



<< FORTALECIMIENTO DE ACTIVIDADES EMPRESARIALES DE LA
PARROQUIA SANTIAGO, PROVINCIA DE BOLÍVAR PERÍODO 2021-2022 >>

I. DATOS INFORMATIVOS DEL PROYECTO

Identificador	Descripción		
Código del Programa o Proyecto:	8-VS-II-2021		
Nombre del Programa o Proyecto:	FORTALECIMIENTO DE ACTIVIDADES EMPRESARIALES EN LA PARROQUIA SANTIAGO, PROVINCIA DE BOLÍVAR EN EL PERIODO 2021- 2022.		
Línea y sub-línea de Vinculación:	Desarrollo Humano		
Programa de Vinculación:	Gestión de Ciencias Económicas y Administrativas		
Campo Amplio de conocimiento:	Ciencias Sociales		
Campo específico de conocimiento:	Administración		
Campo detallado de conocimiento:	Emprendimiento, Economía Popular y Solidaria		
Alcance Territorial logrado:	Internacional () Nacional ()	Regional (x) Provincial (x)	Cantonal (x) Institucional ()
Carreras que participaron:	Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática – Carreras: Ingeniería Comercial, Licenciatura en Administración de Empresas, Comunicación Social.		
Coordinador Principal:	Ing. Mario Escobar G		
Coordinador Alterno:	Ing. Marlon García		



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR
DIRECCION DE INVESTIGACIÓN Y VINCULACIÓN
FORMATO N.º 3 INFORME FINAL DE PROGRAMA Y/O PROYECTO



Cobertura y Localización: (ubicación geográfica)	Provincia: Bolívar Parroquia: Santiago Zona: Urbana
Presupuesto Utilizado:	Del Asignado por la UEB: 13,77 Del Asignado por la Contraparte: 0 Total, de Presupuesto: 13,77
Periodo total de ejecución:	11 de noviembre 2020 al 14 de febrero del 2022
Fases cumplidas (Horas cumplidas)	Una
Número de docentes participantes:	2
Número de estudiantes participantes:	9
Comunidad beneficiaria	Parroquia Santiago
Número de beneficiarios directos e indirectos	149
Convenio de respaldo	Si



2. GENERALIDADES

En el Ecuador, el ciudadano en general muestra un espíritu emprendedor, sin embargo, se ha podido observar durante los años que los obstáculos no están exentos en presentarse a pesar de la energía y ganas del emprendedor. Un emprendedor debe tener en cuenta factores como el financiamiento, la determinación, posibilidades de alcance, entre otros, lo que permite que se encaminen hacia la sostenibilidad y el éxito.

La situación de los emprendimientos de la parroquia “SANTIAGO” es escaso, existen pocos emprendimientos en el sector, la mayor parte de la población sale a trabajar fuera de la parroquia y los pocos emprendimientos locales, no cuentan con el apoyo suficiente para crecer e incrementar su desarrollo económico.

Hay que recalcar que el emprendimiento es de suma importancia para el país debido a que permite el crecimiento económico y constituyen mejores posibilidades para aquellos que buscan independización y empleo. En nuestro país, se tiene como tendencia que 87 de cada 100 personas, son mujeres las que llevan a cabo actividades de emprendimiento.

La parroquia de Santiago goza de una variedad de actividades empresariales surgidas durante el transcurso del tiempo como fruto del esfuerzo y la independencia que busca la ciudadanía, con el fin de generar utilidad y beneficio. Esta situación nos permite comprender el desarrollo empresarial como fuente económica, por lo que la necesidad de elevar sus productividad y competitividad genera un ambiente favorable para que el sector público y privado realice programas de fortalecimiento empresarial.

La población en general, específicamente aquellas personas que mantienen algún tipo de emprendimiento en la parroquia de Santiago deben tener la facilidad de que accedan a un programa de fortalecimiento de actividades como beneficio a sus actitudes y aptitudes empresariales. Como resultado de esto, la ciudadanía de Santiago podrá encaminarse de mejor manera hacia un objetivo más profundo, mediante el apoyo de los productos promocionales que incentiven sus actividades.



A razón de dar solución a esta problemática, es importante promover una alta participación de los entes como el Gobierno Provincial, la Junta Parroquial, algunos ministerios como el MAGAP, el MIES, etc., para que asocien a los distintos actores o gestores del tejido empresarial a una iniciativa de fortalecimiento de la gestión empresarial mediante el uso de distintas herramientas y la realización de distintas actividades encaminados a ello.

La elaboración del presente trabajo busca crear un espacio entre los emprendedores, Comerciantes Formales o Informales, pequeños Industriales, Artesanos, Agrícolas y Turísticos, para brindar información que permita impulsar a desarrollar programas de fortalecimiento empresarial.

El problema planteado fue:

Insuficiente desarrollo de las Actividades Empresariales en la parroquia de Santiago por la carencia de programas de Fortalecimiento en el sector privado.

Entre las Causas y Efectos que sustentan ese problema son:

Causas

- Los emprendedores no tienen un enfoque y cultura empresarial que va más allá de tener un espacio físico.
- Falta de apoyo y trabajo por parte de las autoridades e instituciones competentes.
- Los emprendedores no se encuentran capacitados en las distintas áreas que involucra la actividad empresarial.
- Impacto negativo en el rendimiento empresarial.
- Carencia de capital de trabajo.
- No existen planes adecuados para la implementación de un plan de fortalecimiento.
- Desconocimiento de varios métodos de impulso empresarial.

Efectos

- Existencia de un ecosistema empresarial basado en empirismo.
- Escasa apropiación tecnológica para hacer uso de productos comunicacionales.
- No existen líneas estratégicas ni créditos favorables para mejorar las actividades



empresariales.

3. OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Generar productos comunicacionales para la promoción e impulso de las Actividades Empresariales en la parroquia de Santiago en el periodo del 2021-2022.

Se elaboró una serie de productos comunicacionales con el propósito de ser entregados en el GADs Parroquial de Santiago y a la vez que estos puedan darse a conocer a los emprendedores de la ciudad, como también a las personas interesadas en querer formar un micro emprendimiento.

Entre los programas que se desarrollaron se mencionan los siguientes:

Visita al presidente y vocales de la junta Parroquial de Santiago.

Aplicación de las encuestas a los emprendedores de la parroquia.

Dialogo en la parroquia con los emprendedores y autoridades del GAD Parroquial.

Entrega de afiches publicitarios de la parroquia.

Socialización de revistas comunicaciones de las actividades que se realizan en la parroquia y los principales emprendimientos.

Exposición de trípticos para publicidad de la parroquia a los moradores.

Exposición de dípticos para publicidad de la parroquia a los moradores

Charlas con los emprendedores de la zona y en la feria agrícola.

Exposición del spot radial para la parroquia a los moradores.



Entrega de productos comunicacionales a las autoridades del Gad parroquial, emprendedores y moradores de la parroquia.

Entrega de todos los afiches, dípticos, trípticos, spot y revistas al presidente de la parroquia Santiago.

Objetivos Específicos

Objetivos Específicos 1: Establecer la Información de las actividades empresariales de la parroquia para agruparlos por rama de actividad.

- Para el levantamiento de la información de las actividades empresariales se recurrió a realizar encuestas a los propietarios que realizaban actividades relacionadas a manufactura y en algunos casos negocios de servicio.
- Se realizó la agrupación de los emprendimientos por ramas de actividad, tanto para facilitar la recopilación de datos como para realizar su respectivo análisis sobre el comportamiento económico que tienen alrededor del entorno.

Objetivos Específicos 2: Elaborar un Plan de Fortalecimiento en función del Diagnóstico Empresarial detectado.

- Para la elaboración del plan de fortalecimiento se realizó un diagnóstico empresarial, en el cual se identifica y establece las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que influyen en el desarrollo de los emprendimientos de la parroquia Santiago. En base a lo estudiado y al análisis realizado se elabora el plan de fortalecimiento el cual consta de una serie de productos comunicacionales que permitan potencializar los recursos con los que algunos negocios cuentan y de alguna manera afrontar las debilidades y amenazas aplicando estrategias empresariales actuales.

Objetivos Específicos 3: Estructurar un Paquete de Productos Promocionales para que la parroquia de Santiago integre su actividad empresarial.



Entre los Productos Esperados se plantean:

1. Realizar el Diagnóstico
2. Elaborar el pronóstico o Plan de Fortalecimiento estándar para las actividades empresariales
3. Elaborar productos comunicacionales que contendrá en un Primer Capítulo y de carácter general lo siguiente:
 - Un Afiche Promocional de la parroquia Santiago
 - 1 afiche Promocional por Rama de Actividad Empresarial
 - 3 dípticos promocionales por Rama de Actividad Empresarial
 - Spots publicitarios
 - de la actividad empresarial
 - 3 revistas digitales de la actividad empresarial de la parroquia

En cuanto a los productos promocionales mencionados anteriormente se realizaron todos en conjunta colaboración con el tutor de vinculación al proporcionarnos algunos ejemplos que nos sirvieron de guía para la elaboración de nuestros propios productos promocionales.

Objetivos Específicos 4: Evaluar el Impacto del programa de fortalecimiento empresarial en la parroquia Santiago.

En este caso no existe una evaluación del impacto que generarán los programas de fortalecimiento empresarial debido a que aún no han sido entregados a las autoridades pertinentes del GADs Parroquial de Santiago.

4. GRADO DE IMPACTO DEL PROYECTO

IMPACTOS ESPERADOS

A continuación, se describe algunos de los impactos que generará la realización de dicho trabajo:



- Se logrará el crecimiento económico ya que la continuidad de los emprendimientos aumenta la competencia, la generación de mejores empleos, la innovación y la diversificación productiva.
- Los emprendedores fomentan el cambio social puesto que apoyan la independencia de los sistemas y tecnologías obsoletas, mejorando la calidad de vida y libertad económica.
- En gran medida generará un impacto positivo en los estudiantes a cargo de la elaboración del proyecto, contando con la presencia y apoyo colaborativo de un total de 9 estudiantes, en el cual se destaca un aspecto importante que es la organización, el liderazgo y el mantener buenas relaciones con las personas que integran un grupo para llevar a cabo el cumplimiento de dichas actividades.
- Se pretende que la elaboración del proyecto genere impacto en los habitantes de dicha parroquia, a través de informar aspectos relevantes y útiles en la administración y gestión de un emprendimiento que en sí permiten a una empresa poder mantenerse en el mercado debido a la alta competencia existente hoy en día.
- Los emprendedores desarrollan la sociedad alimentando las iniciativas empresariales, invirtiendo en proyectos comunitarios lo que a su vez permite el desarrollo de las empresas en la parroquia Santiago.

5. RESULTADOS OBTENIDOS

1. Cuadros y gráficos estadísticos con su respectiva interpretación; ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS EN LA PARROQUIA SANTIAGO DESPUÉS DE LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO

Pregunta 1. Nombre del Emprendimiento

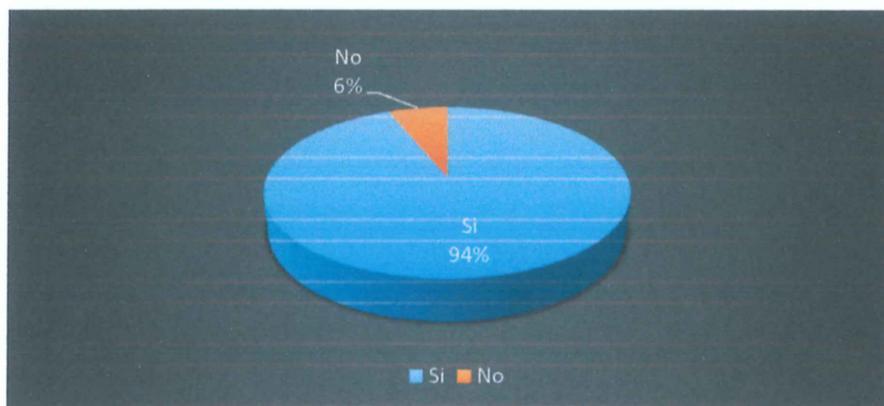
Tabla 1: Nombre del Emprendimiento

Nombre del emprendimiento			
Opciones	Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Si	15	94%	93,75%
No	1	6%	100%
Total	16	100%	

Fuente: Encuesta a la población de la parroquia Santiago

Elaborado: Equipo Técnico

Gráfico 2: Nombre del emprendimiento



Fuente: Encuesta a la población de la parroquia Santiago

Elaborado: Equipo Técnico

Análisis

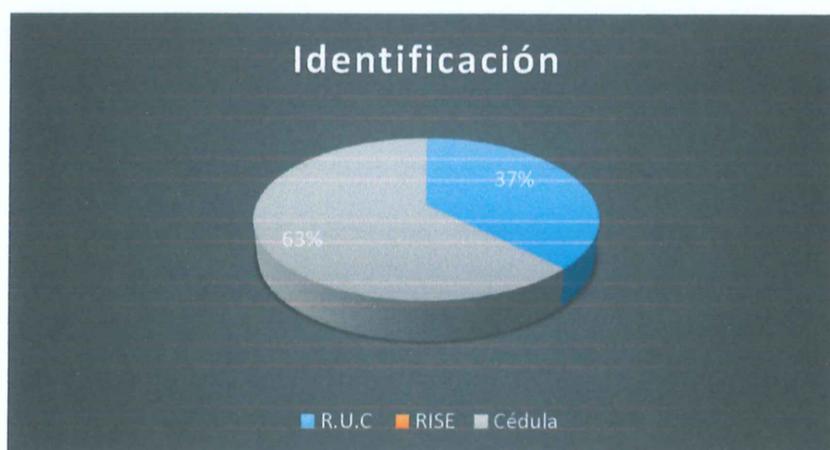
Como se puede analizar mediante la gráfica el 94% de los emprendimientos encuestados en la parroquia cuentan con un nombre que los identifican ante sus clientes, y el otro 6 % representa a los emprendimientos que no se logró obtener información.



PREGUNTA N º 2

Identificación

Identificación			
Opciones	Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
RUC	6	37,5%	38%
RICE	0	0%	38%
Cédula	10	62,5%	100%
Total	16	100%	



Fuente: Encuesta a la población de la parroquia Santiago

Elaborado: Equipo Técnico

Análisis

En este análisis debido a complejidades del entorno por parte de los encuestados, nos ayudaron con la identificación del RUC (Registro único de contribuyente) el 37,5%, con la identificación de cedula dentro de la población con ayudaron con el 62,5%.



PREGUNTA N º 3

Ubicación

Ubicación			
Opciones	Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Bolívar y Sucre	10	62%	62%
Vía San lorenzo	2	13%	75%
24 de octubre	4	25,0%	100%
Total	16	100%	



Fuente: Encuesta a la población de la parroquia Santiago

Elaborado: Equipo Técnico

Análisis

Mediante la gráfica se puede observar que la mayor parte de los emprendimientos manufactureras de la parroquia Santiago se encuentran ubicados en el centro, calles Bolívar y sucre con el 62%, en la vía San Lorenzo con el 13% y en la calle 24 de octubre con el 25%.



PREGUNTA N º 4

¿El local donde funciona es?

¿Local donde funciona?			
Opciones	Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Propio	9	56,3%	56%
Arrendado	7	44%	100%
Total	16	100%	



Fuente: Encuesta a la población de la parroquia Santiago

Elaborado: Equipo Técnico

Análisis

Mediante la encuesta se logró determinar que del 100% de los encuestados el 56% realizan sus actividades comerciales en locales propios y el otro el 44% realizan sus actividades en locales arrendados.



PREGUNTA N º 5

Nombre del Propietario o Gerente

Nombre del Propietario o Gerente			
Opciones	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nombre y Apellido	15	94%	93,75%
No hay datos	1	6%	100%
Total	16	100%	



Fuente: Encuesta a la población de la parroquia Santiago

Elaborado: Equipo Técnico

Análisis

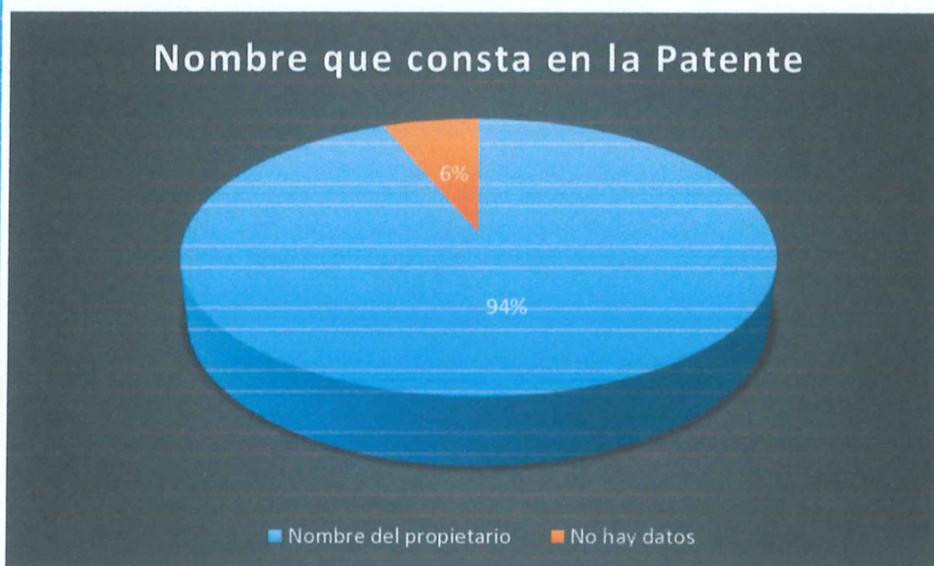
Como se puede apreciar en la gráfica el 46,15% de las encuestas realizadas se logró obtener el nombre del propietario de cada uno de los emprendimientos del sector y el otro 53,85% no se logró recabar información debido a que no se encontraban los dueños en el local.



PREGUNTA N º 6

Nombre que consta la Patente Municipal

Nombre que consta la patente Municipal			
Opciones	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nombre del Propietario	15	94%	93,75%
No hay datos	1	6%	100%
Total	16	100%	



Fuente: Encuesta a la población de la parroquia Santiago

Elaborado: Equipo Técnico

Análisis

Mediante la encuesta se pudo constatar que el 94% de los emprendimientos en la parroquia de Santiago están registrados en el municipio, debido a que nos facilitaron con el nombre con el que están registrados y el otro 6% no se logró recolectar información.



PREGUNTA N º 7

Actividad económica clasificación ciuu			
Opciones	Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Elaboración de productos alimenticios	7	43,8%	44%
Fabricación de prendas de vestir	2	12,5%	56%
Fabricación de productos de plástico y caucho	1	6,3%	63%
Elaboración de bebidas	1	6,3%	69%
Otras industrias manufactureras	5	31,3%	100%
Total	16	100,0%	



Fuente: Encuesta a la población de la parroquia Santiago

Elaborado: Equipo Técnico

Análisis

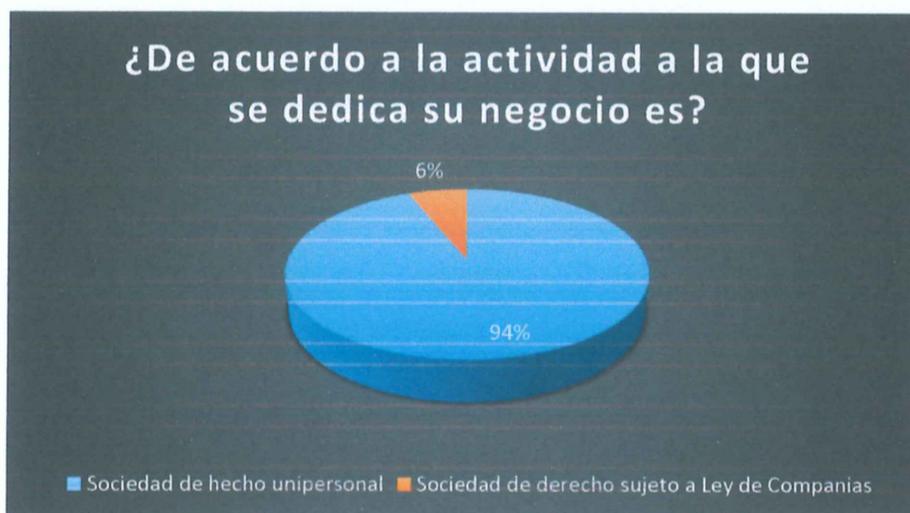
Dentro de la gráfica de la Parroquia Santiago podemos apreciar que, existen más emprendimientos que se dedican a la Elaboración de productos alimenticios, ya que este representa el 43,8% del total de encuestados, luego continúan los emprendimientos de industrias manufactureras con el 31,3%. existen pocos emprendimientos porque la parroquia está constituida por pocos habitantes.



PREGUNTA N º 8

De acuerdo a la actividad a la que se dedica su negocio es

¿De acuerdo a la actividad a la que se dedica su negocio es?			
Opciones	Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Sociedad de hecho unipersonal	15	93,8%	94%
Sociedad de derecho sujeto a Ley de Compañías	1	6,3%	100%
Total	16	100,0%	



Fuente: Encuesta a la población de la parroquia Santiago

Elaborado: Equipo Técnico

Análisis

De acuerdo a la encuesta realizada en la Parroquia Santiago se llegó a determinar que el 93,8% de los emprendimientos son de sociedad de Hecho Unipersonal, esto, según manifestaron los encuestados se debe a la falta de apoyo por parte de las instituciones públicas de la parroquia, ya que no reciben capacitaciones ni ayuda para que pueda crecer la Parroquia en la economía.

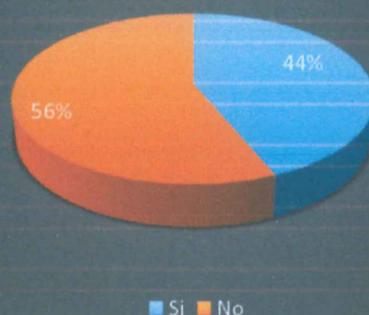


PREGUNTA N º 9

Su negocio se dedica a transformar la materia prima en productos semi o terminados y ofertar a la colectividad

¿Su negocio se dedica a transformar la materia prima en productos semi o terminados y oferta a la colectividad?			
Opciones	Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Si	7	43,8%	44%
No	9	56,3%	100%
Total	16	100,0%	

¿Su negocio se dedica a transformar la materia prima en productos semi o terminados y oferta a la colectividad?



Fuente: Encuesta a la población de la parroquia Santiago
Elaborado: Equipo Técnico

Análisis

Dentro de la parroquia Santiago se dedica un 56,3% a la comercialización de productos terminados, mientras que el 43,8% se dedican a la transformación de materia prima de productos terminados o semiterminados.



PREGUNTA N ° 10

Procesos productivos de transformación			
Opciones	Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Artesanales	11	68,8%	68,8%
Mecánicos	2	12,5%	81%
Automáticos	3	18,8%	100%
Total	16	100,0%	



Fuente: Encuesta a la población de la parroquia Santiago

Elaborado: Equipo Técnico

Análisis

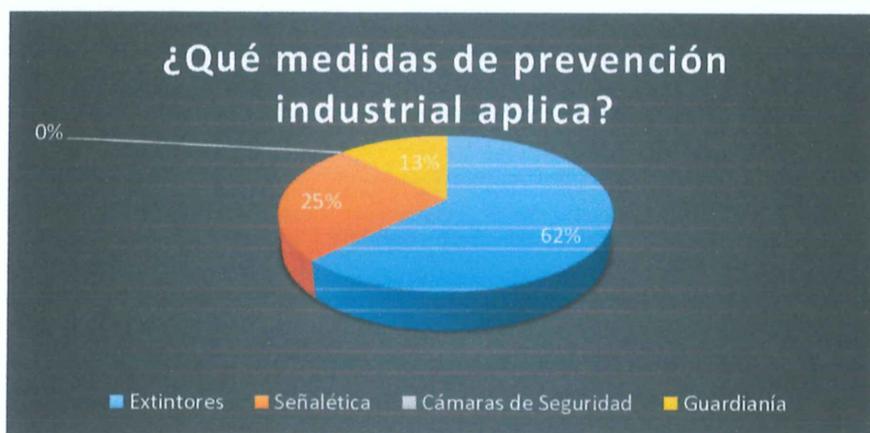
Mediante la encuesta se llegó a determinar que el 68,8% de las personas realizan sus procesos productivos de transformación de forma artesanal, ya que esto debido a la falta de acceso a máquinas actualizadas que ayude a mejorar su trabajo y el 18,8% lo realizan de forma semiautomática y automática.



PREGUNTA N ° 11

¿Qué medidas de prevención industrial aplica?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Extintores	10	62,5%	62,5%
Señalética	4	25,0%	88%
Cámaras de Seguridad	0	0,0%	88%
Guardianía	2	12,5%	100%
Total	16		



Fuente: Encuesta a la población de la parroquia Santiago

Elaborado: Equipo Técnico

ANÁLISIS

Mediante la encuesta se logró determinar que los emprendimientos del sector manufacturera si aplican las medidas de prevención industrial dentro de ella, las más utilizados son extintores y representan el 62,5% y las señaléticas que según la gráfica representa el 25%% y locales comerciales con el 12,5% esto debido a que consideran que sus locales o instalaciones no son tan amplios.



PREGUNTA N º 12

¿Los materiales de construcción de su negocio son?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Madera	2	12,5%	12,5%
Cemento	4	25,0%	38%
Madera y Cemento	10	62,5%	100%
Total	16	100%	



Fuente: Encuesta a la población de la parroquia Santiago
Elaborado: Equipo Técnico

Análisis

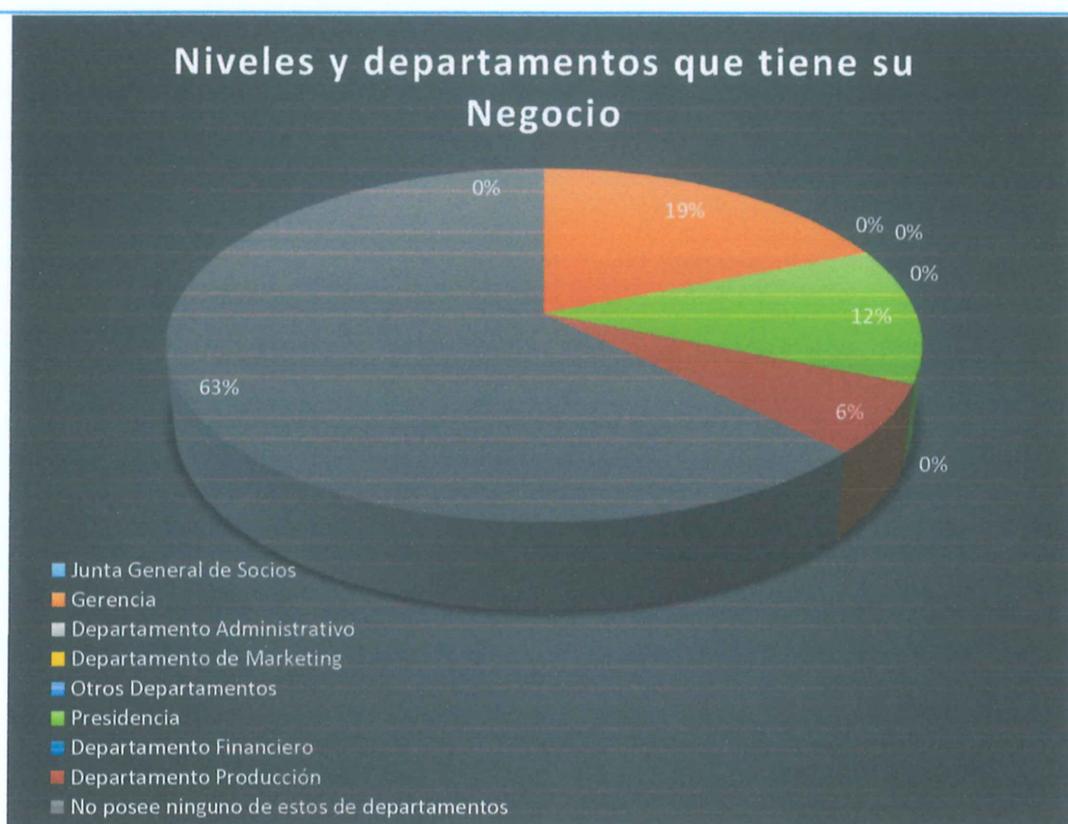
Con respecto a la infraestructura, mediante la encuesta se logró determinar que 62,5 de los locales que se dedican a las actividades comerciales son construidas a base de cemento y Madera el 25% de cemento, esto nos da a entender que busca la seguridad de cada de los clientes.



PREGUNTA N º 13

Niveles y departamentos que tiene su Negocio

Opciones	Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Junta General de Socios	0	0,0%	0,0%
Gerencia	3	18,8%	19%
Departamento Administrativo	0	0,0%	19%
Departamento de Marketing	0	0,0%	19%
Otros Departamentos	0	0,0%	19%
Presidencia	2	12,5%	31%
Departamento Financiero	0	0,0%	31%
Departamento Producción	1	6,3%	38%
No posee ninguno de estos de departamentos	10	62,5%	100%
Total	16	100,0%	



Fuente: Encuesta a la población de la parroquia Santiago

Elaborado: Equipo Técnico

Análisis

Como se puede observar en la gráfica, los locales de transformación y comercialización de productos de la parroquia Santiago, no cuentan con departamentos ya que los negocios son familiares en donde se representa el 62,5%. Dentro de los negocios más grandes solo el 19% tiene gerencia en su negocio.



PREGUNTA N º 14

Contacto de la empresa			
Opciones	Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Teléfono	12	75,0%	75,0%
Correo electrónico	2	12,5%	88%
Página Web	1	6,3%	94%
Todo	1	6,3%	100%
Total	16	100,0%	



Fuente: Encuesta a la población de la parroquia Santiago

Elaborado: Equipo Técnico

Análisis

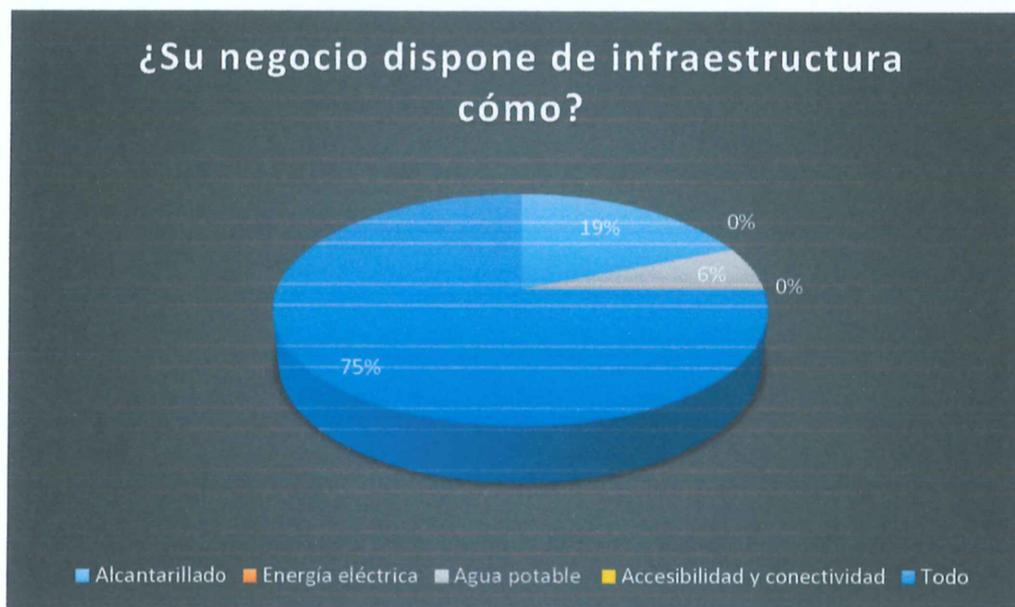
Para brindar un buen servicio y darse a conocer con sus clientes es necesario tener un medio por el cual puedan interactuar, y de acuerdo a la encuesta se determinó que el 75% de los emprendimientos, utiliza el teléfono como medio de comunicación con sus clientes, para satisfacer cada uno de sus necesidades.



PREGUNTA N º 15

¿Su negocio dispone de infraestructura cómo?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Alcantarillado	3	18,8%	18,8%
Energía eléctrica	0	0,0%	19%
Agua potable	1	6,3%	25%
Accesibilidad y conectividad	0	0,0%	25%
Todo	12	75,0%	100%
Total	16	100,0%	



Fuente: Encuesta a la población de la parroquia Santiago

Elaborado: Equipo Técnico

Análisis

De acuerdo a la encuesta realizada se determinó que todos los locales cuentan con servicios básicos como es: alcantarillado, energía eléctrica, Agua potable y conectividad ya que representan el 75% del total de encuestados. Esto con la finalidad mantener el bienestar de sus clientes.



PREGUNTA N º 16

¿Cuáles son sus principales o servicios?

Cuáles son sus principales productos o servicios	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Restaurante	1	6,25%	6,25%
Comida rápida			
Helados			
Pollo asado			
Verdulería	2	12,50%	18,75%
Verduras			
granos secos			
Harinas			
Tienda de ropa	1	6,25%	25,00%
Prendas de vestir			
Tiendas calzado	1	6,25%	31,25%
Zapatos			
Zapatillas			
Salón de belleza	1	6,25%	37,50%
Tintes			
Manicura			
Cortes			
Paradero turístico	1	6,25%	43,75%



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR
DIRECCION DE INVESTIGACIÓN Y VINCULACIÓN
FORMATO N.º 3 INFORME FINAL DE PROGRAMA Y/O PROYECTO



Truchas			
Harinas			
Panadería	2	12,50%	56,25%
Pan			
Abastos			
Embutidos			
Tiendas agroquímicas	2	12,50%	68,75%
Productos agrícolas			
Productos fumigación			
Fertilizantes			
Insecticidas			
Follares			
Heladería	1	6,25%	75,00%
Helados			
Ciber	1	6,25%	81,25%
Prestación internet			
copias trabajos			
Impresiones			
Tienda de víveres y abastos	1	6,25%	87,50%
productos de primera necesidad			
Licorería	1	6,25%	93,75%
Licor			



Velas			
Bebidas			
Molino de agua	1	6,25%	100%
Servicio de molido			
Total	16	100%	

Nota:

Debido a que los ramos de actividad empresarial son distintos unos de otros en la parroquia Santiago se remite la debida notificación y posterior ayuda guía del docente Ing. Com. Mario Escobar.

ANÁLISIS

Para determinar los productos principales se analizó cada negocio individualmente, debido a que cada uno se dedica a actividades diferentes.

Los productos principales de las panaderías son: Pan dulce, Pan integral, pastelerías, empanadas.

Heladerías: helados artesanales

Restaurantes: desayunos, almuerzos, meriendas, platos a la carta.

Abastos: legumbre, frutas.

Servicios de cyber internet



PREGUNTA N º 17

¿Cuáles son sus productos o servicios secundarios?

Cuáles son sus productos o servicios secundarios	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Restaurante	1	6,25%	6,25%
Delivery			
Verdulería	2	12,50%	18,75%
Plantas ornamentales			
Tienda de ropa	1	6,25%	25,00%
Ropa interior			
Tiendas calzado	1	6,25%	31,25%
Botas, calzado de niños			
Salón de belleza	1	6,25%	37,50%
pedicura			
Paradero turístico	1	6,25%	43,75%
Comidas típicas			
Panadería	2	12,50%	56,25%
leches			



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR
DIRECCION DE INVESTIGACIÓN Y VINCULACIÓN
FORMATO N.º 3 INFORME FINAL DE PROGRAMA Y/O PROYECTO



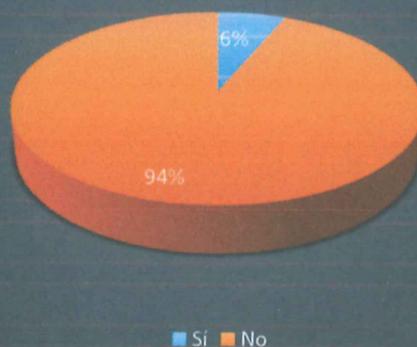
Tiendas agroquímicas	2	12,50%	68,75%
Abono orgánico			
Heladería	1	6,25%	75,00%
Helados de salcedo			
Ciber	1	6,25%	81,25%
Asesoría de trabajos			
Tienda de víveres y abastos	1	6,25%	87,50%
recargas			
Licorería	1	6,25%	93,75%
Tabacos			
Molino de agua	1	6,25%	100%
Comida típica			
Total	16	100%	

PREGUNTA N ° 18

¿Su emprendimiento forma parte de una asociación o grupo de emprendedores?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Sí	1	6,3%	6,3%
No	15	93,8%	100%
Total	16	100,0%	

¿Su emprendimiento forma parte de una asociación o grupo de emprendedores?



Fuente: Encuesta a la población de la parroquia Santiago

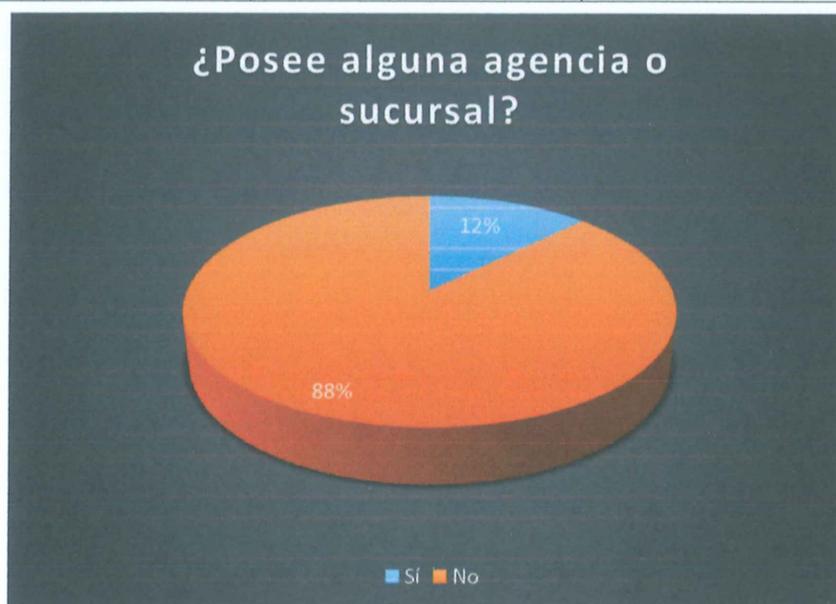
Elaborado: Equipo Técnico

Análisis

Mediante la encuesta se puede determinar que el 93,8% de los negocios manufactureros no forman parte de una asociación o grupo de emprendedores, esto debido que no existe ciertos apoyos de las instituciones públicas que representan a la Parroquia Santiago. Solo el 6,3% pertenece a una asociación porque tiene mucho tiempo en las actividades comerciales.

PREGUNTA N º 19

¿Posee alguna agencia o sucursal?			
Opciones	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sí	2	12,5%	12,5%
No	14	87,5%	100%
Total	16	100,0%	



Fuente: Encuesta a la población de la parroquia Santiago
Elaborado: Equipo Técnico

Análisis

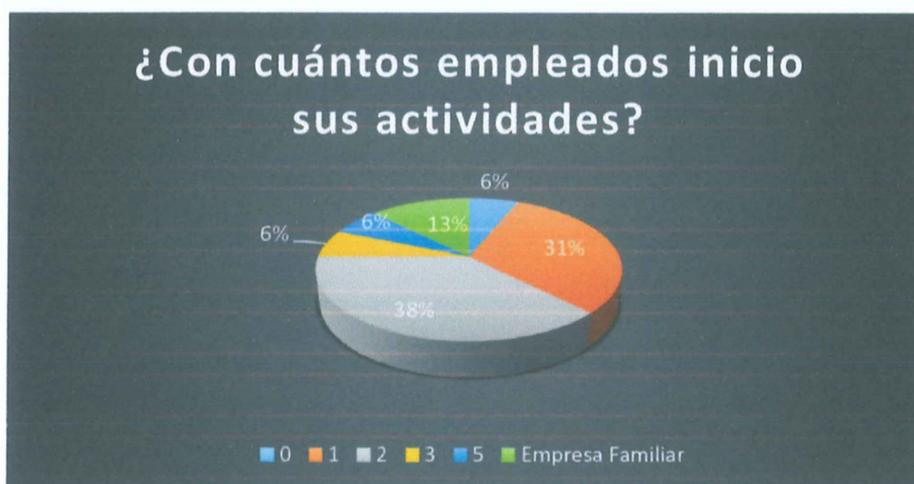
Como se puede observar en la gráfica el 88% de los emprendimientos de la Parroquia no cuentan con sucursales, debido a que en los últimos años la economía del país ha sufrido un decrecimiento, debido a muchos factores, pero el más importante la emergencia sanitaria que se vive a nivel mundial impidiendo el crecimiento y ampliación de los emprendimientos.



PREGUNTA N º 20

¿Con cuántos empleados inicio sus actividades?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
0	1	6,3%	6,3%
1	5	31,3%	38%
2	6	37,5%	75%
3	1	6,3%	81%
5	1	6,3%	88%
Empresa Familiar	2	12,5%	100%
Total	16	100,0%	



Fuente: Encuesta a la población de la parroquia Santiago

Elaborado: Equipo Técnico

Análisis

Según los encuestados es difícil emprender un negocio con bastantes trabajadores, ya que la situación económica es complicada para ellos, como se observa en la gráfica la mayoría de los negocios empezaron con dos empleados el cual representa el 37,5% del total de encuestados.

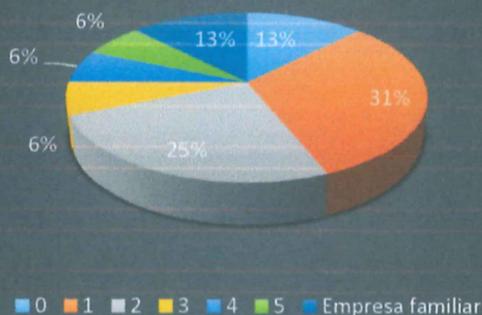


PREGUNTA N º 21

¿En la actualidad con cuántos empleados cuenta?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
0	2	12,5%	12,5%
1	5	31,3%	44%
2	4	25,0%	69%
3	1	6,3%	75%
4	1	6,3%	81%
5	1	6,3%	88%
Empresa familiar	2	12,5%	100%
Total	16	100,0%	

¿En la actualidad con cuántos empleados cuenta?



Fuente: Encuesta a la población de la parroquia Santiago

Elaborado: Equipo Técnico

Análisis

Como se puede observar en la gráfica la mayoría de los emprendimientos en la actualidad cuentan con un solo empleado lo que representa el 31,3%, según manifestaron los encuestados esto se debe a la emergencia sanitaria que se vive en la actualidad, lo que origina que no exista el recurso económico para contratar a más empleados.



PREGUNTA N º 22

¿Su negocio dispone de?			
Opciones	Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Misión	3	18,8%	18,8%
Visión	1	6,3%	25%
Objetivos	0	0,0%	25%
No dispone	9	56,3%	81%
Políticas	3	18,8%	100%
Total	16	100,0%	



Fuente: Encuesta a la población de la parroquia Santiago

Elaborado: Equipo Técnico

Análisis

Mediante la gráfica se puede observar que el 56,3% de los emprendimientos no disponen de Misión, Visión, Objetivos y políticas que ayude a su óptimo desarrollo, esto debido a que iniciaron sus negocios sin antes realizar un estudio de mercado

PREGUNTA N º 23

¿Para promocionar su negocio usted dispone de?			
Opciones	Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Marca propia	5	31,3%	31,3%
Logotipo	4	25,0%	56%
Slogan	0	0,0%	56%
Isotipo	2	12,5%	69%
Marca propia, logotipo	3	18,8%	88%
No utiliza	2	12,5%	100%
Total	16	100,0%	



Fuente: Encuesta a la población de la parroquia Santiago

Elaborado: Equipo Técnico

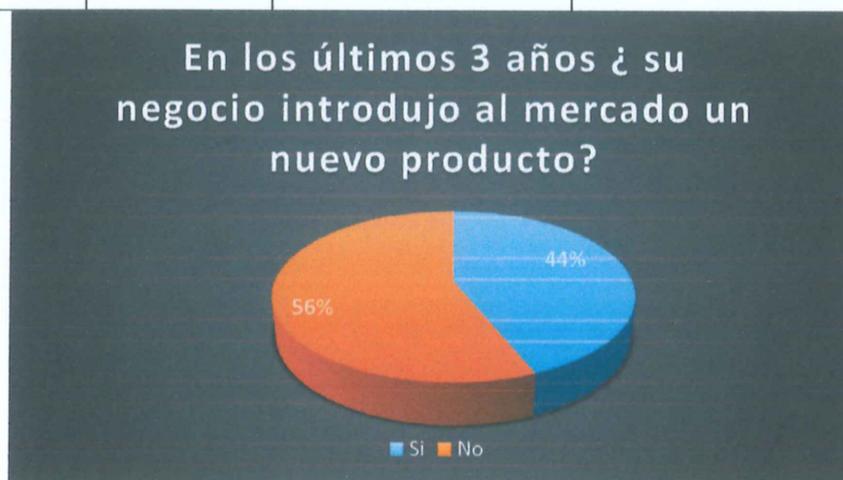
Análisis

Mediante la encuesta se logró determinar que el 12,5%% de los emprendimientos manufactureras no utilizan ningún tipo de herramienta para hacer más llamativo su negocio y el otro 31,3% afirmó que, si utilizan herramientas como marca propia, para atraer a sus clientes debido que la época los ha obligado a estar actualizados para sobrevivir dentro del mercado.



PREGUNTA N º 24

En los últimos 3 años ¿su negocio introdujo al mercado un nuevo producto?			
Opciones	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	7	43,8%	43,8%
No	9	56,3%	100%
Total	16	100,0%	



Fuente: Encuesta a la población de la parroquia Santiago

Elaborado: Equipo Técnico

Análisis

Como se puede apreciar en la gráfica en los últimos 3 años la mayoría de los emprendimientos no ha lanzado un nuevo producto al mercado lo que representa al 56,3% de los encuestados, debido a que en los últimos años los pequeños negocios no han generado ganancias para la innovación e investigación de sus procesos. Y el 43,8% han lanzado un nuevo producto al mercado con la finalidad de incrementar sus ganancias.



PREGUNTA N º 25

¿El desarrollo de esas innovaciones del producto fue?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Iniciativa propia	15	93,8%	93,8%
Cooperación empresa	1	6,3%	100%
Otra institución	0	0,0%	100%
Total	16	100,0%	



Fuente: Encuesta a la población de la parroquia Santiago

Elaborado: Equipo Técnico

Análisis

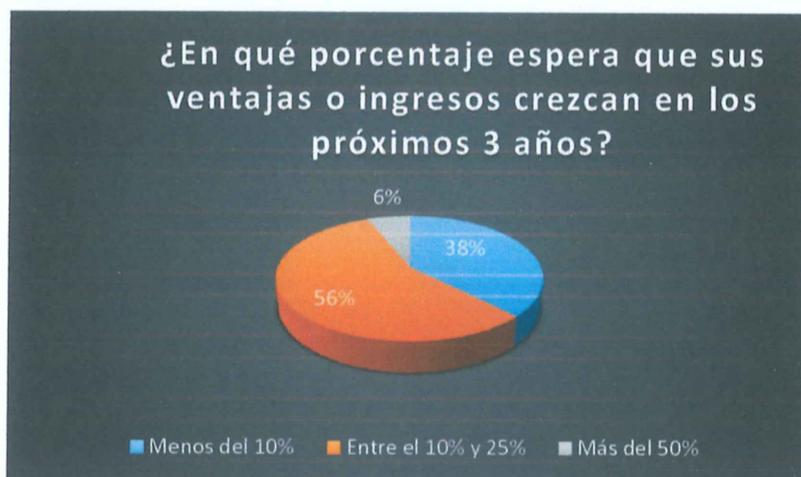
De acuerdo a los resultados obtenidos a través de los encuestados se da por entender qué; la mayoría de las innovaciones que presentan cada una de las actividades empresariales y comerciales de la Parroquia Santiago por iniciativa propia, la misma que a simple vista se denota por un 94% en relación a otros procesos de innovación que tienen que ver con la participación de otras instituciones.



PREGUNTA N ° 26

¿En qué porcentaje espera que sus ventas o ingresos crezcan en los próximos 3 años?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Menos del 10%	6	37,5%	37,5%
Entre el 10% y 25%	9	56,3%	94%
Más del 50%	1	6,3%	100%
Total	16	100,0%	



Fuente: Encuesta a la población de la parroquia Santiago

Elaborado: Equipo Técnico

Análisis

El análisis correspondiente a los incrementos de ventas para los próximos tres años del ámbito comercial y empresarial de la Parroquia; sugieren que sus incrementos se establecerán entre un 10% y 25% debido a ciertas complejidades que se puede presentar en el entorno, es decir; situaciones de emergencia, cambios de políticas del gobierno de turno y ambiciones por parte de algunos sectores económicos.

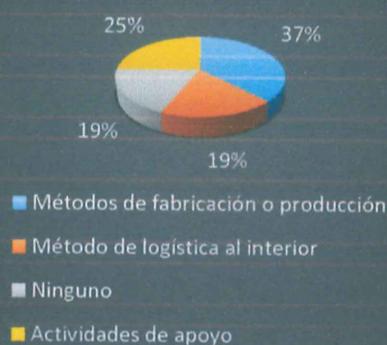


PREGUNTA N.º 27

¿Qué innovaciones ha implementado en su proceso de transformación para mejorar sus productos?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Métodos de fabricación o producción	6	37,5%	37,5%
Método de logística al interior	3	18,8%	56%
Ninguno	3	18,8%	75%
Actividades de apoyo	4	25,0%	100%
Total	16	100,0%	

¿Qué innovaciones ha implementado en su proceso de transformación para mejorar sus productos?



Fuente: Encuesta a la población de la parroquia Santiago

Elaborado: Equipo Técnico

Análisis

En referencia a los procesos de transformación y mejoramiento de los sistemas de producción, un 37,5% establece que las innovaciones se dan de acuerdo por la implementación de nuevos métodos de fabricación o producción los mismos que se correlacionan en función de los métodos de logística interna y de comercialización y actividades de apoyo como los sistemas de mantenimiento para la compra de suministros, contabilidad y computación.

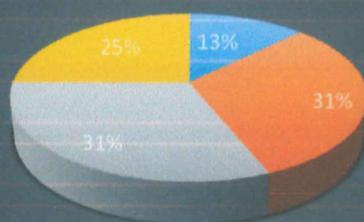


PREGUNTA N º 28

¿Su negocio desarrolla actividades a más de las productivas la investigación e innovación para nuevos productos?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Investigación	2	12,5%	12,5%
Innovación	5	31,3%	44%
Investigación e innovación	5	31,3%	75%
Ninguna	4	25,0%	100%
Total	16	100,0%	

¿Su negocio desarrolla actividades a más de las productivas la investigación e innovación para nuevos productos?



■ Investigación ■ Innovación ■ Investigación e innovación ■ Ninguna

Fuente: Encuesta a la población de la parroquia Santiago

Elaborado: Equipo Técnico

ANÁLISIS

En el desarrollo de actividades extra productivas; se puede connotar un sentido de negación por parte de los encuestados al mencionar que no desarrollan herramientas de investigación e innovación en sus actividades productivas o de servicio con un 25% en relación a otros sectores que desarrollan actividades en función de la investigación e innovación con un referencia de participación del 31,3% y sin dejar de lado a un 31,3% que se dedican a la innovación del desarrollo de actividades productivas o de servicios en la Parroquia.



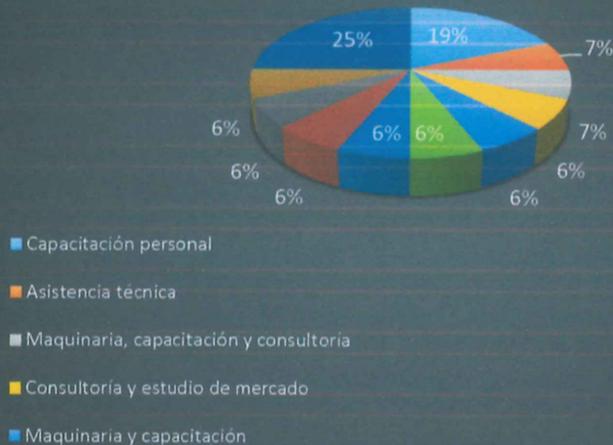
PREGUNTA N ° 29

Durante los últimos tres años ¿Su emprendimiento introdujo innovaciones al producto y proceso en base de?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Capacitación personal	3	18,8%	18,8%
Asistencia técnica	1	6,3%	25%
Maquinaria, capacitación y consultoría	1	6,3%	31%
Consultoría y estudio de mercado	1	6,3%	38%
Maquinaria y capacitación	1	6,3%	44%
Maquinaria, capacitación y asistencia	1	6,3%	50%
Maquinaria, capacitación, asistencia y consultoría	1	6,3%	56%
Capacitación y consultoría	1	6,3%	63%
Capacitación y asistencia	1	6,3%	69%
Capacitación, asistencia y estudio de mercado	1	6,3%	75%
Ninguna	4	25,0%	100%
Total	16	100,0%	



Durante los últimos tres años ¿Su emprendimiento introdujo innovaciones al producto y proceso en base de?



Fuente: Encuesta a la población de la parroquia Santiago

Elaborado: Equipo Técnico

Análisis

En los procesos de inserción de nuevos productos al mercado se basan en la capacitación del personal con un 18,8%. Sin embargo, cada una de las implementaciones de las cadenas de producción está sustentada según el ámbito de acción de las actividades comerciales y de servicios de la Parroquia.

PREGUNTA N º 30

¿Para la fabricación de sus productos Ud. Adquiere la materia prima en el mercado?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Local	6	37,5%	37,5%
Provincial	4	25,0%	63%
Nacional	5	31,3%	94%
Internacional	1	6,3%	100%
Total	16	100,0%	

¿Para la fabricación de sus productos Ud. Adquiere la materia prima en el mercado?



Fuente: Encuesta a la población de la parroquia Santiago

Elaborado: Equipo Técnico

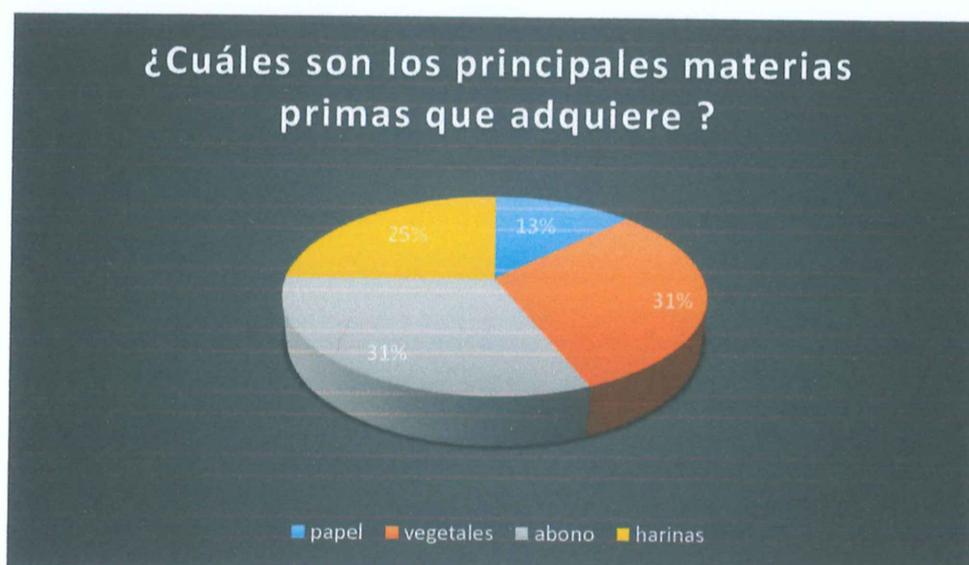
Análisis

En el siguiente análisis correspondiente a la adquisición de materia prima para la elaboración de productos dan por entendido que la obtienen de forma local con un 37,5%, sin más que dejar a un lado la adquisición de materia prima a nivel provincial y nacional con ciertas participaciones porcentuales que influyen en un grado menor para el desarrollo productivo, comercial y de servicio

PREGUNTA N º 31

¿Cuáles son las principales materias primas que adquiere?

¿Cuáles son las principales materias primas que adquiere?			
Opciones	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
papel	2	12,5%	12,5%
vegetales	5	31,3%	44%
abono	5	31,3%	75%
harinas	4	25,0%	100%
Total	16	100,0%	



Fuente: Encuesta a la población de la parroquia Santiago

Elaborado: Equipo Técnico

Análisis

De acuerdo con la encuesta las principales materias primas que adquieren en la parroquia es el abono ya que debido a su geografía la mayor parte de la población se dedica a la agricultura



PREGUNTA N º 32

¿Para la fabricación de sus productos Ud. Adquiere los materiales en el mercado?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Local	7	43,8%	43,8%
Provincial	4	25,0%	68,8%
Nacional	1	6,3%	75,0%
Internacional	1	6,3%	81,3%
Local Y Provincial	1	6,3%	87,5%
Provincial y Nacional	2	12,5%	100,0%
Total	16	100,0%	

**¿Para la fabricación de sus productos
ud. Adquiere la materiales en el
mercado ?**



Fuente: Encuesta a la población de la parroquia Santiago

Elaborado: Equipo Técnico

Análisis

De igual forma como se hace referencia al análisis anterior, eh aquí, en el proceso de obtención de materiales se lo realiza de forma local con un 43,8%, provincial con un 25% y nacional con un 6,3%; sin dejar por de lado la conjunción que pueden existir entre estos sectores en la obtención de materiales para el desarrollo de actividades productivas y de comercialización en la Parroquia.

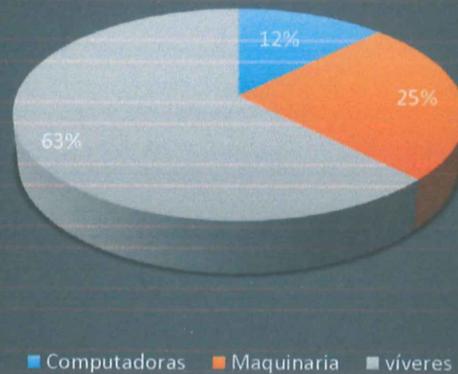


PREGUNTA N° 33

¿Cuáles son los principales materiales que adquiere?

¿Cuáles son los principales materiales que adquiere?			
Opciones	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Computadoras	2	12,5%	12,5%
Maquinaria	4	25,0%	38%
viveres	10	62,5%	100%
Total	16	100%	

¿Cuáles son los principales materiales que adquiere?



Fuente: Encuesta a la población de la parroquia Santiago

Elaborado: Equipo Técnico

Análisis

De acuerdo con la encuesta los principales materiales que adquieren en la parroquia son los viveres ya que debido a su cultura la mayor parte de la población se dedica a la comercialización de productos

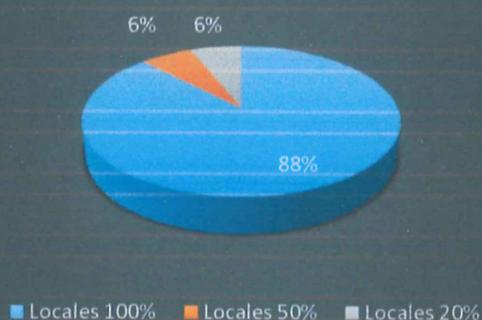


PREGUNTA N º 34

¿Los empleados que elaboran en su negocio son?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Locales 100%	14	87,5%	87,5%
Locales 50%	1	6,3%	93,8%
Locales 20%	1	6,3%	100,0%
Total	16	100,0%	

¿Los empleados que elaboran en su negocio son?



Fuente: Encuesta a la población de la parroquia Santiago

Elaborado: Equipo Técnico

Análisis

En cuanto a la oferta laboral se refiere para el desarrollo de actividades productivas, comercialización y de servicio; los encuestados prefieren realizarlo con mano laboral local del 87,5%; ya que dicen que es mejor trabajar con personas de la misma Parroquia.

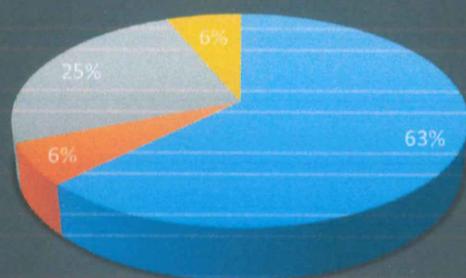


PREGUNTA N º 35

Los productos que fabrican los comercializa en el mercado

Opciones	Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Local	10	62,5%	62,5%
Provincial	1	6,3%	68,8%
Nacional	4	25,0%	93,8%
Local y Provincial	1	6,25%	100,0%
Total	16	100,0%	

Los productos que fabrican los comercializa en el mercado



■ Local ■ Provincial ■ Nacional ■ Local y Provincial

Fuente: Encuesta a la población de la parroquia Santiago

Elaborado: Equipo Técnico

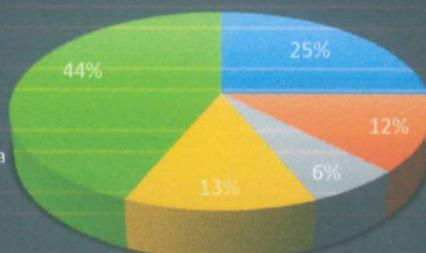
Análisis

En cuanto se menciona a la venta de productos; se puede mencionar que, se los realizar en el mercado local con un 62,5% de participación, un 25% a nivel Nacional, Es decir, las actividades productivas comerciales y de servicios son en su mayoría de nivel local, sin mira hacia la apertura de nuevos mercados de comercialización.

PREGUNTA N º 36

¿Sus clientes principales de acuerdo a sus productos son?

- Jóvenes y Adultos
- Niños, Jóvenes y Adultos
- Adultos
- Jóvenes, Adultos y Tercera edad
- Todo



¿Sus clientes principales de acuerdo con sus productos son?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Jóvenes y Adultos	4	25,0%	25,0%
Niños, Jóvenes y Adultos	2	12,5%	37,5%
Adultos	1	6,3%	43,8%
Jóvenes, Adultos y Tercera edad	2	12,50%	56,25%
Todo	7	43,75%	100,00%
Total	16	100,0%	

Fuente: Encuesta a la población de la parroquia Santiago

Elaborado: Equipo Técnico

Análisis

En cuanto se refiere a la segmentación de mercado, se puede decir que; a simple vista las actividades productivas de comercialización y de servicios están dirigida a todos los involucrados, es decir: niños, jóvenes, adultos y tercera edad con un 43,75% de participación frente a un 12,5% de jóvenes, adultos y tercera edad y un 12,5% entre adultos y tercera edad.



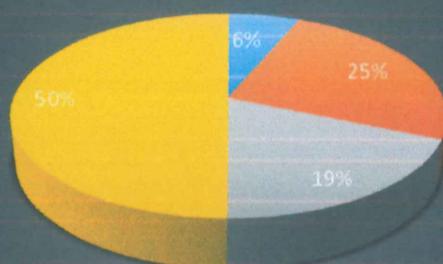
Esto solo es una margen hacia dónde están dirigidos las actividades de comercialización en la Parroquia Santiago.

PREGUNTA N º 37

¿Para llegar a sus clientes que estrategia utiliza?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Tarjetas de Presentación	1	6,3%	6,3%
Publicidad en Radio	4	25,0%	31,3%
Redes Sociales	3	18,8%	50,0%
Ninguno	8	50,00%	100,00%
Total	16	100,0%	

¿Para llegar a sus clientes que estrategia utiliza?



■ Tarjetas de Presentación ■ Publicidad en Radio ■ Redes Sociales ■ Ninguno ■

Fuente: Encuesta a la población de la parroquia Santiago

Elaborado: Equipo Técnico

Análisis

En el siguiente análisis se da por conocer que el uso de publicidad en radio para el desarrollo de actividades comerciales y como nuevas formas estratégicas mercadológicas se obtiene un 25%

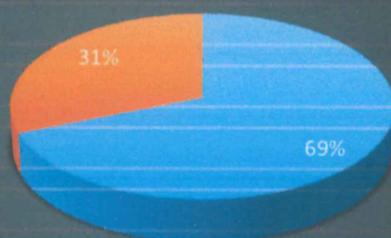


el uso de publicidad en radio resulta más económico para realizar marketing. Sin embargo, no hay por demás que dejar a un lado la publicidad en redes sociales y tarjetas de presentación que, si bien es cierto, las estrategias quedan a criterio de cada encuestado de la Parroquia.

PREGUNTA N º 38

¿Sus principales competidores en el mercado son?			
Opciones	Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Local	11	68,8%	68,8%
Provincial	5	31,3%	100,0%
Total	16	100,0%	

¿Sus principales competidores en el mercado son?



■ Local ■ Provincial

Fuente: Encuesta a la población de la parroquia Santiago

Elaborado: Equipo Técnico

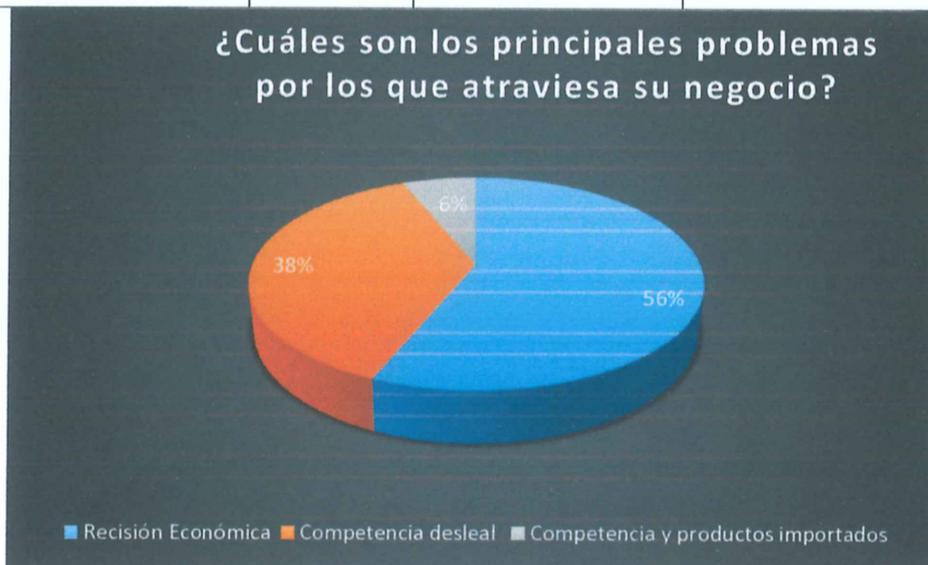
Análisis

En las actividades de comercialización entre los diferentes sectores de la Parroquia se deduce que existe una competencia local del 68,8% de participación en función de las diferentes cadenas que en este se encuentran, sin escatimar un 31,3% a la competencia provincial.



PREGUNTA N º 39

¿Cuáles son los principales problemas por los que atraviesa su negocio?			
Opciones	Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Recesión Económica	9	56,3%	56,3%
Competencia desleal	6	37,5%	93,8%
Competencia y productos importados	1	6,25%	100,00%
Total	16	100,0%	



Fuente: Encuesta a la población de la parroquia Santiago

Elaborado: Equipo Técnico

Análisis

Por consiguiente, en este análisis sobre los problemas por los que atraviesan los diferentes negocios que existen en la Parroquia suelen darse por la recesión económica que existe con un 56,3% de participación, mientras tanto; la competencia desleal obtiene un 37,5% esto debido a



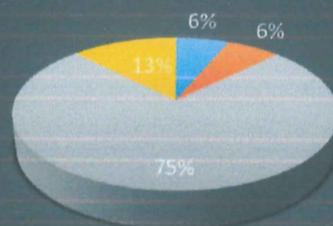
situaciones adversas que se pueden presentar dentro del clima político y sanitario como en tiempo actuales de la situación por emergencia de la COVID-19.

PREGUNTA N ° 40

¿Cuál fue la fuente de financiamiento para sus actividades?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Recursos propios y Cooperativas	1	6,3%	6,3%
Banca pública	1	6,3%	12,5%
Recursos propios	12	75,00%	87,5%
Banca privada	2	12,50%	100,0%
Total	16	100,0%	

¿Cuál fue la fuente de financiamiento para sus actividades?



■ Recursos propios y Cooperativas ■ Banca pública
■ Recursos propios ■ Banca privada

Fuente: Encuesta a la población de la parroquia Santiago

Elaborado: Equipo Técnico

Análisis



En el financiamiento para las actividades empresariales, muchos de los negocios prefieren autofinanciarse con recursos propios con un 75%, por banca pública 6,3% y privada un 12,5%. Esto quiere decir que; para buscar financiamiento, los negocios optan por hacerlo a través de sus propios recursos mas no por otros entes laterales y multilaterales.

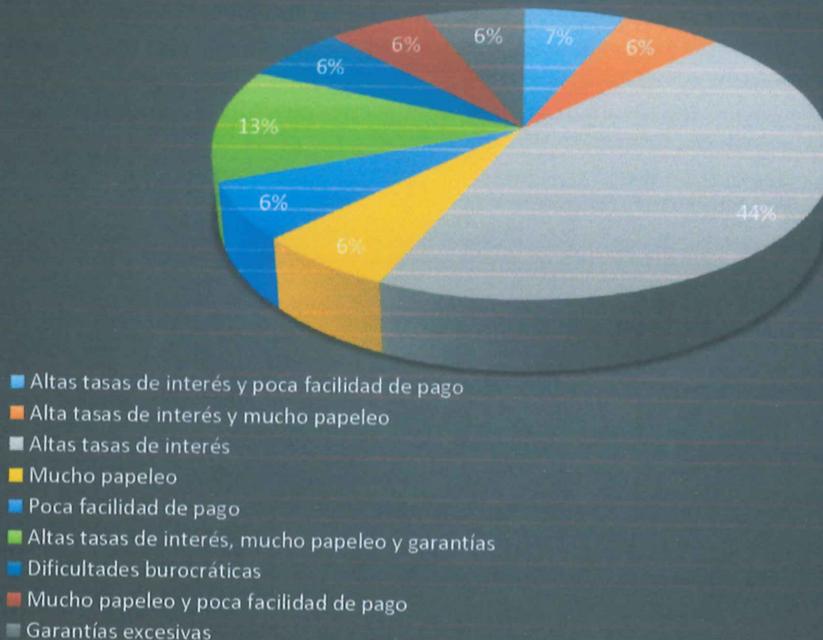
PREGUNTA N ° 41

¿Al acceder a un préstamo bancario cuales han sido los principales obstáculos que se han presentado?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Altas tasas de interés y poca facilidad de pago	1	6,3%	6,3%
Alta tasas de interés y mucho papeleo	1	6,3%	12,5%
Altas tasas de interés	7	43,8%	56,3%
Mucho papeleo	1	6,3%	62,5%
Poca facilidad de pago	1	6,3%	68,8%
Altas tasas de interés, mucho papeleo y garantías	2	12,5%	81,3%
Dificultades burocráticas	1	6,3%	87,5%
Mucho papeleo y poca facilidad de pago	1	6,3%	93,8%
Garantías excesivas	1	6,3%	100,0%
Total	16	100,0%	



¿Al acceder a un préstamo bancario cuales han sido los principales obstáculos que se han presentado?



Fuente: Encuesta a la población de la parroquia Santiago
Elaborado: Equipo Técnico

Análisis

Los encuestados comentaron que para acceder a un préstamo bancario se detienen porque existe altas tasas de interés y ellos no alcanzan a cubrir gastos, esto manifestaron el 43,8% el resto no hacen un prestamos por mucho papeleo, falta de garantía, pocas facilidades de pago.

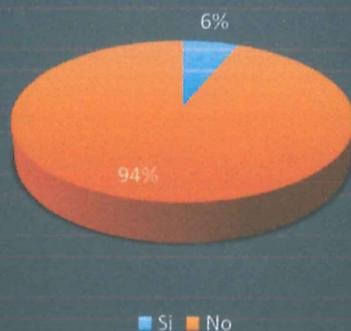


PREGUNTA N º 42

¿Su empresa ha recibido recursos no reembolsables de parte de instituciones del gobierno como apoyo a sus actividades?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Si	1	6,3%	6,3%
No	15	93,8%	100,0%
Total	16	100,0%	

¿Su empresa ha recibido recursos no reembolsables de parte de instituciones del gobierno como apoyo a sus actividades?



Fuente: Encuesta a la población de la parroquia Santiago
Elaborado: Equipo Técnico

Análisis

En este análisis, la mayoría de los negocios no ha presentado recursos no reembolsables por parte de los organismos gubernamentales con un 93,8%. Es decir, el gobierno poco o nada ha hecho en la generación de política financiera. Sin embargo, un 6,3% refleja que sí obtuvo recursos no reembolsables por parte del gobierno.

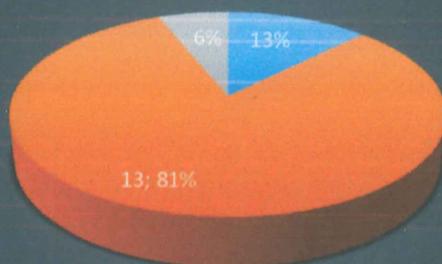


PREGUNTA N º 43

Ha recibido apoyo o asesoría para sus actividades

¿Ha recibido apoyo o asesoría para sus actividades?			
Opciones	Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Municipio	2	12,5%	12,5%
Entidades de gobierno	13	81,3%	93,8%
Ninguno	1	6,25%	100,0%
Total	16	100,0%	

¿Ha recibido apoyo o asesoría para sus actividades?



■ Municipio ■ Entidades de gobierno ■ Ninguno

Fuente: Encuesta a la población de la parroquia Santiago

Elaborado: Equipo Técnico

Análisis

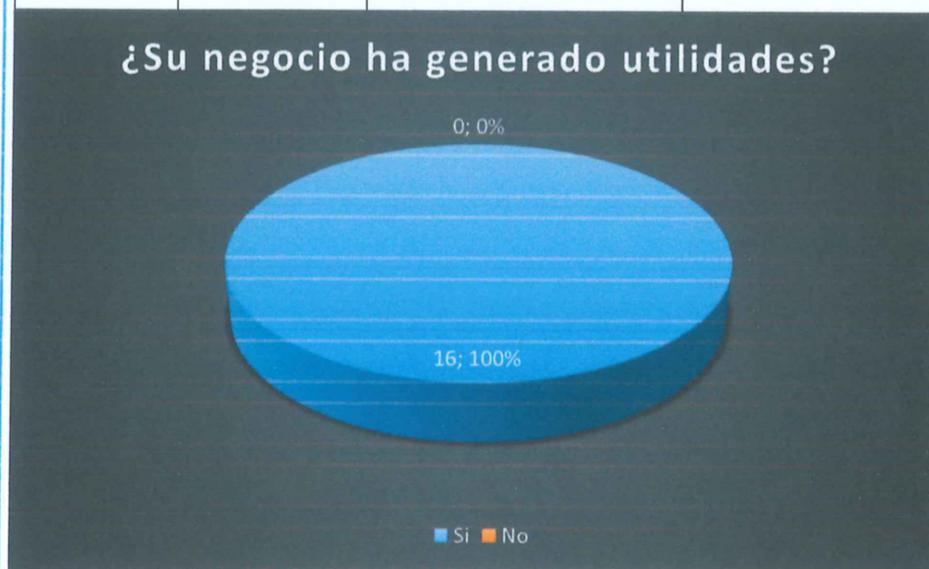
En cuanto se refiere a las asesorías u apoyos para el desarrollo de actividades productivas, comerciales y de servicios, un 81,3% de los encuestados connotan que han recibido asesoría u apoyo por parte de las instituciones gubernamentales, y un 12,5% por parte del municipio.



PREGUNTA N º 44

¿Su negocio ha generado utilidades?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Si	16	100,0%	100,0%
No	0	0,0%	100,0%
Total	16	100,0%	



Fuente: Encuesta a la población de la parroquia Santiago

Elaborado: Equipo Técnico

Análisis

Los negocios en la Parroquia Santiago si han reflejado la generación de utilidades a tal punto de poder obtener un 100% que no se han visto segregados por la situación actual que no solo está atravesando el país, sino, más bien; todo el mundo. Los encuestados dijeron que, si han generado utilidad, pero leve por la COVID-19

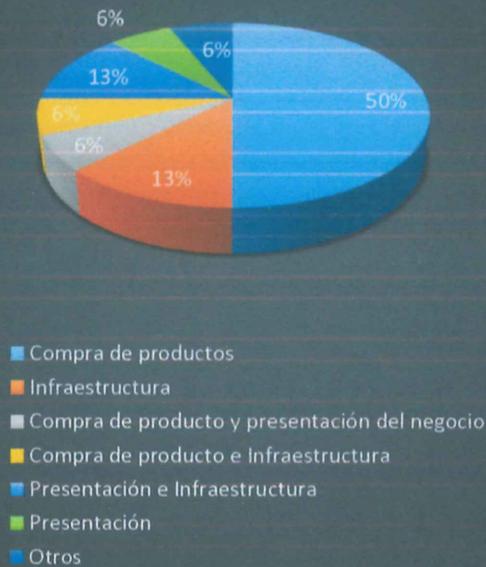


PREGUNTA N ° 45

¿En qué ha invertido las utilidades obtenidas de su emprendimiento?			
Opciones	Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Compra de productos	8	50,0%	50,0%
Infraestructura	2	12,5%	62,5%
Compra de producto y presentación del negocio	1	6,3%	68,8%
Compra de producto e Infraestructura	1	6,3%	75,0%
Presentación e Infraestructura	2	12,5%	87,5%
Presentación	1	6,3%	93,8%
Otros	1	6,3%	100,0%
Total	16	100,0%	



¿En que ha invertido las utilidades obtenidas de su emprendimiento?



Fuente: Encuesta a la población de la parroquia Santiago

Elaborado: Equipo Técnico

Análisis

En este análisis, los encuestados supieron responder con la sinceridad del caso que, al momento de invertir las utilidades generadas en el negocio, prefieren comprar productos 50% y 12,5% invierten en la infraestructura y presentación del local.



PREGUNTA N º 46

¿Qué aspectos considera relevantes dentro de su negocio frente a la competencia?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Calidad de producto o servicio	2	12,5%	12,5%
Atención Cliente	4	25,0%	37,5%
Calidad de producto o servicio y precios competitivos	2	12,5%	50,0%
Calidad de productos y atención al cliente	2	12,5%	62,5%
Atención al cliente y precios competitivos	3	18,8%	81,3%
Precios competitivos	1	6,3%	87,5%
Todo	2	12,5%	100,0%
Total	16	100,0%	

El 25% de las encuestas de la Dirección de Investigación y Vinculación de la Universidad de Bolívar, consideró que los aspectos más relevantes dentro de su negocio frente a la competencia son: la atención al cliente y los precios competitivos.

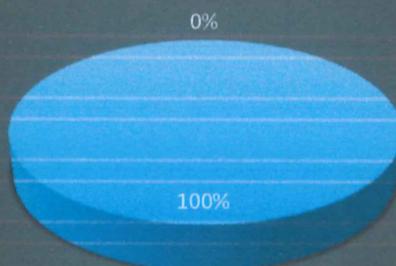


PREGUNTA N º 47

¿Mantendría su actividad económica en el lugar donde actualmente se encuentra se emprendimiento?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Si	16	100,0%	100,0%
No	0	0,0%	100,0%
Total	16	100,0%	

¿Mantendría su actividad económica en el lugar donde actualmente se encuentra se emprendimiento?



■ Si ■ No

Fuente: Encuesta a la población de la parroquia Santiago

Elaborado: Equipo Técnico

Análisis

Dentro de la actividad económica el 100% se sienten bien con su negocio en la Parroquia de Santiago ya que no tienen la necesidad de buscar otro lugar para abrir su emprendimiento, ellos ya cuentan con estrategias para sus clientes y no quieren empezar de cero en otro lado.

PREGUNTA N º 48

¿Señale en qué condiciones de vida ha influenciado su emprendimiento?			
Opciones	frecuencia	porcentaje válido	porcentaje acumulado
Educación	2	12,5%	12,5%
Alimentación	4	25,0%	37,5%
Alimentación, Salud y Educación	2	12,5%	50,0%
Alimentación y salud	2	12,5%	62,5%
Vestimenta	2	12,5%	75,0%
Todo	4	25,0%	100,0%
Total	16	100,0%	



Fuente: Encuesta a la población de la parroquia Santiago

Elaborado: Equipo Técnico

Análisis: En el siguiente diagrama se puede observar como la alimentación, salud, educación, vivienda, transporte, seguridad y vestimenta juegan un rol fundamental en ver cómo influye su negocio en el diario vivir, es decir, este 25% no solo visualiza de la positividad que existe el tener un negocio como fuente de profesión habitual sino más bien es objeto de mejorar la calidad de vida de cada uno de los involucrados, sin escatimar en cómo estos factores están vistos por los encuestados.

5.1. Resultados del cumplimiento de indicadores del proyecto

Programa / proyecto		Informe				
Resultado y porcentaje de cumplimiento	Indicadores	Cumplimiento del indicador (%)	Evidencias (fotografía o indicador de cumplimiento)	Descripción	Limitaciones encontradas	Acciones correctivas
R1 (%) Recopilación del 100 % de la Información Parroquial a través de los PDOTs por parte de los estudiantes	El 100% de los estudiantes y los Docentes de las 2 Carreras aporten con sus conocimientos al proyecto, en su etapa de recopilación y procesamiento de la información	100 % cumplimiento		<ul style="list-style-type: none"> • PDOT Parroquial de Santiago • Ley de Emprendimiento e Innovación • Ley de Fomento Productivo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Descoordinación del trabajo por falta de laboratorio de la carrera de comunicación • 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.



<p>R2 (%) Estructurar y elaborar productos de comunicacion para la promoción de emprendimientos y actividades en la parroquia.</p>	<p>El 100% de los emprendedores y autoridades apoyen con información necesaria para la elaboración de los productos.</p>	<p>85 % o cumpliment</p>	<p>Formato de revistas</p> 	<p>Formato de revistas Segmentos y temas del programa: La revista contiene descripción de distintos temas de relevancia de la parroquia y sus principales actividades.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Falta de equipos tecnológicos para grabar los programas radiales correspondientes. 	<ul style="list-style-type: none"> Socialización de pautas para grabar los programas. Trabajo coordinado con el Ing. Mario Escobar de la carrera de Ingeniería Comercial y Administrativa
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<p>R3 (%) Realizar pruebas piloto y control de calidad y de información de los productos comunicacionales Semanales por parte del Director y Coordinador</p>	<p>Se difundió el 100% de las potencialidades de los Gads de la provincia de Bolívar a través de los productos comunicacionales por los Medios de Comunicación en una hora</p>	<p>100 % o cumpliment</p>	<p>Reunión de planificación de grabaciones</p> 	<p>marketing y los negocios</p> <ul style="list-style-type: none"> • Legislación empresarial • Plan de desarrollo y ordenamiento territorial (PDOT) • Economía al día • El entrevistado del programa • Despedida • Créditos 	<p>ión de empresas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realización de cronograma de grabaciones. 	<p>Facilidad y apertura de parte del Ing. Mario Escobar para realizar sesiones mediante zoom y hacer la respectiva grabación del guion.</p>
				<p>Grabaciones de los segmentos perteneciente a cada estudiante por zoom.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grabaciones de los segmentos por Grabadoras. • Grabaciones de audios por cada 	<p>Dificultad al momento de realizar grabaciones de las partes asignadas a cada uno, ya que los estudiantes de las carreras de Administración de</p>	



<p>del Proyecto para garantizar una información de primera.</p>	<p>duración y con segmentos variados, preferenciales y dinámicos, aptos para todo público</p>			<p>estudiantes de los segmentos de sus respectivos temas por celular.</p>	<p>empresas e ingeniería comercial no tenían experiencia ni conocimiento en las grabaciones de cada programa.</p>	
<p>R4 (%) Aplicación de encuestas y entrevistas a varios actores sociales a nivel Parroquial con el fin de medir el impacto de</p>	<p>El 100% de los encuestados escuchan la programación y aporten positivamente a crear conciencia del cambio que se debe impartir</p>	<p>100 % Cumpliment o</p>	<p>Formato de la encuesta</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Distribución de encuestas por Parroquias. • Asignación de encuesta por estudiante. 	<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 cantones.



<p>los productos comunicacionales en el aspecto empresarial, económico y turístico.</p>	<p>en el aspecto turístico, gastronómico ambiental, empresarial.</p>		<ul style="list-style-type: none"> Encuestas aplicadas en la Parroquia 	<ul style="list-style-type: none"> Convalidación de resultados para verificar el avance del proyecto.
-----------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

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 DIVIUEB.

6.A. PRESUPUESTO USADO CON CARGO A LA UEB

1. SUMINISTROS DE OFICINA

Concepto	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Total
Papel bond 75gr	Unidad	3	2,3	6,9
Cartulinas A4 kimberly	Unidad	50	0,02	1,00
Esféros	Unidad	9	0,08	0,72
Lápiz HB con goma	Unidad	9	0,06	0,54
Masking	Unidad	1	0,58	0,58



Cuaderno Universitario	Unidad	9	0,50	4,50
Marcador tiza líquida	Unidad	9	0,27	2,43
Carpeta de cartón con vincha	Unidad	9	0,07	0,63
Total (6.A.1)				13,77
2. BIENES Y/O EQUIPOS CON CARGO A LA UEB (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.A.2)				0

TOTAL 6.A PRESUPUESTO CON CARGO A LA UEB (\$ USA)	6.A.1+6.A.2	13,77
----------------------------------------------------------	--------------------	--------------

6.B. PRESUPUESTO CON CARGO A LA CONTRAPARTE				
1. SUMINISTROS DE OFICINA				
Concepto	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Total
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	13,77
---------------------------------------------------------------------	-----------------	--------------

PRESUPUESTO EJECUTADO DURANTE EL PROYECTO (\$ USA)	6.A+ 6.B	13,77
-----------------------------------------------------------	-----------------	--------------



7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Entre las Conclusiones podemos mencionar las siguientes:

- 1- El PDYOT del Gad Parroquial contiene información técnica y política que al ser leída o escuchada no comprenden lo que realmente poseen como fortalezas y oportunidades en la circunscripción geográfica
- 2- El trabajo en equipo quedó demostrado al elaborar los productos comunicacionales entregados en la junta.
- 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- Se debe actualizar y seleccionar la información de los Gads para quienes lo lean o escuchen, sepan comprender lo que realmente poseen como fortalezas y oportunidades
- 2- El necesario trabajar en equipo para cumplir con lo propuesto en cada objetivo, meta e indicador del proyecto
- 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, 21 de julio de 2021

Ingeniero

Marcelo Vilcacundo MsC

Director del Departamento de Investigación y Vinculación de la UEB

Presente

De mi consideración:

Reciba un atento y cordial saludo y a la vez deseándole muchos éxitos en sus actividades encomendadas, por este medio le hago llegar el listado de los 9 estudiantes de las Carreras de Ingeniería Comercial y Administración de Empresas que participaron en el Proyecto de Vinculación titulado: **“FORTALECIMIENTO DE ACTIVIDADES EMPRESARIALES EN LA PARROQUIA DE SANTIAGO, PROVINCIA BOLÍVAR, PERIODO 2021-2022.”**, como Coordinador de este proyecto desarrollado durante el periodo junio 2021 a febrero 2022, doy fe de que han realizado las actividades asignadas 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.

Nº	Nombres y Apellidos	Cédula	Teléfono
1	KERLY KENYI MORA ESCOBAR	1207009604	0981503235
2	LUIS EDUARDO PILCOLEMA YÁNEZ	0202191292	0969454629
3	PAULETH ALEJANDRA MORA GAIBOR	0202435608	0982321278
4	FLAVIO ROBERTO CHANGO PULLUTASIG	1805122387	0997586078
5	CHRISTIAN PATRICIO AGUAY CUESTAS	0250151958	0997521246
6	ALEXIS LEONARDO CABASCANGO GUASGUA	1724471402	0981550185
7	GALO ANDRE CHAMORRO GUERERO	0250109394	0985476131
8	BYRON FABIÁN MORA SANTOS	0201972239	0998442444
9	NATALY IVONNE MAZÓN VALLADOLID	2100587589	096 806 1052



Debo anotar que el Proyecto fue aprobado, según resolución RUC-013-2021-162 de fecha 11 de noviembre del 2021 y en la página 5 se anotan a los estudiantes del Proyecto en mención.

De esta manera aprueban el Proyecto de Vinculación titulado: **“FORTALECIMIENTO DE ACTIVIDADES EMPRESARIALES EN LA PARROQUIA SANTIAGO, PROVINCIA DE BOLÍVAR PERÍODO 2021-2022”**, los 9 estudiantes que están en el listado

Por la favorable atención que se digne en dar a la presente, me suscribo de Usted

Atentamente

Profesor Ing. Mario E. Escobar G
Teléfono: 0997835864
Cédula: 0200886844
Correo electrónico: mescobar@ueb.edu.ec
Coordinador

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



UNIVERSIDAD ESTADAL DE BOLÍVAR
DIRECCION DE INVESTIGACIÓN Y VINCULACIÓN
FORMATO N.º 3 INFORME FINAL DE PROGRAMA Y/O PROYECTO



RESOLUCION CONSEJO UNIVERSITARIO 32 PROYECTOS VINCULACION SEGUNDA CONVOCATORIA 2021.pdf - Adobe Acrobat Reader DC (64-bit)

Inicio Herramientas RESOLUCION CON... x

UEB UNIVERSIDAD ESTADAL DE BOLIVAR

CONSEJO UNIVERSITARIO

Guaranda 11 de noviembre 2021
RCU - 013 - 2021 - 162

LA SUSCRITA SECRETARIA GENERAL, ABG. MÓNICA LEÓN GONZÁLEZ, PREVIA AUTORIZACION DEL SEÑOR RECTOR, CERTIFICA: QUE el Consejo Universitario en Sesión Ordinaria (013), realizada el 11 de noviembre del 2021,

DÉCIMO CUARTO PUNTO: Análisis y Resolución de 32 Proyectos de Vinculación de la Segunda Convocatoria del año 2021.

EL CONSEJO UNIVERSITARIO CONSIDERANDO:

QUE, la Constitución de la República del Ecuador en su artículo 227 establece que, "La Administración Pública constituye un servicio a la colectividad que se rige por los principios de eficacia, eficiencia, calidad, jerarquía, desconcentración, descentralización, coordinación, participación, transparencia y evaluación".

QUE, La Constitución de la República del Ecuador en su artículo 350 determina "El sistema de educación superior tiene como finalidad la formación académica y profesional con visión científica y humanista; la investigación científica y tecnológica; la innovación, promoción, desarrollo y difusión de los saberes y las culturas; la construcción de soluciones para los problemas del país, en relación con los objetivos del régimen de desarrollo.

QUE, La Constitución de la República del Ecuador, determina en su artículo 355.- El Estado reconocerá a las universidades y escuelas politécnicas autonomía académica, administrativa, financiera y orgánica, acorde con los objetivos del régimen de desarrollo y los principios establecidos en la Constitución. Se reconoce a las universidades y escuelas politécnicas el derecho a la autonomía, ejercida y comprendida de manera solidaria y responsable. Dicha autonomía garantiza el ejercicio de la libertad académica y el derecho a la búsqueda de la verdad, sin restricciones, el gobierno y gestión de sí mismas, en consonancia con los principios de autonomía, transparencia y los derechos políticos; y la producción de ciencia, tecnología, cultura y arte. [...]

QUE, La Ley Orgánica de Educación Superior en su artículo 17 determina: "Reconocimiento de la autonomía responsable. - El Estado reconoce a las universidades y escuelas politécnicas autonomía académica, administrativa, financiera y orgánica, acorde con los principios establecidos en la Constitución de la República". [...]

QUE, el Estatuto de la Universidad Estatal de Bolívar en su artículo 84 manifiesta: "Deberes y Atribuciones de la Comisión de Investigación y Vinculación.

QUE, el Dr. Carlos Robinson Zapata, Vicerrector de Investigación y Vinculación, remite Resolución No. RCU-041007-2021-018, de fecha 28 de octubre del 2021, que el Consejo Universitario aprobó la resolución de 32 Proyectos de Vinculación de la Segunda Convocatoria del año 2021, según cuadro adjunto.

RESUELVE: "APROBAR 32 PROYECTOS DE VINCULACIÓN DE LA SEGUNDA CONVOCATORIA DEL AÑO 2021".

Exportar archivo PDF
Editar PDF
Crear archivo PDF
Comentar
Combinar archivos
Organizar páginas

Probar ahora

Convierte, edita y firma electrónicamente formularios y contratos PDF

Prueba gratis de 7 días

Escribe aquí para buscar



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR
DIRECCION DE INVESTIGACIÓN Y VINCULACIÓN
FORMATO N.º 3 INFORME FINAL DE PROGRAMA Y/O PROYECTO



RESOLUCION CONSEJO UNIVERSITARIO 32 PROYECTOS VINCULACION SEGUNDA CONVOCATORIA 2021.pdf - Adobe Acrobat Reader DC (64-bit)

Inicio Herramientas RESOLUCION CON... x

Inicio sesión

UEB UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR **CONSEJO UNIVERSITARIO**

1.-PROGRAMA: FORTALECIMIENTO DE ACTIVIDADES EMPRESARIALES EN LA PROVINCIA BOLIVAR, PERIODO 2021-2022.

CODIGO	VS	Nº	NOMBRE	FECHA
NOMBRE DEL PROYECTO		1	ACTIVIDADES EMPRESARIALES EN LA PROVINCIA BOLIVAR (2021-2022)	02/02/2021
TITULAR		2	SPINER RAMON NEHA SARTO	02/02/2021
CARRERA		3	ADMINISTRACION DE EMPRESAS	02/02/2021
COORDINADOR PRINCIPAL		4	CHUMBOZOS GABRIEL GONZALEZ	02/02/2021
COORDINADOR SUBORDINADO		5	CHUMBOZOS GABRIEL GONZALEZ	02/02/2021
FECHA INICIO		6	02/02/2021	02/02/2021
FECHA FIN PLANIADA		7	02/02/2022	02/02/2022
PRELIMINAR		8	02/02/2021	02/02/2021

2.-PROGRAMA: GESTIÓN ADMINISTRATIVA, COMPORTAMIENTO y DESARROLLO ORGANIZACIONAL

Eliminar, insertar, extraer y girar páginas.

Probar ahora

Convierte, edita y firma electrónicamente formularios y contratos PDF

Prueba gratis de 7 días

Escribe aquí para buscar

16/04 11/11/2022



GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO
PARROQUIAL RURAL DE SANTIAGO

Parroquia: Santiago

Cantón: San Miguel

Provincia: Bolívar

Santiago, 28 de junio de 2021

OF-044- GAD-PRS21

Ingeniero

Mario Escobar

DIRECTOR DE PROYECTO

Presente.

De nuestra consideración:

A nombre del GADPR y en representación de los habitantes de la parroquia Santiago, permítanos llegar a usted con el saludo fraterno y el deseo sincero de éxitos en sus delicadas funciones.

En atención a oficio sin número de fecha 23 de junio de 2021 en el que solicita logística, apoyo e información de las actividades empresariales. El Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Santiago ha decidido proporcionar lo solicitado a Estudiantes de la Universidad Estatal de Bolívar en el tema: **Fortalecimiento de Actividades Empresariales en la Parroquia de Santiago, cantón San Miguel, provincia Bolívar, periodo 2021-2022.**

Información que pongo a su consideración para los fines pertinentes.

Atentamente,

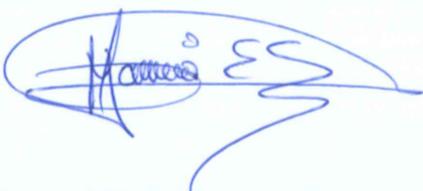
Alberto Cui Macas
PRESIDENTE





Observaciones

Firma de Coordinador Principal



Fecha de entrega:

Firma de secretaria de Vinculación

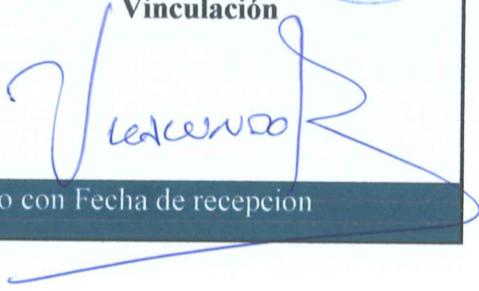


Sello con Fecha de recepción

Firma de representante entidad externa



Firma Director de Investigación y Vinculación



Sello con Fecha de recepción

