGUNTA Nº 12

¿EN QUÉ AÑOS INICIÓ SUS ACTIVIDADES Y CON CUÁNTOS EMPLEADOS?

CONCEPTO	NUMERO	PORCENTAJE
Mayor a 2	60	86%
Mayor a 1	10	14%
Total	70	100%



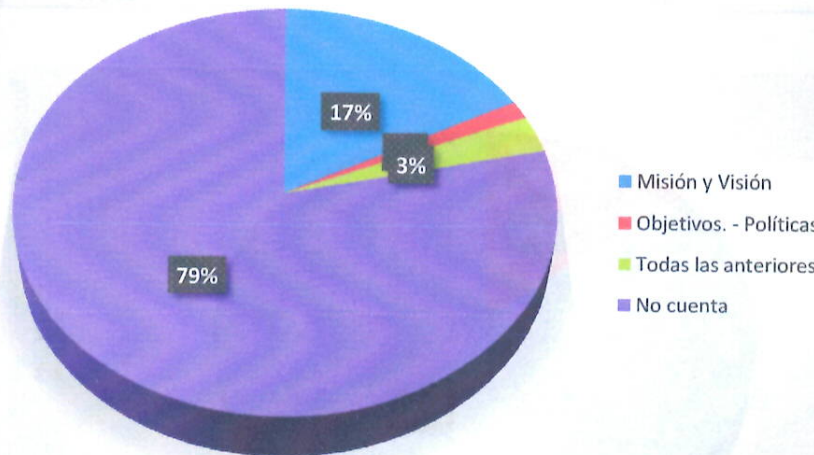
Análisis e interpretación

Como podemos ver la gráfica la mayoría de los locales de los negocios son más de dos años que lo habían creado y son reconocidos con sus ventas de productos ante la sociedad. Por otro lado, vemos que algunos locales recién lo han implementado o creado ante el mercado por generar ingresos o ser sustentable para sus vidas.

PREGUNTA Nº 13

**¿SU NEGOCIO DISPONE DE: ¿MISIÓN, VISIÓN, OBJETIVOS Y
POLÍTICAS?**

CONCEPTO	NUMERO	PORCENTAJE
Misión y Visión	12	17%
Objetivos. - Políticas	1	1%
Todas las anteriores	2	3%
No cuenta	55	79%
Total	70	100%



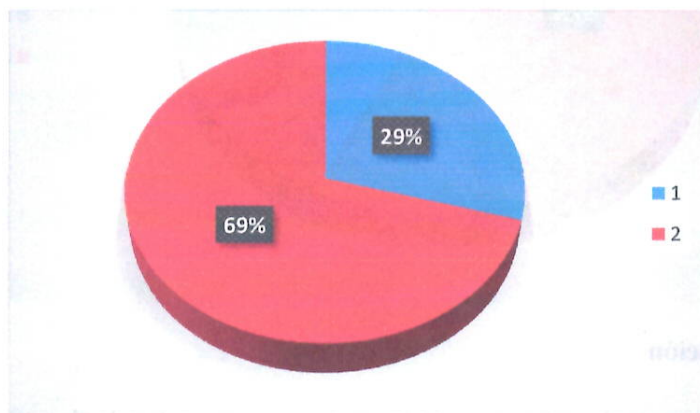
Análisis e interpretación

De acuerdo a las encuestas realizadas podemos ver que la mayoría de los negocios o emprendimientos no disponen de una misión, visión, objetivos o políticas, los dueños de los locales nos supieron manifestar que no es necesario una implementación ya que no tienen conocimiento de poder realizar. Por otro lado, los negocios que si cuentan son dueños que han creado para que sus negocios tengan una buena acogida en el mercado y que el negocio crezca.

PREGUNTA Nº 14

PARA PROMOVER SU NEGOCIO USTED DISPONE DE; ¿MARCA PROPIA, LOGOTIPO, SLOGAN O ISOTIPO?

CONCEPTO	NUMERO	PORCENTAJE
Marca Propia	20	29%
Logotipo	0	0%
Slogan	0	0%
Isotipo	0	0%
todas las anteriores	2	
No cuenta	48	69%
Total	70	100%



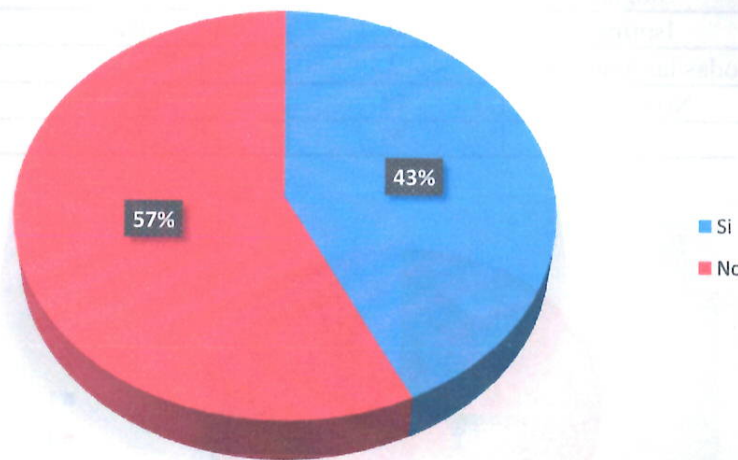
Análisis e interpretación

La mayoría de los locales vemos que no cuenta con logotipo, slogan o isotipo según nos dijeron que se caracterizan por su sabor, nombre y la atención al cliente ya que las personas que llegan a comprar les gustan el buen trato al adquirir algún producto. Por otra parte, vemos que cuentan con su propia marca que es registrada y reconocida ante los clientes.

PREGUNTA Nº 15

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

CONCEPTO	NUMERO	PORCENTAJE
Si	30	43%
No	40	57%
Total	70	100%



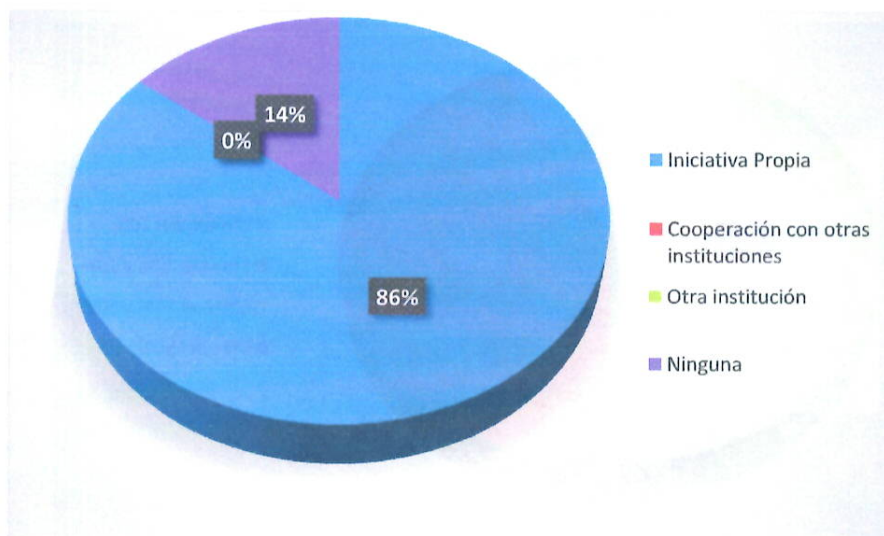
Análisis e interpretación

Como podemos observar en el grafico que el 43% de la encuesta realizada si optaron por lanzar un nuevo producto, ya que, si tuvieron un poco de miedo por fracasar con su nuevo producto, pero como nos supieron manifestar un refrán “sin miedo al éxito” y tuvieron mucho éxito en lanzar su producto al mercado, porque a las personas de la parroquia si les interesaron. Por otro lado, hubo algunos que no lo hicieron, porque no tuvieron un capital y también por la competencia.

PREGUNTA Nº 16

EL DESARROLLO DE ESAS INNOVACIONES DEL PRODUCTO FUERON:

CONCEPTO	NUMERO	PORCENTAJE
Iniciativa Propia	60	86%
Cooperación con otras instituciones	0	0%
Otra institución	0	0%
Ninguna	10	14%
TOTAL	70	100%



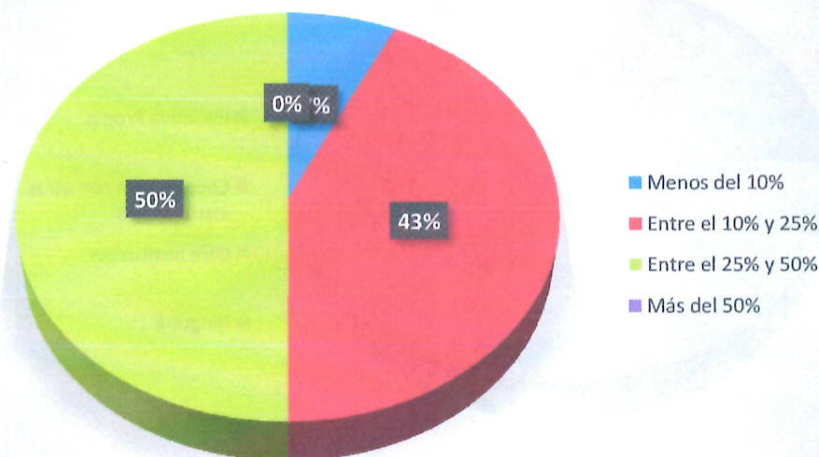
Análisis e interpretación

La mayoría de los dueños de los emprendimientos realizan sus innovaciones en su producto por iniciativa propia, ya que ellos nos dijeron que conocen lo que más busca el cliente, con la finalidad de llamar más la atención a los clientes que se interesen en adquirir sus productos y sobre todo satisfaciendo sus necesidades.

PREGUNTA Nº 17

¿EN QUÉ PORCENTAJE QUIERE QUE SUS INGRESOS AUMENTEN EN LOS PRÓXIMOS 3 AÑOS?

OPCIÓN	NUMERO	PORCENTAJE
Menos del 10%	5	7%
Entre el 10% y 25%	30	43%
Entre el 25% y 50%	35	50%
Más del 50%	0	0%
TOTAL	70	100%



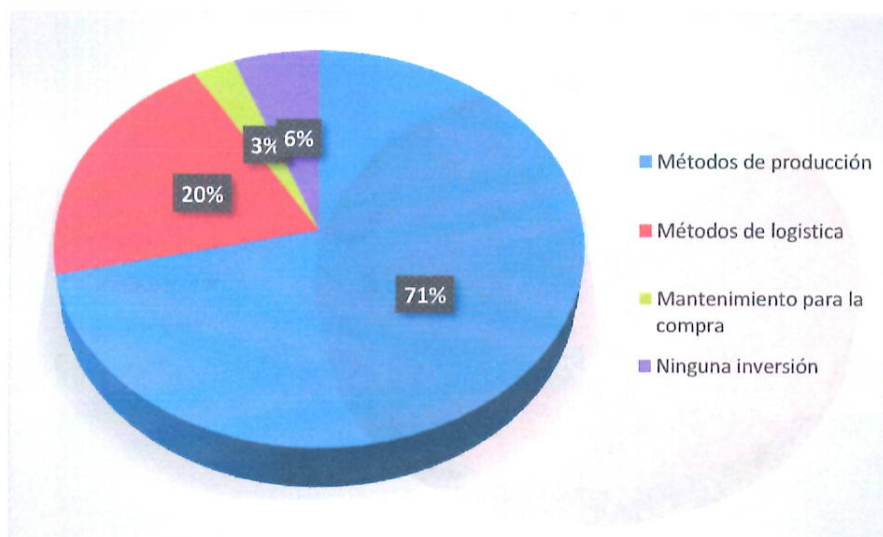
Análisis e Interpretación

Según la encuesta realizada en la parroquia La Magdalena se ha podido evidenciar que el 7% de los propietarios encuestados mencionan que sus ingresos son menores al 10% equivalente a un número de 5 encuestados, el 43% mencionan que sus ingresos aumentaron entre el 10% y 25%, y el 50% su incremento fue entre el 25% y 50% de sus ingresos en los últimos 3 años., esto nos quiere decir que los ingreso fueron no muy favorables para los negocios.

PREGUNTA Nº 18

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

OPCIÓN	NUMERO	PORCENTAJE
Métodos de producción	50	71%
Métodos de logística	14	20%
Mantenimiento para la compra	2	3%
Nin guna inversion	4	6%
TOTAL	70	100%



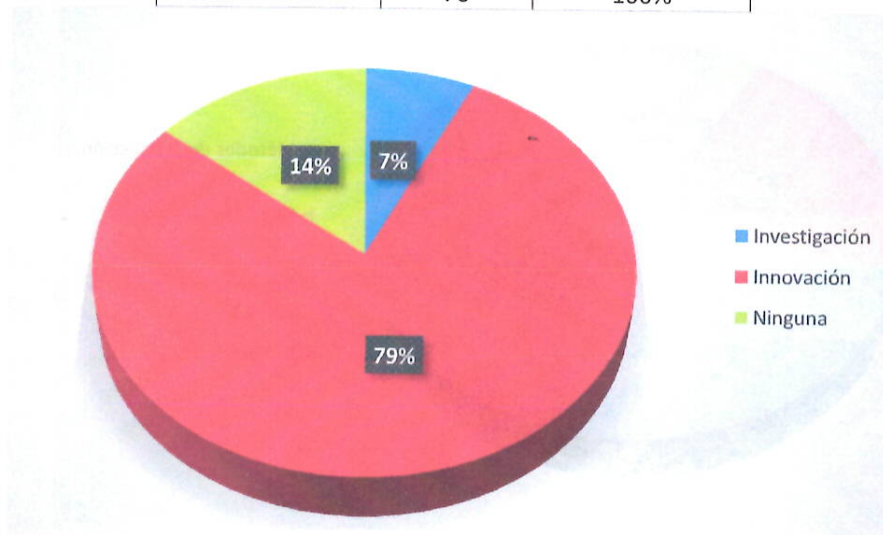
Análisis e Interpretación

Según la encuesta realizada en la parroquia La Magdalena se ha podido evidenciar que el 71% de los propietarios encuestados mencionan que han mejorado sus métodos de producción que equivale a un numero de 50 encuestados, de igual manera tenemos 20% que han mejorado en métodos de logística y el 3% han innovado en mantenimiento de compra, el 6% no han innovado sus procesos de transformación, lo que significa que la mayor innovación en sus productos son los métodos de producción.

PREGUNTA Nº 19

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

OPCIÓN	NUMERO	PORCENTAJE
Investigación	5	7%
Innovación	55	79%
Ninguna	10	14%
TOTAL	70	100%



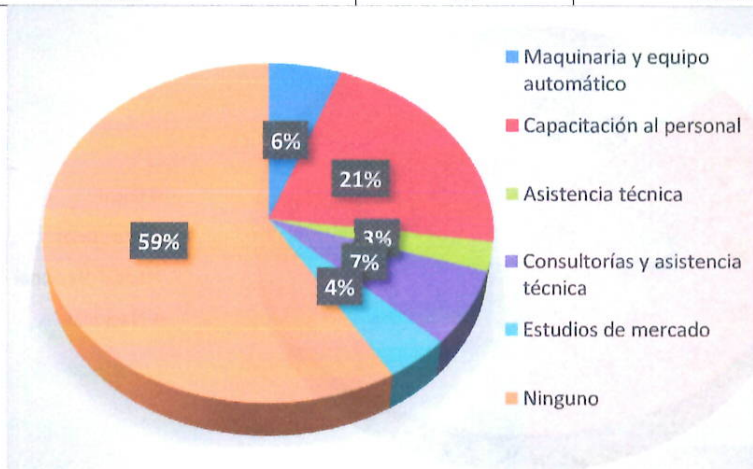
Análisis e Interpretación

Según la encuesta realizada en la parroquia La Magdalena se ha podido evidenciar que el 7% de los propietarios encuestados mencionan que han desarrollado investigación para innovación de productos, de igual 79% han innovado sus productos, el 14% no han desarrollado investigación de innovación, es decir que la mayoría de negocios innovan sus productos.

PREGUNTA N° 20

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

OPCIÓN	NUMERO	PORCENTAJE
Maquinaria y equipo automático	4	6%
Capacitación al personal	15	21%
Asistencia técnica	2	3%
Consultorías y asistencia técnica	5	7%
Estudios de mercado	3	4%
Ninguno	41	59%
TOTAL	70	100%



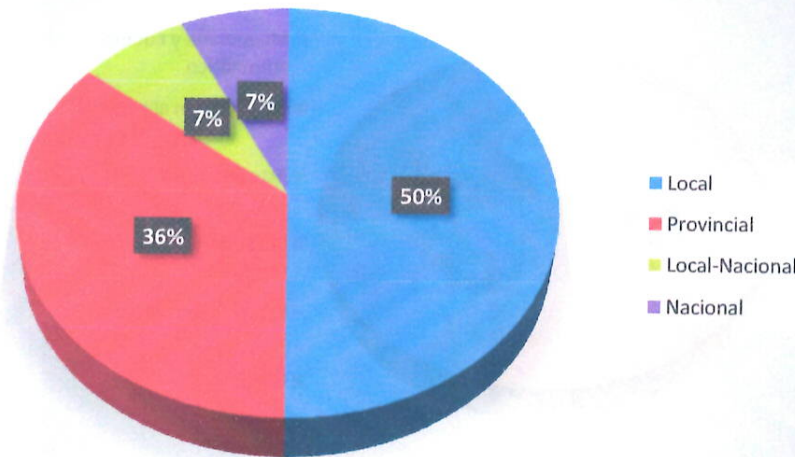
Análisis e Interpretación

Según la encuesta realizada en la parroquia La Magdalena se ha podido evidenciar que el 6% de los propietarios encuestados mencionan que han introducido Maquinaria y equipos autónomos los últimos años, el 21% introdujo capacitación al personal, 3% introdujo asistencia técnica, el 7% introdujo consultoría y asistencia técnica, 4% introdujo estudio de mercado, y por último 59% de los emprendimientos no tienen innovación en sus procesos, lo que significa hay un elevado número de emprendimientos que no hay innovación en el ámbito productivo.

PREGUNTA N° 21

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

OPCIÓN	NUMERO	PORCENTAJE
Local	35	50%
Provincial	25	36%
Local- Nacional	5	7%
Nacional	5	7%
TOTAL	70	100%



Análisis e Interpretación

Según la encuesta realizada en la parroquia La Magdalena se ha podido evidenciar que el 50% de los propietarios encuestados mencionan que adquieren su materia prima la localidad, el 36% adquieren su materia prima en el mercado provincial, también el 7% adquieren su materia prima en el mercado local y nacional, y el 7% en el mercado nacional, lo que significa que la adquisición de la materia prima es el mercado local de la Parroquia.

PREGUNTA Nº 22

¿CUÁLES 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.

La materia prima que utilizan en una carpintería tenemos: madera, pegamento, clavos, tornillos, pinturas etc.

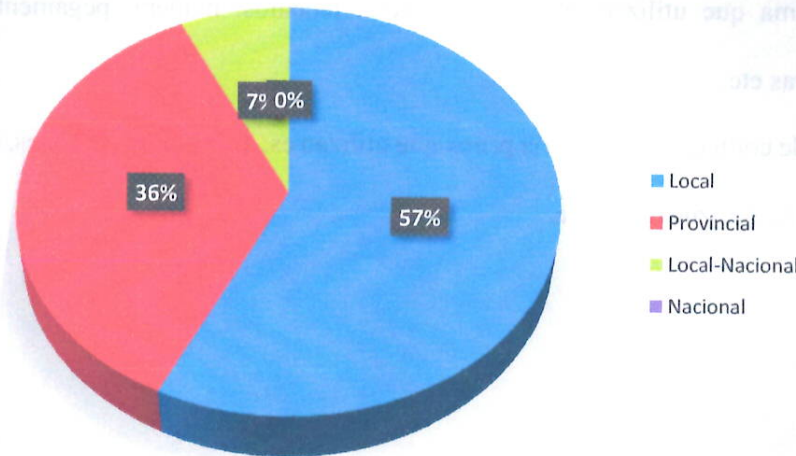
En los talleres de confección la materia prima que utilizan es: Telas, hilos, botones, cierres etc.

Melcochas: Caña de azúcar, panela.

PREGUNTA Nº 23

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

OPCIÓN	NUMERO	PORCENTAJE
Local	40	57%
Provincial	25	36%
Local-Nacional	5	7%
Nacional	0	0%
TOTAL	70	100%



Análisis e Interpretación

Según la encuesta realizada en la parroquia La Magdalena se ha podido evidenciar que el 57% de los propietarios encuestados mencionan adquieren sus materiales en el mercado local, el 36% en el mercado Provincial, el 7% en el mercado Local-Nacional, esto quiere decir que la adquisición de materiales para la fabricación de sus productos hace dentro del mercado local.

PREGUNTA N° 24

CUÁLES SON LOS PRINCIPALES MATERIALES QUE ADQUIERE

Los principales materiales que utilizan en los locales de comida tenemos:

Equipo de cocina: Estufa, horno de microondas, refrigeradores, congeladores, mesa de trabajo, asador, freidora, licuadoras.

Utensilios: Sartenes, ollas, cazuelas.

Cristalería y loza: Refrigerador para bebidas, coladores, cucharas medidoras, abrelatas, cubiertos, platos, tazas, vasos, azucareras, saleros y pimenteros.

Uniformes Para cocineros y personal.

Mantelería: Mantales, servilletas, delantales para meseros y cocineros.

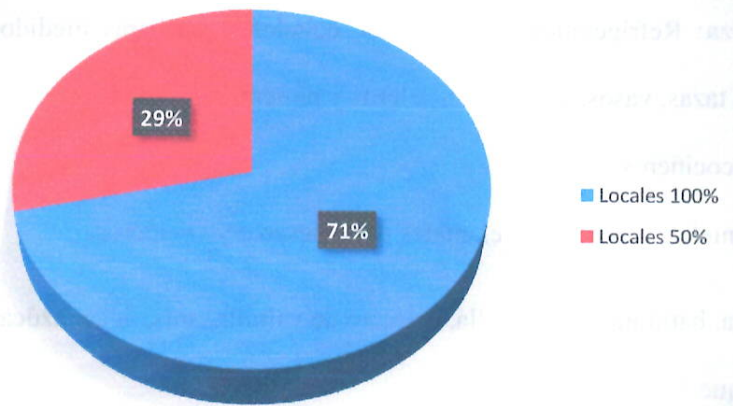
Melcochas: Paila, batidora, mantequilla, extracto de vainilla, anís, agua, azúcar, moldes.

Fundas de empaque.

PREGUNTA Nº 25

¿LOS EMPLEADOS QUE ELABORAN EN SU NEGOCIO SON?

OPCIÓN	NUMERO	PORCENTAJE
Locales 100%	50	71%
Locales 50%	20	29%
Locales 2%	0	0%
Extranjeros 1%	0	0%
TOTAL	70	100%



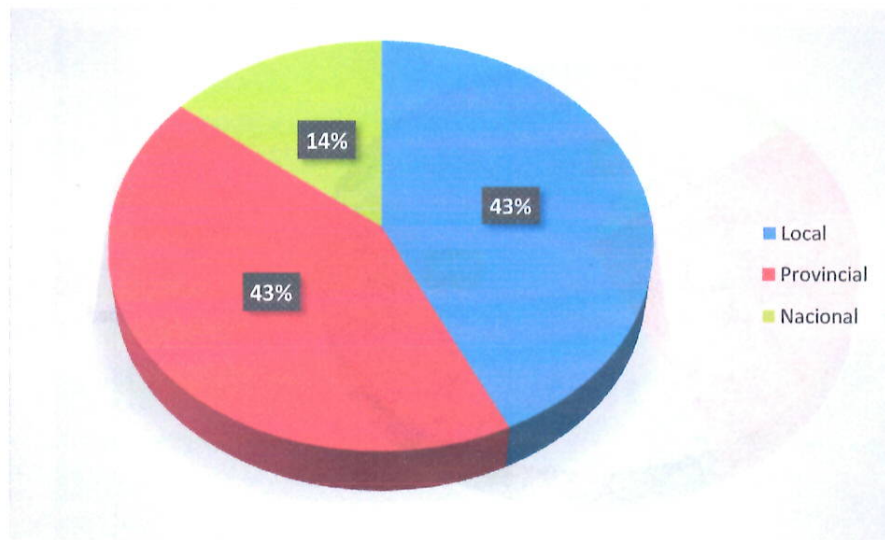
Análisis e Interpretación

Según la encuesta realizada en la parroquia La Magdalena se ha podido evidenciar que el 71% de los propietarios encuestados mencionan que sus empleados son locales 100%, equivalente a un número de 50 encuestados, seguidamente tenemos que sus empleados son locales 50%, con un porcentaje equivalente al 29% que corresponde a un número de 20 encuestados, luego tenemos a los locales 2% y los extranjeros 1% los cuales no laboran dentro de los emprendimientos de la parroquia, lo que significa que los propietarios solamente contratan a personas residentes en el lugar.

PREGUNTA Nº 26

¿LOS PRODUCTOS QUE FABRICAN LOS COMERCIALIZAN EN EL MERCADO?

OPCIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
Local	30	43%
Provincial	30	43%
Nacional	10	14%
Internacional	0	0%
TOTAL	70	100%



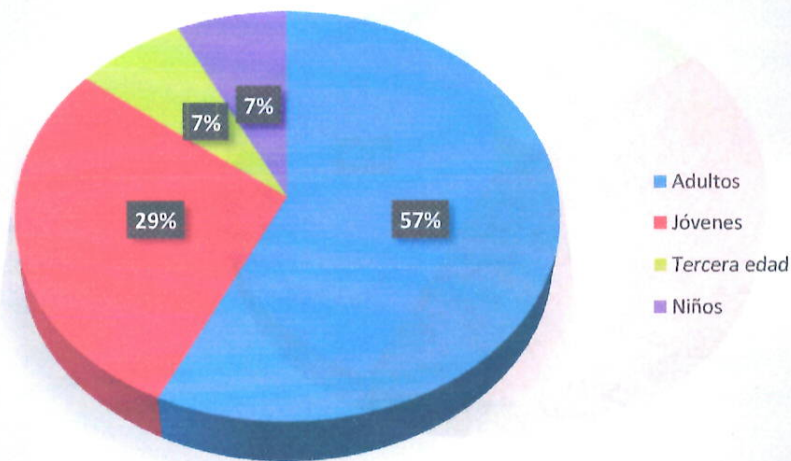
Análisis e Interpretación

Según la encuesta realizada en la parroquia La Magdalena se ha podido evidenciar que el 43% de los propietarios encuestados mencionan que sus productos lo comercializan dentro del mercado local misma que equivale a un número de 30 encuestados, de igual manera tenemos que el otro 43% se comercializan en el mercado provincial, el 14% restante mencionan que lo comercializan en el mercado nacional, lo que significa que estos productos son comercializados dentro del país.

PREGUNTA N° 27

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

OPCIÓN	NUMERO	PORCENTAJE
Adultos	40	57%
Jóvenes	20	29%
Tercera edad	5	7%
Niños	5	7%
TOTAL	70	100%



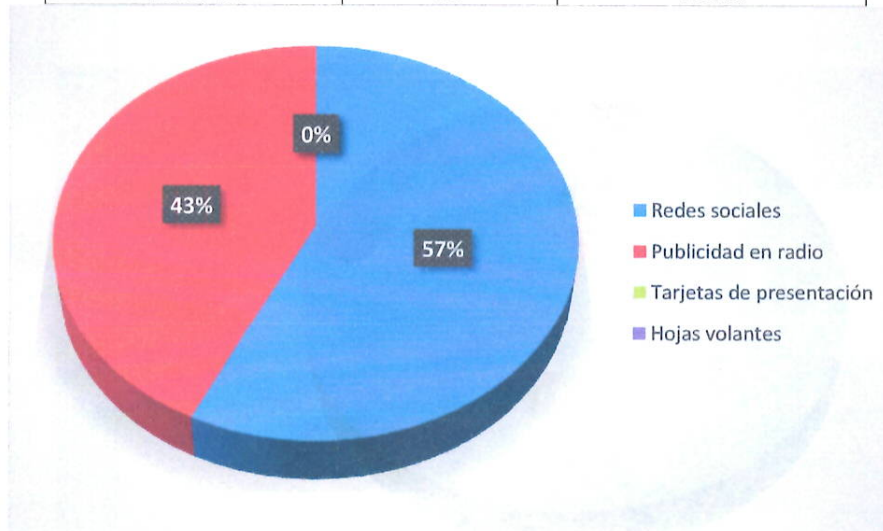
Análisis e Interpretación

Según la encuesta realizada en la parroquia La Magdalena se ha podido evidenciar que el 57% de los propietarios encuestados mencionan que sus productos son adquiridos normalmente por personas adultas, el 29% son jóvenes y el 7% son personas de tercera edad y el 7% restante son niños, es decir que sus productos son adquiridos por todos los pobladores de la parroquia.

PREGUNTA Nº 28

¿PARA LLEGAR A SUS CLIENTES QUE ESTRATEGIAS UTILIZA?

OPCIÓN	NUMERO	PORCENTAJE
Redes sociales	40	57%
Publicidad en radio	30	43%
Tarjetas de presentación	0	0%
Hojas volantes	0	0%
TOTAL	70	100%



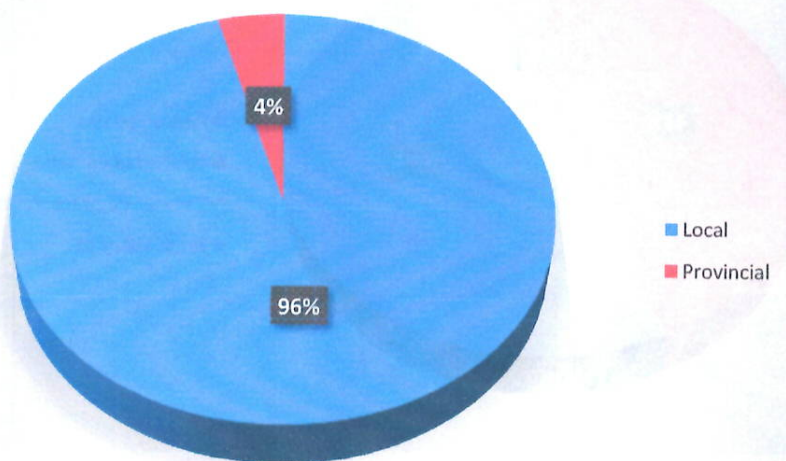
Análisis e Interpretación

Según la encuesta realizada en la parroquia La Magdalena se ha podido evidenciar que el 57% de los propietarios encuestados mencionan que la estrategia que utiliza para llegar a sus clientes son las redes sociales, ya que hoy en día son las más utilizadas, mientras que el 43% mencionan que llegan a sus clientes mediante la publicidad en radio, y las tarjetas de invitación y hojas volante no suelen utilizarse, lo que significa que los emprendimientos pueden llegar a sus clientes únicamente mediante las redes sociales y las publicidades en los radios.

PREGUNTA N° 29

¿SUS PRINCIPALES COMPETIDORES EN EL MERCADO SON?

OPCIÓN	NUMERO	PORCENTAJE
Local	67	96%
Provincial	3	4%
Nacional	0	0%
Internacional	0	0%
TOTAL	70	100%



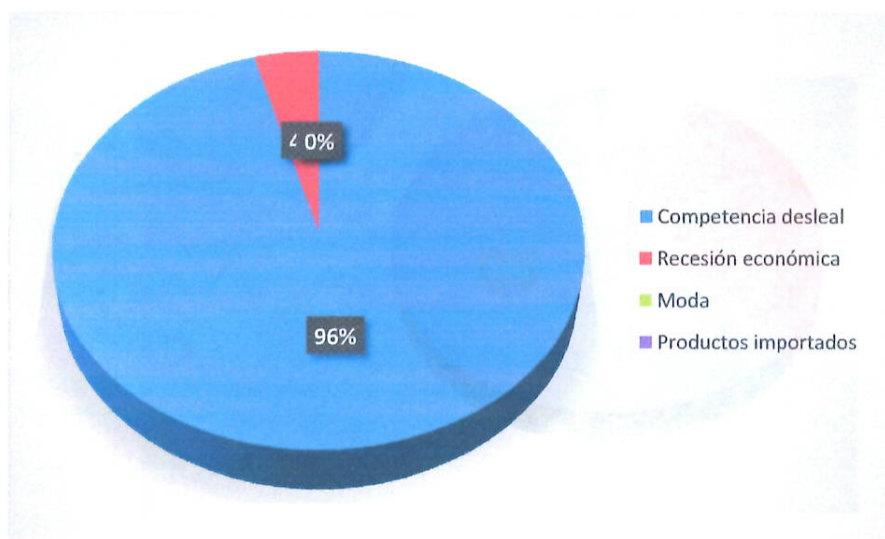
Análisis e Interpretación

Según la encuesta realizada en la parroquia La Magdalena se ha podido evidenciar que el 96% de los propietarios encuestados mencionan que sus principales competidores son locales, debido a que existen otros emprendimientos dentro de la población, el 4% menciona que sus competidores son provinciales, porque existen otros negocios que ofertan los mismos productos, en este caso no existen competidores nacionales e internacionales, debido a que estos negocios se encuentran en el sector rural de la provincia.

PREGUNTA N° 30

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

OPCIÓN	NUMERO	PORCENTAJE
Competencia desleal	67	96%
Recesión económica	3	4%
Moda	0	0%
Productos importados	0	0%
TOTAL	70	100%



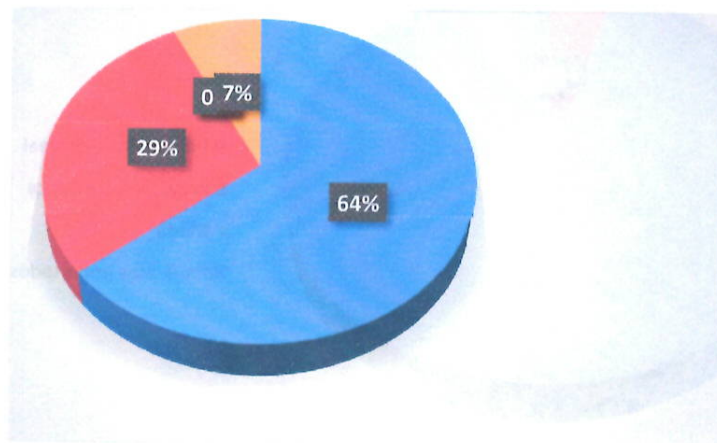
Análisis e Interpretación

Según la encuesta realizada en la parroquia La Magdalena se ha podido evidenciar que el 96% de los propietarios encuestados mencionan que su principal problema por la cual atraviesa su negocio es la competencia desleal y el 4% es la recesión económica, mientras que la moda y los productos importados no forman parte del problema que atraviesa aquellos negocios. Lo que significa que deben enfrentarse a la competencia desleal y la recesión económica.

PREGUNTA Nº 31

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

OPCIÓN	NUMERO	PORCENTAJE
Recursos propios	45	64%
Coop. Ahorro y Crédito	20	29%
Banca privada	0	0%
Apoyo gubernamental	0	0%
Recursos de exterior	0	0%
Banca publica	5	7%
TOTAL	70	100%



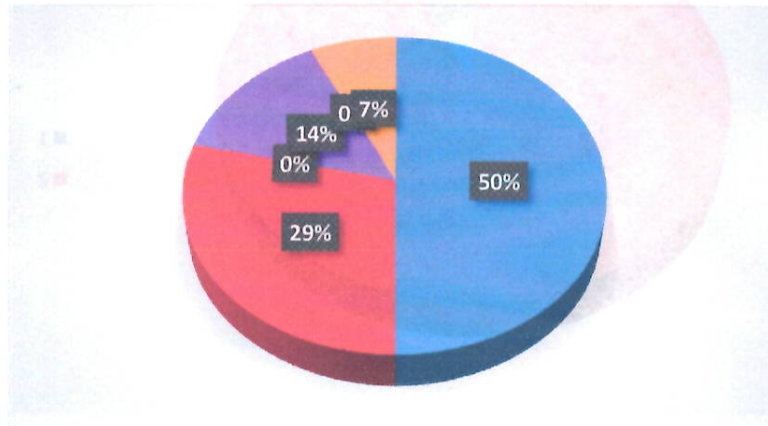
Análisis e Interpretación

Según la encuesta realizada en la parroquia La Magdalena se ha podido evidenciar que el 64% de los propietarios encuestados mencionan que su fuente de financiamiento de las actividades empresariales son sus recursos propios, el 29% mencionan que han adquirido recursos de Cooperativas de Ahorro y Crédito y el 7% restante de una banca pública, mientras que la Banca privada, apoyo gubernamental y recursos del exterior no han sido sus fuentes de financiamiento para llevar a cabo sus actividades empresariales.

PREGUNTA Nº 32

**AL ACCEDER A UN PRÉSTAMO BANCARIO CUALES HAN SIDO LOS
PRINCIPALES OBSTÁCULOS QUE SE HAN PRESTADO**

OPCIÓN	NUMERO	PORCENTAJE
No se adecuan a sus necesidades	35	50%
Mucho papeleo	20	29%
Dificultades burocráticas	0	0%
Altas tasa de interés	10	14%
Garantías excesivas	0	0%
Pocas Facilidades de pago	5	7%
TOTAL	70	100%



Análisis e Interpretación

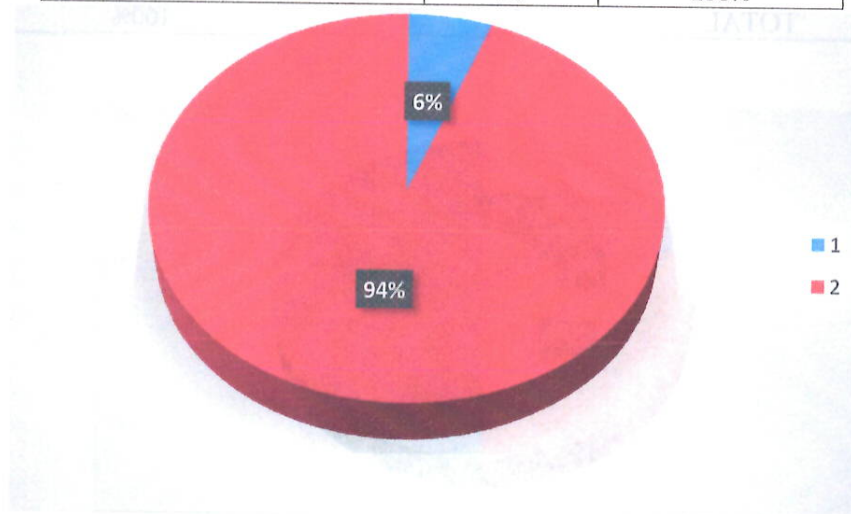
Según la encuesta realizada en la parroquia La Magdalena se ha podido evidenciar que el 50% de los propietarios encuestados mencionan que los principales obstáculos al momento de adquirir un préstamo bancario es que no se adecuan a sus necesidades, por lo que han utilizado sus recursos propios como se mencionó en la pregunta anterior, el 29% menciona que se realiza mucho papeleo, el 14% menciona que son altas tasas de interés y el 7% han mencionado que son pocas las facilidades de pagos, mientras que las dificultades burocráticas

y las garantías excesivas no han formado parte de las dificultades al momento de adquirir préstamos bancarios.

PREGUNTA Nº 33

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

CONCEPTO	NUMERO	PORCENTAJE
Si	4	6%
No	66	94%
Total	70	100%



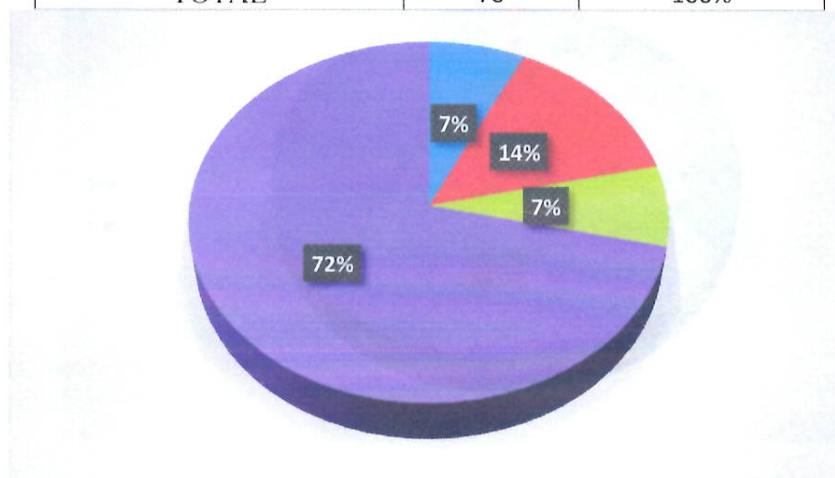
Análisis e interpretación

De acuerdo a las encuestas realizadas el 94% nos indican que su empresa no ha recibido recursos no reembolsables de parte de instituciones del gobierno como apoyo a sus actividades en la parroquia Magdalena, solo un porcentaje de 6% dice que si ha recibido ayuda.

PREGUNTA Nº 34

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

OPCIÓN	NUMERO	PORCENTAJE
Entidad del Gobierno	5	7%
Consejo Provincial	10	14%
Gobierno Municipal	5	7%
No ha recibido	50	71%
TOTAL	70	100%



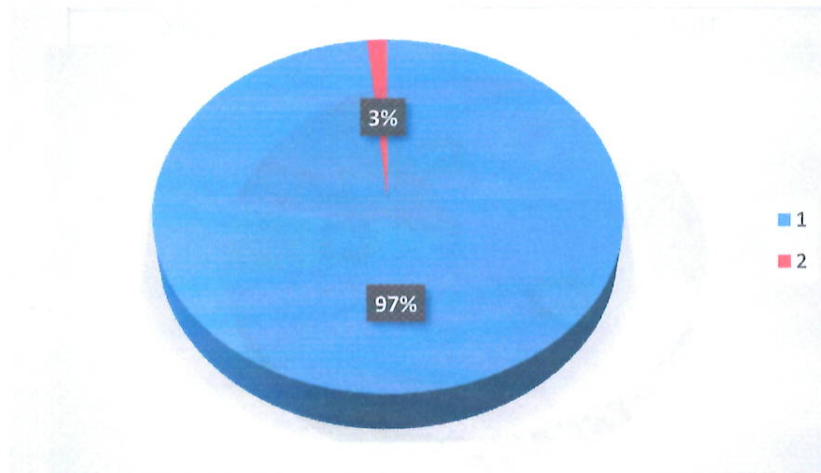
Análisis e interpretación

De acuerdo a las encuestas realizadas el 71% no han recibido apoyo o asesoría para sus actividades empresariales en la parroquia Magdalena, es podría ser la causa de varios emprendimientos que ha cerrado por falta de asesoría mientras que algunas personas han recibido asesoría de parte de alguna entidad.

PREGUNTA Nº 35

SU NEGOCIO HA GENERADO UTILIDADES

CONCEPTO	NUMERO	PORCENTAJE
Si	68	97%
No	2	3%
Total	70	100%



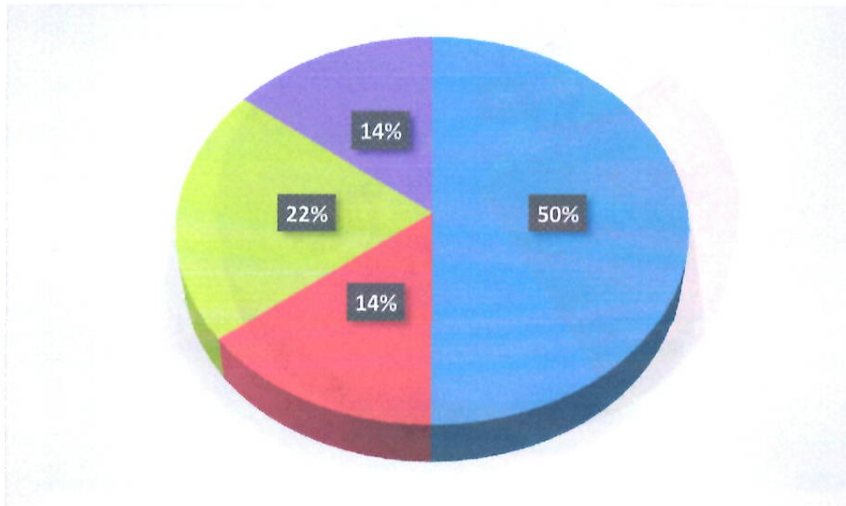
Análisis e interpretación

De acuerdo a las encuestas realizadas el 97% nos indican que su negocio ha generado utilidades en la parroquia magdalena, solo un porcentaje del 3% dice que no han generado ingresos por que existen muchas causas y una de esas es la pandemia que hoy en día se esta cursando.

PREGUNTA Nº 36

**¿EN QUE HA INVERTIDO LAS UTILIDADES OBTENIDAS DE SU
EMPREDIMIENTO?**

OPCIÓN	NUMERO	PORCENTAJE
Compra de Productos	35	50%
Presentación del negocio	10	14%
Nuevas oportunidades de negocio	15	21%
Infraestructura	10	14%
TOTAL	70	100%



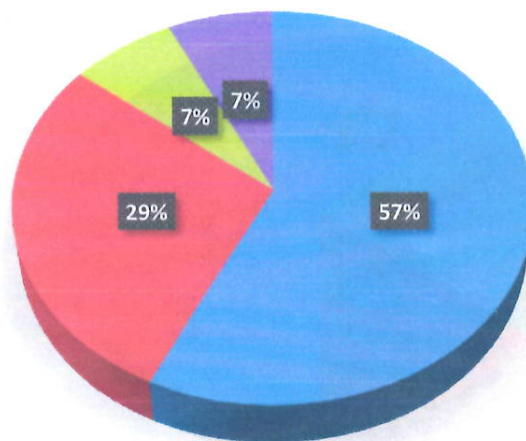
Análisis e interpretación

De acuerdo a las encuestas realizadas el 97% nos indican que su negocio ha generado utilidades en la parroquia magdalena, solo un porcentaje del 3% dice que no han generado ingresos por que existen muchas causas y una de esas es la pandemia que hoy en día se está cursando.

PREGUNTA N° 37

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

OPCIÓN	NUMERO	PORCENTAJE
Calidad del Producto	40	57%
Atención al cliente	20	29%
Imagen del negocio	5	7%
Precios Competitivos	5	7%
Total	70	100%



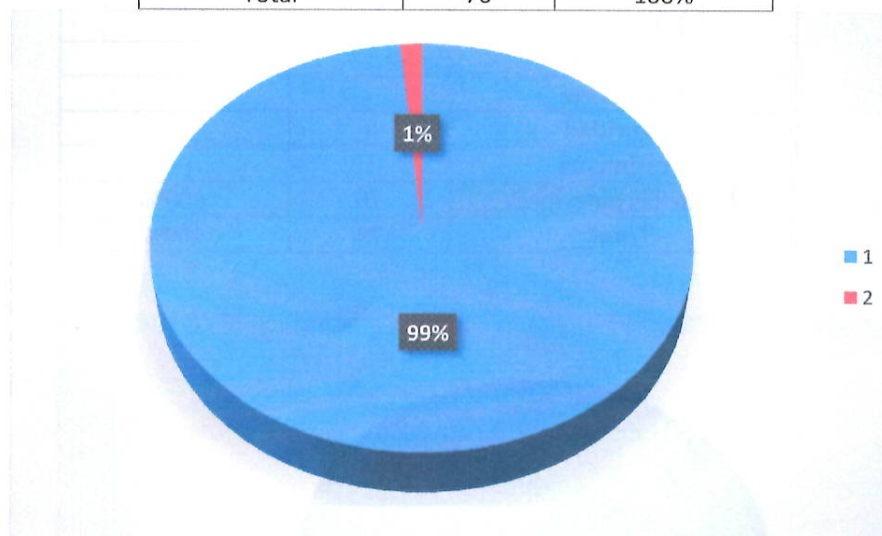
Análisis e interpretación

De acuerdo a las encuestas realizadas pudimos ver que los aspectos que se considera relevantes dentro de su negocio frente a la competencia es la calidad del Producto y atención al cliente ya que de eso depende que una empresa siga emprendiendo.

PREGUNTA Nº 38

**¿MANTENDRÍA SU ACTIVIDAD ECONÓMICA EN EL LUGAR DONDE
ACTUALMENTE SE ENCUENTRA SU EMPRENDIMIENTO?**

CONCEPTO	NUMERO	PORCENTAJE
Si	69	99%
No	1	1%
Total	70	100%



Análisis e interpretación

De acuerdo a las encuestas realizadas pudimos ver que el 99% si mantendría su actividad económica en el lugar donde actualmente se encuentra su emprendimiento ya que si han generado ingresos y están subsistiendo con lo que está sobresaliendo su empresa.

PREGUNTA Nº 39

¿SEÑALE EN QUÉ CONDICIONES DE VIDA HA INFLUENCIADO SU EMPRENDIMIENTO?

OPCIÓN	NUMERO	PORCENTAJE
Alimentación		
Salud		
Educación		
Vivienda		
Transporte		
Seguridad		
Vestimenta		
Todas las anteriores	70	100%
Total	70	100%



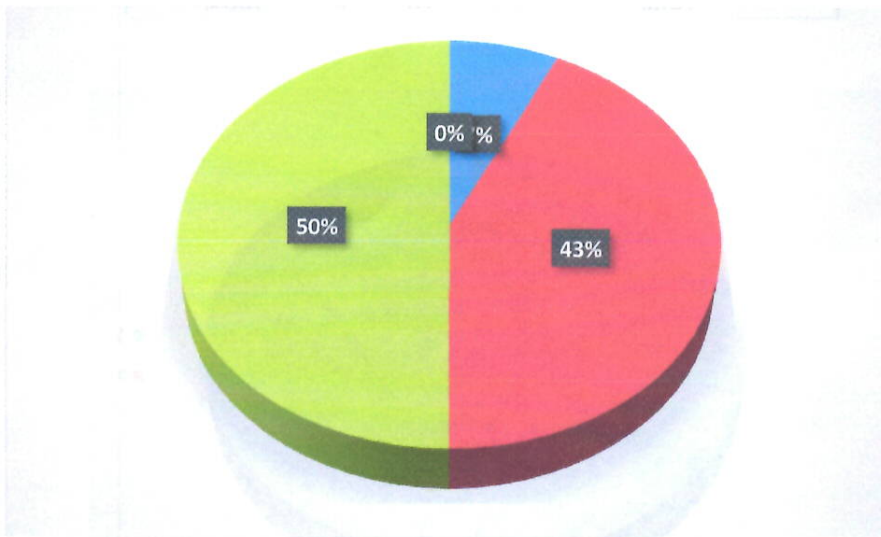
Análisis e interpretación

De acuerdo a las encuestas realizadas pudimos ver que el 100% señalan en qué condiciones de vida ha influenciado su emprendimiento tanto en Alimentación, Salud, Educación, Vivienda, Transporte, Seguridad, Vestimenta ya esto les ha permitido seguir subsistiendo y sobresaliendo con su empresa.

PREGUNTA N° 40

¿EN QUE PORCENTAJE AFECTO LA PANDEMIA EN SU EMPRENDIMIENTO?

OPCIÓN	NUMERO	PORCENTAJE
Menos del 10%	5	7%
Entre el 10% y 25%	30	43%
Entre el 25% y 50%	35	50%
Más del 50%	0	0%
TOTAL	70	100%



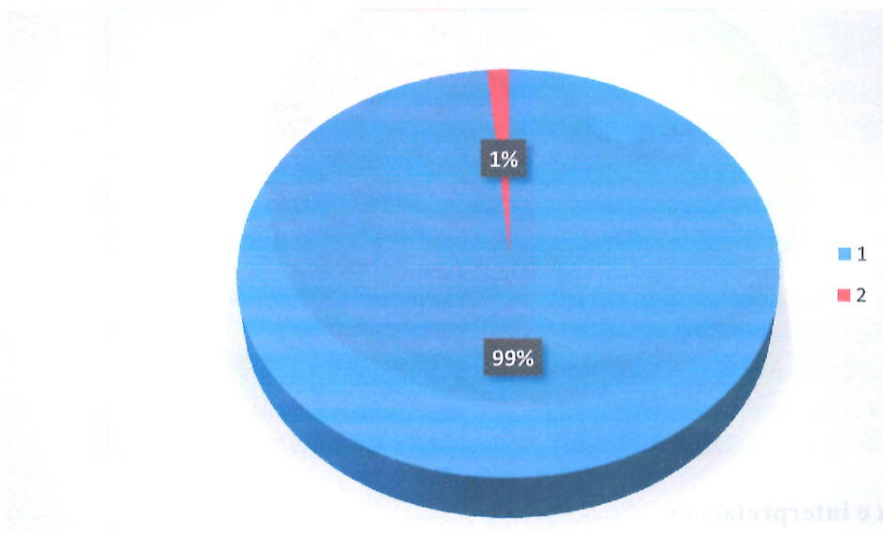
Análisis e interpretación

De acuerdo a las encuestas realizadas pudimos ver que entre el 25% a 50% se dio a conocer que un 50% afecto la pandemia en su emprendimiento ya que por esa razón han tenido que bajar precios o hasta incluso cerrar su empresa por falta de ingresos.

PREGUNTA N° 41

ESTARÍA DE ACUERDO QUE SE FOMENTE ACTIVIDADES EMPRESARIALES QUE AYUDEN AL FORTALECIMIENTO DE SU EMPRENDIMIENTO.

CONCEPTO	NUMERO	PORCENTAJE
Si	69	99%
No	1	1%
Total	70	100%



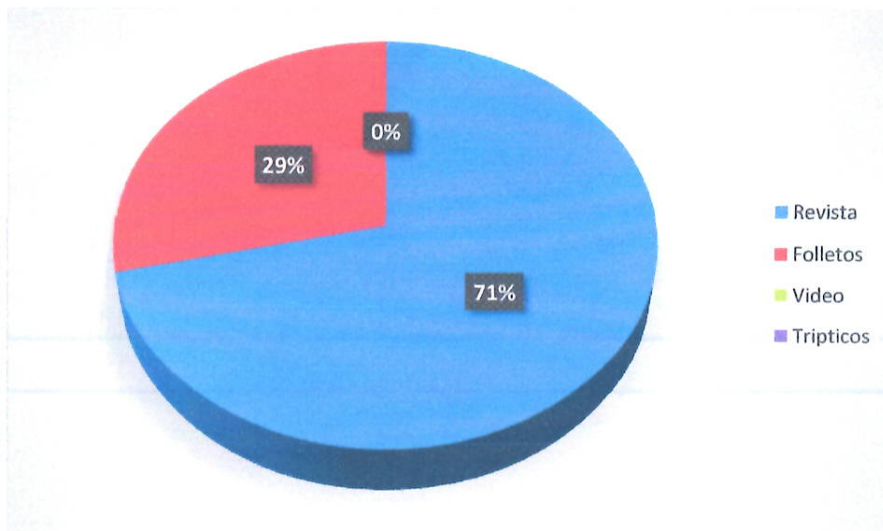
Análisis e interpretación

De acuerdo a las encuestas realizadas nos indican que si se podría imprimir actividades empresariales que ayudaran a la parroquia Magdalena, solo un porcentaje no esta de acuerdo talvez sea porque desconozcan de lo que se pretende realizar, cabe destacar que esto ayudara a la parroquia a fomentar mas en sus actividades dependiendo de cualquier actividad que se desarrolle en beneficio de cada uno.

PREGUNTA N° 42

SEÑALE CUAL DE LAS SIGUIENTES ACTIVIDADES EMPRESARIALES SERIA MAS FACTIBLE PARA SU EMPRENDIMIENTO.

OPCIÓN	NUMERO	PORCENTAJE
Revista	50	71%
Folletos	20	29%
Video	0	0%
Tripticos	0	0%
TOTAL	70	100%



Análisis o interpretación

Con estas encuestas realizadas a la parroquia de la Magdalena podemos determinar que la mayoría dicen que sería más factible que se realicen las revistas como en segundo lugar los folletos, las revistas ayudarían a la parroquia para presentar sus emprendimientos y así de esta manera serían más factibles. Con un 71% de acuerdo a los resultados obtenidos mediante las encuestas.

G

5.1. Resultados del cumplimiento de indicadores del proyecto						
Programa / proyecto		Informe				
Objetivos o Resultados y Porcentaje de cumplimiento o	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 Docente de la Carrera aporten con sus conocimientos al proyecto, en su etapa de recopilación y procesamiento de la información	100 % cumplimiento	Solicitud	<ul style="list-style-type: none"> • PDOT de la Magdalena. • Ley de Emprendimiento e Innovación • Ley de Fomento Productivo. • Clasificación CIU 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de información en sitios Web del GAD la Magdalena • Horario de clases de estudiantes y docentes. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Trabajo en equipo organizado ➤ Utilización eficiente de los equipos por parte de los estudiantes. ➤ Fortalecer el conocimiento de los estudiantes sobre el turismo de la provincia de Bolívar, a través páginas web
R2 (%)	El 100% de los estudiantes y los Docentes	100 % cumplimiento	Estructura del Plan de Fortalecimiento	Estructura de la	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de Información 	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación por vía telefónica

<p>En el diagnóstico se consideran los puntos esenciales del análisis y se estructura los programas precisos para el fortalecimiento empresarial.</p>	<p>de la Carreras aporten con sus conocimientos al proyecto para la elaboración de programas que colaboren al fortalecimiento o empresarial</p>		<p>FORTALECIMIENTO DE ACTIVIDADES EMPRESARIALES DEL PROYECTO</p> <ul style="list-style-type: none"> • TEMA • INTRODUCCIÓN • Objetivos • Propuesta • Programas • Subprogramas • Presupuesto • ESTRATEGIAS • PRODUCTOS • COMUNICACIONALES • MATERIAL PROMOCIONAL 	<p>en sitios web y dificultad para movilización hacia la parroquia de la Magdalena</p>	<p>con el Departamento de Catastros en el GAD Magdalena.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Trabajos de investigación teóricos para el Informe. • Trabajo coordinado con el Ing. Mario Escobar de la carrera de Administración de empresas • Realización de cronograma del Proyecto.
<p>R3 (%) Se elaboren y diseñen los</p>	<p>El 100% de los estudiantes y docentes aportaron con</p>	<p>100 % cumplimiento</p>	<p>Reunión de revisión y corrección de Proyecto.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Presentación de las actividades realizadas al Docente 	<ul style="list-style-type: none"> • Dificultad de conectividad al momento de la 	<ul style="list-style-type: none"> • Facilidad y apertura de parte del Ing. Mario Escobar para

<p>productos comunicacionales que fortalezcan el turismo y las actividades comerciales.</p>	<p>ideas sobre el diseño y estructuración de los productos comunicacionales</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Seguimiento de las actividades realizadas • Revisión de las actividades realizadas • Corrección de las actividades realizadas por los estudiantes. 	<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>R4 (%) 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>	<ul style="list-style-type: none"> • Clasificación de las actividades empresariales en la Patente 2020 • Asignación de encuesta por estudiante. • Encuestas de aplicadas de manera presencial. 	<ul style="list-style-type: none"> • Poca Colaboración al momento de la ejecución de las encuestas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Planificación y distribución de encuestas. • Aplicación de encuestas por la Clasificación CIU • Convalidación de resultados para verificar el avance del proyecto.

--	--	--	--

Fuente: <<Proyecto de Vinculación>>

6. INFORME ECONÓMICO					
<i>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.</i>					
6.A. PRESUPUESTO USADO CON CARGO A LA UEB					
1. SUMINISTROS DE OFICINA					
Concepto	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Total	
Papel bond 75 gr	Unidad	3	2,30	6,90	
Cartulinas A4 Kimberly	Unidad	50	0,02	1,00	
Marcadores permanentes	Unidad	9	0,23	2,07	
Esferográficos	Unidad	10	0,08	0,80	
Lápiz con borrador	Unidad	10	0,06	0,60	
Masking	Unidad	1	0,58	0,58	
Carpeta de cartón con vincha	Unidad	10	0,07	0,70	
				Total (6.A.1)	12,65
2. BIENES Y/O EQUIPOS CON CARGO A LA UEB					
<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 -
Total (6.A.2)				0

TOTAL 6.A PRESUPUESTO CON CARGO A LA UEB (\$ USA) 6.A.1+ 6.A.2 0

6.B. PRESUPUESTO CON CARGO A LA CONTRAPARTE

1. SUMINISTROS DE OFICINA

Concepto	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Total
0	0	0	0	0
				0
				0
Total (6.B.1)				0

2. BIENES Y/O EQUIPOS CON CARGO A LA CONTRAPARTE

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

Concepto	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Total
0 -	0 -	0 -	0 -	0 -
Total (6.B.2)				0

TOTAL 6.B PRESUPUESTO CON CARGO A LA CONTRAPARTE (\$ USA) 6.B.1+ 6.B.2 0

TOTAL PRESUPUESTO EJECUTADO DURANTE EL PROYECTO (\$ USA) 6.A+ 6.B 12,65

PRESUPUESTO EJECUTADO DURANTE EL PROYECTO (\$ USA)	6.A+ 6.B	12,65
---	-----------------	--------------

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Entre las Conclusiones podemos mencionar las siguientes:

- 1- La Clasificación de Actividades Empresariales CHU, contiene información esencial para conocer el tipo de actividad económica que existe en el Ecuador.
- 2- El trabajo en equipo quedó demostrado al elaborar los programas de fortalecimiento empresarial
- 3- 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- Es necesario trabajar en equipo para cumplir con lo propuesto en cada objetivo, meta e indicador del proyecto
- 2- Hay que integrar de manera consecutiva los productos comunicacionales para beneficio de las actividades empresariales de la parroquia de La Magdalena.
- 3- Todo proyecto que se plantee y ejecute debe ser evaluado tanto por los participantes como por los beneficiarios directos e indirectos

8. ANEXOS

Guaranda, 18 de Febrero del 2022

Ing. Marcelo Vilcacundo MsC

Director del Departamento de Investigación y Vinculación de la UEB

Presente

De nuestras consideraciones:

Reciba un atento y cordial saludo, por este medio le presento el listado de estudiantes que participan en el proyecto de vinculación titulado: "FORTALECIMIENTO DE ACTIVIDADES EMPRESARIALES EN LA PARROQUIA DE LA MAGDALENA, PROVINCIA BOLÍVAR, PERIODO 2021-2022". Como Coordinador de este proyecto doy fe de que dichos estudiantes están cumpliendo con todas las labores estipuladas en el proyecto y en el tiempo previsto, hasta el momento hemos cumplido con 160 horas, de lo cual tenemos las evidencias correspondientes, según lo estipulado en el sistema y reglamento de Vinculación de la UEB.

Y cumplen con todos los requisitos de la Facultad de Ciencias Administrativas por lo que están habilitados para la emisión u obtención de los certificados correspondientes.

N°	Nombres y Apellidos	Cédula	Ciclo	Teléfono
1	Amaguaña Evase Klever Mauricio	1725223307	Séptimo	0959769614
2	Chileno Rochina Alexa Nathaly	0250355013	Séptimo	0991687808
3	Chileno Rochina Doris Estefania	0202548616	Séptimo	0985585108
4	Quilligana Chileno Vanesa Lizbeth	0250276326	Séptimo	0989500519
5	Quishpe Chimbo Alex Geovanny	0250320843	Séptimo	0995678606
6	Vera Marcillo Willington Leonardo	0927779678	Séptimo	0988336075
7	Vizquete Tandalia Margarita Elizabeth	1725795668	Séptimo	0969756344
8	Zúñiga Vásquez Melani Coraima	0705926970	Séptimo	0963266963

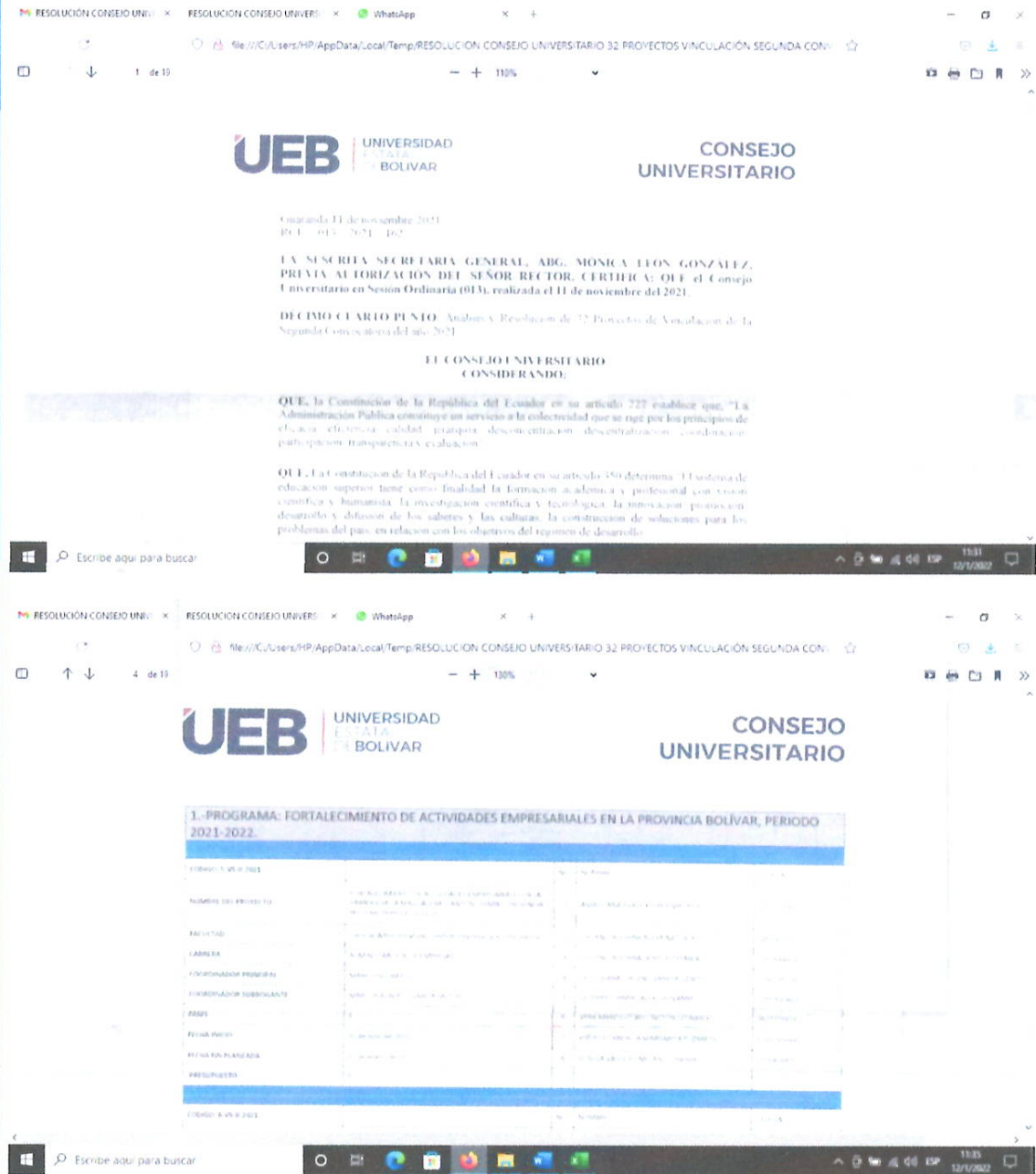
Deseándole éxitos en sus labores cotidianas, se despide

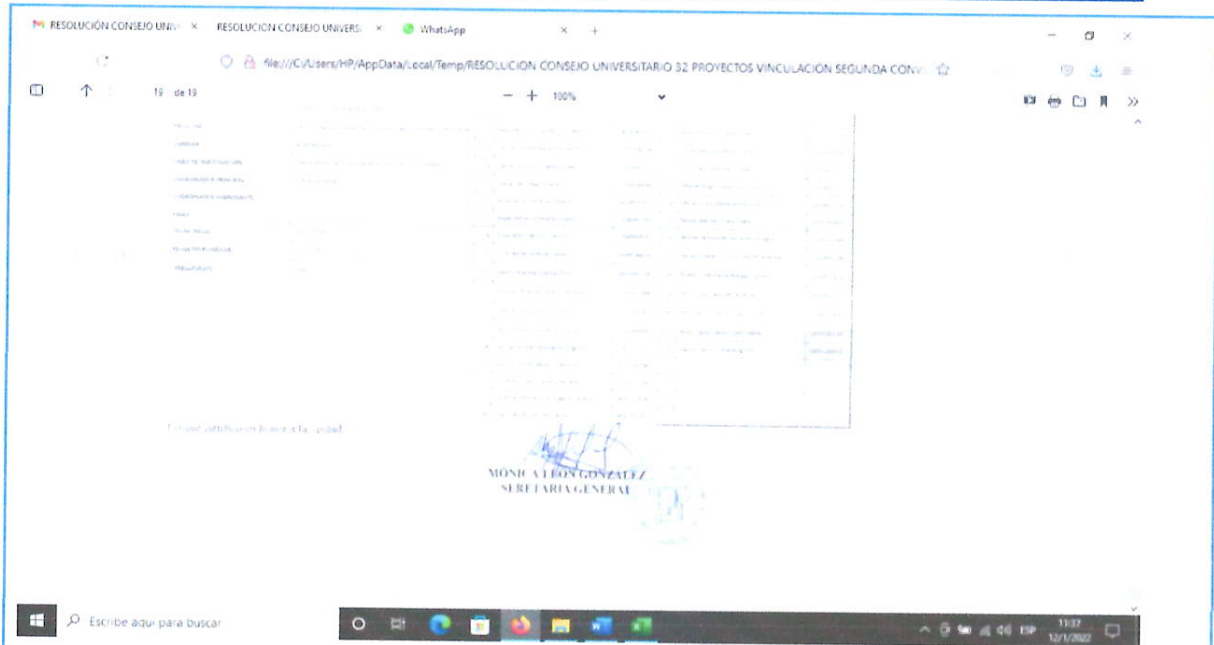
Atentamente

Profesor Ing. Mario E. Escobar G

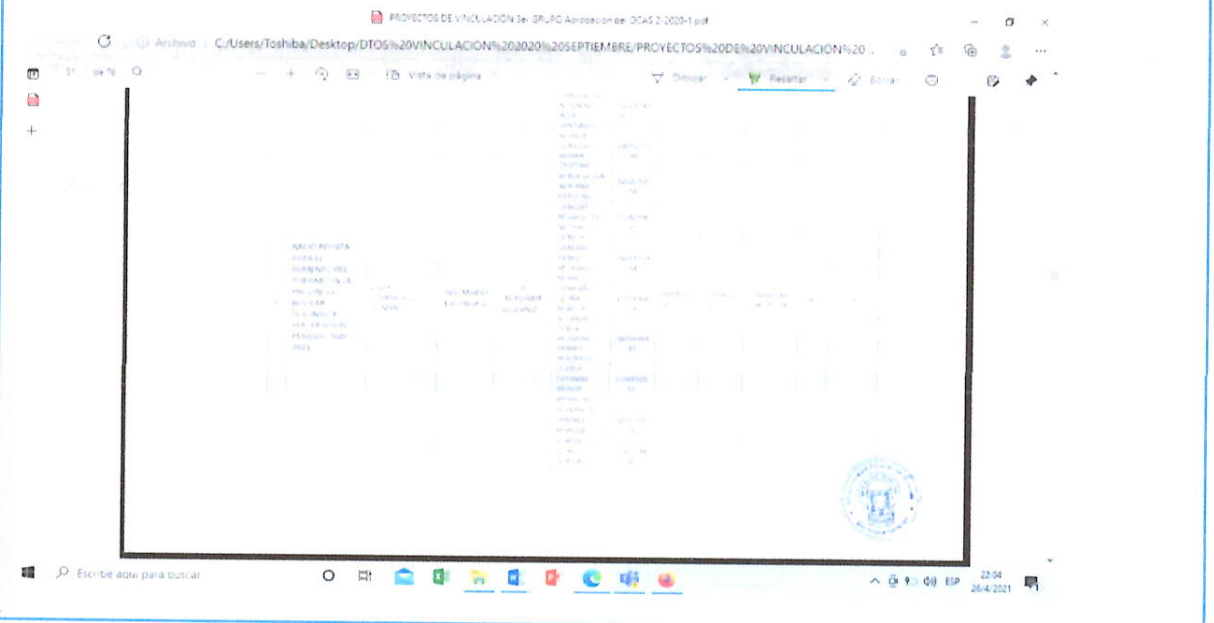
Teléfono: 0997835864

Anexo Capturas de las Resoluciones de Consejo Universitario citadas en el Informe



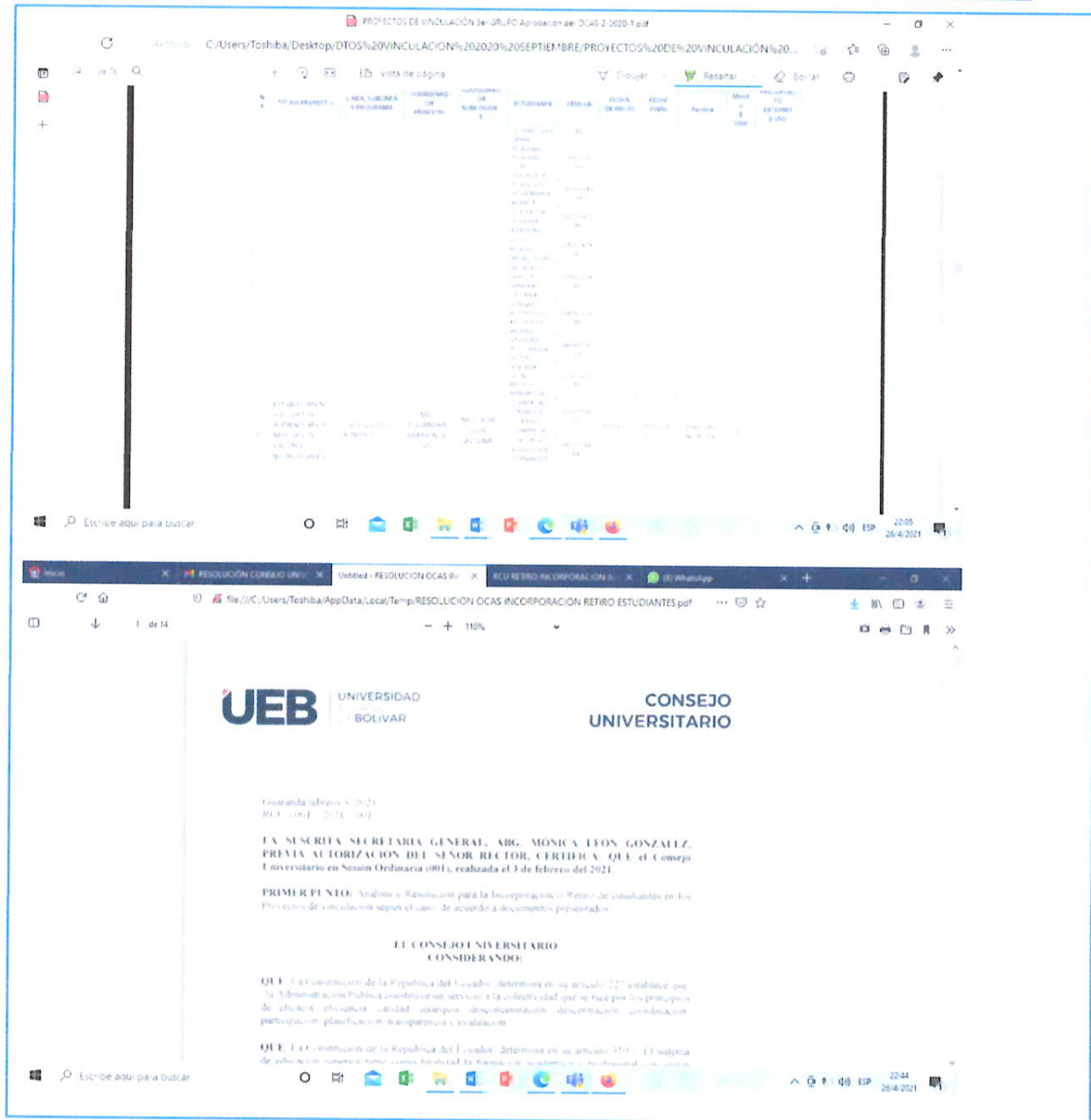


Otros anexos



The image shows two screenshots of a web browser displaying a table of research projects. The table is titled 'UNIVERSITARIO' and contains the following columns: N° DE PROYECTO, LINEA, SUBLINEA Y PROGRAMA, CATEGORÍA DE PROYECTO, COORDINADOR DE SUBGRUPO, ESTUDIANTE, CELULA, FECHA DE INICIO, FECHA FIN, RESUMEN DE LOS RESULTADOS, MONEDA, and VALOR ESTIMADO. The top screenshot shows the first 10 rows of the table, and the bottom screenshot shows the last 10 rows. The table is displayed in a web browser window with a search bar and navigation buttons. The date and time shown in the bottom right corner of both screenshots is 22:04 26/4/2021.

N° DE PROYECTO	LINEA, SUBLINEA Y PROGRAMA	CATEGORÍA DE PROYECTO	COORDINADOR DE SUBGRUPO	ESTUDIANTE	CELULA	FECHA DE INICIO	FECHA FIN	RESUMEN DE LOS RESULTADOS	MONEDA	VALOR ESTIMADO
1										
2										
3										
4										
5										
6										
7										
8										
9										
10										
11										
12										
13										
14										
15										
16										
17										
18										
19										
20										



UEB UNIVERSIDAD ESTADAL DE BOLIVAR

CONSEJO UNIVERSITARIO

1 SOLICITUDES DE INCORPORACIÓN Y DESINCORPORACIÓN DE ESTUDIANTES DE LOS PROYECTOS DE VINCULACIÓN APROBADOS

N	Solicitante	Proyecto	Fecha de Aprobación	Cambio que solicita de la lista aprobada	Estudiante	Cédula
1	ING. MARIO ESCOBAR G.	RADIO REVISTA PARA EL FOMENTO DEL TURISMO EN LA PROVINCIA BOLIVAR, SEGUNDO Y TERCER GRUPO PERIODO 2020-2021	10/11/2020 RE. U. 015-2020-130	DESINCORPORACIÓN	CERRIO CAYAMBE BRIGIDY AMANDA	120082523
					FERRER LÓPEZ PAUL ESTEBAN	1114812173
					TISALEMA USAI FIMA CORO ESCOBAR TILA	186121069
					VARGAS RODRIGUEZ KATHERINE ARIAGAL CAYAMBE LUMBE MARÍA DOLORES	1805031595
					CHANGOLUISA BÁEZ BRINDA MARIELA	0202415075
					SALAZAR IBARRA FRANKLIN EDUARDO	0202507863
2	ING. MARIO ESCOBAR G.	RADIO REVISTA PARA EL FOMENTO DEL TURISMO EN LA PROVINCIA BOLIVAR, SEGUNDO Y TERCER GRUPO PERIODO 2020-2021	10/11/2020 RE. U. 015-2020-130	INCORPORACIÓN	TRISANO PINNA OSCAR OSWALDO	0202497198
					ZARUMA CHARQUAMAN CRISTHIAN ALEXANDER	0210243235
					BAYAS RODRIGUEZ	1111111111

CONSTRUYAMOS EL APRENDIZAJE

Guaranda, 18 de febrero de 2022

Sr.

ROLANDO MAYORGA

PRESIDENTE DE LA JUNTA PARROQUIAL DE LA MAGDALENA

Presente

De mi consideración:

Reciba un atento y cordial saludo de las Autoridades y Directivos de la Universidad Estatal de Bolívar y a la vez muchos éxitos en sus delicadas funciones en beneficio de la Colectividad

La presente tiene bien comunicarle que los estudiantes de la Universidad deben realizar Actividades de Vinculación con la Colectividad y se ha aprobado el proyecto titulado **Fortalecimiento de Actividades Empresariales en la parroquia la Magdalena, Provincia Bolívar, Periodo 2021-2022**, por lo que acudimos a usted y por su intermedio al Director del Departamento de Avalúos y Catastros para que nos proporcione información sobre quienes pagan la patente para realizar actividades empresariales y generen una dinamia en el sector económico, de tal manera que posteriormente los clasificaremos de acuerdo al INEC por Ramas de Actividad y realizar las actividades programadas

Una vez que se culmine con la investigación que comprende:

1. Diagnóstico
2. Pronóstico
3. Elaboración de Productos Comunicacionales

En el tercer punto nos comprometemos a remitir y entregar al Gad como productos comunicacionales lo siguiente:

- Un Afiche Promocional del Ciudad
- Un Afiche Promocional por Rama de Actividad Empresarial
- 1 Trípticos por Rama de Actividad Empresarial
- 1 Dípticos por Rama de Actividad Empresarial
- 1 Spots Publicitarios por Rama de Actividad Empresarial
- Dos Folletos de la Actividad Empresarial que contendrá:
 - Intro o Portada
 - Presentación
 - Índice
 - Editorial
 - Caminos de Aventura
 - El Entrevistado en Acción que será un Emprendedor
 - Fomento a la Microempresa

- Capacitación en Temas de Administración, Finanzas, Contabilidad
- Fundamentación Legal
- Nuestros Talentos (Reportaje de Artistas Locales)
- Cuidando Nuestros Recursos
- Notas curiosas
- Promociones y propaganda
- Créditos

Este proyecto comprende un espacio de Fomento a la Microempresa, Los Emprendimientos por lo que abarcará la Geografía, Historia, Gastronomía, Capacitación en temas de Administración, Finanzas en sus Negocios, Contabilidad Básica, Liderazgo, El éxito Empresarial, Como mejorar las Ventas, el Comercio Digital, Como vender en época de Crisis, el Financiamiento como una herramienta de Gestión

Los actores o gestores sociales podrán observar la página que se creará y en la Sección de Productos Comunicaciones los Afiches, Trípticos, Dúpticos, Vallas Informativas, Spots Publicitarios, Folletos y Videos de corta duración respecto de la Geografía, Historia, Gastronomía, Emprendimientos e información que les permita fortalecer sus negocios.

Para ello existen estudiantes del cantón que por las situaciones de orden sanitario y económico están recibiendo sus clases virtuales, de tal manera que son los encargados de desarrollar las tareas investigativas primarias

Seguro de contar con su beneplácito y cualquier circunstancia o información estamos atentos a brindar por los mis datos son los siguientes

Profesor Ing. Mario E. Escobar G

Teléfono: 0997835864


Cédula: 0200886844

Correo electrónico: mescobar@ueb.edu.ec

Correo electrónico: samytour_2006@Yahoo.es

Observaciones

Firma de Coordinador Principal



Fecha de entrega: 14/03/2022

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

ANEXOS

