

Guaranda, 5 de agosto del 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 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 CIUDAD DE SAN MIGUEL, PROVINCIA BOLÍVAR, PERIODO 2020-2021”**, como Coordinador de este proyecto desarrollado durante el periodo Noviembre 2020 a marzo 2021, 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.

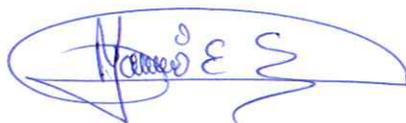
Nº	Nombres y Apellidos	Cédula	Ciclo	Teléfono
1	Barragán Arteaga Jheimy Thalia.	0250074796	Séptimo	0989246104
2	Chariguaman Pande Wilmer Fabian	0202499406	Séptimo	0969596068
3	Galarza Hinojosa Oswaldo	0202340675	Séptimo	0994992497
4	Galeas Cañar Andrea Katalina	1250943667	Séptimo	0997634635
	Guapisaca Pomaquiza Segunndo Rufino	1805399159	Séptimo	0994029091
5	Macias Freire Alisson Vanessa	1208534907	Séptimo	0960415089
6	Monar Monar Luis Fernando	0202174447	Séptimo	0990391962
7	Quintana Medrano Anthony Freddy	0202527818	Octavo CyA	0993077040
8	Pasto Landa Joffre Isaias	0250008422	Octavo ICO	0969245669
9	Agualongo Mullo Luis Fernando	0202125316	Octavo Com Social	0986235202

Debo anotar que el Proyecto No 02-DIVIUEB-VS-2-2020 fue aprobado, según resolución RUC-015-2020-135 de fecha 10 de noviembre del 2020 y en la página 31 se anotan a los estudiantes del Proyecto en mención.

Cabe mencionar que el estudiante, Guapisaca Pomaquiza Segunndo Rufino se retiró de la institución, por tal razón no participo en las actividades de vinculación

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



Guaranda, 05 de agosto 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, por este medio le informo que como representante(s) de **CODECOB**, estamos de acuerdo que en esta entidad, ubicado en la zona urbana de la ciudad de Guaranda y con accionar en la provincia Bolívar se lleve a cabo el proyecto de Vinculación titulado: **“FORTALECIMIENTO DE ACTIVIDADES EMPRESARIALES EN LA CIUDAD DE SAN MIGUEL, PROVINCIA BOLIVAR, PERIODO 2020-2021”**, de acuerdo al cronograma de trabajo establecido entre los meses de Octubre 2020 a Febrero del 2021, para lo cual les prestaremos todo el apoyo posible durante la ejecución del mismo.

Deseándole éxitos en sus labores cotidianas, se despide

Atentamente

Sr. Galo Vascones Del Salto

Director Ejecutivo

Teléfono: 0982353160

Cedula: 0200765433

www.codecob.org.ec

**UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR
DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN Y VINCULACIÓN
ACTA DE CIERRE DEL PROYECTO**

Fecha	27/06/2021
Código de proyecto	02-DIVIUEB-VS-2-2020
Proyecto	FORTALECIMIENTO DE ACTIVIDADES EMPRESARIALES EN LA CIUDAD DE SAN MIGUEL, PROVINCIA BOLÍVAR, PERIODO 2020-2021.
Coordinador del Proyecto	Ing. Mario Escobar G
Facultad/Carrera	Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática –Carreras: Ingeniería Comercial, Licenciatura en Administración de Empresas, Comunicación Social, Contabilidad y Auditoría
Entidad Beneficiaria	CODECOB

1. CRONOGRAMA			
Fecha Inicio Programada	20 de Agosto de 2020	Fecha Fin Programada	31 de Marzo de 2021
Fecha Inicio Real	11 de Noviembre 2020	Fecha Fin Real	25 de junio de 2021
2. OBJETIVO GENERAL			
Crear productos comunicacionales que promocionen e impulsen las actividades empresariales en el Cantón San Miguel, Provincia Bolívar, Periodo 2020-2021.			
OBJETIVOS ESPECÍFICOS			
- Establecer la Información de las actividades empresariales de la ciudad para agruparlos por rama de actividad.			
- Elaborar un Plan de Fortalecimiento con base en el Diagnóstico Empresarial detectado			
- Estructurar un Paquete de Productos Promocionales para que el cantón San Miguel integre su actividad empresarial.			
- Evaluar el Impacto del programa de fortalecimiento empresarial de la ciudad			

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR
DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN Y VINCULACIÓN
ACTA DE CIERRE DEL PROYECTO

3. PRODUCTOS GENERADOS
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: <ul style="list-style-type: none">• 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• 1 Videos de corta duración de la Actividad Empresarial en la ciudad• Tres Números del Folleto de la Actividad Empresarial para la ciudad que contendrá:<ul style="list-style-type: none">a. Administraciónb. Emprendimientoc. Turismod. Fundamentación Legale. Proyectos de Inversiónf. Finanzas y Microempreag. Marketing en los Negociosh. Contabilidadi. PDYOT

**UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR
DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN Y VINCULACIÓN
ACTA DE CIERRE DEL PROYECTO**

4. IMPACTO LOGRADO

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 del Cantón San Miguel
- 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 al Cantón San Miguel

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

5. CIERRE DE ADQUISICIONES

Adquisiciones Programadas	Bienes/servicios/suministros	Presupuesto	¿Se realizó la adquisición?	Monto Devengado	¿Se encuentra cerrada la adquisición?	Acta entrega recepción-devolución de bienes
Suministros de oficina				32,91		
Libretas de Taquigrafía		9,72	Si		Si	
Esferos		0,90	Si		Si	
Lápices		0,70	Si		Si	
Resaltadores		5,32	Si		Si	
Borradores		4,66	Si		Si	

**UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR
DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN Y VINCULACIÓN
ACTA DE CIERRE DEL PROYECTO**

Papel Bond 75 gr		9,20	Si		Si	
Grapas		1,00	Si		Si	
Carpetas con vinchas		1,41	Si		Si	
	Presupuesto Total	32,91	Ejecutado Total	32,91		

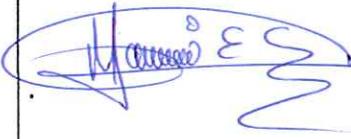
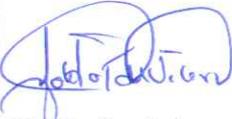
6. DOCUMENTACIÓN GENERADA EN EL PROYECTO

Documento	Ubicación	
	Física	Digital
Afiches		X
Spots publicitarios		X
Trípticos, Dípticos		X
Revistas de los programas		X
Proyecto completo	X	X

7. OBSERVACIONES DEL PROYECTO

Se cumplió con responsabilidad los trabajos asignados por el coordinador del proyecto de vinculación.
Falta de dialogo con el encuestado porque en ocasiones no colaboraban adecuadamente por el tiempo
Complicaciones cuando se realizaba los productos comunicacionales por falta de implementos para las fotografías y videos
Falencias en la elaboración de la revista por el desconocimiento de los manejos de programas para diseñar.

**UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR
DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN Y VINCULACIÓN
ACTA DE CIERRE DEL PROYECTO**

Elaborado Por	Revisado	Aprobado	Autorizado
	 Lic. Lolita Paltan	Ing. Marcelo Vilcacundo	 Dr. Carlos Ribadeneira
Coordinador del Proyecto	Especialista Vinculación	Director Investigación y Vinculación	Vicerrector de Investigación y Vinculación

PROPUESTA DE PROGRAMA Y/O PROYECTO DE VINCULACIÓN

I. DATOS INFORMATIVOS	
CÓDIGO DEL PROGRAMA O PROYECTO:	02-DIVIUEB-VS-2-2020
NOMBRE DEL PROGRAMA O PROYECTO:	FORTALECIMIENTO DE ACTIVIDADES EMPRESARIALES EN LA CIUDAD DE SAN MIGUEL, PROVINCIA BOLÍVAR, PERIODO 2020-2021
COORDINADOR PRINCIPAL:	Ing. Mario Escobar G
COORDINADOR SUBROGANTE:	Lic. Bladimir Guarnizo E-mail: jblady_guarnizo@yahoo.es
NUMERO DE ESTUDIANTES PARTICIPANTES PREVISTOS:	9 Estudiantes en el Proyecto, 7 de Administración de Empresas y 1 de Contabilidad y Auditoría
CARRERAS PARTICIPANTES:	Administración de Empresas, Contabilidad y Auditoría
FECHA INICIO:	05 de Octubre del 2020
FECHA FIN PLANIFICADO:	26 de Mayo del 2021
NUMERO DE FASES PREVISTAS (HORAS PREVISTAS) :	1 Ciclo
ALCANCE:	Internacional () Regional (x) Cantonal (x) Nacional () Provincial (x) Institucional ()
LÍNEA-SUB LÍNEA DE VINCULACIÓN:	Desarrollo Humano Gestión de Ciencias Económicas y Administrativas
PROGRAMA:	Emprendimiento, Economía Popular y Solidaria
OBJETIVOS DEL PLAN NACIONAL DESARROLLO VIGENTE (Justifique alineación):	Objetivo 1: Garantizar una vida digna con iguales oportunidades para todas las personas 1.6 Garantizar el derecho a la salud, la educación y al cuidado integral durante el ciclo de vida, bajo criterios de accesibilidad, calidad y pertinencia territorial y cultural. 2.3. Promover el rescate, reconocimiento y protección del patrimonio cultural tangible e intangible, saberes ancestrales, cosmovisiones y dinámicas culturales. 5.6 Promover la investigación, la formación, la capacitación, el desarrollo y la transferencia tecnológica, la innovación y el emprendimiento, la protección de la propiedad intelectual, para impulsar el cambio de la matriz productiva mediante la vinculación entre el sector público, productivo y las universidades 9.3. Crear y fortalecer los vínculos políticos, sociales, económicos, turísticos, ambientales, académicos y culturales, y las líneas de cooperación para la

	investigación, innovación y transferencia tecnológica con socios estratégicos de Ecuador.
CAMPO AMPLIO DE CONOCIMIENTO:	Administración
CAMPO ESPECÍFICO DE CONOCIMIENTO:	Educación comercial y administración
CAMPO DETALLADO DE CONOCIMIENTO:	Administración

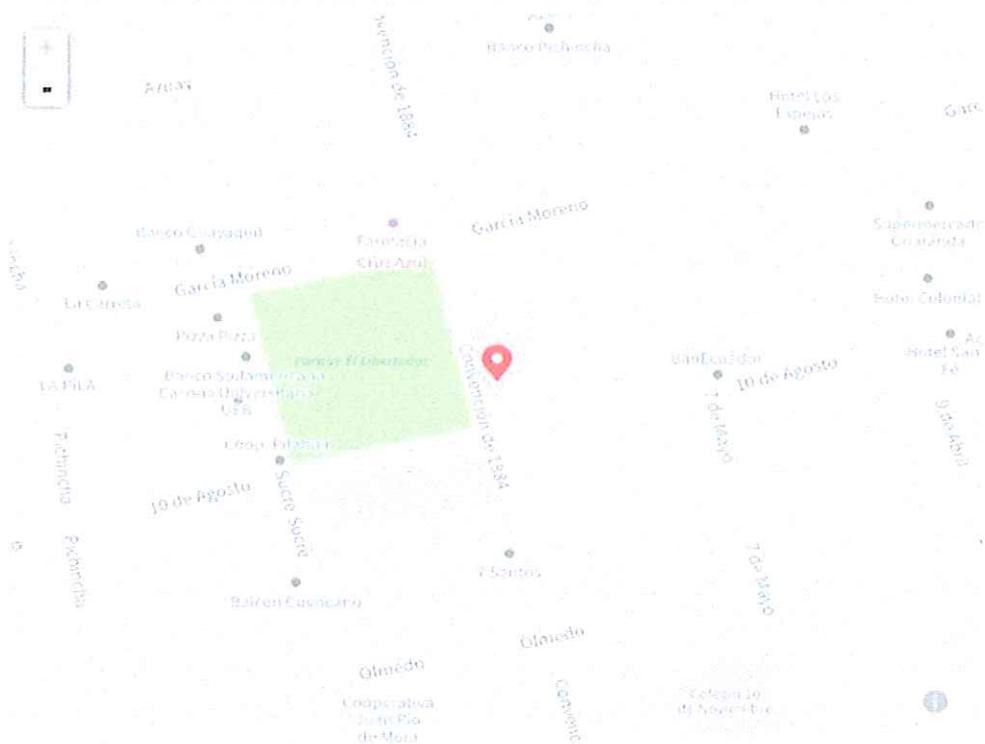
2. CONTRAPARTE (Datos de la comunidad receptora de la vinculación)	
Nombre de Organización o Comunidad:	Corporación de Desarrollo de Bolívar CODECOB
Datos de la persona de contacto: Galo Vascones	
Tipo de Organización: Ong Privada	
Dirección: Convención de 1884 ente 10 De Agosto y García Moreno frente a parque El Libertador	
Teléfono: 0982353160	
Correo electrónico: www.codecob.org.ec	
Beneficiarios Directos e Indirectos:	293
Beneficiarios Directos:	135
Estudiantes Hombres:	5
Estudiantes Mujeres:	3
Beneficiarios Indirectos	150
¿Existe convenio?: SI	

3. ÁMBITO GEOGRÁFICO DEL PROYECTO				
Alcance:	Nacional ()	Regional (X)	Provincial (X)	Local (X)
Provincia (s)	Cantón(es)	Parroquia(s)	Barrio(s)	
Bolívar	San Miguel	Urbana	Barrios	
<i>Incluya una foto satelital y coordenadas GPS según google maps, del lugar del proyecto</i>				



MAPA GEO-REFERENCIAL DE CODECOB

Codecob - Corporación de Desarrollo Económico y Competitivo de Bolívar



Gruta de Lourdes	Viajes desde San Miguel a Santiago	
10 de Enero	San Vicente, Regulo de Mora, etc.	
Río Cristal	En Balzapamba viajes a Montalvo y otros	
Telecomunicaciones Oficina de CNEL		
San Miguel 989-111, Bilován 989-271, Santiago 981-840, San Sebastián 988-272, 981-810, Balzapamba 731-308, Marcopamba 981-783, San Pablo de Atenas 989-271 ó 989-010		
Centros de Educación a Nivel Medio		
Colegios		
Nacional Angel Polibio Chaves		989-035.
Nacional Técnico 10 de Enero		989-036.
Particular Betlemitas		
Institutos		
Pedagógico San Miguel		989-044.
Polivalente Flor María Infante.		
Otros Establecimientos		
Centro de Formación Martha Bucaram de Roldos.		
Escuela de Formación de Tropa de la Policía		
Centros de Educación a Nivel Superior		
Universidad Estatal de Bolívar		989-463
Universidad Estatal de Guayaquil		
Bancos		
Fomento	Guayas y Bolívar	989-038
Pichincha	Guayas No 1320	989-442
Cooperativas de Ahorro y Crédito		
Juan Pío de Mora Ltda	Bolívar y Guayas	989-083.
San Miguel Ltda	Pichincha y 10 de Enero	989-778
Instituciones Públicas y de Turismo		
I. Municipalidad de San Miguel. Parque Central Teléfono.		
Oficina de Turismo Municipio Teléfono.		
Cámara de Comercio. Teléfono		
Sindicato de Choferes		
Operadores Turísticos		
Centros de Salud.		
Hospital San Miguel Av. César Pazmiño		989-112.
Dispensario IESS, Juan Pío de Mora s/n		989-448
Bomberos		989-113
Cruz Roja, Juan Pío de Mora s/n		

Establecimientos de Alojamiento

Hostal Alexander	3ra Cat.	989-144	45 pax
Residencial El Paraíso	4ta Cat. Pichincha 161		23 pax

PENSIONES

Lilianita	Pichincha 1635
Manta	
El Rosal	

Establecimientos de Alimentación

Restaurante

Guayaquil.	Pedro Carbo y Eloy Alfaro	
Huasimicuna	Guayas 1559	989-231
Marisquería Camarón		
Pollos a la Brasa		

ESTABLECIMIENTOS DE RECREACION

DISCOTECA

Chibcha Peña-Bar	
Texas Discoteque	Av. César Pazmiño e Isidro Ayora

En Balzapamba

Balneario

Cascada Milagrosa	Balz.09 737-148 Quito 656-726
Las Balsas Discoteque	
Complejo Turístico Balzapamba	
Complejo Turístico Alungoto	

Características Económicas

Sector Productivo

Agricultura y Ganadería.- La Provincia de Bolívar principalmente es agrícola, le sigue en importancia la actividad pecuaria. San Miguel, como parte de la provincia, tiene esa misma caracterización.

De acuerdo a los datos del último Censo Agropecuario, realizado en el año 2003, en cuanto al desarrollo del capital físico, en el cantón San Miguel tenemos una relación de 1,4 Has por habitante en el área rural y de 1,1 Has por habitantes totales

En cuanto al uso del Suelo, a nivel cantonal, hay 53.362 Has, en 6.523 UPAs, distribuidos principalmente de la siguiente manera: 2.778 Has en Cultivos Permanentes (1.419 UPAs); 14.526 Has en Cultivos Transitorios y Barbecho (5.325 UPAs); 11.739 Has en Pastos Cultivados (1.644 UPAs); Páramos en 109 Has; Montes y Bosques en 13.056 Has (1.930

UPAs). También estos mismos datos confirman la presencia de la pequeña propiedad como la más representativa

Sin embargo de las bondades de la naturaleza y su gente, el desarrollo económico empresarial es menos que ínfima por no decirlo nula, debido a falta de un ente que planifique, organice y coordine actividades entre el sector público y/o privado; a más de otros problemas como la falta de políticas afirmativas, de recursos económicos, conocimiento e importancia de los Atractivos Turísticos, falta de programas que fomente el Desarrollo Empresarial donde combinen armónicamente actividades las Cooperativas de Ahorro y Crédito, la Agroindustria, los Emprendimientos, el Comercio Formal e Informal, la Artesanía, Gastronomía, las Cooperativas de Transporte, etc..

De los entes encargados de impulsar el Desarrollo Económico Empresarial público si bien están el Gobierno Provincial, el Gad Municipal, ciertos Ministerios como el MAGAP, el MIES, poco o nada han realizado por asociar a los actores o gestores del tejido empresarial en la ciudad e incluso en los actuales momentos en los que en época de crisis y de la pandemia del Coronavirus la población y el cantón en general ha caído más en una pobreza incrementándose los niveles de desempleo, el cierre de pequeñas microempresas, negocios particulares, etc,

Información valiosa encontramos en los Planes de Ordenamiento Territorial o PDOT tanto del Gobierno Provincial, Gobiernos Cantonales o de los Gobiernos Parroquiales pero que no se articula en programas y proyectos de desarrollo por la falta de recursos

CODECOB Corporación de Desarrollo Económico y Competitivo de Bolívar: Es una agencia de desarrollo económico y competitivo de Bolívar, creada por Acuerdo Ministerial Nº 03-543 del MIPRO el 7 de Noviembre del 2003 con la misión de cambiar la realidad actual socio-económica de la provincia de Bolívar a una provincia desarrollada y emprendedora.

Junto a socios y aliados locales nacionales e internacionales trabaja en programas y proyectos que promueven el desarrollo productivo, social, cultural, económico de todos los ciudadanos ecuatorianos y bolivarenses y sus organizaciones, impulsando iniciativas públicas y privadas que fomenten el empresarialismo y emprendimiento provincial entre sus habitantes.

BIBLIOGRAFIA:

- Escobar & Martínez. Bolívar Provincia de Encantos y Ensueños 2010. Editorial Freire,
- Escobar & Martínez. Bosques Protectores y Área Protegida de la Provincia Bolívar 2012 Editorial Pedagógica Freire
- Guarnizo Bladimir, Informe de Comunicación Social, 2015. Editorial Universitaria
- Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Chimbo. Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón Chimbo, Año 2014
- Inec, Estadísticas Nacionales. Censo de Población y Vivienda año 2010
- Inec, Estadísticas Nacionales. Proyección de la Población 2010 – 2020

- Ley de Emprendimiento e Innovación, Suplemento del Registro Oficial No. 151 , 28 de Febrero 2020
- Ley de Economía Popular y Solidaria, Ley 0, Registro Oficial 444 de 10-may.-2011, Última modificación: 23-oct.-2018
- Ley Ambiental Registro Oficial Suplemento 418 de 10-sep-2004
- Ley de Turismo Registro Oficial Suplemento 733 de 27-dic.-2002
- Reglamento de Actividades Turísticas Registro Oficial 726 de 17-dic.-2002
- Ley para el Fomento Productivo, Atracción de Inversiones, Generación de Empleo, Registro Oficial Suplemento 309 de 21-ago.-2018

JUSTIFICACIÓN:

Considerando la falta de políticas, actividades y estrategias de fomento y promoción por parte de los entes interesados en la actividad económico empresarial, desde la Academia hemos visto la necesidad de articular acciones y trabajo en equipo, coordinando tareas con los estudiantes de las Carreras de Ingeniería Comercial, Comunicación Social, Administración de Empresas, Sociología y Contabilidad a fin de que se conviertan en los actores llamados a resolver esta problemática e impulsar directamente mediante varios productos promocionales de manera digital el Desarrollo Empresarial aprovechando los espacios de la Codecob, de la Página que se creará para impulsar este programa en actividades como la Gastronomía, los Emprendimientos, la Historia, Geografía, Música, Personajes Emblemáticos o Populares, los Oficios, la música, las artes, etc.

Es necesario, crear espacios para que la población y especialmente quienes poseen un negocio, una microempresa o una actividad empresarial en todos los cantones de la provincia Bolívar accedan a un Programa de **“FORTALECIMIENTO DE ACTIVIDADES EMPRESARIALES**

Con esta información y conocimiento, la ciudadanía de San Miguel podrá orientarse de mejor manera con base en la información que conste en productos comunicacionales que tendrán una parrilla estándar para todos los cantones y desarrolle su actividad empresarial

Utilizando los medios digitales se realizará una investigación cuantitativa-cualitativa para partir de un Diagnóstico por Ramas de Actividad conforme tiene un formato el INEC a través de encuestas con los distintos actores y gestores sociales como:

Universidad Estatal de Bolívar

Codecob

Gad Provincial

Gad Cantonal

Gasds Parroquiales del cantón

Cámara de Comercio

Cámara de Turismo

Cooperativas de Ahorro y Crédito Locales, de Producción, Agrícolas,

Asociaciones de Productores, Artesanales, de Comerciantes

Del Diagnóstico se pasará al pronóstico con la elaboración de un Plan de Fortalecimiento estándar para las actividades empresariales

Y finalmente se elaborarán los productos comunicacionales que contendrá en un Primer Capítulo para la ciudad de San Miguel y de carácter general 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
- 1 Videos de corta duración de la Actividad Empresarial en la ciudad
- Dos Número del Folleto de la Actividad Empresarial para la ciudad que contendrá:
 - a. Intro o Portada
 - b. Presentación
 - c. Índice
 - d. Editorial
 - e. Caminos de Aventura
 - f. El Entrevistado en Acción que será un Emprendedor
 - g. Fomento a la Microempresa
 - h. Capacitación en Temas de Administración, Finanzas, Contabilidad
 - i. Fundamentación Legal
 - j. Nuestros Talentos (Reportaje de Artistas Locales)
 - k. Cuidando Nuestros Recursos
 - l. Notas curiosas
 - m. Promociones y propaganda
 - n. Créditos

El espacio de Fomento a la Microempresa abarcará la Geografía, Historia, Gastronomía, en Capacitación los temas serán 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, Dípticos, Vallas Informativas, Spots Publicitarios, Folletos y Videos de corta duración respecto de la Geografía, Historia, Gastronomía, Emrendimientos e información que les permita fortalecer sus negocios.

En Fundamentación Legal se analizará La Ley de Emrendimiento, la Ley de Economía Popular y Solidaria, Ley Ambiental, Ley de Turismo.

Este proyecto lo impulsarán un equipo multidisciplinario de estudiantes cuyo afán es el de integrar en el programa de Fortalecimiento las actividades empresariales por Rama de Actividad de un determinado territorio con base en los conocimientos adquiridos en cada una de las asignaturas de las Carreras de Ingeniería Comercial, Comunicación Social,

Administración de Empresas, Sociología y Contabilidad, que serán plasmados en una memoria como documentos habilitantes y entregados digitalmente a las Instituciones tanto públicas como privadas que se vayan integrando al Proyecto

El presente trabajo busca crear un espacio entre los Emprendedores, Comerciantes Formales o Informales, pequeños Industriales, Artesanos, Agrícolas y Turísticos, pues la información dará a conocer ese gran potencial que poseemos y obtener información que les permita mejorar la administración

Los productos comunicacionales son elementos importantes dentro de una organización pues son la base de identificación de la actividad empresarial que se introduce en la mente de los clientes, representando simbólicamente la esencia de la misma.

Estos productos corresponden a la razón social y reflejan el compromiso de todos quienes aportan con su trabajo a satisfacer las necesidades de los clientes, se convierten en un imán que atrae nuevos clientes y fideliza aquellos que ya conocen los productos.

Desde la concepción de la imagen corporativa, los colores, el manejo de los nombres y los productos deben estar debidamente pensados para que lleguen a ocupar un lugar en la mente de los clientes.

Acompañado al nombre la actividad empresarial se puede manejar una logo símbolo que contiene el isotipo o imagen gráfica que la identifica por las letras que se utilizarán para nombrar la empresa.

Los productos comunicacionales son: la imagen que sea coherente en todos los materiales utilizados en ferias y eventos, además la promoción debe demostrar al público esa conexión que se pretende lograr con el público externo para que conozca y reconozca los productos o se informe a su vez de lo que sucede al interior de ésta.

Por este espacio se busca que la ciudadanía participe de forma activa en el programa o el diseño de los productos, mediante encuestas para estructurar y elaborar con su aporte y criterio, este espacio dirigido por estudiantes universitarios a fin de que llegue a los interesados y actores sociales.

Bajo este criterio se justifica el impacto que va a tener el Fortalecimiento de las Actividades Empresariales en el ámbito económico, pues se brindará información que contribuya mejorar las Actividades Empresariales

El programa de Fortalecimiento cubrirá información en este Capítulo de la ciudad de San Miguel por lo que esta dinámica en el sector se reproducirá en el siguiente ciclo y los beneficiarios serán directos como indirectos

Combinando actividades académicas con las de Investigación y Vinculación, se hace un llamado a los entes interesados con miras a fortalecer la actividad Empresarial que cubrirá 3 etapas como:

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

Obtenida información por los estudiantes de las Carreras antes mencionadas de la Facultad de Ciencias Administración, Gestión Empresarial e Informática de la Universidad Estatal de Bolívar, se planteen como una necesidad prioritaria el fortalecer la actividad empresarial en la ciudad aprovechando el personal docente y docente así como la disponibilidad de herramientas como el Internet, el zoom para reuniones, programas informáticos de diseño y la logística de Codecob y Gads al momento de estructurar los productos promocionales

BIBLIOGRAFIA:

- Escobar & Martínez. Bolívar Provincia de Encantos y Ensueños 2010. Editorial Freire,
- Escobar & Martínez. Bosques Protectores y Área Protegida de la Provincia Bolívar 2012 Editorial Pedagógica Freire
- Guarnizo Bladimir, Informe de Comunicación Social, 2015. Editorial Universitaria
- Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Chimbo. Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón Chimbo, Año 2014
- Inec, Estadísticas Nacionales. Censo de Población y Vivienda año 2010
- Inec, Estadísticas Nacionales. Proyección de la Población 2010 – 2020
- Ley de Emprendimiento e Innovación, Suplemento del Registro Oficial No. 151 , 28 de Febrero 2020
- Ley de Economía Popular y Solidaria, Ley 0, Registro Oficial 444 de 10-may.-2011, Última modificación: 23-oct.-2018
- Ley Ambiental Registro Oficial Suplemento 418 de 10-sep-2004
- Ley de Turismo Registro Oficial Suplemento 733 de 27-dic.-2002
- Reglamento de Actividades Turísticas Registro Oficial 726 de 17-dic.-2002
- Ley para el Fomento Productivo, Atracción de Inversiones, Generación de Empleo, Registro Oficial Suplemento 309 de 21-ago.-2018

PROBLEMA:

Insuficiente desarrollo de las Actividades Empresariales en la Ciudad de San Miguel por la carencia de programas de Fortalecimiento tanto en el sector público como en el privado

De los 135 establecimientos que constan en la Base de datos y cumplen actividades comerciales, de servicios y artesanales no han recibido apoyo de institución alguna tanto del sector público como del privada y todas las instituciones lo que brindan es crédito y cierta asistencia técnica no así un espacio en las páginas de internet o redes sociales donde se difundan los bienes, productos o servicios que producen y ofrecen a la Colectividad

Si bien el INEC realizó encuestas referentes a las actividades por Ramas de Actividad, han transcurrido más de 10 años y esta información es desactualizada conforme el crecimiento de la población y sectores económicos.

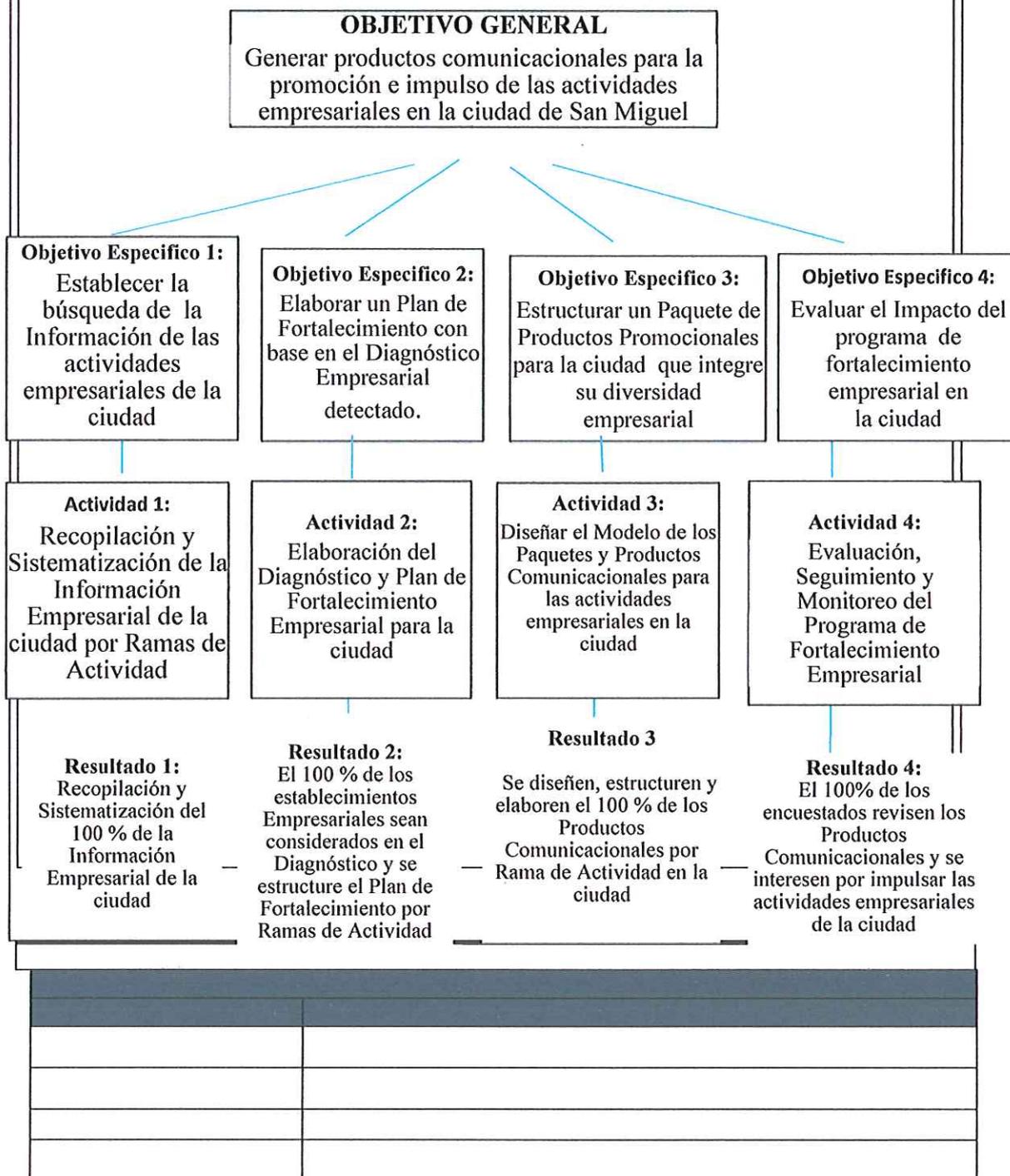
El Municipio de San Miguel a través de su Departamento de Desarrollo Comunitario esta orientando su accionar hacia el impulso de Emprendimientos y mejoramiento de procesos productivos pero es solo como una esperanza ya que pasa un tiempo y luego se olvidan de darle continuidad, actividades que la desarrollan personal sin conocimientos, formación y proyección empresarial.

No existen programas de Capacitación que impartan en materia Administrativa, Contable, Legal de Liderazgo de Comercio, de Marketing, etc; tanto en entidades del sector público como Gads, Direcciones Departamentales de Ministerios o de Entidades Financieras así como del sector privado de Ongs ligadas al sector microempresarial o artesanal en la ciudad y provincia

Árbol de problemas



5.Árbol de Objetivos, Actividades y Resultados



Detalle de las Actividades previstas por Objetivo Especifico

Objetivos Específicos	Actividades a cumplir
<p>OE1 Establecer la búsqueda de la Información de las actividades empresariales de la ciudad</p>	<p>A 1.1 Recopilación y Sistematización de la Información Empresarial de la ciudad por Ramas de Actividad</p>
	<p>A 1.2 Elaboración del formato de la encuesta, Determinación del Universo y cálculo de la Muestra por Ramas de Actividad</p>
	<p>A 1.3 Realización de la encuesta mediante medios digitales y programa Google Drive, Tabulación, Sistematización y Análisis</p>
<p>OE2 Elaborar un Plan de Fortalecimiento con base en el Diagnóstico Empresarial detectado</p>	<p>A 2.1 Elaboración del Diagnóstico de las Actividades Empresariales por Ramas de Actividad y aplicando diversas técnicas</p>
	<p>A 2.2 Elaboración del Plan de Fortalecimiento Empresarial para la ciudad considerando formatos existentes con Programas y Proyectos</p>
<p>OE3 Estructurar un Paquete de Productos Promocionales para la ciudad que integre su diversidad empresarial</p>	<p>A 3.1 Diseñar el Modelo de los Paquetes y Productos Comunicacionales para las actividades empresariales en la ciudad</p>

	<p>A 3.2 Aplicación del Modelo estándar de los Productos Comunicacionales para su elaboración</p>
	<p>A 3.3 Socialización de los Productos Comunicacionales de manera virtual con los gestores empresariales de la ciudad</p>
<p>OE4 Evaluar el Impacto del programa de Fortalecimiento Empresarial en la ciudad</p>	<p>A 4.1 Evaluación, Seguimiento y Monitoreo del Programa de Fortalecimiento Empresarial Inicial y Final con los gestores empresariales</p>

6. PROPUESTA DE INTERVENCIÓN

Lógica de intervención	Resumen narrativo	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos
<p>FIN Fortalecimiento de Actividades Empresariales en la Ciudad</p>	<p>Elaborar el Diagnóstico, el Plan y la Propuesta, con los Productos Comunicacionales de las Actividades Empresariales en la ciudad</p>	<p>Al finalizar el proyecto de Fortalecimiento Empresarial se espera difundir el 100% de los productos comunicacionales de la ciudad entre los gestores empresariales</p>	<p>Encuestas Entrevistas Afiches Trípticos Dípticos Spots Publicitarios Videos Folleto No 1 Afiches</p>	<p>Los Emprendedores de la ciudad no colaboren con la información para el levantamiento de la información de las Actividades Empresariales vía telefónica o internet</p>
<p>PROPÓSITO</p>				

<p>Impulsar las actividades empresariales con la presentación de productos comunicacionales a los gestores en la ciudad</p>	<p>Se elaborará un Paquete de Productos Comunicacionales para el fomento de la Actividad Empresarial por Ramas de Actividad</p>	<p>Elaborar el 100 % de los Productos Comunicacionales que se difundirá y socializará durante la vigencia del Proyecto</p>	<p>Trípticos Dípticos Spots Publicitarios Videos Folleto No 1</p>	<p>Fallas en los equipos informáticos o del internet tanto de los Docentes como de los estudiantes</p>
<p>COMPONENTES</p>				
<p>1.- Establecer la búsqueda de la Información de las actividades empresariales de la ciudad</p>	<p>Equipo Multidisciplinario conformado por las estudiantes de Carreras de Administración de Empresas y Comunicación Social que revisen la información referente al Tema de Vinculación</p>	<p>Se recabe el 100% de la información sobre Actividades Empresariales, Ramas de Actividad y PDOT de la ciudad por parte del Equipo Multidisciplinario</p>	<p>Listado de Estudiantes participantes y firmas. Información constata en la página de los Gads e Inec a utilizar</p>	<p>Inconvenientes de carácter técnico en los equipos de los Docentes y Estudiantes</p>
<p>2.- Elaborar un Plan de Fortalecimiento con base en el Diagnóstico Empresarial detectado</p>	<p>Equipo Multidisciplinario elabore el Diagnóstico Empresarial con base en la información recopilada e Investigación de Campo y plantee el Plan de Fortalecimiento para las actividades empresariales por ramas de actividad</p>	<p>El 100% de los gestores empresariales contribuyan con el Proyecto e Información para que el Equipo Multidisciplinario elabore el Diagnóstico, Plan de Fortalecimiento y Productos Comunicacionales</p>	<p>Listado de gestores empresariales, Estudiantes y firmas. Información constata en la página de los Gads e Inec a utilizar</p>	<p>Falta de coordinación entre el equipo multidisciplinario durante la vigencia del proyecto</p>

<p>3.- Estructurar un Paquete de Productos Promocionales para la ciudad que integre su diversidad empresarial</p>	<p>Con base en un Modelo y formato socializado con el Equipo Multidisciplinario se elabore uno o varios Paquetes de Productos Promocionales considerando la clasificación del INEC por Rama de Actividad y actividades empresariales existentes en la ciudad</p>	<p>Se diseñen, estructuren y elaboren el 100 % de los Productos Comunicacionales por Rama de Actividad en la ciudad con los gestores empresariales</p>	<p>Listado de gestores empresariales, Estudiantes y firmas. Información constata en la página de los Gads e Inec a utilizar</p>	<p>Inconvenientes de carácter técnico en los equipos de los Docentes y Estudiantes</p>
<p>4.- Evaluar el Impacto del programa de Fortalecimiento Empresarial en la ciudad</p>	<p>Consultar a los Emprendedores y Gestores respecto del Impacto del Programa de Fortalecimiento Empresarial y alcance de los Productos Comunicacionales difundidos mediante un muestreo representativo y técnico</p>	<p>El 100% de los encuestados revisen los Productos Comunicacionales y se interesen por impulsar las actividades empresariales de la ciudad</p>	<p>Listado de Estudiantes participantes y firmas. Encuestas Entrevistas</p>	<p>No se puedan realizar las encuestas o entrevistas a los Emprendedores o gestores por el alcance del Programa de Fortalecimiento Empresarial</p>
<p>Actividades A.1.1</p>	<p>Resumen narrativo</p>	<p>Indicadores</p>	<p>Medios de Verificación PDOT cantonal</p>	<p>Supuestos</p>

Recopilación y Sistematización de la Información Empresarial de la ciudad por Ramas de Actividad	Con base en el PDOT Cantonal y otros documentos de interés nacional el Equipo Multidisciplinario recopilará la Información Empresarial para su análisis y sistematización	El 100 % de la información será recopilada y procesada por el Equipo de trabajo	Planes de Desarrollo Inec. Listado y firmas de los estudiantes Listado de gestores empresariales	Falten los estudiantes Se enfermen los estudiantes Fallas en los equipos tecnológicos Fallas de internet
A.1.2 Elaboración del formato de la encuesta, Determinación del Universo y cálculo de la Muestra por Ramas de Actividad	Considerando el formato que aplicó el INEC en sus investigaciones se elaborará el cuestionario para ser enviado por correo a los gestores empresariales de la ciudad	El 100% de los gestores empresariales sean considerados en la investigación, así como para cálculos de la encuesta y Muestra del Proyecto Fortalecimiento Empresarial	Formato de la Encuesta Listado y firmas de los estudiantes Listado de gestores empresariales Google Drive	Falten los estudiantes, Fallas técnicas en el sistema y equipos Mala aplicación de las preguntas en el Google Drive
A.1.3 Realización de la encuesta mediante medios digitales y programa Google Drive, Tabulación, Sistematización y Análisis	Elaborado el formato de encuesta se subirá la información al Google Drive para ser enviada a los correos de los gestores empresariales con quienes se dialogará previamente	Envío de la Encuesta por Medios Digitales al 100 % de los gestores empresariales y representantes	Formatos de la encuesta Programa digital del Google Drive Listado y firmas de los estudiantes Listado de gestores empresariales	No envíen las encuestas los estudiantes a los correos Llenen mal los gestores empresariales Los correos estén mal o sean incorrectos
A.2.1 Elaboración del Diagnóstico de las Actividades Empresariales por Ramas	Con base en el formato de la Encuesta y una vez recibida la información se procederá a trabajar con los estudiantes para	Se recopile el 100% de la información por parte de los gestores y se incluya en el Diagnóstico información externa o de	Encuesta Programa digital del Google Drive Listado y firmas de los estudiantes	Fallas técnicas en los equipos Falten los estudiantes

de Actividad y aplicando diversas técnicas	elaborar el Diagnóstico Empresarial por Ramas de Actividad	instituciones financieras para completar las matrices FODA DOFA por Ramas de Actividad	Listado de gestores empresariales	No faciliten información las instituciones financieras
A.2.2 Elaboración del Plan de Fortalecimiento Empresarial para la ciudad considerando formatos existentes con Programas y Proyectos	Obtenido el Diagnóstico Empresarial por Ramas de Actividad se procederá a elaborar el Plan de Fortalecimiento considerando los Momentos Estratégicos que plantea algunos autores (Carlos Mattus)	El Plan de Fortalecimiento Empresarial contenga el 100 % del momento Prospectivo con Programas de Desarrollo por Ramas de Actividad	Programa digital para Proyecciones Listado y firmas de los estudiantes Contenido del Momento Prospectivo	Falten los estudiantes Se enfermen los estudiantes Fallas en los equipos tecnológicos Fallas de internet
A.3.1 Diseñar el Modelo de los Paquetes y Productos Comunicacionales para las actividades empresariales en la ciudad	Con el Plan de Fortalecimiento Empresarial se propondrá un Modelo de los Paquetes y Productos Comunicacionales por Ramas de Actividad a fin de agruparlas empresarialmente	El Modelo del Paquete de Productos Comunicacionales cubra el 100 % de las Actividades Empresariales por Ramas de Actividad	Firmas de los estudiantes Modelos de Productos Comunicacionales con colores e isotipos	Falten los estudiantes Se enfermen los estudiantes Fallas en los equipos tecnológicos Fallas de internet
A.3.2 Aplicación del Modelo estándar de los Productos Comunicacionales para su elaboración	Seleccionado el Modelo de Productos Comunicacionales se procederá a elaborar esquemas y ensayos que combinen la diversidad cultural y empresarial del	El Modelo estándar de los Productos Comunicacionales cubra el 100 % de las expectativas del Proyecto de Fortalecimiento Empresarial y gestores	Firmas de los estudiantes Borradores de los Modelos de los Productos Comunicacionales con colores e isotipos	Falten los estudiantes, fallas técnicas en el sistema y equipos

<p>A.3.3 Socialización de los Productos Comunicacionales de manera virtual con los gestores empresariales de la ciudad</p>	<p>cantón con tipografía, colores e imágenes El Modelo Estándar de los Productos Comunicacionales sea socializados vía correo o internet con los gestores empresariales</p>	<p>El 100 % de los gestores acepten el Modelo Estándar de los Productos Comunicacionales elaborados por el Equipo Multidisciplinario</p>	<p>Programa Computacional Borradores del Modelo Estándar de los Productos Comunicacionales Listado y firmas de los estudiantes Listado de gestores empresariales</p>	<p>No envíen el Modelo Estándar de los Productos Comunicacionales a los correos de los gestores Falten los estudiantes No contesten los gestores empresariales Fallas técnicas en el sistema y equipos</p>
<p>A.4.1 Evaluación, Seguimiento y Monitoreo del Programa Fortalecimiento Empresarial con los gestores empresariales</p>	<p>Socializado el Modelo Estándar de los Productos Comunicacionales con los gestores empresariales se procederá a levantar una encuesta para medir el impacto del Programa de Fortalecimiento Empresarial</p>	<p>El 100 % de los gestores sean encuestados para medir el impacto del Modelo Estándar de los Productos Comunicacionales y programa mediante Encuesta</p>	<p>Formatos de encuestas Programa digital Google Drive Listado de estudiantes Listado de gestores empresariales</p>	<p>No realicen las encuestas los estudiantes Llenen mal o no envíen la información los gestores empresariales</p>

7. RECURSOS:

Describe aquí los recursos necesarios para realizar el proyecto: humanos, materiales, físicos, tecnológicos, equipos, maquinaria, etc.

HUMANOS: Formación académica y número de docentes involucrados

	DOCENTE	C.I	FORMACIÓN ACADÉMICA
1	Ing. Mario Escobar G	0200886844	Ingeniero Comercial, MsC en Gerencia Educativa
2	Lic. Bladimir Guarnizo	1102742143	Lic. Comunicación Social, Mg. Comunicación Corporativa, MsC. Gerencia Educativa

CODECOB

- 1 Galo Vascones Del Salto

RECURSOS: Indicar el valor total del anexo # 2 PRESUPUESTO = 0

8 IMPACTO ESPERADO:

Tipo de impacto:

Social:	<input checked="" type="checkbox"/>	Ambiental	<input type="checkbox"/>	Otro: <i>Especifique</i>
Político:	<input checked="" type="checkbox"/>	Cultural:	<input checked="" type="checkbox"/>	
Económico:	<input checked="" type="checkbox"/>	Otro:	<input type="checkbox"/>	

Impactos Previstos

Con este proyecto se busca que los estudiantes universitarios de las Carreras de Ingeniería Comercial, Comunicación Social, Administración de Empresas, Contabilidad y Sociología desplieguen actitudes positivistas respecto del Fortalecimiento de las Actividades Empresariales y potencialidades de los Gads en sus diferentes dimensiones elaborando el Diagnóstico, el Plan General de Fortalecimiento, de proponer el Paquete de productos Comunicacionales y de Evaluar el Proyecto

Este proyecto además permitirá indistintamente en tiempos de cuarentena, de crisis económica y de Coronavirus acercarse más a la práctica pues propondrán una serie de alternativas tanto en Afiches, Trípticos, Señalética, Spots publicitarios, Videos, memorias o folletos que le permitan al interesado en leer temas de Turismo, Gastronomía, Emprendimiento, aspectos legales, administrativos, finanzas, contabilidad, organización, etc.

Desde el punto de vista político la propuesta recaería en un impacto favorable ya que el Gobierno Central apoya y respalda los Emprendimientos para eso a lanzado el Programa

Reactive Ecuador, con fondos a 3 años plazo, desde 500 hasta 50.000 dólares, al 5 % de interés y 6 meses de gracias.

La elaboración y difusión del paquetes de productos comunicaciones como propuesta permitirá difundir el pensamiento, la creatividad, conocimientos ancestrales, historia, geografía, gastronomía, cultura y actividades empresariales que contienen y son parte cotidiana de los Gads; de allí que el aporte estudiantil en estos espacios ayudarán a generar una mejor permanencia del estudiante y un desarrollo sostenido en el proceso enseñanza aprendizaje.

En el aspecto organizacional se coordinará el trabajo virtual utilizando el internet, el zoom, el WhatsApp y otros programas computacionales entre los estudiantes de las Carreras de Ingeniería Comercial, Administración de Empresas y Contabilidad de la Universidad Estatal de Bolívar, tanto mujeres como hombres en el ciclo, en los que podrán interactuar con los mismos derechos estudiantiles así también las mismas oportunidades y deseos de superación.

En lo que concierne a la viabilidad económica, para la ejecución del proyecto no se realizará una inversión para la elaboración del Programa de Fortalecimiento de las Empresariales que será utilizado como resultado de la investigación del trabajo.

El proyecto utilizará los Ejes Temáticos del PDOT partiendo de la Línea Base constante en los componentes Biofísico, Socio Cultural, Económico Productivo, de Movilidad, Energía y Conectividad, Político Institucional y de Asentamientos Humanos

Entre los beneficiarios a más de los 8 estudiantes, lo serán los indirectos que totalizan 293 y son dueños de Emprendimientos en la ciudad desde los formales a los informales así como del personal que labora en Codecob, en los Gads provinciales, cantonales y parroquiales; y, para medir su Impacto se aplicara la fórmula de la Muestra procediendo a aplicar las encuestas y entrevistas en la Investigación de Campo.

Resta señalar que las Autoridades del Gad cantonal deben a su vez motivar a la ciudadanía a que se empodere, genere emprendimientos que contribuyan a consolidar una cultura netamente empresarial donde articulan los sectores primario, secundario y terciario de la Economía

Impactos Negativos e Impactos No Previstos

Para el presente proyecto no se consideran impactos negativos pues se fortalecerán las Actividades Empresariales como un medio para salir de la crisis y Pandemia del Coronavirus

Entre los Impactos No previstos se podrían mencionar algunos como los No previstos entre los que mencionamos No haya internet y fallen los equipos computarizados

9 PRODUCTOS ESPERADOS:

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 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
 - 1 Videos de corta duración de la Actividad Empresarial en la ciudad
 - Dos Número del Folleto de la Actividad Empresarial para la ciudad que contendrá:
 - a. Intro o Portada
 - b. Presentación
 - c. Índice
 - d. Editorial
 - e. Caminos de Aventura
 - f. El Entrevistado en Acción que será un Emprendedor
 - g. Fomento a la Microempresa
 - h. Capacitación en Temas de Administración, Finanzas, Contabilidad
 - i. Fundamentación Legal
 - j. Nuestros Talentos (Reportaje de Artistas Locales)
 - k. Cuidando Nuestros Recursos
 - l. Notas curiosas
 - m. Promociones y propaganda
 - n. Créditos

10 OBSERVACIONES:

En este aparatado vamos a anotar ciertos modelos y formatos del Plan que vamos a realizar para el Fortalecimiento de las Actividades Empresariales, partiendo de Jean Paul Savellane y de Lucas Achig, cuyos modelos de Planificación Estratégica han sido canalizado en otros proyectos de desarrollo
Así se menciona:

PLAN

Según Jean Paul Savellane, la Planificación Estratégica tuvo su evolución con el desarrollo de la ciencia, que tomó con mayor fuerza al Plan en los llamados presupuestos elaborándose el esquema denominado Programación Presupuestaria (sistema P-P), muy ligado al desarrollo acelerado de nuevos métodos para aumentar la rentabilidad y disminuir los costos.

Así hoy por hoy para solucionar los problemas que más aquejan a la Comunidad, en las entidades o empresas utilizan la PES, que constituye una forma más amplia y dinámica de entender el concepto de Plan y concebir la utilidad práctica de la Planificación; es el arte de gobernar y consta de cuatro momentos:

1. El Momento Explicativo,
2. El Momento Normativo,
3. El Momento Estratégico; y,
4. El Momento Táctico Operacional.

MODELO DE LUCAS ACHIG

PASOS	ANALISIS DE LA SITUACION ACTUAL
_1	EXPECTATIVAS DE ELEMENTOS EXTERNOS
_2	EXPECTATIVAS DE ELEMENTOS INTERNOS
_3	BASE DE DATOS
_4	ANALISIS DEL ENTORNO
	a) Amenazas b) Oportunidades
_5	ANALISIS MEDIO INTERNO
	a) Fortalezas b) Debilidades
_6	VISION DE FUTURO
_7	MISION
_8	OBJETIVOS
_9	ESTRATEGIAS
_10	POLITICAS
_11	METAS
_12	PLANES OPERATIVOS (PAQUETE DE PRODUCTOS COMUNICACIONALES)

Enlistar los resultados esperados, e indicadores (metas) a cumplir. Establecer la duración en orden de tarea, actividad y resultados a ser ejecutados en el proyecto de forma cronológica; incluyendo el o los coordinadores responsables y estudiantes responsables con los recursos requeridos.

ANEXO 1.- CRONOGRAMA									
Resultados	Indicador	Tiempo estimado			Carrera(s)	Coordinadores responsables	Número Estudiantes participantes	Recursos necesarios	
		Desde dd/mm/aa	Hasta dd/mm/aa	Nº horas					
1. Resultado Recopilación y Sistematización del 100 % de la Información Empresarial de la ciudad	El 100 % de la información será recopilada y procesada por el Equipo de trabajo	05/10/2020	15/10/2020		- Ing. Comercial de Empresas	-Ing. Mario Escobar -Lic. Bladimir Guarnizo	9	Celular de cada uno Libretas, Esferos, Lápices Computadora ID del Zoom para reuniones PDOT y Bibliografía	
	A1.2 El 100% de los gestores empresariales sean considerados en la investigación, así como para cálculos de la encuesta y Muestra del Proyecto de Fortalecimiento Empresarial	16/10/2020	29/10/2020	165	- Ing. Comercial de Empresas	-Ing. Mario Escobar -Lic. Bladimir Guarnizo	9	Celular de cada uno Libretas, Esferos, Lápices Computadora ID del Zoom para reuniones PDOT y Bibliografía Catastro Municipal	
	A1.3 Envío de la Encuesta por Medios Digitales al 100 % de los	01/11/2020	15/11/2020	165	- Ing. Comercial de Empresas	-Ing. Mario Escobar -Lic. Bladimir Guarnizo	9	Celular de cada uno Libretas, Esferos, Lápices Computadora	

<p>2. Resultado El 100 % de los establecimientos Empresariales sean considerados en el Diagnóstico y se estructure el Plan de Fortalecimiento por Ramas de Actividad</p>	<p>gestores empresariales y representantes</p> <p>A2.1 Se recepte el 100% de la información por parte de los gestores y se incluya en el Diagnóstico información externa o de instituciones financieras para completar las matrices FODA DOFA por Ramas de Actividad</p>	<p>16/11/2 020</p>	<p>30/11/2 020</p>	<p>165</p>	<p>- Ing. Comercial Administración de Empresas</p>	<p>-Ing. Mario Escobar -Lic. Bladimir Guarnizo</p>	<p>9</p>	<p>ID del Zoom para reuniones Programa Google Drive Celular de cada uno Libretas, Esferos, Lápices Computadora ID del Zoom para reuniones Programa Google Drive</p>
<p>3. Resultado Se diseñen, estructuren y elaboren el 100 % de los Productos Comunicacional es por Rama de Actividad en la</p>	<p>A 2.2 El Plan de Fortalecimiento Empresarial contenga el 100 % del momento Prospectivo con Programas de Desarrollo por Ramas de Actividad</p>	<p>01/12/2 020</p>	<p>15/12/2 020</p>	<p>165</p>	<p>- Ing. Comercial Administración de Empresas</p>	<p>-Ing. Mario Escobar -Lic. Bladimir Guarnizo</p>	<p>9</p>	<p>Celular de cada uno Libretas, Esferos, Lápices Computadora ID del Zoom para reuniones</p>
<p>3. Resultado Se diseñen, estructuren y elaboren el 100 % de los Productos Comunicacional es por Rama de Actividad en la</p>	<p>A3.1 El Modelo del Paquete de Productos Comunicacionales cubra el 100 % de las Actividades Empresariales por Ramas de Actividad</p>	<p>16/12/2 020</p>	<p>20/12/2 020</p>	<p>130</p>	<p>- Ing. Comercial Administración de Empresas</p>	<p>-Ing. Mario Escobar -Lic. Bladimir Guarnizo</p>	<p>9</p>	<p>Celular de cada uno Libretas, Esferos, Lápices Computadora ID del Zoom para reuniones</p>

ciudad de Chimbo	A3.2 El Modelo estándar de los Productos Comunicacionales cubra el 100 % de las expectativas del Proyecto de Fortalecimiento Empresarial y gestores	6/01/2021	16/01/2021	165	- Ing. Comercial Administración de Empresas	-Ing. Mario Escobar -Lic. Bladimir Guarnizo	9	Celular de cada uno Libretas, Esferos, Lápices Computadora ID del Zoom para reuniones
	A 3.3 El 100 % de los gestores acepten el Modelo Estándar de los Productos Comunicacionales elaborados por el Equipo Multidisciplinario	17/01/2021	30/01/2021	165	- Ing. Comercial Administración de Empresas		9	Celular de cada uno Libretas, Esferos, Lápices Computadora ID del Zoom para reuniones
4. Resultado El 100% de los encuestados revisen los Productos Comunicacionales y se interesen por impulsar las actividades empresariales de la ciudad	A4.1 El 100 % de los gestores sean encuestados para medir el impacto del Modelo Estándar de los Productos Comunicacionales y programa mediante Encuesta	01/02/2021	26/02/2021	165	- Ing. Comercial Administración de Empresas	-Ing. Mario Escobar -Lic. Bladimir Guarnizo	9	Celular de cada uno Libretas, Esferos, Lápices Computadora ID del Zoom para reuniones

TOTAL, HORAS					1450		1450/9 = 161 Horas por Estudiante	
-------------------------	--	--	--	--	------	--	---	--

ANEXO 2.- PRESUPUESTO

(Describir el detalle anual)

ANEXO 2.A PRESUPUESTO CON CARGO A LA UEB (Describir el detalle)							
1. SUMINISTROS DE OFICINA							
Suministro	Unidad (resmas, cajas, etc)	Cantidad (de resmas, cajas, etc.)	Valor unitario (de resmas, cajas, etc)	Total (\$)			
Libretas	Unidad	8	1	9,72			
Esferos	Unidad	8	0,40	0,90			
Lápices	Unidad	8	0,30	0,70			
Resaltadores	Unidad	0	0	5,32			
Resmas de Papel Bond	Unidad	0	0	9,20			
Borradores	Unidad	0		4,66			
Grapas	Unidad	0	0	1,00			
Carpetas con Vincha				1,41			
			Total (1)	32,91			
2. IMPRESIONES Y SERVICIOS							
Horas de grabación por Zoom	Hora	0	0,0	0,00			

					Total (2)	0,00
3. MATERIAL DIDÁCTICO						
					Total (3)	
4. INSUMOS						
Concepto	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Total		
Flash Memory	Unidad					
Celulares						
Computadora						
Impresora						
					Total (4)	0

TOTAL 2.A PRESUPUESTO CON CARGO A LA UEB (\$ USA)	(1) +(2) +(3) +(4)	32,91
--	---------------------------	--------------

ANEXO 2.B.
PRESUPUESTO CON CARGO A LA CONTRAPARTE (Describir el detalle)

1. SUMINISTROS, IMPRESIONES, MATERIAL DIDÁCTICO, INSUMOS Y OTROS BIENES

Concepto	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Total
Hojas para Impresión				
Carpetas				
				Total (2.B)
TOTAL, PRESUPUESTO DEL PROYECTO (\$ USA)			2.A+ 2. B	32,91

Nota aclaratoria: (El presupuesto con cargo a la UEB dependerá de lo asignado por los entes de control correspondientes.)

Anexo 3. Listado de estudiantes participantes con su número de cedula

Anexo 4. Carta aval de la contraparte donde se realizará la vinculación

Guaranda, 21 de agosto de 2020

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 hago llegar el listado de estudiantes que van a participar en el proyecto de vinculación titulado: **“FORTALECIMIENTO DE ACTIVIDADES EMPRESARIALES EN LA CIUDAD DE SAN MIGUEL, PROVINCIA BOLIVAR, PERIODO 2020-2021”**, como Coordinador de este proyecto doy fe de que dichos estudiantes cumplen con todos los requisitos de la Facultad de Ciencias Administrativas y están habilitados para llevar a cabo este proyecto durante el periodo 2020-2021, a los estudiantes de las Carreras de Licenciatura en Administración de Empresas y Contabilidad

PROGRAMA I, CAPITULO SAN MIGUEL

N°	Nombres y Apellidos	Cédula	Ciclo	Teléfono
1	Barragán Arteaga Jheimy Thalia.	0250074796	Séptimo	989246104
2	Chariguaman Pande Wilmer Fabián	0202499406	Séptimo	969596068
3	Galarza Hinojosa Oswaldo	0202340675	Séptimo	994992497
4	Galeas Cañar Andrea Katalina	1250943667	Séptimo	997634635
5	Guapisaca Pomaquiza Segundo Rufino	1805399159	Séptimo	994029091
6	Macías Freire Allison Vanessa	1208534907	Séptimo	960415089
7	Monar Monar Luis Fernando	0202174447	Séptimo	990391962
8	Quintana Medrano Anthony Freddy	0202527818	Octavo CyA	0993077040
9	Joffre Isaias Pasto Landa	0250008422	Octavo ICO	0969245669
10	Agualongo Mullo Luis Fernando	0202125316	Octavo Com Social	0986235202

Deseándole éxitos en sus labores cotidianas, se despide
Atentamente

Teléfono: 0997835864

Cédula: 0200886844

Correo electrónico: mescobar@ueb.edu.ec

Coordinador

Guaranda, 05 de agosto de 2021

Ing. Marcelo Vilcacundo MsC

Director del Departamento de Investigación y Vinculación de la UEB

Presente

De mi consideración:

Reciba un atento y cordial saludo, por este medio le informo que como representante(s) de **CODECOB**, estamos de acuerdo que en esta entidad, ubicado en la zona urbana de la ciudad de Guaranda y con accionar en la provincia Bolívar se lleve a cabo el proyecto de Vinculación titulado: **“FORTALECIMIENTO DE ACTIVIDADES EMPRESARIALES EN LA CIUDAD DE SAN MIGUEL, PROVINCIA BOLIVAR, PERIODO 2020-2021”**, de acuerdo al cronograma de trabajo establecido entre los meses de Octubre 2020 a Febrero del 2021, para lo cual les prestaremos todo el apoyo posible durante la ejecución del mismo.

Deseándole éxitos en sus labores cotidianas, se despide

Atentamente



Sr. Galo Vascones Del Salto

Director Ejecutivo

Teléfono: 0982353160

Cedula: 0200765433

www.codecob.org.ec

INFORME TRIMESTRAL DE AVANCE

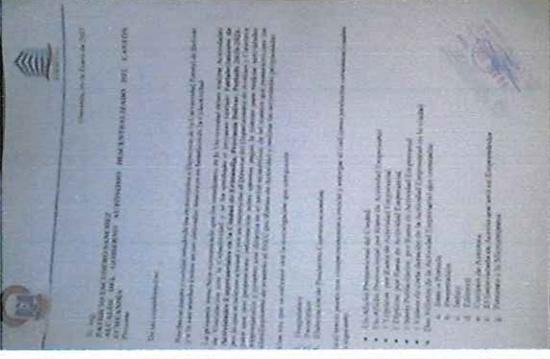
Coordinador del proyecto que presenta el informe	Periodo del informe		Fecha de entrega
Ing. Mario Escobar G	Desde 11/11/2020	Hasta 30/06/2021	05/07/2021

1. Datos Informativos

Identificador	Descripción
Código del Programa o proyecto	02-DIVIUEB-VS-2-2020
Nombre del Programa o Proyecto	FORTALECIMIENTO DE ACTIVIDADES EMPRESARIALES EN LA CIUDAD DE SAN MIGUEL, PROVINCIA BOLÍVAR, PERIODO 2020-2021
Coordinador principal	Nombres Apellidos: Ing. Mario Escobar G Celular: 0997835864 Email: mescobar@ueb.edu.ec
Coordinador subrogante	Nombres Apellidos: Lic. Bladimir Guarnizo Celular: 09997933089 Email: jguarnizo@ueb.edu.ec
Número de profesores participantes en este periodo	2
Número de estudiantes participantes en este periodo	9
Número de horas cumplidas en promedio por los estudiantes participantes	160 horas
Carreras participantes en este periodo	Ingeniería Comercial, Comunicación Social, Administración de Empresas, Contabilidad y Auditoría
Comunidad receptora de la vinculación en este periodo	Cantón San Miguel
Número de beneficiarios directos e indirectos durante este periodo	9
Cobertura y localización de este periodo (ubicación geográfica)	Provincia: Bolívar
	Cantón: San Miguel
	Parroquia: San Miguel
	Sitio: Sector Urbano
Presupuesto ejecutado en este periodo:	De la UEB: 32,91
	De la Contraparte: 0
	Total, ejecutado: 32,91

<p>Productos logrados durante el trimestre</p>	<p>Productos comunicacionales,</p> <ul style="list-style-type: none">• 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• 1 Video de corta duración de la Actividad Empresarial en la ciudad• Tres Revistas Digital y Folletos de la Actividad Empresarial que contiene:<ul style="list-style-type: none">a. Intro o Portadab. Presentaciónc. Índiced. Editoriale. Caminos de Aventuraf. El Entrevistado en Acción que será un Emprendedorg. Fomento a la Microempresah. Capacitación en Temas de Administración, Finanzas, Contabilidadi. Fundamentación Legalj. Nuestros Talentos (Reportaje de Artistas Locales)k. Cuidando Nuestros Recursosl. Promociones y propagandam. Créditos
---	--

2. Avances realizados en el trimestre

5.1. Resultados del cumplimiento de indicadores del proyecto						
Programa / proyecto		Informe				
Objetivos o Resultados y Porcentaje de cumplimiento	Indicadores	Cumplimiento del indicador (%)	Evidencias (fotografía o indicador de cumplimiento)	Descripción	Limitaciones encontradas	Acciones correctivas
R1 (%) Recopilación y análisis del 100% de la información empresarial obtenida.	El 100% de los estudiantes y los Docentes de las 4 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 Cantonal de San Miguel • Ley de Emprendimiento e Innovación • Ley de Fomento Productivo. • Clasificación CIU • Patentes Municipal 2020 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de información en sitios Web del GAD • 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 Bolívar, a través de páginas web

<p>R2 (%) En el diagnóstico sean considerados los puntos esenciales del análisis y se estructure los programas precisos para el fortalecimiento empresarial.</p>	<p>El 100% de los estudiantes de las 3 Carreras aporten con sus conocimientos al proyecto difundiendo las encuestas y tabulando los resultados para después proceder a realizar el diagnóstico respectivo</p>	<p>100 % cumplimiento</p>	<p>Estructura del Plan de Fortalecimiento</p>	<ul style="list-style-type: none"> o Formato de la encuesta o Modelo de la tabulación de datos. • Diagnostico FODA. 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de Información en sitios web y dificultad para movilización hacia el Cantón 	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación por vía telefónica con el Departamento de Catastros en el GAD • Trabajos de investigación teóricos para el Informe. • Trabajo coordinado con el Ing. Mario Escobar de la carrera de Ingeniería Comercial y Administración de empresas
<p>R3 Los productos y materiales comunicacion</p>	<p>El 100% de los productos y materiales comunicacion</p>	<p>100 % cumplimiento</p>	<p>Estructura del Plan de Fortalecimiento</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 reunión, por 	<ul style="list-style-type: none"> • Facilidad y apertura de parte del Ing. Mario Escobar para realizar sesiones

<p>nales son efectivos al 100%</p>	<p>ales fueron creados.</p>		<p>Reunión de revisión y corrección de Proyecto</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>parte de los estudiantes de las carreras involucradas</p>	<p>mediante zoom y hacer el respectivo seguimiento del Proyecto.</p>
<p>R4 (%) El 100% de los encuestados revisen los Productos Comunicacionales y se interesan por impulsar las actividades empresariales de la ciudad</p>	<p>El 100% de los encuestados se interesaron por los productos comunicacionales de impulsar sus emprendimientos.</p>	<p>100 % Cumplimiento</p>	<p>Anexos de Realización de Encuestas</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Clasificación de las actividades empresariales en la Patente 2020 • Asignación de encuesta por estudiante. • Encuestas 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.

3. Descripción de Actividades por Objetivo

Objetivo y Actividades	Actividades cumplidas (cualitativas / cuantitativas)	Inversión realizada (\$)
<p>O1. Realizar una búsqueda de información de las actividades empresariales de la ciudad</p> <p>A 1.1 Recopilación y análisis de la información obtenida de las actividades empresariales.</p> <p>A 1.2 Elaboración del formato de la encuesta, determinación del Universo y cálculo de la Muestra de los emprendimientos del Cantón.</p> <p>A 1.3 Realización de la investigación de campo aplicando las encuestas, Tabulación, Sistematización y Análisis.</p>	<p>CUANTITATIVAS</p> <p>El 100% de los estudiantes y los Docentes de las 4 Carreras aporten con sus conocimientos al proyecto, en su etapa de recopilación y procesamiento de la información Se realizo en su totalidad la investigación de campo con un total de 69 encuestas.</p>	<p>-----</p>
<p>O2. Establecer programas de fortalecimiento en función del diagnóstico empresarial obtenido.</p> <p>A 2.1 Elaboración del diagnóstico de las Actividades Empresariales.</p> <p>A 2.2 Elaboración de los programas para el fortalecimiento empresarial, considerando el formato establecido.</p>	<p>CUALITATIVA</p> <p>El 100% de los estudiantes y los Docentes de las 4 Carreras aporten con sus conocimientos al proyecto para la investigación y la implementación de programas que contribuyan al desarrollo económico del Cantón</p>	<p>-----</p>
<p>O3. Elaborar un paquete de productos promocionales para fortalecer el turismo y las actividades comerciales de los emprendimientos del Cantón.</p> <p>A 3.1 Diseñar el modelo de los productos comunicacionales para el turismo y las actividades empresariales en la ciudad.</p> <p>A 3.2 Aplicación del Modelo estándar de los Productos Comunicacionales para su elaboración.</p>	<p>CUALITATIVA</p> <p>El 100% de los estudiantes y docentes aportaron con ideas sobre el diseño y estructuración de los productos comunicacionales</p>	<p>-----</p>
<p>O4. Aplicación de encuestas y entrevistas a varios actores sociales</p>		

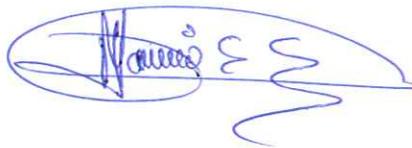
<p>a nivel del cantón con el fin de medir el Fortalecimiento de actividades empresariales en el cantón caluma en el aspecto empresarial, económico y, turístico.</p> <p>A4.1 El 100% de los encuestados realicen lo propuesto y aporten positivamente a crear consciencia del cambio que se debe impartir en el aspecto turístico, gastronómico</p> <p>A4.2 Evaluación, Seguimiento y Monitoreo de las actividades empresariales en el cantón</p>	<p>CUALITATIVA</p> <p>El 100% de los encuestados realicen actividades para el cambio que se debe impartir en el aspecto turístico, gastronómico</p> <p>Evaluación, Seguimiento y Monitoreo del fortalecimiento de actividades empresariales en el cantón</p>	<p>-----</p>
---	---	--------------

4. ANEXOS

- a) *Oficio (según modelo 1) dirigido al Director de Investigación y vinculación, con un cuadro resumen con los nombres y apellidos completos de los estudiantes participantes, su número de cedula, horas cumplidas hasta el momento y firmado por el Coordinador del programa o proyecto. El coordinador debe guardar las listas diarias firmadas por los estudiantes como evidencia.*
- b) *Cualquier documento o producto generado, que sea evidencia de las actividades logradas*

Observaciones

Firma de Coordinador que presenta el informe



Fecha de entrega: 20/0421

Guaranda, 08 de Junio, 2021

Ingeniero

Marcelo Vilcacundo, MsC.

Director de la Dirección de Investigación y Vinculación de la UEB

Presente. -

Reciba un atento y cordial saludo, por este medio le presento el listado de estudiantes que participan en el Proyecto de Vinculación titulado: **“FORTALECIMIENTO DE ACTIVIDADES EMPRESARIALES EN EL CANTÓN SAN MIGUEL, PROVINCIA DE BOLÍVAR EN EL PERIODO 2020-2021”.**, como Coordinador de este proyecto doy fe de que dichos estudiantes cumplieron con todas las labores estipuladas en el proyecto y en el tiempo previsto, hasta el momento han cumplido con 160 horas cada uno, de lo cual tenemos las evidencias correspondientes, según lo estipulado en el sistema y reglamento de Vinculación de la UEB.

En tal virtud 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	Barragán Arteaga Jheimy Thalia.	0250074796	Séptimo	0989246104
2	Chariguaman Pande Wilmer Fabian	0202499406	Séptimo	0969596068
3	Galarza Hinojosa Oswaldo	0202340675	Séptimo	0994992497
4	Galeas Cañar Andrea Katalina	1250943667	Séptimo	0997634635
5	Macias Freire Alisson Vanessa	1208534907	Séptimo	0960415089
6	Monar Monar Luis Fernando	0202174447	Séptimo	0990391962
7	Quintana Medrano Anthony Freddy	0202527818	Octavo CyA	0993077040
8	Pasto Landa Joffre Isaias	0250008422	Octavo ICO	0969245669
9	Agualongo Mullo Luis Fernando	0202125316	Octavo Com Social	0986235202

Deseándole éxitos en sus labores cotidianas, se despide

Atentamente

Profesor Ing. Mario E. Escobar G

Teléfono: 0997835864



INFORME FINAL DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD

<< FORTALECIMIENTO DE ACTIVIDADES EMPRESARIALES EN LA CIUDAD DE SAN MIGUEL, PROVINCIA BOLÍVAR, PERIODO 2020-2021.>>

1. DATOS INFORMATIVOS DEL PROYECTO

Identificador	Descripción		
Código del Programa o Proyecto:	02-DIVIUEB-VS-2-2020		
Nombre del Programa o Proyecto:	FORTALECIMIENTO DE ACTIVIDADES EMPRESARIALES EN LA CIUDAD DE SAN MIGUEL, PROVINCIA BOLÍVAR, PERIODO 2020-2021.		
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:	Ing. Comercial, Administración de empresas, Comunicación Social, Contabilidad y Auditoría		
Coordinador Principal:	Ing. Mario Escobar G		
Coordinador Alterno:	Lic. Bladimir Guarnizo		
Cobertura y Localización (ubicación geográfica):	Provincia: Bolívar Cantón: San Miguel Zona: Urbana y Rural		



Presupuesto Utilizado:	Del Asignado por la UEB:	32,91
	Del Asignado por la Contraparte:	0
	Total de Presupuesto:	32,91
Periodo total de ejecución:	11 de Noviembre 2020 al 25 de junio del 2021	
Fases cumplidas (Horas cumplidas)	160 horas	
Número de docentes participantes:	2	
Número de estudiantes participantes:	9	
Comunidad beneficiaria	Cantón San Miguel	
Número de beneficiarios directos e indirectos	293	
Convenio de respaldo	Si	

2. GENERALIDADES

La provincia Bolívar es una faceta interesante dada su variedad de pisos climáticos y ecosistemas, es más que carnavales, sus bosques, ríos, montañas, paisajes, su producción agrícola, la fiesta de San Pedro, el día de los Difuntos y la amabilidad de su gente, son entre otros los atractivos naturales y manifestaciones socioculturales que posee, por lo que es propicia para la práctica de diferentes formas de Turismo como: El Ecológico que tiene un espacio preferencial con los Bosques Protectores Peña Blanca, Mashashingo la Chorrera, Cashca Totoras, Balzapamba y su Chorrera, los Arrayanes, Chillanes Bucay, Samama Guineales, Naranja Pata, la Palma, etc; dispersos en los diferentes pisos ecológicos y cantones de la provincia o la Reserva Faunística Chimborazo (Martinez., Bosques



Protectores y Área Protegida de la Provincia Bolívar , 2012), el Turismo de Aventura, el Religioso, el Comunitario, etc

El proyecto “Fortalecimiento de Actividades Empresariales en la Ciudad de San Miguel, 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 ciudad de San Miguel.

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 ciudad de San Miguel en Provincia 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.

Ubicado al suroccidente de esta pequeña provincia se encuentra el cantón San Miguel, 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.

Este producto promocional se lo realizará utilizando los medios digitales, para partir de un diagnóstico por Ramas de Actividad, por lo que después se pasará al pronóstico con la elaboración de un Plan de Fortalecimiento estándar para las actividades empresariales.

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 CIUDAD DE SAN MIGUEL POR LA CARENCIA DE PROGRAMAS DE FORTALECIMIENTO TANTO EN EL SECTOR PÚBLICO COMO EN EL PRIVADO

Entre las Causas y Efectos que sustentan ese problema son:

Causas

- No hay un verdadero apoyo de las Instituciones hacia los Emprendedores



- Desconocimiento de técnicas y procesos para la mejorara de sus Negocios y Actividad Empresarial
- No se destinan recursos de los Gads y ONG en Planes y Programas de Fortalecimiento del tejido productivo
- No se aprovecha las potencialidades de los Emprendedores de la ciudad
- Los Emprendedores no mejoran sus procesos, productos e ingresos por la falta de programas de capacitación y recursos económicos
- No existe apoyo ni líneas de crédito favorables para mejorar las Actividades Empresariales
- Pandemia mundial
- Altas tasas de interés de entidades bancarias.
- Incremento de competencia desleal.
- Decrecimiento de la actividad económica en el cantón

Efectos

- Los Emprendedores no tienen proyección empresarial, no mejoran sus procesos y productos
- La mayoría de los emprendimientos en el cantón caluma, se dedican a la actividad comercial y existen pocos emprendimientos que se dedican a la actividad manufacturera.
- Los emprendedores del cantón, no reciben apoyo ni algún tipo de asesoría, por parte de las entidades públicas del sector.
- Falta de maquinaria actualizada para la transformación de la materia prima en productos terminados.
- Falta de actividades de investigación e innovación en cada uno los emprendimientos.
- Falta de integración a asociaciones o grupos de emprendimientos.
- Escaza formación empresarial, mínima base tecnológica y una probable y escaza política de financiación que apoye el desarrollo de las microempresas.



3. OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL: Crear productos comunicacionales que promocionen e impulsen las actividades empresariales en el Cantón San Miguel, Provincia Bolívar, Periodo 2020-2021.

Se elaboró una serie de productos comunicacionales con el propósito de ser entregados en el Municipio del Cantón San Miguel 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:

- Promoción en plataformas digitales.
- Fomentar del Turismo en el Cantón, para incentivar la reactivación económica de los microemprendimientos
- 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 el Programa de Fortalecimiento Empresarial, por parte de los estudiantes de Administración de Empresas, Contabilidad y Auditoría e Ingeniería Comercial, mientras que los productos comunicacionales estaban a cargo de los estudiantes de Comunicación Social.

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



Los afiches, Trípticos, Dípticos, Revistas y Spots publicitarios, en los cuales se promocionaron los atractivos turísticos y variedad gastronómica que existen en el Cantón San Miguel

Objetivos Específicos:

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

- El 100% de los estudiantes y los Docentes de las 4 Carreras aportaron con sus conocimientos al proyecto, en su etapa de recopilación y procesamiento de la información
- Se envió solicitud de información sobre las patentes municipales al Alcalde del Cantón para realizar la clasificación de actividades empresariales según la Clasificación CIU
- Se realizó en su totalidad la investigación de campo con un total de 69 encuestas.

Información recolectada en esta etapa:

- PDOT Cantonal
- Ley de Emprendimiento e Innovación
- Ley de Fomento Productivo.
- Clasificación de Actividades Empresariales CIU
- Patentes Municipal 2020

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

- El 100% de los estudiantes y los Docentes de las 4 Carreras aporten 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 Capacitación: Realizar campañas de capacitaciones digitales, marketing a los microempresarios del cantón.
- 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 el cantón
- Programa de Equipamiento: Compra de maquinaria de ocasión.
- Programa de Modernización: Mejorar la infraestructura de los locales
- Programa de Apoyo Crediticio: Créditos

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

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

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



- El 100% de los estudiantes y docentes aportaron con ideas sobre el diseño y estructuración de los productos comunicacionales
- En la elaboración de los productos comunicacionales estuvo a cargo el estudiante de la Carrera de Comunicación Social
- Los productos realizados son los siguientes descritos a continuación:
 - 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
 - 1 Videos de corta duración de la Actividad Empresarial en la ciudad

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

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

Objetivos Específicos 4: Evaluar el Impacto del programa de fortalecimiento empresarial en el cantón.

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



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 del Cantón
- 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 al Cantón

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

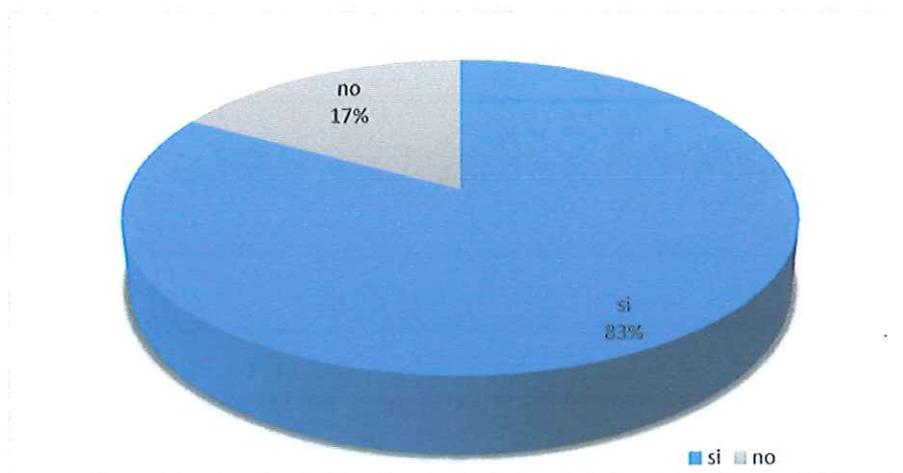
5. RESULTADOS OBTENIDOS

1. Cuadros y gráficos estadísticos con su respectiva interpretación;

ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS EN EL CANTÓN SAN MIGUEL PREGUNTA N° 1

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

CONCEPTO	NUMERO	PORCENTAJE
Si	83	83%
No	13	13%
Total	69	100%



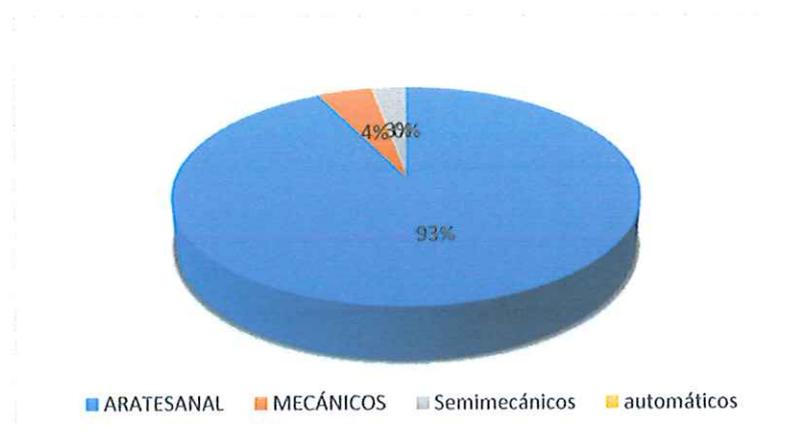
Análisis e interpretación

En el cantón San Miguel se pudo conocer con un 83% de los emprendimientos como restaurantes, bares que si transforman la materia prima y con el 17% no transforman la materia prima ya que son emprendimientos como sastrerías, talleres de motos emprendimientos que se encargan de brindar servicios a la ciudadanía mas no de transformar la materia prima.

PREGUNTA N° 2

¿SUS PROCESOS PRODUCTIVOS O DE TRANSFORMACIÓN SON?

CONCEPTO	NUMERO	PORCENTAJE
Artesanal	64	93%
Mecánico	3	4%
Semimetálico.	2	3%
Automáticos	0	0%



Análisis e interpretación

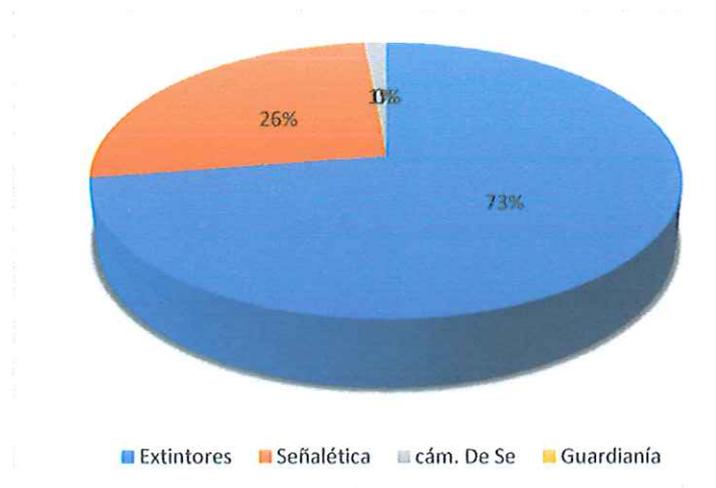
Gráfico en el cual se puede observar el proceso productivo o de transformación de las empresas, microempresas, del cantón

Y en las cuales tuvimos con un 93% que la mayoría de los emprendimientos de la ciudad de San Miguellos productos que ofrecen a la sociedad son de manera artesanal los cuales lo realizan los Restaurantes, Bares, Sastrería entre otros, y con un 49% encontramos emprendimientos que realizan y ofrecen productos que se realizan de forma mecánica y un 3% de forma semi mecánica. En el cantón la mayoría de emprendimiento tiene pocos años en el mercado y la mayoría realizan y ofrecen a la sociedad productos elaborados de forma artesanal ya que es menos costosa y más rápida.

PREGUNTA N° 3

¿QUE MEDIDAS DE PREVENCIÓN INDUSTRIAL APLICA?

CONCEPTO	NÚMERO	PORCENTAJE
Extintores	50	72,46
Señalética	18	26.09
Cámara de Seguridad	1	1.45
Guardianía	0	0,00



Análisis e interpretación

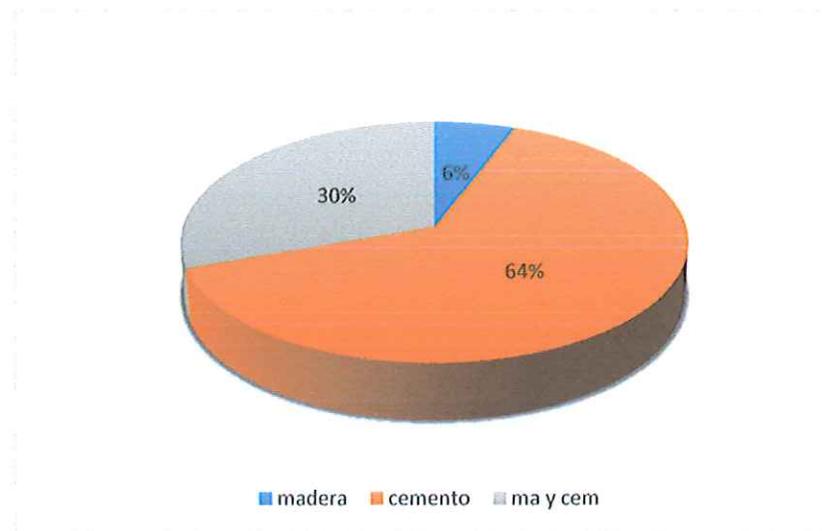
En el cantón San Miguelas medidas de prevención que utilizan la mayoría de emprendimientos son extintores con un 73% ya que son herramientas de suma importancia requerida por los organismos de control como lo son los bomberos que es sus reglamentos consta que para para otorgar los permisos de funcionamientos a los emprendimientos estos deben contar con herramientas de control como lo son extintores, señaléticas entre otros y más aun siendo emprendimientos como restaurantes bares entre otros.

Y con un 26% tenemos a las señaléticas la cual al igual que los extintores son de suma importancia que tenga los emprendimientos y con el 1% tenemos cámaras de seguridad las cuales son herramientas de suma utilidad, pero la mayoría de emprendimientos no cuenta con los recursos económicos para utilizar esta herramienta.

PREGUNTA N° 4

¿LOS MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN DE SU NEGOCIO SON?

CONCEPTO	NÚMERO	PORCENTAJE
Madera	4	5,80
Cemento	44	63,77
Madera y Cemento	21	30,43



Análisis e interpretación

Las infraestructuras de la mayoría de los emprendimientos son de cemento con un 64% ya que en los lugares en donde están ubicados este es en el centro del cantón San Miguel y los dueños de estos emprendimientos tan solo arriendan y son restaurantes bares entre otros.

Con un 30% y 6 % las infraestructuras de estos emprendimientos son de madera y cementos porque son casas, locales antiguos y los propietarios de estos emprendimientos arriendas estos lugares y no pueden invertir en mejor su infraestructura ya que no son propios.

PREGUNTA N° 5

NIVELES Y DEPARTAMENTOS QUE TIENE SU NEGOCIO

ÁREAS	NÚMERO	PORCENTAJE
Gerencia	0	0
Departamento financiero	0	0
Departamento administrativo	0	0
Departamento producción	0	0
Departamento de marketing	0	0
No posee ningún departamento	69	100%



Análisis e interpretación

Los diferentes niveles y departamento que posee la mayoría de emprendimientos del Cantón San Miguelson el departamento financiero, marketing, producción gerencia.

Y mediante las encuestas realizadas pudimos conocer con el 100% ninguno de los emprendimientos no posee departamentos porque son emprendimientos pequeños y creados empíricamente por los ciudadanos.



PREGUNTA N° 6

CONTACTO DE LA EMPRESA

CONCEPTO	PORCENTAJE	NÚMERO
Tel - Red So y correo electrónico	37,68%	26
Redes sociales	0%	0
No tiene	62.32%	43
Total general	100%	69

Contacto de la Empresa



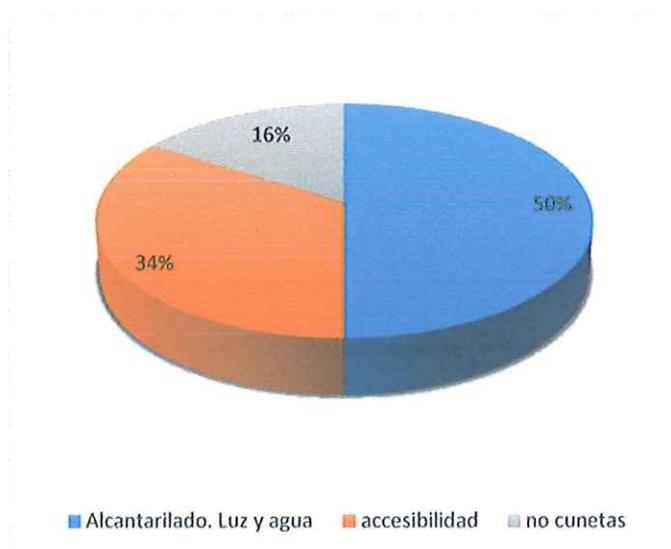
Análisis e interpretación

En el cantón San Miguel los emprendimientos están ubicados mayoritariamente en el sector urbano que cuenta con los servicios de comunicación y las redes sociales en tanto en los alrededores no cuentan con estos servicios, mientras que como factores clave para la sostenibilidad de los emprendimientos es apoyo financiero, políticas gubernamentales.

PREGUNTA N° 7

¿SU NEGOCIO DISPONE DE INFRAESTRUCTURA COMO?

CONCEPTO	PORCENTAJE	NÚMERO
Alcantarillado, Luz y agua	59,60%	69
Accesibilidad	23,40%	47
No cuenta	17%	22
Total	100%	



Análisis e interpretación

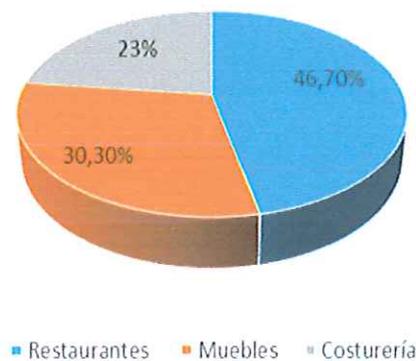
La mayoría de los emprendimientos cuentan con los servicios de alcantarillado, luz y agua, y en segundo lugar cuenta con fácil acceso a los micro emprendimientos esto hace que surja como una oportunidad de mejora del sector para la producción y transformación de productos agropecuarios del sector manufacturero.

PREGUNTA N° 8

¿CUALES SON SUS PRINCIPALES PRODUCTOS O SERVICIOS?

CONCEPTO	PORCENTAJE	NÚMERO
Restaurantes	46,70%	32
Muebles	30,30%	21
Costurería	23%	16
Total	100%	69

Cuáles son sus principales productos o servicios



Análisis e interpretación

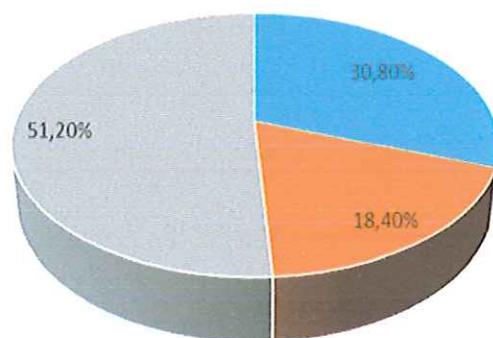
Se pudo observar que la mayoría de los encuestados están dedicados a la venta de comida rápida, ya que está orientada a satisfacer las necesidades del diario vivir y la situación obliga a estas microempresas a diferenciarse en el servicio que ofrecen a sus clientes siendo este uno de los aspectos fundamentales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

PREGUNTA N° 9

¿CUALES SON SU PRODUCTOS O SERVICIOS SECUNDARIOS?

CONCEPTO	PORCENTAJE	NÚMERO
Madera	30,80%	21
Diseños	18,%	13
Ingredientes de alimentos	51,20%	35
Total general	100%	69

Cuales son sus productos o servicios secundarios



■ Madera ■ Diseños ■ Ingredientes de alimentos

Análisis e interpretación

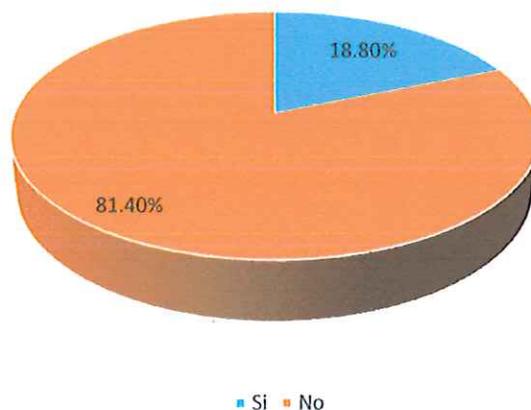
Tras las encuestas aplicadas a los dueños de los negocios, muestran que el cantón San Miguel utilizan las materias secundarias del mismo medio para la elaboración de sus productos dando una visión de fortalezas que pueda marcar los aspectos más relevantes sobre el consumo de sus productos.

PREGUNTA N° 10

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

CONCEPTO	PORCENTAJE	NÚMERO
Si	18,80%	13
No	81,20%	56
Total general	100%	69

Cuales son sus productos o servicios secundarios



Análisis e interpretación

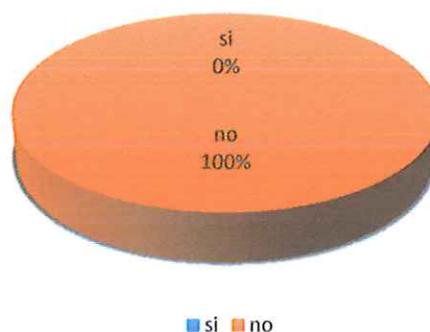
Un porcentaje de propietarios relativamente alto (81,40%) no forma parte de una asociación, son micro emprendimientos unipersonales que formaron con recursos propios que les permitan crear una vida digna para sus familias, por otro lado, el 18,80% iniciaron con apoyo de asociaciones nacionales y de otros países.

PREGUNTA N° 11

¿POSEE ALGUNA AGENCIA O SUCURSAL?

CONCEPTO	NÚMERO	PORCENTAJE
SI	0	0
NO	69	100
TOTAL	69	100

Posee alguna agencia o sucursal



Análisis e interpretación

Como se puede observar en el gráfico el 100% de los negocios no poseen ninguna sucursal, ya que como nos supieron manifestar es que su negocio no es tan conocido rentable como se esperarían, también otro problema es la gran variedad de productos y mucha competencia en el mercado, ya sea este local o nacional.

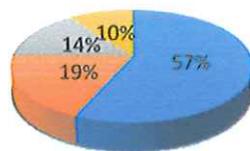
PREGUNTA N° 12

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

Mayor a 4	39	56,52
Mayor a 3	13	18,84
Mayor a 2	10	14,49
Mayor a 1	7	10,14
TOTAL	69	100

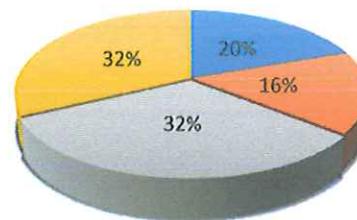
Mayor o igual a 4	11
3 empleados	9
2 empleados	18
1 empleado	18

¿En que año inició sus actividades y con cuántos empleados?



■ mayor a 4 ■ mayor a 3 ■ mayor a 2 ■ mayor a 1

Número de empleados



■ mayor o igual a 4 ■ 3 empleados
■ 2 empleados ■ 1 empleado

Análisis e interpretación

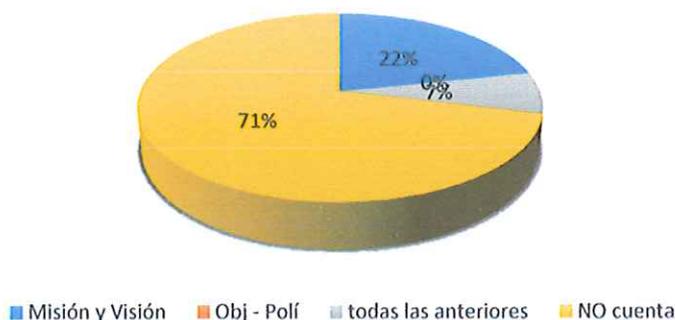
La gran mayoría de negocios ha iniciado con más de cuatro empleados, según ellos porque antes era más demanda por parte de la ciudadanía y la competencia no estaba muy en auge que se diga. Pero aun así hasta finales del 2019 todos los negocios elaboraban de manera muy tranquila y natural como siempre se lo ha hecho, pero fue a causa de la pandemia que muchos de los negocios que estaban vigentes tuvieron que cerrar, ya sea de forma temporal y lastimosamente otros de forma permanente, ya que no había a quien vender sus productos ya terminados, ya sea estos; comida, productos artesanales, etc., De igual manera el tiempo que tiene su negocio inclusive sobrepasan la década, esto debido a que ha sido un negocio familiar y por otra parte hay los que tienen poco tiempo, esto se debe a que vieron una oportunidad en medio del caos que vive la humanidad y supieron aprovechar de manera muy estratégica

PREGUNTA N° 13

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

CONCEPTO	NÚMERO	PORCENTAJE
Misión y Visión	15	21,74
Objetivos. - Políticas	0	0,00
Todas las anteriores	5	7,25
No cuenta	49	71,01
TOTAL	69	100

Su negocio dispone de;



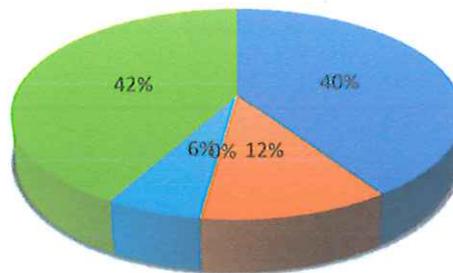
Análisis e interpretación

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

PREGUNTA N° 14

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

CONCEPTO	NÚMERO	PORCENTAJE
Marca Propia	28	40,58
Logotipo	8	11,59
Slogan	0	0,00
Isotipo	0	0,00
Todas las anteriores	4	5,80
No Posee	29	42,03
TOTAL	69	100



■ marca propia ■ logotipo ■ slogan ■ isotipo ■ todas las An. ■ no posee

Promover un negocio es de por si bastante complejo y los señores a los que se les encuestó lo saben muy bien, por eso muchos de ellos tienen su marca propia (en otras palabras, su patente registrada) como, por ejemplo; *Encebollados la curva del sabor*, que se caracteriza por su sabor y por el nombre del negocio, Por otra parte, hay muchos otros negocios que no tienen ninguno de ellos, pero se caracterizan por el sabor como, por ejemplo; las tiendas o puestos de tortillas, los encebollados, etc.

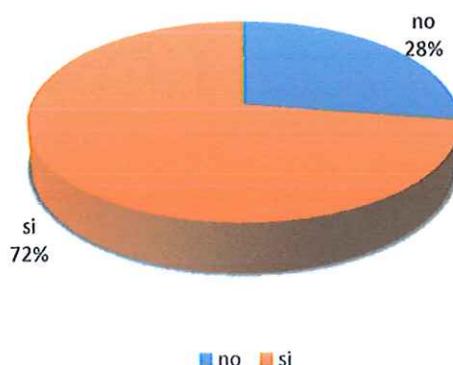
De igual manera muchos propietarios manifestaron que al cliente se los compra con el buen trato, con la calidad y/o presentación de un producto o servicio al consumidor final o como también puede suceder que simple y sencillamente el negocio es muy antiguo y la clientela es fija y segura.

PREGUNTA N° 15

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

CONCEPTO	NÚMERO	PORCENTAJE
No	19	27,54
Si	50	72,46
TOTAL	69	100

Introdujo nuevo producto al mercado



Análisis e interpretación

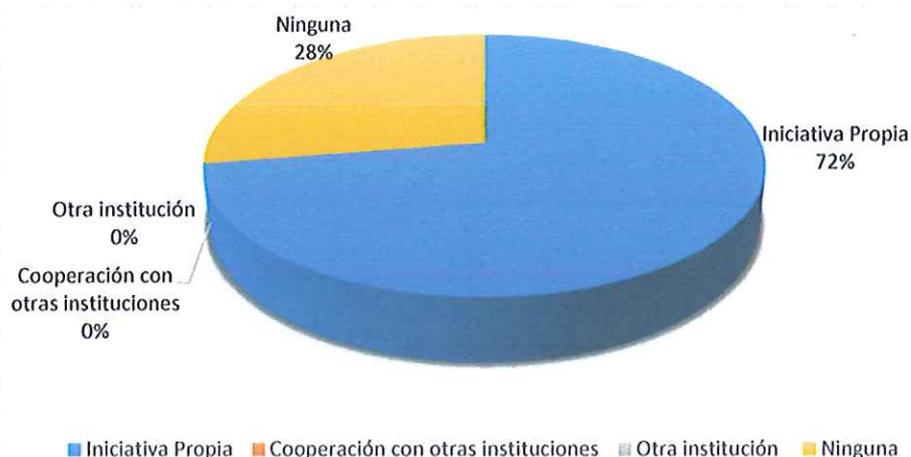
En la actualidad introducir algún producto al mercado ya sea este local, nacional o internacional es algo que de por sí ya es muy difícil por no decir imposible. Pero, como vemos en el gráfico con un 72% los señores que se han atrevido de laguna manera en introducir al mercado un nuevo producto es algo fascinante, ya sea que con ese pequeño aporte o innovación lo resultados han sido muy beneficiosos para dichos locales, de igual manera muchos de los dueños nos supieron manifestar que los hicieron con miedo a que su plan no resulte. En cambio hubo algunos que no lo hicieron, mucho de ello se debió al fracaso y a la competencia desleal que existe en la actualidad.



PREGUNTA N° 16

EL DESARROLLO DE ESAS INNOVACIONES DEL PRODUCTO FUERON:

CONCEPTO	NÚMERO	PORCENTAJE
Iniciativa Propia	50	72,46
Cooperación con otras instituciones	0	0%
Otra institución	0	0%
Ninguna	19	27,54
TOTAL	69	100%



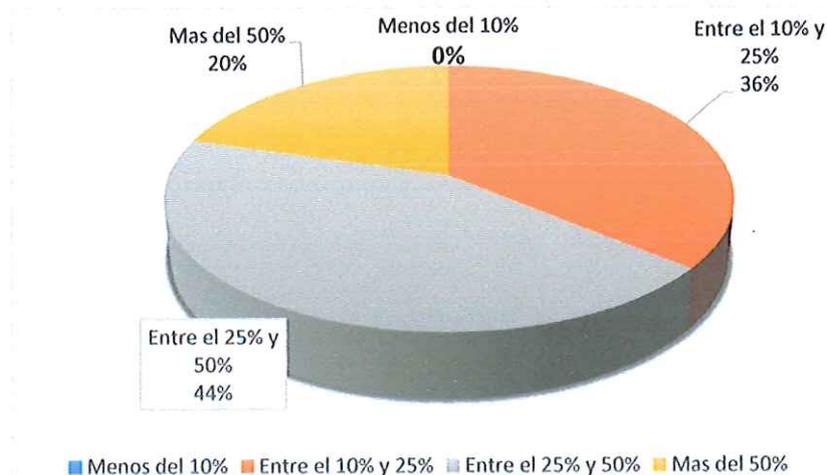
Análisis e interpretación

La mayoría de los propietarios de los emprendimientos realizan innovaciones en su producto por iniciativa propia, ya que ellos son los que pueden observar que es lo que más busca el cliente, con la finalidad de atraer a más consumidores, que se interesen en adquirir sus productos y sobre todo satisfaciendo completamente los requerimientos de los mismos.

PREGUNTA N° 17

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

OPCIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
Menos del 10%	0	0%
Entre el 10% y 25%	25	36,23%
Entre el 25% y 50%	30	43,48%
Más del 50%	14	20,29%
TOTAL	69	100%



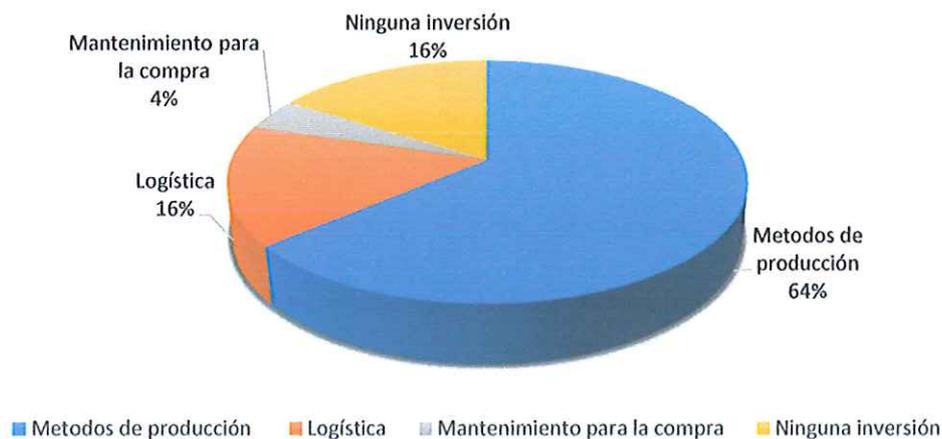
Análisis e interpretación

La mayor parte de los propietarios anhelan que sus ingresos aumenten un 25 a 50%, ya que hoy en día por el confinamiento debido a la pandemia las ventas se han reducido por ende los ingresos son bajos, con lo que se espera que en los próximos años haya una vacuna con eso los clientes podrán salir a adquirir sus productos con más frecuencia.

PREGUNTA N° 18

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

OPCIÓN	NUMERO	PORCENTAJE
Métodos de producción	44	63,77%
Métodos de logística	11	15,94%
Mantenimiento para la compra	3	4,35%
Ninguna inversión	11	15,94 %
TOTAL	69	100%



Análisis e interpretación

El proceso de producción es el factor en el cual más se enfocan los dueños de los emprendimientos, ya que de eso depende la calidad del producto, por lo cual la mayor parte busca métodos para mejor y facilitar la producción de sus productos, para satisfacer oportunamente los requerimientos de los clientes.

PREGUNTA N° 19

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

OPCIÓN	NUMERO	PORCENTAJE
Investigación	0	0%
Innovación	42	60,87%
Ninguna	27	39,13%
TOTAL	326	100%



Análisis e interpretación

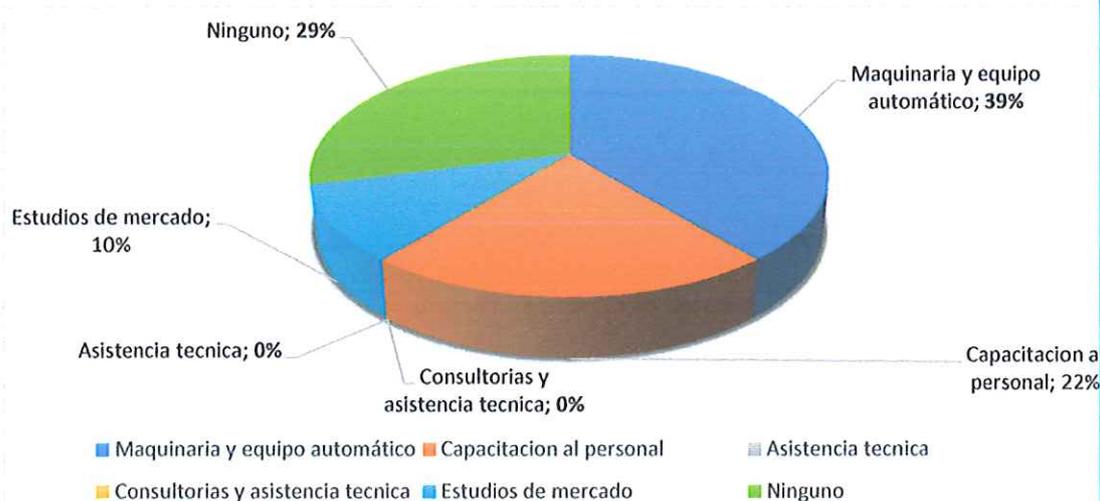
Con el aumento progresivo de la competencia la innovación es un aspecto fundamental en el cual han puesto énfasis los propietarios de los emprendimientos en el cantón San Miguel, ya que al darle un valor agregado a sus productos hacen que sean más atractivos y requeridos por los consumidores, logrando así aumentar sus ingresos y más recurrencia de clientes.



PREGUNTA N° 20

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

OPCIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
Maquinaria y equipo automático	27	39,13%
Capacitación al personal	15	21,74%
Asistencia técnica	0	0,00%
Consultorías y asistencia técnica	0	0,00%
Estudios de mercado	7	10,14%
Ninguno	20	28,99%
TOTAL	69	100%



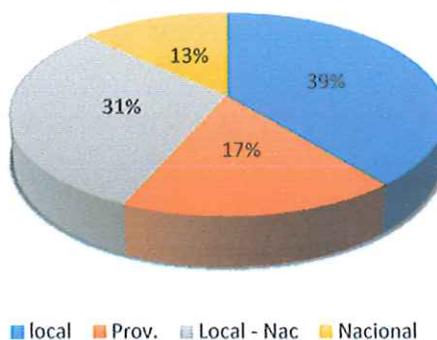
Análisis e interpretación

Para mejorar sus productos la mayor parte de los dueños de los emprendimientos invierten sus ingresos en obtener maquinaria y equipo automático nuevo para facilitar y mejorar el proceso de producción de sus productos, con lo que se asegura brindar un producto de calidad.

PREGUNTA N° 21

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

CONCEPTO	NÚMERO	PORCENTAJE
Local	27	39%
Provincial	12	17%
Local-Nacional	21	31%
Nacional	9	13%
TOTAL	69	100%



El 39% de las personas encuestadas adquieren sus productos en el mercado local, esto se debe a que la mayoría de los negocios encuestados se dedica a la elaboración de alimentos y los productos necesarios se pueden adquirir con facilidad ya que de las provincias aledañas llegan a comercializarlos en el cantón. El 31% adquiere sus productos en el mercado local nacional esto se debe a la ubicación del cantón las personas se pueden movilizar a otras ciudades adquirir los productos a un mejor precio. El 17 % restante se traslada a otras provincias o proveerse del producto necesario para el funcionamiento de sus negocios. Y el 13% restante adquiere sus productos en mercados nacionales esto se debe q adquieren sus productos en los mercados mayoristas ya que debido a la demanda de sus productos deben adquirir una cantidad elevada de materia prima.



PREGUNTA N° 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.

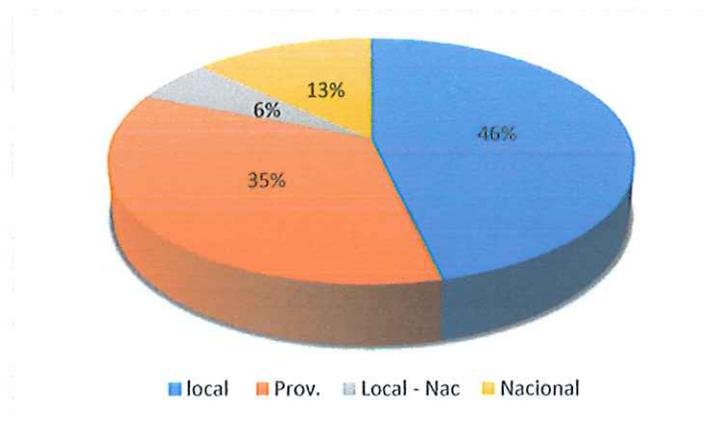
La materia prima que utilizan en una carpintería tenemos: madera, pegamento, clavos, tornillos, pinturas etc.

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

PREGUNTA N° 23

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

CONCEPTO	NÚMERO	PORCENTAJE
Local	32	46%
Provincial	24	35%
Local - Nacional	4	6%
Nacional	9	13%
Inter.	0	0,00
TOTAL	69	100%



Mediante as encuestas podemos identificar que el 46 % delas personas adquieren los materiales en el mercado local ,esto se debe que existe en el mercado local una variedad de materiales necesarios para poder elaborar los productos .El 35% se moviliza a otras provincias cercanas para elegir los mejores materiales .El 13 % adquiero los productos en el mercado nacional esto se debe a que son materiales industriales y no se puede adquirir en el mercado local motivo por el cual deben moverse a otras ciudades para poder comprar estos productos.



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: Manteles, servilletas, delantales para meseros y cocineros.

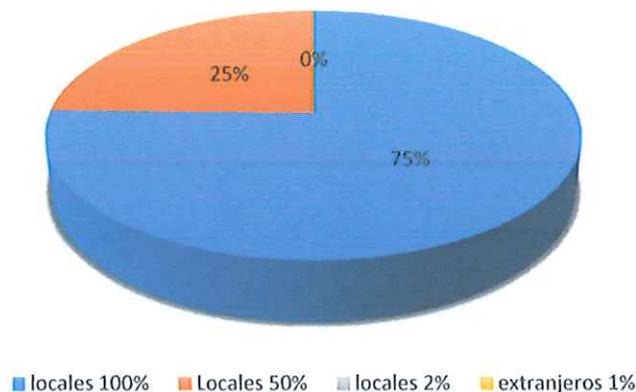
Los principales materiales que usan en las carpinterías tenemos: Sierras, serrucho, martillos, taladro, torno, lijadora, regla y escuadra, brocas, etc.

Los principales materiales que usan en los locales de costura son: Tijeras, cinta métrica, escuadras, máquina de coser, mesa de sastre, etc.

PREGUNTA N° 25

¿LOS EMPLEADOS QUE LABORAN EN SU NEGOCIO SON?

CONCEPTO	NÚMERO	PORCENTAJE
Locales 100%	52	75%
Locales 50%	17	25%
Locales 2%	0	0
Extranjeros 1%	0	0
TOTAL	69	100%



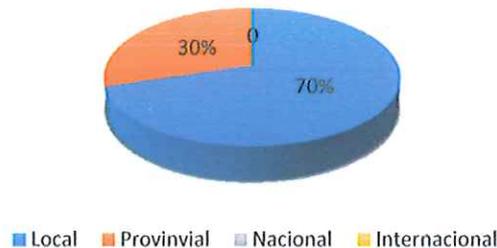
El 75% de los dueños de los negocios encuestados cuentan con el 100% de empleados locales, esto se debe a que la mayor parte de la población se conocen de tal motivo que prefieren dar trabajo a las personas del cantón y a la vez esto contribuye en el desarrollo ya que generan actividad económica y el 25 % restante cuenta con un 50% de empleados locales el resto con personal extranjero lo cual es muy poco debido a que los negocios son micro emprendimientos y no necesitan mucho personal y también son negocios familiares por lo que la mayor parte de empleados son del entorno familiar.

PREGUNTA N° 26

¿LOS PRODUCTOS QUE FABRICAN LOS COMERCIALIZAN EN EL MERCADO?

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Local	7	70%
Provincial	3	30%
Nacional	0	0%
Internacional	0	0%
Total	10	100%

Los productos que fabrican los comercializan en el mercado



Análisis e interpretación

De 10 comerciantes encuestados 70% manifestó que su producto se realiza para venderlo en el mercado local, mientras que el 30% dijo que su producto también se vende en el mercado provincial.

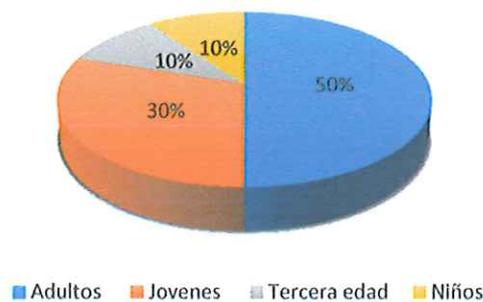
Se puede ver que, aunque son mayoría los comerciantes que elaboran su producto para venderlos en el mercado local, lo hacen porque son locales pequeños con falta de apoyo y orientación para poder hacer que su local o negocio crezca y pueda expandirse en los diferentes mercados, pero aun así se siente bien porque si generan ingresos para tener una vida normal en la sociedad.

PREGUNTA N° 27

¿SUS CLIENTES PRINCIPALES DE ACUERDO A SUS PRODUCTOS SON?

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Adultos	5	50%
Jóvenes	3	30%
Tercera edad	1	10%
Niños	1	10%
Total	10	100%

Sus principales clientes son



Análisis e interpretación

De 10 comerciantes encuestados el 50% manifestó que sus principales clientes son las personas adultas, y de allí seguan los jóvenes con el 30% y las personas de tercera edad con el 10% y los niños igual con el 10% .

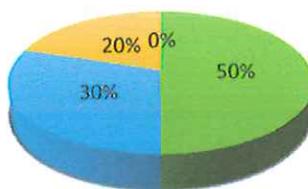
De acuerdo con los criterios de los comerciantes se pudo entender que sus principales clientes son las personas adultas, como padres de familia quienes adquieren sus productos para su hogar, siendo estos los principales clientes que hacen de sus negocios prósperos y así puedan obtener ingresos para adquirir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

PREGUNTA N° 28

¿PARA LLEGAR A SUS CLIENTES QUE ESTRATEGIAS UTILIZA?

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Redes sociales	5	50%
Publicidad en radio	3	30%
Tarjetas de presentación	2	20%
Hojas volantes	0	0%
Total	10	100%

Para llegar a sus clientes que estrategia utiliza



■ Redes sociales ■ Publicidad en radio ■ Tarjetas de presentación ■ Hojas volantes

Análisis e interpretación

De 10 comerciantes encuestados el 50% manifestó que para llegar a sus clientes utilizan la estrategia , de utilizar redes sociales como Facebook, Instagram, WhatsApp, etc. ya que hoy en día la mayoría de la sociedad utiliza estas páginas para estar pendiente de lo que pasa hoy en día. Y el 30% manifestó que utiliza mensajes publicitarios en las radios ya que no pueden manejar mucho las redes sociales , y el 20% supo decir que utilizaban tarjetas de presentación.

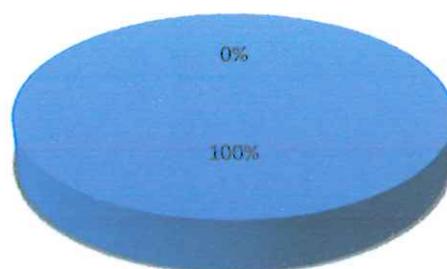
Los comerciantes utilizan diferentes estrategias para atraer a sus clientes y poder vender o dar a conocer sus productos o servicios al cliente o consumidor, entonces los comerciantes utilizan la estrategia que más le parezca factible para él y su negocio.

PREGUNTA N° 29

¿SUS PRINCIPALES COMPETIDORES EN EL MERCADO SON?

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Local	10	100%
Provincial	0	0%
Nacional	0	0%
Internacional	0	0%
Total	10	100%

Sus principales competidores son



■ Local ■ Provincial ■ Nacional ■ Internacional

Análisis e interpretación

De los 10 comerciantes encuestados el 100% supo manifestar que sus principales competidores son los locales,

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

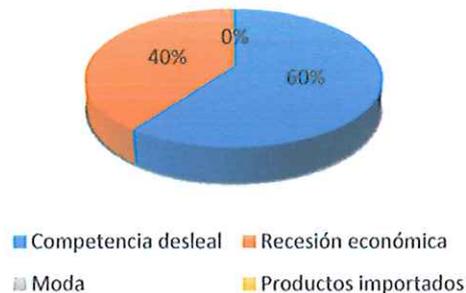
PREGUNTA N° 30

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

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Competencia desleal	6	60%
Recesión económica	4	40%
Moda	0	0%
Productos importados	0	0%
Total	<u>10</u>	<u>100%</u>

Elaborado por: Anthony Quintana Medrano

Problemas por los que atraviesa el negocio



Análisis e interpretación

De las 10 encuestas realizadas a los comerciantes el 60% supo manifestar que su negocio atraviesa problemas por la competencia desleal .y el 40% manifestó que su problema es la recesión económica en el cantón.

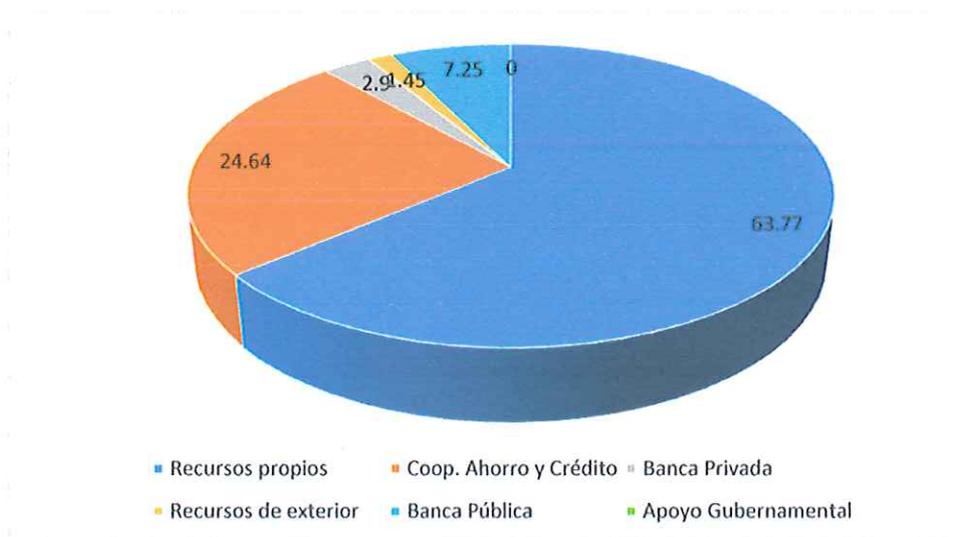
Los comerciantes del cantón San Miguel manifiestan que sus negocios atraviesan problemas por la competencia desleal entre ellos mismos y por la recesión económica que se acontece en el mismo lugar lo cual esto ocasiona dificultades al emprendimiento y al crecimiento comercial en el cantón.



PREGUNTA N° 31

CUAL FUE LA FUENTE DE FINANCIAMIENTO PARA SUS ACTIVIDADES EMPRESARIALES

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Recursos propios	44	63,77%
Coop. Ahorro y Crédito	17	24,64%
Banca privada	2	2,90%
Recursos de exterior	1	1,25%
Banca pública	5	7,25%
Apoyo gubernamental	0	0%
Total	10	100%



Análisis e interpretación

Según los datos obtenidos en la encuesta realizada se puede observar que la fuente de financiamiento para sus actividades empresariales dentro del cantón San Miguel son recursos propios siendo el 63,77 %, seguido del 24,64 % créditos, y con un 7,25% banca pública, con un 2,90% banca privada, con un 0,00% apoyo gubernamental, lo cual permitió analizar, observar que los empresarios utilizan más recursos propios para poder crear su empresa.

PREGUNTA N° 32

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

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
No se adecuan a sus necesidades	11	63,77%
Mucho papeleo	22	24,64%
Dificultades burocráticas	11	2,90%
Altas tasa de interés	26	1,25%
Garantías excesivas	29	7,25%
Pocas Facilidades de pago	20	0%
Total	69	100%

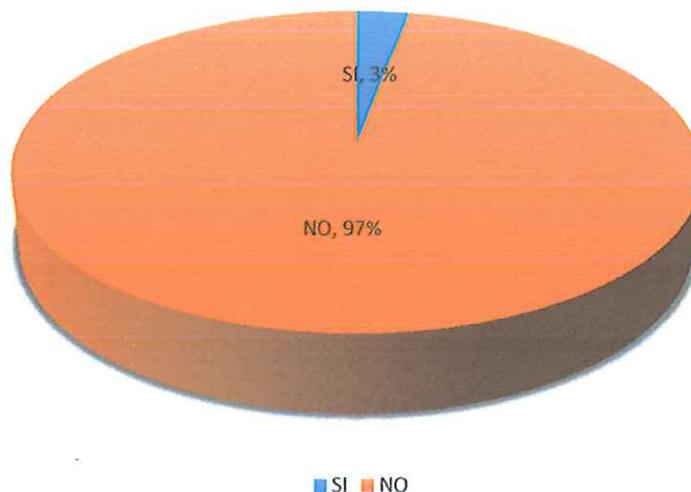


Existen un sin número de factores, pero en esta investigación se tomó en cuenta los más influyentes lo que permitió conocer la prioridad de los mismo según los encuestados, así obteniendo que los factores que repercuten en el inicio de los emprendimientos son por la necesidad de tener un ingreso económico y estabilidad laboral para el sustento del hogar, seguidamente tenemos por la oportunidad que se presenta en el mercado de la localidad, además tenemos factores como la experiencia y el conocimiento que se complementa con los factores antes mencionados.

PREGUNTA N° 33

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

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	2	3%
NO	67	97%
Total	69	100%



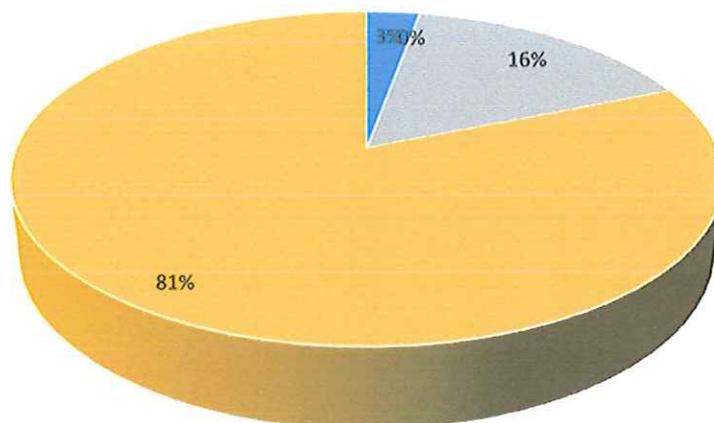
Análisis e interpretación

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

PREGUNTA N° 34

HA RECIBIDO APOYO O ASESORÍA PARA SUS ACTIVIDADES EMPRESARIALES DE

RESPUESTA	NÚMERO	PORCENTAJE
Entidad del Gobierno	2	3%
Consejo Provincial	0	0,00
Gobierno Municipal	11	16%
No ha recibido	56	81%



■ Entidad del Gobierno ■ Consejo Provincial ■ Gobierno Municipal ■ No ha recibido

Análisis e interpretación

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

PREGUNTA N° 35

SU NEGOCIO HA GENERADO UTILIDADES

Concepto	Número	Porcentaje
Si	58	84%
No	11	16%
Total	69	100%

Su negocio Genera utilidades



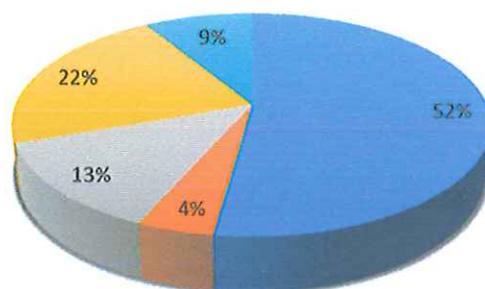
Análisis e interpretación

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

PREGUNTA N° 36

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

Concepto	Número	Porcentaje
Compra de Productos	36	52%
Presentación del negocio	9	13%
Nuevas oportunidades de negocio	3	4%
Infraestructura	15	22%
Otros	6	9%
Total	69	100%

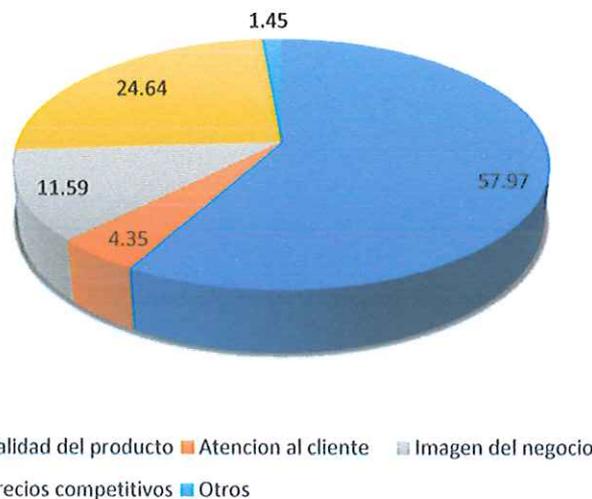


Con el 52% obtuvimos como resultado que destinan sus utilidades a comprar productos para abastecer su emprendimiento, de tal manera que puedan tener implementos para trabajar, el 22% de los encuestados respondió que sus utilidades son utilizadas para la implementación o mejora de la infraestructura, mientras que el 13% acotó que sus utilidades son destinadas a la mejora de la presentación del negocio para lograr captar la atención de sus clientes, en minoría el 4% de los encuestados aprovechan sus utilidades en nuevas oportunidades de negocio y por último el 9% destina sus utilidades en otras condiciones no relacionadas.

PREGUNTA N° 37

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

Concepto	Número	Porcentaje
Calidad del Producto	40	57.97%
Atención al cliente	3	4.35%
Imagen del negocio	8	11.59%
Precios Competitivos	17	24.64%
Otros	1	1,45%
Total		100%



Análisis e interpretación

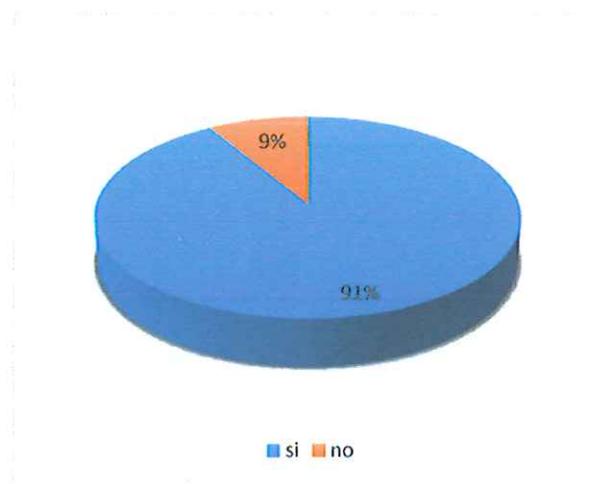
La respuesta de la mayoría de los encuestados con el 57,97% respondió ante la calidad del producto como aspecto relevante dentro de su negocio frente a la competencia, ya que, manifestaron que la calidad de sus productos es uno de los aspectos que mantiene la fidelización de sus clientes, mientras que el 24,64% manifestó que los precios competitivos lo distinguen de la competencia y atrae clientes, por otro lado el 11,59% eligió la imagen del negocio como aspecto relevante, debido a que muchos clientes acuden al negocio por su imagen, el 4,35% relaciona que la atención al cliente debe ser la mejor y adecuada para que el cliente se sienta satisfecho.



PREGUNTA N° 38

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

Concepto	Número	Porcentaje
Si	63	91%
No	6	9%
Total	69	100%



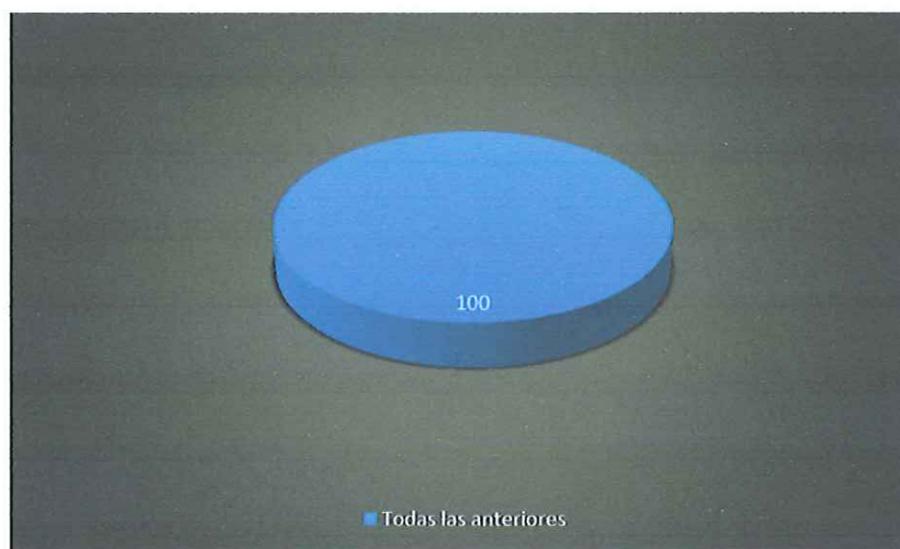
Análisis e interpretación

El mayor porcentaje de encuestados respondió a la pregunta que si mantendría su actividad económica en el lugar donde actualmente se encuentra, ya que, el local de su actividad era propio o tenía varios años trabajando en el mismo lugar, mientras que el 9% de los encuestados respondió negativamente, una de las principales razones por la que no mantendrían su negocio en el mismo lugar es por la alta competencia en el sector o los precios elevados de alquileres de locales.

PREGUNTA N° 39

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

Concepto	Número	Porcentaje
Alimentación	69	100%
Salud	69	100%
Educación	69	100%
Vivienda	69	100%
Transporte	69	100%
Seguridad	69	100%
Vestimenta	69	100%
Todas las anteriores	69	100%
Total	69	100%



Análisis e interpretación.

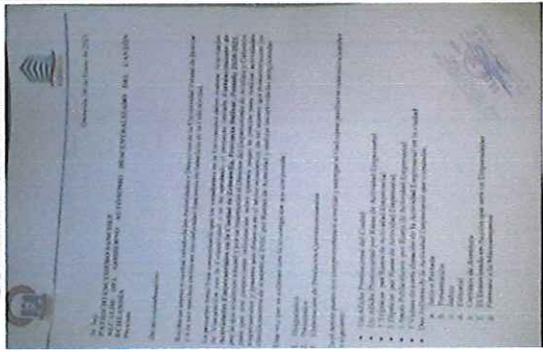
En su totalidad las personas encuestadas señalaron que su emprendimiento le ha beneficiado en todas las condiciones de vida como; alimentación, salud, vivienda, vestimenta, transporte, educación y seguridad, esto puede deberse a que trabajan diariamente y los



recursos adquiridos mediante el emprendimiento son destinados a las condiciones de vida cotidiana.

2. Análisis cuantitativo y cualitativo de los datos recolectados que explique el comportamiento de indicadores antes y después de la ejecución del proyecto;
3. Análisis de causas de incumplimiento o cumplimiento parcial de objetivos.
 - 1- Todos los objetivos se cumplieron en su totalidad pues se elaboraron, editaron y difundieron los programas radiales de la Radio Revista
 - 2- Una experiencia magnífica, ya que, conocimos muchos lugares turísticos en el Cantón San Miguel
 - 3- Tuvimos la oportunidad de dialogar con los emprendedores de la zona y el impacto de la crisis sanitaria en sus microempresas
 - 4- La investigación de campo se pudo llevar a cabo gracias a la predisposición de colaboración de los emprendedores de la zona.
 - 5- De acuerdo a los resultados de la encuesta desarrollada los resultados nos demuestran que fueron positivos, pues los productos comunicacionales tuvieron gran aceptación por la población.
 - 6- Falta de responsabilidad y compromiso por un porcentaje mínimo de estudiantes debido a las actividades académicas y otras situaciones.



5.1. Resultados del cumplimiento de indicadores del proyecto						
Programa / proyecto		Informe				
Objetivos o Resultados y Porcentaje de cumplimiento	Indicadores	Cumplimiento del indicador (%)	Evidencias (fotografía o indicador de cumplimiento)	Descripción	Limitaciones encontradas	Acciones correctivas
R1 (%) Recopilación y análisis del 100% de la información empresarial obtenida.	El 100% de los estudiantes y los Docentes de las 4 Carreras aporten con sus conocimientos al proyecto, en su etapa de recopilación y procesamiento de la información	100 % cumplimiento	 <p>Solicitud al Alcalde</p>	<ul style="list-style-type: none"> • PDOT Cantonal de San Miguel • Ley de Emprendimiento e Innovación • Ley de Fomento Productivo. • Clasificación CIU • Patentes Municipal 2020 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de información en sitios Web del GAD San Miguel • 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 Bolívar, a través de páginas web



<p>R2 (%) En el diagnóstico sean considerados los puntos esenciales del análisis y se estructure los programas precisos para el fortalecimiento empresarial.</p>	<p>El 100% de los estudiantes y los Docentes de las 4 Carreras aporten con sus conocimientos al proyecto para la elaboración de programas que colaboren al fortalecimiento empresarial.</p>	<p>100 % cumplimiento</p>	<p>Estructura del Plan de Fortalecimiento</p> 	<p>Estructura de la PROPUESTA DEL PROYECTO</p> <ul style="list-style-type: none"> • TEMA • INTRODUCCIÓN • Objetivos • Propuesta • Programas • Subprogramas • Presupuesto • ESTRATEGIAS • PRODUCTOS • COMUNICACION ALES • MATERIAL PROMOCIONAL 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de Información en sitios web y dificultad para movilización hacia el Cantón San Miguel 	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación por vía telefónica con el Departamento de Catastros en el GAD San Miguel • Trabajos de investigación teóricos para el Informe. • Trabajo coordinado con el Ing. Mario Escobar de la carrera de Ingeniería Comercial y Administración de empresas • Realización de cronograma del Proyecto.
---	---	---------------------------	---	--	--	--

<p>R3 (%) Se elaboran y diseñan los productos comunicacionales que fortalecen el turismo y las actividades comerciales.</p>	<p>El 100% de los estudiantes y docentes aportaron con ideas sobre el diseño y estructuración de los productos comunicacionales</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 • Seguimiento del de las actividades realizadas • Revisión de las actividades realizadas • Corrección de las actividades realizadas por los estudiantes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Dificultad de conectividad al momento de la reunión, por parte de los estudiantes de las carreras involucradas 	<ul style="list-style-type: none"> • Facilidad y apertura de parte del Ing. Mario Escobar para realizar sesiones mediante zoom y hacer el respectivo seguimiento del Proyecto.
<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>	<p>Anexos de Realización de Encuestas</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

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
Libretas de Taquigrafía	Unidad	18	0,54	9,72
Esferos	Unidad	12	0,08	0,90
Lápices	Unidad	12	0,06	0,70
Resaltadores	Unidad	12	0,44	5,32
Marcadores de Tiza Líquida	Unidad	17	0,27	4,66
Papel Bond 75 gr	Resma	4	2,30	9,20
Grapas	Caja	2	0,50	1,00
Carpetas con vinchas	Unidad	20	0,07	1,41
			Total (6.A.1)	32,91

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 32,91



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	32,91
--	----------	-------

PRESUPUESTO EJECUTADO DURANTE EL PROYECTO (\$ USA)	6.A+ 6.B	32,91
--	----------	-------



7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Entre las Conclusiones podemos mencionar las siguientes:

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

Recomendaciones

Entre las Recomendaciones podemos mencionar las siguientes:

- 1- Se debe mantener actualizada la información pertinente dentro del Gad Municipal
- 2- Es necesario trabajar en equipo para cumplir con lo propuesto en cada objetivo, meta e indicador del proyecto
- 3- Hay que integrar de manera consecutiva los productos comunicacionales para beneficio de las actividades empresariales del cantón San Miguel.
- 4- 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 Comunicación Social, Ingeniería Comercial y Administración de Empresas que participaron en el Proyecto de Vinculación titulado: **“FORTALECIMIENTO DE ACTIVIDADES EMPRESARIALES EN EL CANTÓN SAN MIGUEL, PROVINCIA DE BOLÍVAR PERÍODO 2020-2021”**, como Coordinador de este proyecto desarrollado durante el periodo Noviembre 2020 a marzo 2021, 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.

N°	Nombres y Apellidos	Cédula	Ciclo	Teléfono
1	Barragán Arteaga Jheimy Thalia.	0250074796	Séptimo	0989246104
2	Chariguaman Pande Wilmer Fabian	0202499406	Séptimo	0969596068
3	Galarza Hinojosa Oswaldo	0202340675	Séptimo	0994992497
4	Galeas Cañar Andrea Katalina	1250943667	Séptimo	0997634635
5	Macias Freire Alisson Vanessa	1208534907	Séptimo	0960415089
6	Monar Monar Luis Fernando	0202174447	Séptimo	0990391962
7	Quintana Medrano Anthony Freddy	0202527818	Octavo CyA	0993077040
8	Pasto Landa Joffre Isaias	0250008422	Octavo ICO	0969245669
9	Agualongo Mullo Luis Fernando	0202125316	Octavo Com Social	0986235202



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



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



UEB UNIVERSIDAD ESTATAL 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 SE GUNDO Y TERCER GRUPO PERIODO 2020-2021	10/11/2020 RCU-015 2020-135	DESINCORPORACIÓN	CUERO CAYAMBE BRIGGY AMANDA	1200852533
					FREIRE LÓPEZ PAUL ESTEBAN	1714552173
					TISALEMA TISALEMA CURIO DUCHCELA	1650721059
2	ING. MARIO ESCOBAR G	RADIO REVISTA PARA EL FOMENTO DEL TURISMO EN LA PROVINCIA BOLIVAR SE GUNDO Y TERCER GRUPO PERIODO 2020-2021	13/11/2020 RCU-015 2020-135	INCORPORACIÓN	VARGAS RODRIGUEZ KATHERINE ABIGAIL	1805031695
					CAYAMBE LUMBE MARÍA DOLORES	0250341252
					CHANGOLUISA BAEZ BRENDA MARIELA	0202475075
	CONSTRUIMOS EL APRENDIZAJE				SALAZAR IBARRA FRANKLIN EDUARDO	0202507803
					TRIBIANO PUNNA OSCAR OSWALDO	0202497798
					ZARUMA CHARIGUAMAN CRISTHIAN ALEXANDER	0250243255
					BAYAS RODRIGUEZ	1714552173



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