

**UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR  
DIRECCIÓN DE INVESTIGACION Y VINCULACION  
ACTA DE CIERRE DEL PROYECTO**

Fecha	28/06/2021
Código de proyecto	03-DIVIUEB-VS-2-2020
Proyecto	FORTALECIMIENTO DE ACTIVIDADES EMPRESARIALES EN LA CIUDAD DE CHIMBO, 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.
Entidad Beneficiaria	CODECOB

1. CRONOGRAMA			
<b>Fecha Inicio Programada</b>	05 de Octubre de 2020	<b>Fecha Fin Programada</b>	26 de Febrero de 2021
<b>Fecha Inicio Real</b>	01 de Diciembre 2020	<b>Fecha Fin Real</b>	06 de Abril de 2021
2. OBJETIVO GENERAL			
Generar productos comunicacionales para la promoción e impulso de las actividades empresariales en el cantón Chimbo en el periodo del 2020-2021.			
OBJETIVOS ESPECÍFICOS			
- Establecer la Información de las actividades empresariales del canton 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 Chimbo integre su actividad empresarial.			
- Evaluar el Impacto del programa de fortalecimiento empresarial del canton.			

02-08-21 10:27

*Handwritten signature*

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR  
DIRECCIÓN DE INVESTIGACION Y VINCULACION  
ACTA DE CIERRE DEL PROYECTO

## 2. MPACTO LOGRADO

Con este proyecto se logró que los estudiantes universitarios de la Carrera de Administración de Empresas e Ingeniería Comercial desplieguen actitudes positivistas respecto de las potencialidades del GAD-CC en sus diferentes dimensiones elaborando programas de programas de fortalecimiento empresarial por medio de revistas, afiches, dípticos, trípticos y videos promocionales en sitios web oficiales referentes al cantón y redes sociales.

La difusión de la cultura, el emprendimiento y formación de futuros profesionales comprometida y participes en el aprovechamiento de realidades elocuentes del GAD-CC, lo que les permitirá reorientar su papel y accionar.

Desde el punto de vista político la propuesta recaería en un impacto favorable ya que el Gobierno Central apoya y respalda el Emprendimiento como una actividad económica y dinamizadora y a la Comunicación como un derecho de los habitantes a ser informados.

En este sentido la elaboración y difusión de diversos productos como programas de fortalecimiento empresarial, entrevistas a las Autoridades y Emprendedores permitirá difundir el pensamiento, la creatividad, conocimientos ancestrales, historia, geografía, gastronomía, cultura y aspectos favorables que contienen y son parte cotidiana del GAD-CC; 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.

Los estudiantes aprendieron a trabajar en equipo debido a que se llevó a cabo las encuestas en el cantón Chimbo para lo que se desplazaron desde diferentes lugares , además aprendieron a desenvolverse en estas difíciles circunstancias de la Pandemia e interrelacionarse con diferentes personas del cantón conociendo así más a los habitantes del sector.



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR**  
**DIRECCIÓN DE INVESTIGACION Y VINCULACION**  
**ACTA DE CIERRE DEL PROYECTO**

---

**1. PRODUCTOS GENERADOS**

1. Realizar el Diagnóstico

2. Elaborar el pronóstico o Plan de Fortalecimiento Estándar para las actividades Empresariales

3. Elaborar productos promocionales 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) Editorial
- d) Fortalecimiento Empresarial
- e) Empresa y emprendimiento
- f) La clave del marketing y los negocios
- g) Legislación empresarial
- h) Plan de desarrollo y ordenamiento territorial (PDOT)
- i) Economía al día
- j) El entrevistado del programa
- k) Despedida
- l) Créditos

**UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR**  
**DIRECCIÓN DE INVESTIGACION Y VINCULACION**  
**ACTA DE CIERRE DEL PROYECTO**

<b>3. CIERRE DE ADQUISICIONES</b>						
Adquisiciones Programadas	Bienes/servicios/suministros	Presupuesto	¿Se realizó la adquisición?	Monto Devengado	¿Se encuentra cerrada la adquisición?	Acta entrega recepción-devolución de bienes
<b>Suministros de oficina</b>				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	
Papel Bond 75 gr		9,20	Si		Si	
Grapas		1,00	Si		Si	
Carpetas con vinchas		1,41	Si		Si	
	Presupuesto Total	<b>32,91</b>	Ejecutado Total	<b>32,91</b>		





<b>4. DOCUMENTACIÓN GENERADA EN EL PROYECTO</b>		
Documento	Ubicación	
	Física	Digital
Revistas de los programas		<b>X</b>
Proyecto completo	<b>x</b>	<b>X</b>



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR**  
**DIRECCIÓN DE INVESTIGACION Y VINCULACION**  
**ACTA DE CIERRE DEL PROYECTO**

**5. OBSERVACIONES DEL PROYECTO**

Se cumplió con responsabilidad los trabajos asignados por el coordinador del proyecto de vinculación.
Falta de dialogo con el entrevistado porque en ocasiones no colaboraban adecuadamente por el tiempo y pánico escénico.
En el segmento entrevistado del programa, hubo complicaciones debido al tiempo y espacio con los emprendedores que se le iba a realizar la entrevista respectiva.
Falencias en la elaboración de la revista por el desconocimiento de los manejos de programas para diseñar.

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



Guaranda, 21 de julio 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 CHIMBO, 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](http://www.codecob.org.ec)



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 9 estudiantes de la Carrera Ingeniería Comercial que participaron en el Proyecto de Vinculación titulado: **“FORTALECIMIENTO DE ACTIVIDADES EMPRESARIALES EN EL CANTÓN CHIMBO, 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.

Nº	Nombres Y Apellidos	Cédula	Teléfono
1	Yadira Eloisa Albán Cuadrado	0921178067	<a href="tel:0969722427">0969722427</a>
2	José Manuel Aucatoma Ramírez	0202194304	0987728200
3	Gisela Veronica Patin Guaman	0202488375	0981038407
4	Tannya Pamela Rodríguez Mancero	0202050136	0969548356
5	Stalin Rene Rivera Chimborazo	1805127782	0961282371
6	Llunitaxi Rumitaxi William Dagoberto	1723448146	0969143852
7	Toalombo Llambo Silvia Ines	1805340773	0994800512
8	María Cristina Galeas Bonilla	0202497012	0988409745
9	Katherine Johanna Guadalupe Guzman	0605020403	0987396543

Debo anotar que el Proyecto No 03-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.

Posteriormente y de acuerdo al pedido de los estudiantes y registros establecidos se excluye del listado final por no haber colaborado, no elaborar sus trabajos, no ingresar a las reuniones vía zoom, no apoyar en las tareas asignadas al Sr.

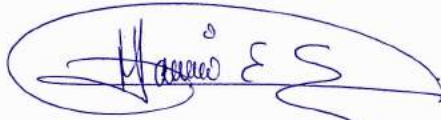
Agualongo Yunapanta Franklin Fabián

De esta manera aprueban el Proyecto de Vinculación titulado: **“FORTALECIMIENTO DE ACTIVIDADES EMPRESARIALES EN EL CANTÓN CHIMBO, PROVINCIA DE BOLÍVAR PERÍODO 2020-2021”**, los 9 estudiantes que están en el listado

UNIVERSIDAD DE ECUADOR  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
6208-21.11.2021 10:28  
682

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

Atentamente

A handwritten signature in blue ink, enclosed in an oval. The signature appears to be 'Mario E. Escobar G' with a stylized flourish extending from the end.

Profesor Ing. Mario E. Escobar G  
Teléfono: 0997835864  
Cédula: 0200886844  
Correo electrónico: [mescobar@ueb.edu.ec](mailto:mescobar@ueb.edu.ec)  
**Coordinador**



**PROPUESTA DE PROGRAMA Y/O PROYECTO DE VINCULACIÓN**

1. DATOS INFORMATIVOS	
<b>CÓDIGO DEL PROGRAMA O PROYECTO:</b>	03-DIVIUEB-VS-2-2020
<b>NOMBRE DEL PROGRAMA O PROYECTO:</b>	FORTALECIMIENTO DE ACTIVIDADES EMPRESARIALES EN LA CIUDAD DE CHIMBO, PROVINCIA BOLÍVAR, PERIODO 2020-2021
<b>COORDINADOR PRINCIPAL:</b>	Ing. Mario Escobar G
<b>COORDINADOR SUBROGANTE:</b>	Lic. Bladimir Guarnizo E-mail: <a href="mailto:jblady_guarnizo@yahoo.es">jblady_guarnizo@yahoo.es</a>
<b>NUMERO DE ESTUDIANTES PARTICIPANTES PREVISTOS:</b>	8 Estudiantes en el Proyecto de Ingeniería Comercial
<b>CARRERAS PARTICIPANTES:</b>	Ingeniería Comercial - Administración de Empresas
<b>FECHA INICIO:</b>	05 de Octubre del 2020
<b>FECHA FIN PLANIFICADO:</b>	26 de Febrero del 2021
<b>NUMERO DE FASES PREVISTAS (HORAS PREVISTAS) :</b>	2 Ciclo
<b>ALCANCE:</b>	Internacional ( )    Regional ( x )    Cantonal ( x ) Nacional ( )    Provincial ( x )    Institucional ( )
<b>LÍNEA-SUB LÍNEA DE VINCULACIÓN:</b>	Desarrollo Humano <b>Gestión de Ciencias Económicas y Administrativas</b>
<b>PROGRAMA:</b>	Emprendimiento, Economía Popular y Solidaria
<b>OBJETIVOS DEL PLAN NACIONAL DESARROLLO VIGENTE (Justifique alineación):</b>	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

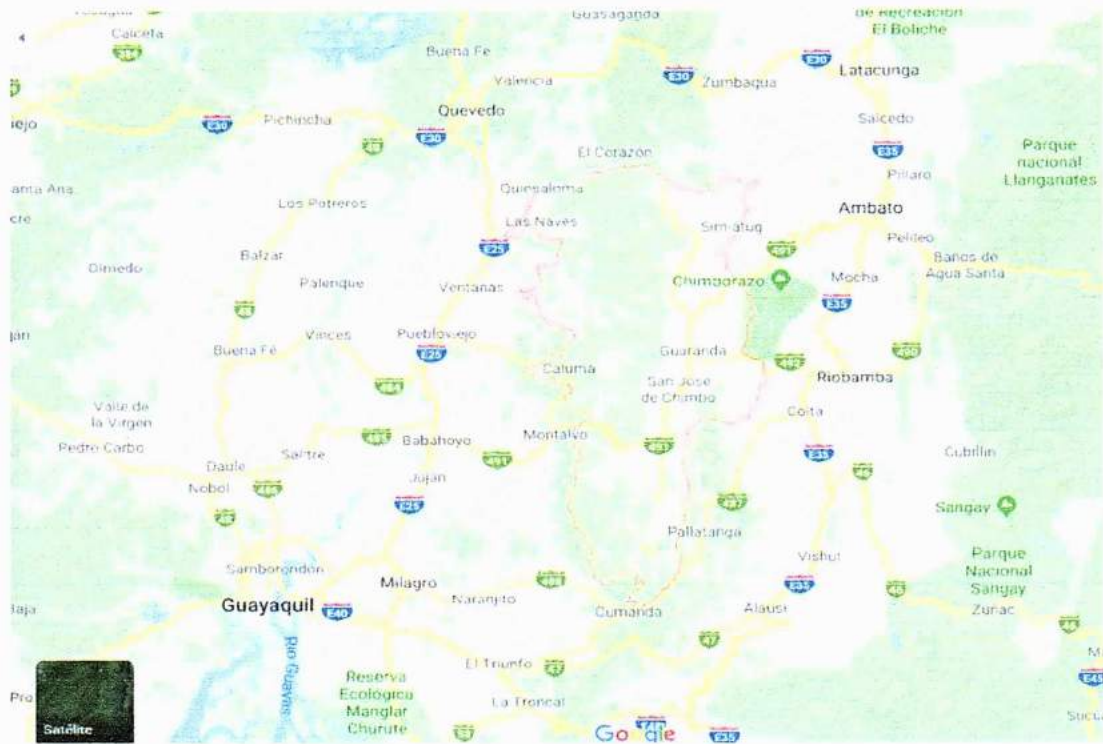
	investigación, innovación y transferencia tecnológica con socios estratégicos de Ecuador.
<b>CAMPO AMPLIO DE CONOCIMIENTO:</b>	Administración
<b>CAMPO ESPECÍFICO DE CONOCIMIENTO:</b>	Educación comercial y administración
<b>CAMPO DETALLADO DE CONOCIMIENTO:</b>	Administración

2. CONTRAPARTE (Datos de la comunidad receptora de la vinculación)	
<b>Nombre de Organización o Comunidad:</b>	Corporación de Desarrollo de Bolívar CODECOB
<b>Datos de la persona de contacto:</b> Galo Vascones	
<b>Tipo de Organización:</b> Ong Privada	
<b>Dirección:</b> Convención de 1884 ente 10 De Agosto y García Moreno frente a parque El Libertador	
<b>Teléfono:</b> 0982353160	
<b>Correo electrónico:</b> <a href="http://www.codecob.org.ec">www.codecob.org.ec</a>	
<b>Beneficiarios Directos e Indirectos:</b>	198
Beneficiarios Directos:	70
Estudiantes Hombres:	3
Estudiantes Mujeres:	5
Beneficiarios Indirectos	120
<b>¿Existe convenio?:</b> SI	

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



### MAPA GEO-REFERENCIAL DE LA PROVINCIA BOLÍVAR

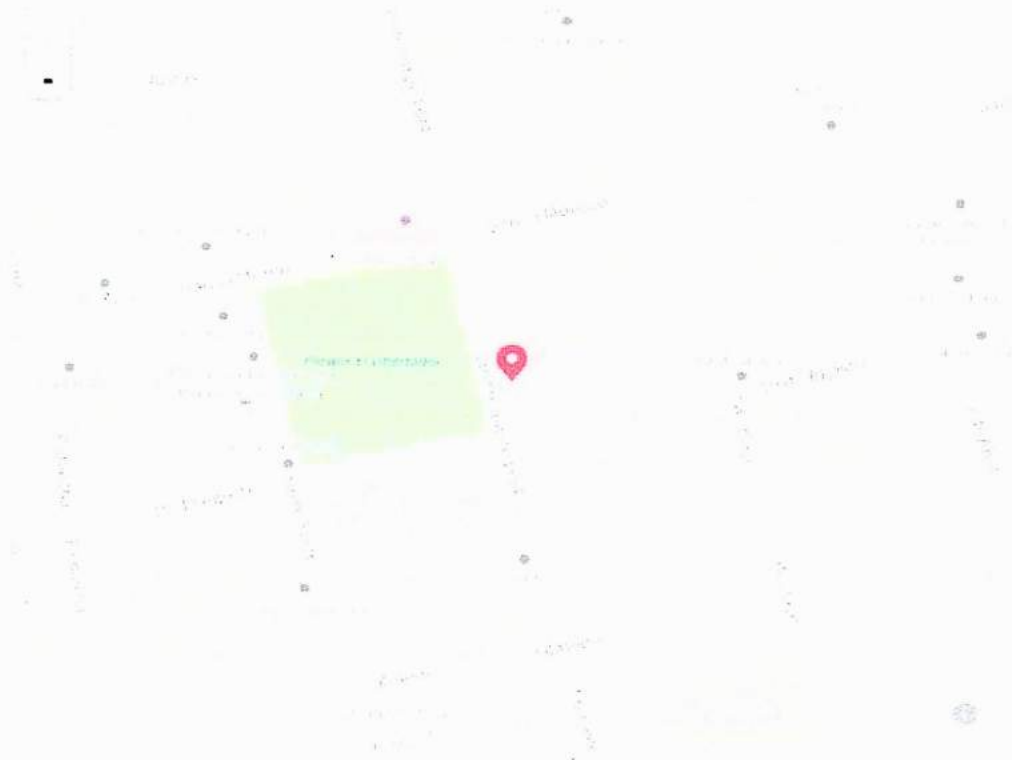


### MAPA GEO-REFERENCIAL DE LA CIUDAD DE CHIMBO



**MAPA GEO-REFERENCIAL DE CODECOB**

**Codecob - Corporación de Desarrollo Económico y Competitivo de Bolívar**



#### 4. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN: PROBLEMA A RESOLVER

##### **CONTEXTUALIZACIÓN (Antecedentes):**

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.

A esta información se añade la de la ciudad de Chimbo

**Ubicación:** El cantón Chimbo se encuentra en el centro de la provincia Bolívar, al Sureste de la Capital Provincial en la vía principal Guaranda - San Miguel y entre el río Chimbo y los bosques orientales de la provincia de los Ríos.

**Parroquia Urbana:** San José de Chimbo.

**Población del Cantón:** 15.602

**Población de la Ciudad, Sector Urbano:** 4402

**Superficie:** La superficie del territorio del cantón Chimbo es como la de una pistola Bowin con el calibre hacia el oriente, el territorio se divide en dos regiones de clima y productos distintos: La templada y la cálida, con una superficie total de 283 Km<sup>2</sup>.

**Temperatura Promedio:** 16°C.

**Altitud:** Chimbo a 2.480 m.s.n.m., San Sebastián 2.470, la Asunción 2.640, la Magdalena a 2.740 m.s.n.m.

**Tipos de Vías:** Lastrada y de Verano.

**Unidades De Transporte Locales:** Cooperativas de Camionetas:

√ Natividad del Guayco viajes a La Asunción, La Magdalena y Cochabamba.  
viajes a Tambán, San Vicente, Santiago.

**Cooperativas intercantonales e interprovinciales:**

10 de Noviembre que se desplazan desde y hacia Guaranda y San Miguel, las de transportes interprovinciales son las mismas del cantón Guaranda.



**Telecomunicaciones Oficina de Andinatel**

√ Chimbo: 10 de Agosto No 988-111, -112,

**Centros de Educación A Nivel Medio**

<b>Nombre</b>	<b>Dirección</b>	<b>Telefono</b>
<b>Colegio</b>		
• Nacional Mixto Corina Parral	Chimbo	988-138
• Nacional Nocturno Chimbo.	Chimbo	988-013
• Nacional Técnico La Asunción.	La Asunción	986-133
• Nacional Técnico La Magdalena.	La Magdalena	987-133
• Nacional Técnico Santiago.	Santiago	988-459

**Instituto**

- Técnico Superior Agropecuario Tres de Marzo, Telef. 988040 988041

**Bancos**

√ Pichincha Parque Central 988-435

**Cooperativas**

√ Ahorro y Crédito San José Ltda. Parque Central 988-152

**Establecimientos de Alojamiento: Pensiones**

√ Chimbo. 3ra Cat. 3 de Marzo y Los Ríos 988-058 32 pax.

√ Danubio

**Establecimientos de Alimentación: Restaurantes**

√ El Fogón. 4ta 3 de Marzo y Chimborazo

√ Pollo Forastero 24ta 10 de Agosto

√ Pollos Gaby.

√ Sabor Costeño. 3 de Marzo y Bolívar

√ Carolina. 3 de Marzo y Chimborazo

√ Copacabana. 3 de Marzo y Chimborazo

**Establecimientos de Recreación :**

√ Municipal Ciudadela Sagrado Corazón de Jesús.

√ Discoteca CHOP. Av. Los Pinos, Teléfono 988-484

**Instituciones Públicas y de Turismo**

- I. Municipalidad de Chimbo. Parque Central Teléfono.
- Oficina de Turismo Municipio Teléfono.
- Cámara de Comercio. Teléfono
- Centro Cultural Indio Guaranga...
- Sindicato de Choferes
- Operadores Turísticos

**Principales Platos Típicos:** El Hornado Dulce, Aji de Cuy, Empanadas, Tortillas de Maíz con Queso, Quimbolitos, Chicha de Jora, Café negro, Fritada, etc.

**Principales fiestas y tradiciones de la ciudad:**

3 de Marzo, Cantonización

2 de Abril, Fiestas de Santa Mariana de Jesús.

24 de Septiembre, Fiestas de las Mercedes.

**Características Económicas**

San José de Chimbo es una pequeña ciudad con historia en sus calles y paisajes, fue construida en varios pisos que dejan ver un juego de tejados repartidos escalonadamente y las calles trepan, se retuercen, forman variados desniveles incluso con la plaza que está rodeada de casas del estilo serrano – costeño con armonía y belleza natural.

Es un pueblo laborioso y se ha convertido en una importante fuente microempresarial, artesanal y socio-económica para la provincia, pues sus productos son preferidos en todo el país por su calidad, mencionando las siguientes:

La Pirotecnia, actividad tradicional que ha sobresalido notablemente constituyendo un adelanto su creatividad y arte, pese al riesgo que implica elaborar los tradicionales juegos pirotécnicos de colores.

La Alfarería la iniciaron sus habitantes desde siglos atrás y se mantiene en la actualidad, igual cosa acontece con la Ebanistería en la elaboración de guitarras, lo que a permitido atraer a turistas de todos los confines de la Patria por la calidad y belleza de estos instrumentos musicales.

De acuerdo al PDOT del Gad se menciona en eje **Desarrollo Económico** lo siguiente:

**Lugares turísticos**

- Iglesia Matriz de Chimbo
- Centro Histórico de Chimbo - Iglesia San Francisco
- Talleres de Artesanías - Chimbo Central
- Pirotecnia Artesanal

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 N° 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 Chimbo 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 el INEC a través de encuestas con los distintos actores y gestores sociales como:

Universidad Estatal de Bolívar

Codecob

Gad Provincial

Gad Cantonal

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 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 Números del Folleto de la Actividad Empresarial de 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, Emprendimientos e información que les permita fortalecer sus negocios.

En Fundamentación Legal se analizará La Ley de Emprendimiento, la Ley de Economía Popular y Solidaria, Ley Ambiental, Ley de Turismo; con sus respectivos Reglamentos

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 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 un 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 Chimbo por lo que esta dinamia 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 Chimbo por la carencia de programas de Fortalecimiento tanto en el sector público como en el privado**

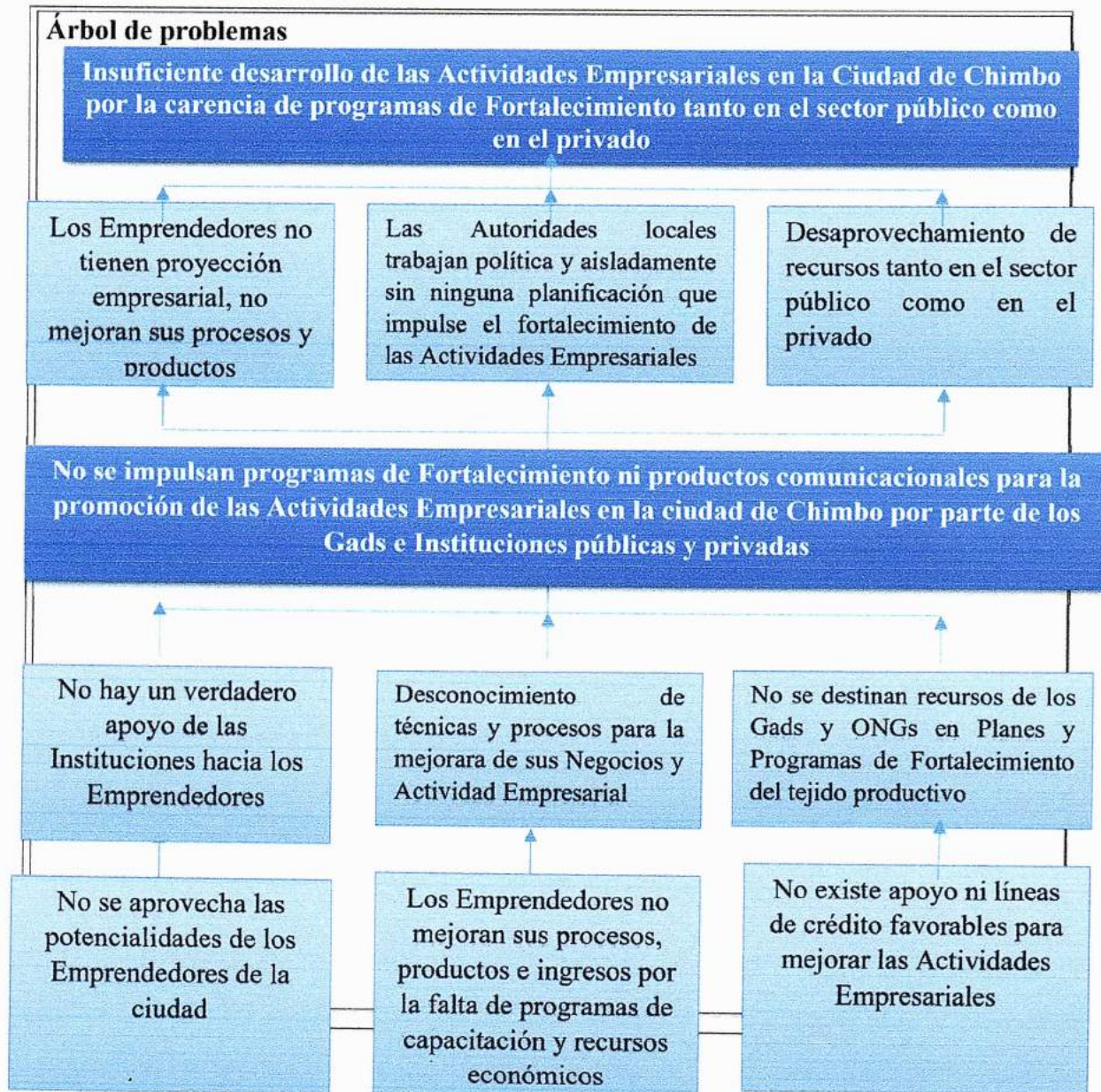
De los 70 establecimientos que constan en la Base de datos y cumplen actividades comerciales, de servicios y artesanales no han recibido apoyo de institución alguna tanto del sector público como del privado pues todas las instituciones lo que brindan es crédito y cierta asistencia técnica dejando un espacio vacío 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 Chimbo 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.

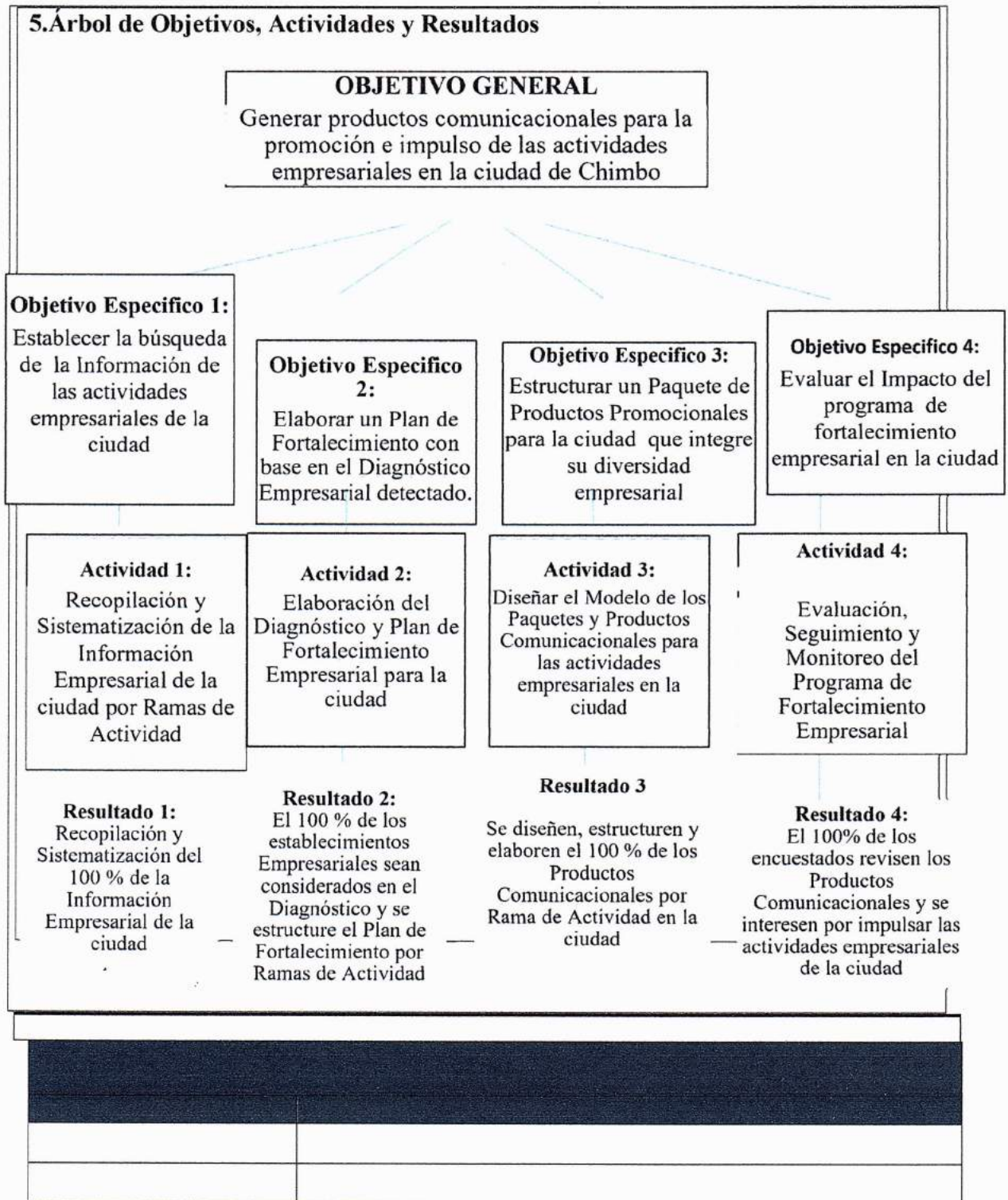
No existen programas de Capacitación que impartan en materia Administrativa, Contable, Legal, de Liderazgo, de Comercio, Marketing, etc; tanto en entidades del sector público como Gads, Direcciones Departamentales de Ministerios o de Entidades Financieras y otras del sector privado, de Ongs ligadas al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







**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>



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

## 6. PROPUESTA DE INTERVENCIÓN

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

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



		Productos Comunicacionales		
3.- Estructurar un Paquete de Productos Promocionales para la ciudad que integre su diversidad empresarial	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	Se diseñen, estructuren y elaboren el 100 % de los Productos Comunicacionales por Rama de Actividad en la ciudad con los gestores empresariales	Listado de gestores empresariales, Estudiantes y firmas.  Información constatare en la página de los Gads e Inec a utilizar	Inconvenientes de carácter técnico en los equipos de los Docentes y Estudiantes
4.- Evaluar el Impacto del programa de Fortalecimiento Empresarial en la ciudad	Consultar a los Emprendedores y Gestores respecto del Impacto del Programa de Fortalecimiento Empresarial y alcance de los Productos Comunicaciones difundidos mediante un muestreo representativo y técnico	El 100% de los encuestados revisen los Productos Comunicacionales y se interesen por impulsar las actividades empresariales de la ciudad	Listado de Estudiantes participantes y firmas.  Encuestas Entrevistas	No se puedan realizar las encuestas o entrevistas a los Emprendedores o gestores por el alcance del Programa de Fortalecimiento Empresarial
<b>Actividades</b>	<b>Resumen narrativo</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Medios de Verificación</b>	<b>Supuestos</b>

<p>A.1.1 Recopilación y Sistematización de la Información Empresarial de la ciudad por Ramas de Actividad</p>	<p>Con base en el PDOT Cantonal y otros documentos de interés nacional el Equipo Multidisciplinario recopilará la Información Empresarial para su análisis y sistematización</p>	<p>El 100 % de la información será recopilada y procesada por el Equipo de trabajo</p>	<p>PDOT cantonal Planes de Desarrollo Inec. Listado y firmas de los estudiantes Listado de gestores empresariales</p>	<p>Falten los estudiantes Se enfermen los estudiantes Fallas en los equipos tecnológicos Fallas de internet</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>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</p>	<p>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</p>	<p>Formato de la Encuesta Listado y firmas de los estudiantes Listado de gestores empresariales Google Drive</p>	<p>Falten los estudiantes, Fallas técnicas en el sistema y equipos Mala aplicación de las preguntas en el Google Drive</p>
<p>A.1.3 Realización de la encuesta mediante medios digitales y programa Google Drive, Tabulación, Sistematización y Análisis</p>	<p>Elaborado el formato de encuesta se subirá la información al Google Drive para ser enviada a a los correos de los gestores empresariales con quienes se dialogará previamente</p>	<p>Envió de la Encuesta por Medios Digitales al 100 % de los gestores empresariales y representantes</p>	<p>Formatos de la encuesta Programa digital del Google Drive Listado y firmas de los estudiantes Listado de gestores empresariales</p>	<p>No envíen las encuestas los estudiantes a los correos Llenen mal los gestores empresariales Los correos estén mal o sean incorrectos</p>
<p>A.2.1 Elaboración del Diagnóstico de las</p>	<p>Con base en el formato de la Encuesta y una vez recibida la información se</p>	<p>Se recepte el 100% de la información por parte de los gestores y se incluya</p>	<p>Encuesta Programa digital del Google Drive</p>	<p>Fallas técnicas en los equipos Falten los estudiantes</p>



Actividades Empresariales por Ramas de Actividad y aplicando diversas técnicas	procederá a trabajar con los estudiantes para elaborar el Diagnóstico Empresarial por Ramas de Actividad	en el Diagnóstico información externa o de instituciones financieras para completar las matrices FODA DOFA por Ramas de Actividad	Listado y firmas de los estudiantes 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 Modelos 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	El Modelo estándar de los Productos Comunicacionales cubra el 100 % de las expectativas del Proyecto	Firmas de los estudiantes Borradores de los Modelos de los Productos	Falten los estudiantes, fallas técnicas en el sistema y equipos

	combinen la diversidad cultural y empresarial del cantón con tipografía, colores e imágenes	de Fortalecimiento Empresarial y gestores	Comunicacionales con colores e isotipos	
A 3.3 Socialización de los Productos Comunicacionales de manera virtual con los gestores empresariales de la ciudad	El Modelo Estándar de los Productos Comunicacionales sea socializados vía correo o internet con los gestores empresariales	El 100 % de los gestores acepten el Modelo Estándar de los Productos Comunicacionales elaborados por el Equipo Multidisciplinario	Programa Computacional Borradores del Modelo Estándar de los Productos Comunicacionales Listado y firmas de los estudiantes Listado de gestores empresariales	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
A.4.1 Evaluación, Seguimiento y Monitoreo del Programa de Fortalecimiento Empresarial con los gestores empresariales	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	El 100 % de los gestores sean encuestados para medir el impacto del Modelo Estándar de los Productos Comunicacionales y programa mediante Encuesta	Formatos de encuestas Programa digital Google Drive Listado de estudiantes Listado de gestores empresariales	No realicen las encuestas los estudiantes Llenen mal o no envíen la información los gestores empresariales



**7. RECURSOS:**

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

**HUMANOS: Formación académica y número de docentes involucrados**

	<b>DOCENTE</b>	<b>C.I</b>	<b>FORMACIÓN ACADÉMICA</b>
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:**

<b>Social:</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	<b>Ambiental</b>	<input type="checkbox"/>	<b>Otro:</b> <i>Especifique</i>
<b>Político:</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	<b>Cultural:</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	
<b>Económico:</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	<b>Otro:</b>	<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 Administración de Empresas e Ingeniería Comercial 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 198 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, fallen los equipos computarizados o los estudiantes participantes en el Proyecto se enfermen o dejen de estudiar el próximo ciclo



## 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 apartado 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.

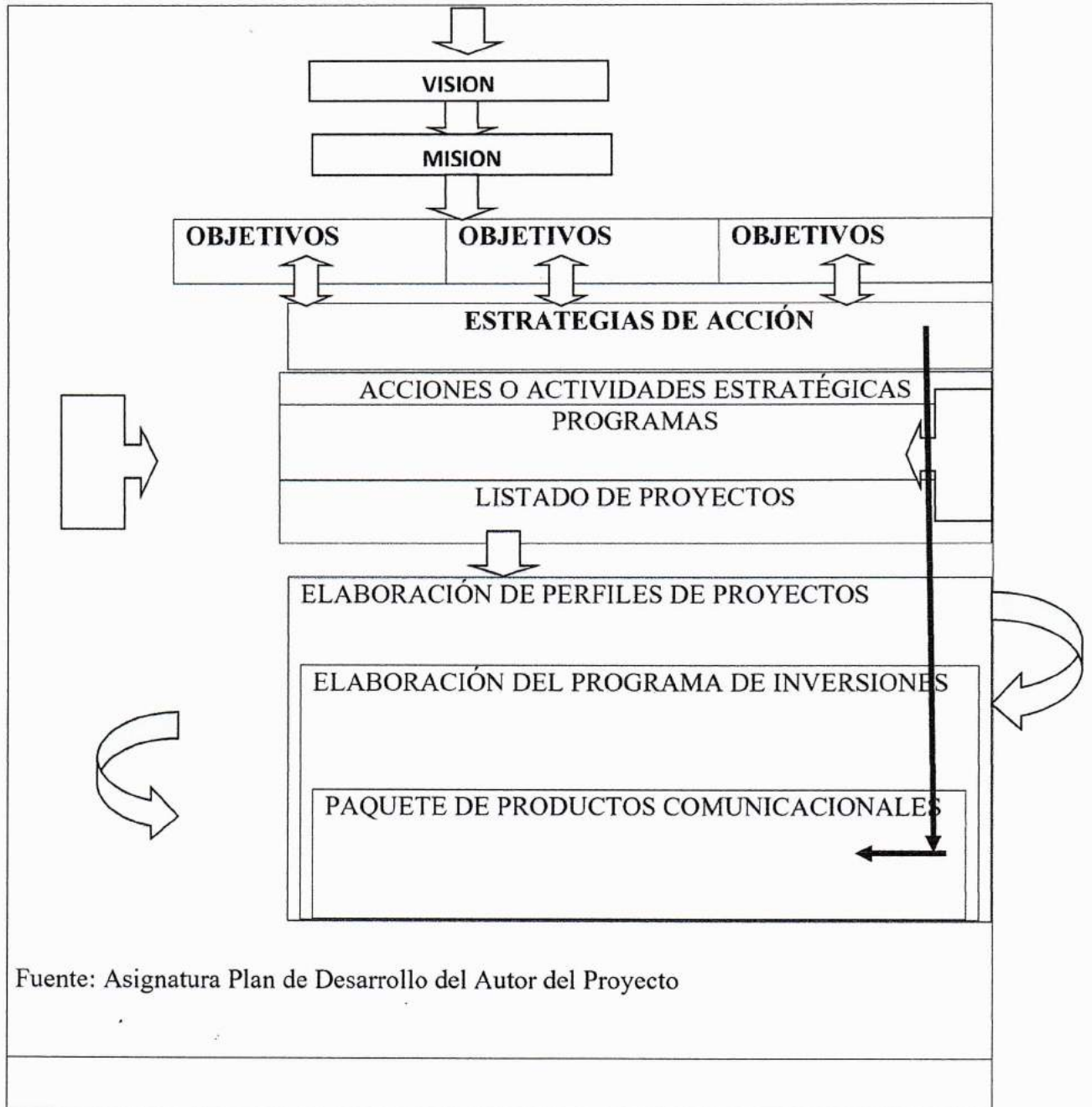
### **MODELO DE LUCAS ACHIG**

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)

### **SÍNTESIS DEL PLAN**

**DIAGNOSTICO**





Fuente: Asignatura Plan de Desarrollo del Autor del Proyecto

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)	Responsables		Recursos necesarios
		Desde dd/mm/ aa	Hasta dd/mm/ aa	Nº horas		Coordinadores responsables	Número Estudiantes participantes	
1. Resultado Recopilación y Sistematización del 100 % de la Información Empresarial de la ciudad	A 1.1 El 100 % de la información será recopilada y procesada por el Equipo de trabajo	05/10/2020	15/10/2020	150	- Ing. Comercial Administración de Empresas	-Ing. Mario Escobar -Lic. Bladimir Guarnizo	8	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	150	- Ing. Comercial Administración de Empresas	-Ing. Mario Escobar -Lic. Bladimir Guarnizo	8	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	01/11/2020	15/11/2020	150	- Ing. Comercial	-Ing. Mario Escobar	8	Celular de cada uno Libretas, Esferos, Lápices Computadora



	al 100 % de los gestores empresariales y representantes				Administración de Empresas	-Lic. Bladimir Guarnizo		ID del Zoom para reuniones Programa Google Drive
2. Resultado El 100 % de los establecimientos Empresariales sean considerados en el Diagnóstico y se estructure el Plan de Fortalecimiento por Ramas de Actividad	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	16/11/2020	30/11/2020	150	- Ing. Comercial Administración de Empresas	-Ing. Mario Escobar -Lic. Bladimir Guarnizo	8	Celular de cada uno Libretas, Esferos, Lápices Computadora ID del Zoom para reuniones Programa Google Drive
	A 2.2 El Plan de Fortalecimiento Empresarial contenga el 100 % del momento Prospectivo con Programas de Desarrollo por Ramas de Actividad	01/12/2020	15/12/2020	150	- Ing. Comercial Administración de Empresas		8	Celular de cada uno Libretas, Esferos, Lápices Computadora ID del Zoom para reuniones
3. Resultado Se diseñen, estructuren y elaboren el 100 % de los Productos Comunicacional es por Rama de	A3.1 El Modelo del Paquete de Productos Comunicacionales cubra el 100 % de las Actividades Empresariales por Ramas de Actividad	16/12/2020	20/12/2020	100	- Ing. Comercial Administración de Empresas	-Ing. Mario Escobar -Lic. Bladimir Guarnizo	8	Celular de cada uno Libretas, Esferos, Lápices Computadora ID del Zoom para reuniones

Actividad en la 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	150	- Ing. Comercial Administración de Empresas	-Ing. Mario Escobar -Lic. Bladimir Guarnizo	8	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	150	- Ing. Comercial Administración de Empresas			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	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	150	- Ing. Comercial Administración de Empresas	-Ing. Mario Escobar -Lic. Bladimir Guarnizo	8	Celular de cada uno Libretas, Esferos, Lápices Computadora ID del Zoom para reuniones



empresariales de la ciudad								
<b>TOTAL HORAS</b>				<b>1300</b>		<b>1300/8 = 162</b>	<b>Horas por Estudiante</b>	

## 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
			<b>Total (1)</b>	32,91
2. IMPRESIONES Y SERVICIOS				

Horas de grabación por Zoom	Hora	0	0,0	0,00
			<b>Total (2)</b>	0,00
<b>3. MATERIAL DIDÁCTICO</b>				
			<b>Total (3)</b>	
<b>4. INSUMOS</b>				
<b>Concepto</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Total</b>
Flash Memory	Unidad		0,00	0,00
Celulares				
Computadora				
Impresora				
			<b>Total (4)</b>	0,00

<b>TOTAL 2.A PRESUPUESTO CON CARGO A LA UEB (\$ USA)</b>	<b>(1)+(2)+(3)+(4)</b>	
--	------------------------	--



<b>PRESUPUESTO CON CARGO A LA CONTRAPARTE (Describe el ítem)</b>				
<b>1. SUMINISTROS, IMPRESIONES, MATERIAL DIDÁCTICO, INSUMOS Y OTROS BIENES</b>				
<b>Concepto</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Total</b>
Hojas para Impresión				
Carpetas				
			<b>Total (2.B)</b>	
<b>TOTAL, PRESUPUESTO DEL PROYECTO (\$ USA)</b>		<b>2.A+ 2.B</b>		

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 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, 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 CHIMBO, 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 Ingeniería Comercial y Licenciatura en Administración de Empresas

**PROGRAMA I, CAPITULO CHIMBO**

Nº	Nombres y Apellidos	CARRERA	Cédula	Ciclo	Teléfono
1	Yadira Eloisa Albán Cuadrado	0921178067	<u>Noveno</u>	<u>0969722427</u>	0921178067
2	José Manuel Aucatoma Ramírez	0202194304	Noveno	0987728200	0202194304
3	Gisela Veronica Patin Guaman	0202488375	Noveno	0981038407	0202488375
4	Tannya Pamela Rodríguez Mancero	0202050136	Noveno	0969548356	0202050136
5	Stalin Rene Rivera Chimborazo	1805127782	Noveno	0961282371	1805127782
6	Llunitaxi Rumitaxi William Dagoberto	1723448146	Noveno	0969143852	1723448146
7	Toalombo Llambo Silvia Ines	1805340773	Noveno	0994800512	1805340773
8	María Cristina Galeas Bonilla	0202497012	Noveno	0988409745	0202497012
9	Katherine Johanna Guadalupe Guzman	0605020403	Noveno	0987396543	0605020403

Deseándole éxitos en sus labores cotidianas, se despide  
Atentamente

*Profesor Ing. Mario E. Escobar G*

Teléfono: 0997835864

Cédula: 0200886844

Correo electrónico: mescobar@ueb.edu.ec

**Coordinador**

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, 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 CHIMBO, 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](http://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	03-DIVIUEB-VS-2-2020
Nombre del Programa o Proyecto	FORTALECIMIENTO DE ACTIVIDADES EMPRESARIALES EN EL CANTÓN CHIMBO, PROVINCIA BOLÍVAR EN EL PERIODO 2020-2021
Coordinador principal	<b>Nombres Apellidos:</b> Ing. Mario Escobar G
	<b>Celular:</b> 0997835864 <b>Email:</b> <a href="mailto:mescobar@ueb.edu.ec">mescobar@ueb.edu.ec</a>
Coordinador subrogante	<b>Nombres Apellidos:</b> Lic. Bladimir Guarnizo
	<b>Celular:</b> 0997933089 <b>Email:</b> <a href="mailto:jguarnizo@ueb.edu.ec">jguarnizo@ueb.edu.ec</a>
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
Carreras participantes en este periodo	Ingeniería Comercial, Administración de Empresas.
Comunidad receptora de la vinculación en este periodo	Cantón Chimbo
Número de beneficiarios directos e indirectos durante este periodo	9
Cobertura y localización de este periodo (ubicación geográfica)	Provincia: Bolívar
	Cantón: Chimbo
	Parroquia: Chimbo
	Sitio: Sector Urbano
Presupuesto ejecutado en este periodo:	De la UEB: 32,91
	De la Contraparte: 0
	Total, ejecutado: 32,91



<p><b>Productos logrados durante el trimestre</b></p>	<p>Productos comunicacionales,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Un Afiche Promocional del Ciudad</li> <li>• Un Afiche Promocional por Rama de Actividad Empresarial</li> <li>• 1 Trípticos por Rama de Actividad Empresarial</li> <li>• 1 Dípticos por Rama de Actividad Empresarial</li> <li>• 1 Spots Publicitarios por Rama de Actividad Empresarial</li> <li>• 1 Video de corta duración de la Actividad Empresarial en la ciudad</li> <li>• Tres Revistas Digital y Folletos de la Actividad Empresarial que contiene:             <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Intro o Portada</li> <li>b. Presentación</li> <li>c. Índice</li> <li>d. Editorial</li> <li>e. Caminos de Aventura</li> <li>f. El Entrevistado en Acción que será un Emprendedor</li> <li>g. Fomento a la Microempresa</li> <li>h. Capacitación en Tems de Administración, Finanzas, Contabilidad</li> <li>i. Fundamentación Legal</li> <li>j. Nuestros Talentos (Reportaje de Artistas Locales)</li> <li>k. Cuidando Nuestros Recursos</li> <li>l. Promociones y propaganda</li> <li>m. Créditos</li> </ul> </li> </ul>
---	---

## 2. Avances realizados en el trimestre

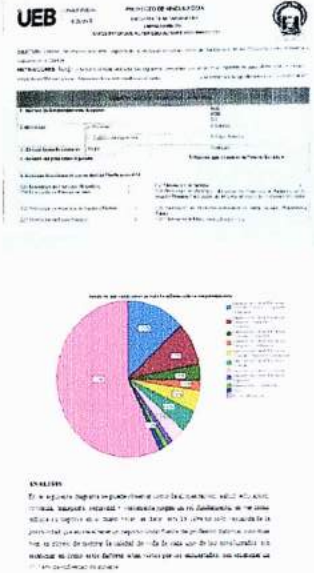
FORMATO N° 2  
INFORME TRIMESTRAL DE AVANCE DE  
PROYECTO DE VINCULACIÓN

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
<b>R1</b> Recolección de información empresarial completa.	El 100% de los estudiantes y los Docentes de las Carreras aporten con sus conocimientos al proyecto, en su etapa de recopilación y procesamiento de la información	100 % cumplimiento	 <p>GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN CHIMBO</p> <p>PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL <b>CANTÓN CHIMBO</b> PROVINCIA DE BOLÍVAR</p> <p>2014-2019</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PDOT Cantonal de Chimbo</li> <li>• Patentes de actividades empresariales.</li> <li>• Clasificación CIU</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Horario de clases de estudiantes y docentes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Trabajo en equipo organizado</li> <li>➤ Utilización eficiente de los equipos por parte de los estudiantes.</li> </ul>






FORMATO Nº 2  
INFORME TRIMESTRAL DE AVANCE DE  
PROYECTO DE VINCULACIÓN


<p><b>R2</b></p> <p>En el Diagnóstico se considera a todos los emprendimientos para el Plan de Fortalecimiento empresarial.</p>	<p>El 100% de los estudiantes de las Carreras aporten con sus conocimientos al proyecto difundiendo las encuestas y tabulando los resultados para después proceder a realizar el diagnostico respectivo.</p>	<p>100 % cumplimiento</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formato de la encuesta</li> <li>• Modelo de la tabulación de datos.</li> <li>• Diagnostico FODA.</li> </ul>	<p>Tabulación inexacta</p>	<p>Revisión y corrección del diagnóstico a partir de los resultados. .</p>
---	--	-------------------------------	---	--	--------------------------------	--



FORMATO Nº 2  
INFORME TRIMESTRAL DE AVANCE DE  
PROYECTO DE VINCULACIÓN

			<p>1.1. ANALISIS DEL DIAGNOSTICO SITUACIONAL MATERIAL POSA</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>OPORTUNIDADES</th> <th>AMENAZAS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1. El diagnóstico general de la situación de la zona de estudio es favorable.</td> <td>1. Falta de información sobre el sector social y cultural de la zona de estudio.</td> </tr> <tr> <td>2. La información de carácter general es adecuada.</td> <td>2. Falta de información sobre el sector social y cultural de la zona de estudio.</td> </tr> <tr> <td>3. La información de carácter general es adecuada.</td> <td>3. Falta de información sobre el sector social y cultural de la zona de estudio.</td> </tr> <tr> <td>4. La información de carácter general es adecuada.</td> <td>4. Falta de información sobre el sector social y cultural de la zona de estudio.</td> </tr> <tr> <td>5. La información de carácter general es adecuada.</td> <td>5. Falta de información sobre el sector social y cultural de la zona de estudio.</td> </tr> <tr> <td>6. La información de carácter general es adecuada.</td> <td>6. Falta de información sobre el sector social y cultural de la zona de estudio.</td> </tr> <tr> <td>7. La información de carácter general es adecuada.</td> <td>7. Falta de información sobre el sector social y cultural de la zona de estudio.</td> </tr> <tr> <td>8. La información de carácter general es adecuada.</td> <td>8. Falta de información sobre el sector social y cultural de la zona de estudio.</td> </tr> <tr> <td>9. La información de carácter general es adecuada.</td> <td>9. Falta de información sobre el sector social y cultural de la zona de estudio.</td> </tr> <tr> <td>10. La información de carácter general es adecuada.</td> <td>10. Falta de información sobre el sector social y cultural de la zona de estudio.</td> </tr> </tbody> </table>	OPORTUNIDADES	AMENAZAS	1. El diagnóstico general de la situación de la zona de estudio es favorable.	1. Falta de información sobre el sector social y cultural de la zona de estudio.	2. La información de carácter general es adecuada.	2. Falta de información sobre el sector social y cultural de la zona de estudio.	3. La información de carácter general es adecuada.	3. Falta de información sobre el sector social y cultural de la zona de estudio.	4. La información de carácter general es adecuada.	4. Falta de información sobre el sector social y cultural de la zona de estudio.	5. La información de carácter general es adecuada.	5. Falta de información sobre el sector social y cultural de la zona de estudio.	6. La información de carácter general es adecuada.	6. Falta de información sobre el sector social y cultural de la zona de estudio.	7. La información de carácter general es adecuada.	7. Falta de información sobre el sector social y cultural de la zona de estudio.	8. La información de carácter general es adecuada.	8. Falta de información sobre el sector social y cultural de la zona de estudio.	9. La información de carácter general es adecuada.	9. Falta de información sobre el sector social y cultural de la zona de estudio.	10. La información de carácter general es adecuada.	10. Falta de información sobre el sector social y cultural de la zona de estudio.			
OPORTUNIDADES	AMENAZAS																											
1. El diagnóstico general de la situación de la zona de estudio es favorable.	1. Falta de información sobre el sector social y cultural de la zona de estudio.																											
2. La información de carácter general es adecuada.	2. Falta de información sobre el sector social y cultural de la zona de estudio.																											
3. La información de carácter general es adecuada.	3. Falta de información sobre el sector social y cultural de la zona de estudio.																											
4. La información de carácter general es adecuada.	4. Falta de información sobre el sector social y cultural de la zona de estudio.																											
5. La información de carácter general es adecuada.	5. Falta de información sobre el sector social y cultural de la zona de estudio.																											
6. La información de carácter general es adecuada.	6. Falta de información sobre el sector social y cultural de la zona de estudio.																											
7. La información de carácter general es adecuada.	7. Falta de información sobre el sector social y cultural de la zona de estudio.																											
8. La información de carácter general es adecuada.	8. Falta de información sobre el sector social y cultural de la zona de estudio.																											
9. La información de carácter general es adecuada.	9. Falta de información sobre el sector social y cultural de la zona de estudio.																											
10. La información de carácter general es adecuada.	10. Falta de información sobre el sector social y cultural de la zona de estudio.																											
<p><b>R3</b> Los productos y materiales comunicacionales son efectivos al 100%</p>	<p>El 100% de los productos y materiales comunicacionales fueron creados.</p>	<p>100 % cumplimiento</p>	<p>Reunión de planificación de grabaciones</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trípticos</li> <li>• Dípticos</li> <li>• Collages</li> <li>• Video</li> <li>• Spot publicitario</li> </ul>	<p>Dificultad en coordinar un formato de productos entre los grupos de los distintos cantones.</p>	<p>Facilidad y apertura de parte del Ing. Mario Escobar para guiar mediante reuniones zoom.</p>																						

FORMATO Nº 2  
INFORME TRIMESTRAL DE AVANCE DE  
PROYECTO DE VINCULACIÓN

<p><b>R4</b></p> <p>Los encuestados revisan los productos comunicacionales y amplían estrategias de mejoras</p>	<p>El 100% de los encuestados se benefician de los productos comunicacionales entregados para su beneficio de su actividad.</p>	<p>100 % Cumplimiento</p>	<p><b>Formato de la encuesta</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Distribución de encuestas en el cantón</li> <li>• Asignación de encuesta por estudiante.</li> <li>• Encuestas aplicadas</li> </ul>	<p>Falta de tiempo. Algunos microempresarios no brindan información</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planificación y distribución de encuestas.</li> <li>• Aplicación de encuestas por estudiante y zonas.</li> </ul>
---	---	-------------------------------	---	---	---	---



• **Descripción de Actividades por Objetivo**

<p><b>O1.</b> Recopilación del 100 % de la Información Cantonal a través de los PDOT por parte de los estudiantes</p> <p><b>A 1.1</b> El 100% de los estudiantes y los Docentes de las Carreras aporten con sus conocimientos al proyecto, en su etapa de recopilación y procesamiento de la información.</p>	<p><b>CUANTITATIVAS</b></p> <p>El 100% de los estudiantes y los Docentes de las Carreras aporten con sus conocimientos al proyecto, en su etapa de recopilación y procesamiento de la información.</p>	<p>-----</p>
<p><b>O2.</b> Estructurar maneras de Fortalecimiento de actividades empresariales en el cantón Chimbo con el asesoramiento de los Docentes y apoyo de los estudiantes</p> <p><b>A 2.1</b> Coordinación técnica del Fortalecimiento de actividades empresariales en el cantón</p> <p><b>A 2.2</b> Aplicación de un Modelo estándar de la Parrilla que contemple segmentos dinámicos, preferenciales y variados en su elaboración.</p> <p><b>A 2.3</b> Socialización del Programa de</p>	<p><b>CUANTITATIVAS</b></p> <p>Coordinación técnica de Fortalecimiento de actividades empresariales en el cantón</p> <p><b>CUALITATIVA</b></p> <p>Aplicación de un Modelo estándar para el Fortalecimiento de actividades empresariales en el cantón las preferenciales y variados en su elaboración.</p> <p>Socialización del Programa de Fortalecimiento de actividades empresariales en el cantón Chimbo</p>	<p>-----</p>

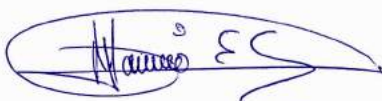
<p>Fortalecimiento de actividades empresariales en el cantón</p>		
<p><b>O3.</b></p> <p>Realizar pruebas piloto y control de calidad y de información de las actividades empresariales en el cantón para garantizar una información de primera.</p> <p><b>A 3.1</b> Se difundió el 100% de las potencialidades de los Gads de la provincia Bolívar a través de Fortalecimiento de actividades empresariales en el cantón.</p>	<p><b>CUALITATIVA</b></p> <p>Se difundió el 100% de las potencialidades de los Gads de la provincia Bolívar a través de la Fortalecimiento de actividades empresariales en el cantón Chimbo, provincia Bolívar.</p>	<p>-----</p>
<p><b>O4.</b> Aplicación de encuestas y entrevistas a varios actores sociales a nivel del cantón Chimbo con el fin de medir el Fortalecimiento de actividades empresariales en el aspecto empresarial, económico y turístico.</p> <p><b>A4.1</b> 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><b>CUALITATIVA</b></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>



<b>A4.2</b> Evaluación, Seguimiento y Monitoreo de las actividades empresariales en el cantón Chimbo		
--	--	--

- *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.*
- *Cualquier documento o producto generado, que sea evidencia de las actividades logradas*

**Observaciones**

<b>Firma de Coordinador que presenta el informe</b> 
Fecha de entrega: 08/05/21

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 CHIMBO, 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 170 horas cada uno, de lo cual tenemos las evidencias correspondientes, según lo estipulado en el sistema y reglamento de Vinculación de la UEB.

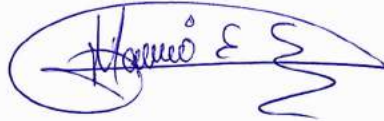
En tal virtud cumplen con todos los requisitos de la Facultad de Ciencias Administrativas por lo que están habilitados para la emisión u obtención de los certificados correspondientes.

Nº	Nombres y Apellidos	Carrera	Cédula
1	Tannya Pamela Rodríguez Mancero	Ingeniería Comercial	0250009701
2	William Dagoberto Llumitaxi Rumitaxi	Ingeniería Comercial	1723448146
3	Yadira Eloísa Albán Cuadrado	Ingeniería Comercial	0921178067
4	Stalin Rene Rivera Chimborazo	Ingeniería Comercial	1805127782
5	José Manuel Aucatoma Ramírez	Ingeniería Comercial	0202194304
6	Gisela Verónica Patín Guamán	Ingeniería Comercial	0202488375
7	Katherine Johanna Guadalupe Guzmán	Ingeniería Comercial	0605020403
8	María Cristina Galeas Bonilla	Ingeniería Comercial	0202497012
9	Toalombo Llambo Silvia Ines	Ingeniería Comercial	1805340773

Deseándole éxitos en sus labores cotidianas, se despide



Atentamente



Ing. Mario Enrique Escobar Gortaire

Teléfono: 0997835864

Cédula: 0200886844

Correo electrónico: [mescobar@ueb.edu.ec](mailto:mescobar@ueb.edu.ec)

**Coordinador**

**<< FORTALECIMIENTO DE ACTIVIDADES EMPRESARIALES EN EL CANTÓN CHIMBO, PROVINCIA DE BOLÍVAR PERÍODO 2020-2021 >>**

**1. DATOS INFORMATIVOS DEL PROYECTO**

Identificador	Descripción		
Código del Programa o Proyecto:	03-DIVIUEB-VS-2-2021		
Nombre del Programa o Proyecto:	<b>FORTALECIMIENTO DE ACTIVIDADES EMPRESARIALES EN EL CANTÓN CHIMBO, PROVINCIA BOLÍVAR EN EL PERÍODO 2020- 2021.</b>		
Línea y sub-línea de Vinculación:	Desarrollo Humano		
Programa de Vinculación:	<b>Gestión de Ciencias Económicas y Administrativas</b>		
Campo Amplio de conocimiento:	Ciencias Sociales		
Campo específico de conocimiento:	Administración		
Campo detallado de conocimiento:	Emprendimiento, Economía Popular y Solidaria		
Alcance Territorial logrado:	Internacional ( ) Nacional ( )	Regional ( x ) Provincial ( x)	Cantonal ( x ) Institucional ( )
Carreras que participaron:	Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática –Carreras: Ingeniería Comercial, Licenciatura en Administración de Empresas, Comunicación Social.		
Coordinador Principal:	Ing. Mario Escobar G		
Coordinador Alternativo:	Lic. Bladimir Guarnizo		
Cobertura y Localización (ubicación geográfica)	Provincia: Bolívar Cantón: Las Naves Zona: Urbana		
Presupuesto Utilizado:	Del Asignado por la UEB:	32,91	
	Del Asignado por la Contraparte:	0	



	Total de Presupuesto:	0
Periodo total de ejecución:	01 de Diciembre del 2020 al 6 de Abril del 2021	
Fases cumplidas (Horas cumplidas)	Una	
Número de docentes participantes:	2	
Número de estudiantes participantes:	9	
Comunidad beneficiaria	Cantón Chimbo	
Número de beneficiarios directos e indirectos	198	
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.

A esta información se añade la de la ciudad de Chimbo, por lo que la realización del presente proyecto es pertinente ya que nos permitirá determinar el contexto de la ausencia de apoyo por parte de instituciones públicas y privadas para el fortalecimiento de las actividades empresariales a fin de respaldar el esfuerzo de los distintos agentes para impulsar su desarrollo empresarial.

Actualmente, debido a factores sociales, culturales y económicos muchos emprendimientos carecen de mecanismos que le permitan aprovechar oportunidades de mejora en sus actividades empresariales, por lo que en conjunto con el equipo de trabajo se plantearan y ejecutaran acciones para impulsar al sector público y privado a sumarle importancia al desarrollo de los emprendimientos, de tal forma que tomen iniciativa en implantar programas de fortalecimiento empresarial mediante estrategias de fomento y promoción.

La población, específicamente aquellas personas que mantienen algún tipo de emprendimiento en el Cantón Chimbo, deben tener la facilidad de que accedan a un programa de fortalecimiento de actividades como beneficio a sus actitudes y aptitudes empresariales.

Como resultado de esto, la ciudadanía del cantón Chimbo podrá encaminarse de mejor manera hacia un objetivo más profundo, mediante el apoyo de los productos promocionales que incentiven sus actividades.

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 CHIMBO, 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 Chimbo

**Efectos**

- Los Emprendedores no tienen proyección empresarial, no mejoran sus procesos y productos
- La mayoría de los emprendimientos en el Cantón Chimbo, se dedican a la actividad comercial y existen pocos emprendimientos que se dedican a la actividad manufacturera.
- Los emprendedores del Cantón Chimbo, 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.
- La falta de integración a asociaciones o grupos de emprendimientos.

### 3. OBJETIVOS

#### OBJETIVO GENERAL

Generar productos comunicacionales para la promoción e impulso de las actividades empresariales en el Cantón Chimbo en el periodo 2020-2021

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

- **Programa 1:** Capacitación en cuanto atención al cliente.
- **Programa 2:** Promoción en plataformas digitales.
- **Promoción 3:** Asistencia técnica.
- **Promoción 4:** Modernización.
- **Programa 5:** Equipamiento para el desarrollo de actividades comerciales, turísticas y de servicios.

#### Objetivos Específicos

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

- Para el levantamiento de la información de las actividades empresariales se recurrió a realizar encuestas a los propietarios que realizaban actividades relacionadas a manufactura y en algunos casos negocios de servicio.



- Se realizó la agrupación de los emprendimientos por ramas de actividad, tanto para facilitar la recopilación de datos como para para realizar su respectivo análisis sobre el comportamiento económico que tienen alrededor del entorno.

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

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

**Objetivos Específicos 3:** Estructurar un Paquete de Productos Promocionales para que el Cantón Chimbo integre su actividad empresarial.

Entre los Productos Esperados se plantean:

1. Realizar el Diagnóstico
2. Elaborar el pronóstico o Plan de Fortalecimiento estándar para las actividades empresariales
3. Elaborar productos comunicacionales que contendrá en un Primer Capítulo y de carácter general lo siguiente:
  - Un Afiche Promocional del Ciudad
  - Un Afiche Promocional por Rama de Actividad Empresarial
  - 1 Tríptico por Rama de Actividad Empresarial
  - 1 Díptico 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
4. Tres Números del Folleto de la Actividad Empresarial para la ciudad que contendrá:
  - Administración del personal en el GAD del Cantón Chimbo

- Emprendedor y empresario.
- Turismo
- Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria.
- Gestión al cliente.
- Finanzas.
- Importancia del marketing en las organizaciones.
- Contabilidad aplicada a las cooperativas de ahorros y crédito.
- Principales indicadores económicos del PDYOT en el Cantón Chimbo

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

**Objetivos Específicos 4:** Evaluar el Impacto del programa de fortalecimiento empresarial en el Cantón Chimbo.

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 del Cantón Chimbo.

#### 4. GRADO DE IMPACTO DEL PROYECTO

##### IMPACTOS ESPERADOS

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

- Las personas que se beneficiarán directamente serán aquellas personas que cuentan con negocios ya establecidos como también de personas que desean incursionar en el mundo del emprendimiento, que son principalmente los habitantes del Cantón Chimbo
- En gran medida generará un impacto positivo en nosotros los estudiantes que estuvimos a cargo de la elaboración de dicho proyecto, contando con la presencia y apoyo colaborativo de un total de 9 estudiantes, en el cual se destaca



un aspecto importante que es la organización, el liderazgo y el mantener buenas relaciones con las personas que integran un grupo para llevar a cabo el cumplimiento de dichas actividades.

- Se pretende que la elaboración del proyecto genere impacto en los habitantes de dicha ciudad, a través de informar aspectos relevantes y útiles en la administración y gestión de un emprendimiento que en sí permiten a una empresa poder mantenerse en el mercado debido a la alta competencia existente hoy en día.
- Facilitar al Municipio del Cantón Chimbo procesos de transformación y desarrollo de la economía de la ciudad a través del apoyo a los distintos negocios y emprendimientos.
- Cambiar la forma de hacer negocios y de manejar un emprendimiento de una manera más inteligente y a la vez productiva a través de temas que son importantes conocer para ponerlos en práctica y tomar conciencia de que se debe hacer uso total de dicha información ya que en el mundo actual en el que vivimos necesitamos actualizarnos en conocimientos para llevar al éxito a una empresa o a su vez mantenernos activos en el tiempo.

## **5. RESULTADOS OBTENIDOS**

### **1. Cuadros y gráficos estadísticos con su respectiva interpretación; ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS EN EL CANTÓN CHIMBO DESPUÉS DE LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO**

#### **Pregunta 1. Nombre del Emprendimiento**

##### **Análisis**

De todos los emprendimientos encuestados el 100% de los emprendedores nos manifiesta que para poner los nombres para sus negocios toman en cuenta los nombres personales o las iniciales de sus nombres, siempre tomando en cuenta que el nombre que va ser establecido debe ser corto, claro, llamativo y atractivo.

#### **PREGUNTA N °2**

##### **Ubicación**

- a.- Provincia Bolívar
- b.- Cantón Chimbo
- c.- Ciudad o parroquia rural
- d.- Calle, avenida

##### **Análisis**

Las encuestas que se realizó en el Cantón Chimbo a los emprendimientos existente dieron como resultado un 100% de los encuestados que nos da a conocer que su ubicación de cada emprendimiento es en la provincia Bolívar en el Cantón Chimbo ya que es su lugar de residencia.



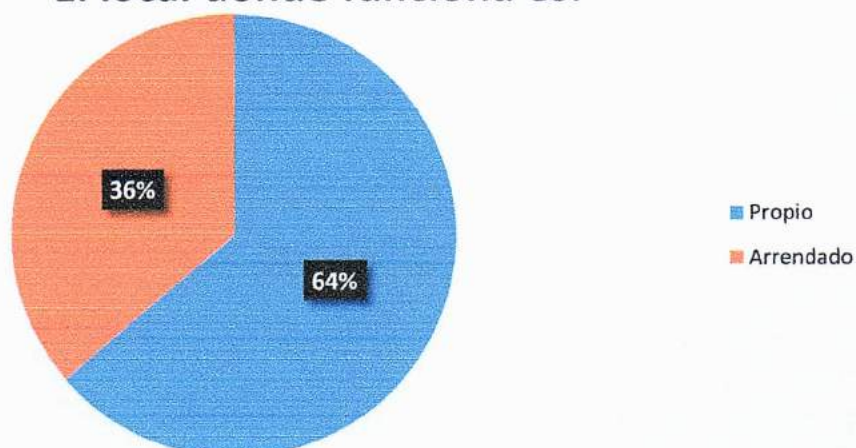
### PREGUNTA N °3

#### EL LOCAL DONDE FUNCIONA ES:

Opción	Numero	Porcentaje
Propio	14	36%
Arrendado	8	65%
Total	22	100%

#### Grafico

#### El local donde funciona es:



#### Análisis

El total de las encuestas que fueron realizadas dio como resultado que un 36% los locales donde funciona los emprendimientos son propios, de la misma manera las encuestas nos resaltan que el 64% de los locales donde funciona los negocios son de arrendados.

#### **PREGUNTA N °4**

**Nombre del propietario o gerente:**

##### **Análisis**

El total de las encuestas realizadas nos manifiesta que el 100% de los emprendimientos tienen y dan a conocer que los nombres de los propietarios de cada emprendimiento ya que ningún emprendimiento cuenta con un nombre de algún gerente ya que la ser micro emprendimientos están a cargo los mismos emprendedores.

#### **PREGUNTA N °5**

**Nombre que consta en la Patente Municipal**

##### **Análisis**

El total de encuestas que fueron realizados dio un resultado de 100% ya que todos emprendimientos de la localidad funcionaban ya que constaba con Patentes municipales

#### **PREGUNTA N °6**

Actividad económica (A qué se dedica ) Clasificación CIU





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



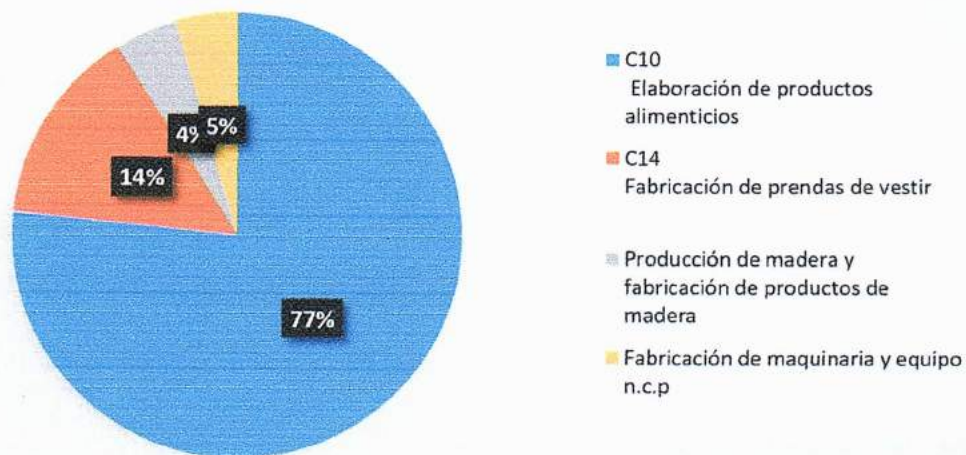
Opción	Numero	Porcentaje
<b>C10</b>	<b>17</b>	<b>77%</b>
<b>Elaboración de productos alimenticios</b>		
<b>C11</b>	<b>0</b>	
<b>Elaboración de bebidas</b>		
<b>C14</b>	<b>1</b>	<b>14%</b>
<b>Fabricación de prendas de vestir</b>		
<b>C16</b>	<b>1</b>	<b>4%</b>
<b>Producción de madera y fabricación de productos de madera y corcho ,excepto Muebles ; Fabricación de artículos de paja y de materiales transables.</b>		
<b>C22</b>	<b>0</b>	
<b>Fabricación de productos de caucho y plástico</b>		
<b>C25</b>	<b>0</b>	
<b>Fabricación de productos elaborados de metal, excepto Maquinaria y Equipo</b>		
<b>C27</b>	<b>0</b>	
<b>Fabricación de equipo eléctrico</b>		
<b>C28</b>	<b>1</b>	<b>5%</b>
<b>Fabricación de maquinaria y equipo n.c.p</b>		
<b>C29</b>	<b>0</b>	
<b>Fabricación de vehículos automotores, remolques y semirremolques</b>		
<b>C31</b>	<b>0</b>	
<b>Fabricación de muebles</b>		
<b>C32</b>	<b>2</b>	
<b>Otras industrias de manufactureras</b>		



C33	0
Reparación e instalación de maquinaria y equipo	
Total	22

### Grafico

### Actividad económica (A qué se dedica ) Clasificación CIU



### Análisis

El total de las encuestas realizadas nos dio como resultado que las 22 actividades económicas del Cantón se dedica a las actividades de la clasificación CIU, pero mayormente 17 actividades se dedican a la clasificación CIU de la Elaboración de productos alimenticios (C10) y los 5 restantes a las otras actividades como el C32, C28, C16, Y C14 de la clasificación CIU



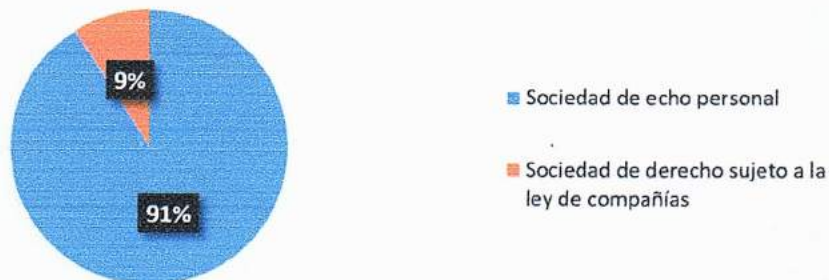
### PREGUNTA N°7

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

Opción	Numero	Porcentaje
Sociedad de echo personal	20	91%
Sociedad de derecho sujeto a la ley de compañías	2	9%
Total	22	100%

### Grafico

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



### Análisis

El total de las encuestas realizadas en el Cantón Chimbo de acuerdo a la actividad a la que se dedica su negocio nos dio como resultado que el 91% de las actividades eran de sociedad de derecho sujeto a la ley de compañías y el 9% era de la sociedad de hechos personales.





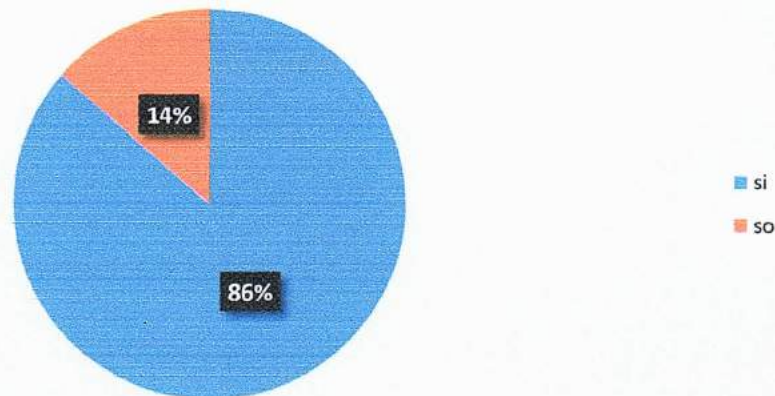
### PREGUNTA N °8

**Su negocio se dedica a transformar la materia en producto semi o terminados y ofertar a la colectividad:**

Opción	Numero	Porcentaje
SI	19	86%
NO	3	14%
Total	22	100%

#### Grafico

**Su negocio se dedica a transformar la materia en producto semi o terminados y ofertar a la colectividad:**



#### Análisis

El total de las encuestas realizadas en el Cantón Chimbo de acuerdo a su negocio se dedica a transformar la materia en producto semiterminados y ofertar a la colectividad nos dio como resultado que el 86% se dedica a transformar la materia prima a productos semi terminados y el 14% se dedica a ofrecer productos terminados.



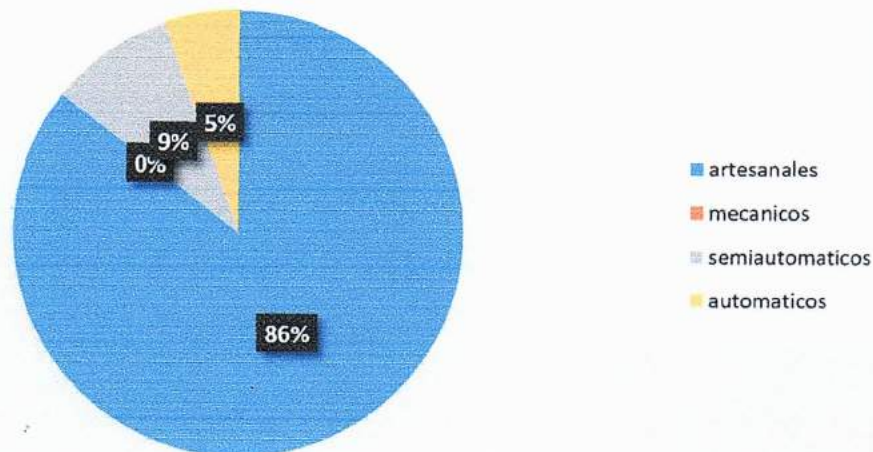
### PREGUNTA N°9

**Sus procesos productivos o de transformación son:**

Opción	Numero	Porcentaje
Artesanales	19	86%
Mecánicos	0	0%
Semiautomáticos	2	9%
Automáticos	1	5%
Total	22	100%

**Grafico**

**Sus procesos productivos o de transformación son:**



### Análisis

Según las encuestas realizadas a la población Chimbo se puede observar que la mayoría de sus procesos productivos o de transformación lo realizan de manera artesanal, como también existe en la ciudad pocos procesos de productos que son elaborados de forma semiautomática y automática.



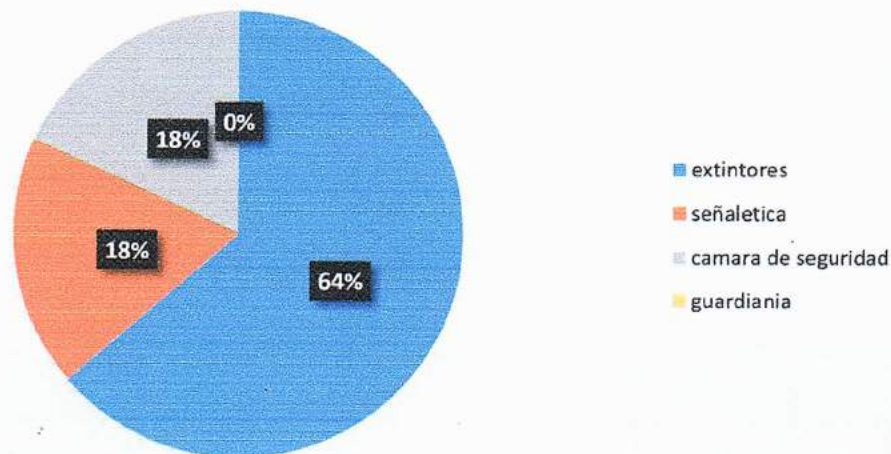
### PREGUNTA N°10

#### Que medidas de prevención industrial aplica:

Opción	Numero	Porcentaje
Extintores	14	64%
Señalética	4	18%
Cámara de seguridad	4	18%
Guardiania	0	0%
Total	22	100%

#### Grafico

#### Que medidas de prevención industrial aplica:



#### Análisis

Las medidas de prevención industrial que utilizan la mayoría de los negocios del Cantón Chimbo para precautelar el bienestar de sus trabajadores y clientes son, el uso de extintores, muy pocos utilizan la señalética y son contados los negocios que utilizan cámaras de seguridad.





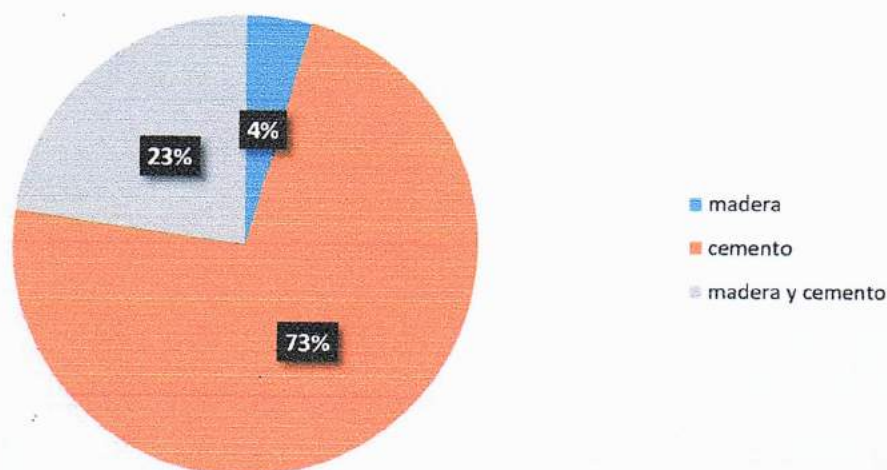
### PREGUNTA N°11

Los materiales de construcción de su negocio son:

Opción	Numero	Porcentaje
Madera	1	4%
Cemento	16	73%
Madera y Cemento	5	23%
Total	22	100%

Grafico

Los materiales de construcción de su negocio son:



### Análisis

Según las encuestas realizadas se puede observar que la mayor parte de los negocios son contruidos de material de cemento, también existen negocios contruidos con material mixto (cemento y madera) y solo existe un solo negocio que es contruido a base de madera.



### PREGUNTA N°12

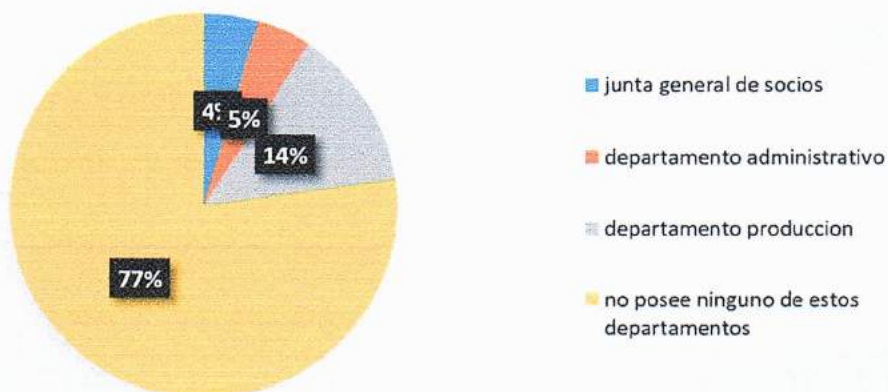
**Niveles y departamentos que tiene su negocio son:**

Opción	Si	No	Numero	Porcentaje
a.- Junta general de socios	1		1	4%
b.- Presidencia			0	0%
c.- Gerencia			0	0%
d.- Departamento financiero			0	0%
e.- Departamento administrativo	1		1	5%
f.- Departamento producción	3		3	14%
g.- Departamento de marketing			0	0%
h.- No posee ninguno de estos departamentos		17	17	77%
i.-Otro Departamento (Nombre)			0	0%
Total			22	100%

**Grafico'**



## Niveles y departamentos que tiene su negocio son



### Análisis

Según las encuestas realizadas la mayor parte de los emprendimientos no poseen ningún nivel ni departamento, existen pocos negocios que, si cuentan con departamento de producción y departamento administrativo, como también solo existe un emprendimiento que cuenta con la junta general de socios.

### PREGUNTA N ° 13

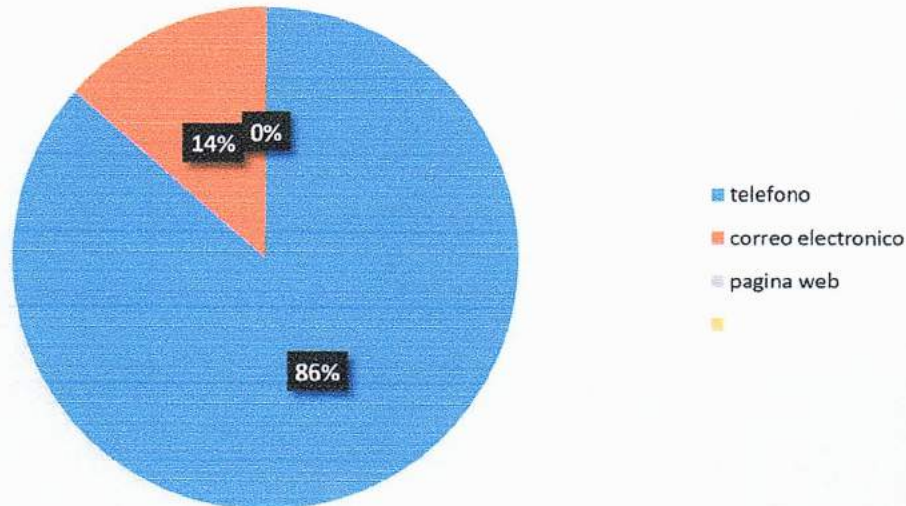
#### Contactos de la empresa:

Opción	Numero	Porcentaje
Teléfono	19	86%
Correo electrónico	3	14%
Página Web	0	0%
Total	22	100%





### contactos de la empresa



#### Análisis

Como podemos observar en las encuestas realizadas a la población de Chimbo, cuenta mayoritariamente con teléfono convencional en sus negocios ya que por la falta de información no tienen páginas web que puedan facilitar con información para la publicidad de su negocio y pocos son los que cuentan con un correo electrónico.

#### PREGUNTA N ° 14

##### Su negocio dispone de infraestructura como:

Opción	Si	No	Numero	Porcentaje
Alcantarillado	14	8		
Energía eléctrica	21	1		
Agua potable	18	4		



**Accesibilidad y 14 8  
conectividad**

Total

### **Grafico**

### **Análisis**

Según datos de las encuestas que realizamos con el grupo de trabajo hemos podido deliberar que el Cantón Chimbo exclusivamente en sus negocios cuentan la mayoría con energía eléctrica, agua potable y alcantarillado son pocos los negocios que cuentan con alcantarillado y accesibilidad y conectividad.

## **II ACTIVIDADES DEL EMPREDIMIENTO**

### **PREGUNTA N°15**

**Cuáles son sus principales productos o servicios:**

En las encuestas realizadas a los principales negocios llegamos a observar que sus principales productos son la materia prima ya sea res, pollo, chancho, etc. y para los negocios diferentes al negocio de comidas es prensas de vestir y bisutería ya que es lo que mayor rentabilidad tiene en el cantón.

### **PREGUNTA N°16**

**Cuáles son sus principales productos o servicios secundarios:**

Después de haber encuestado a la población y específicamente a los empleados y dueños de los negocios del Cantón Chimbo nos supieron manifestar que los servicios o productos secundarios principales son de acuerdo a su negocio en caso de los restaurantes son el los postres gaseosas etc, y en caso de las panaderías son los suspiros Elenita etc.



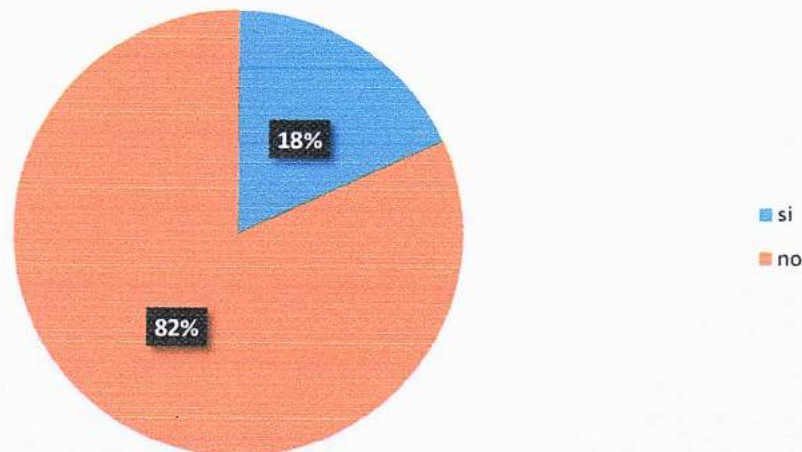
### Pregunta numero 17

**Su emprendimiento forma parte de una asociación o grupo de emprendedores:**

Opción	Numero	Porcentaje
Si	4	18%
No	18	82%
Total	22	100%

### Grafico

**Su emprendimiento forma parte de una asociación o grupo de emprendedores:**



### Análisis

Claramente podemos observar que una alta cifra de los emprendimientos no pertenece a una asociación por lo que la mayor parte de los negocios son únicamente realizados por cada uno de los miembros de los emprendimientos esto se debe a que no hay una comunicación apropiada, pocas de las personas pertenecen a una asociación en el sector en cuestiones de emprendimientos.





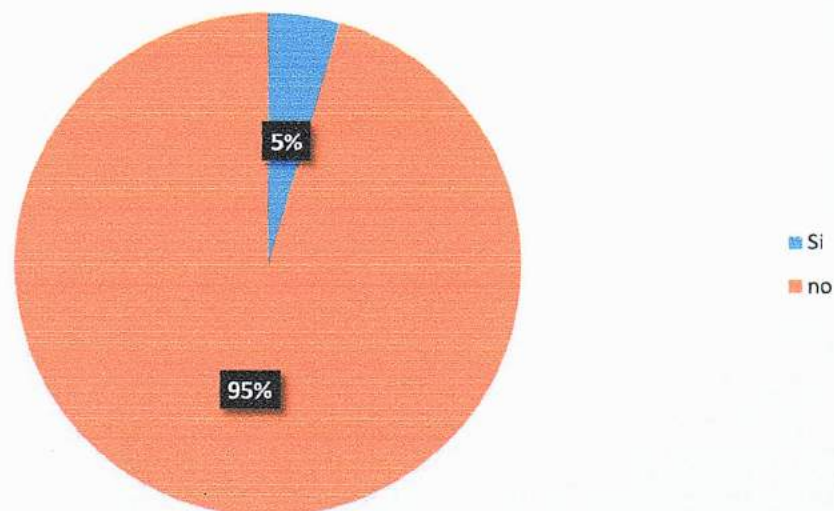
### PREGUNTA N°18

#### Posee alguna agencia o sucursal:

Opción	Numero	Porcentaje
Si	1	5%
No	21	95%
Total	22	100%

#### Grafico

#### Posee alguna agencia o sucursal:



#### Análisis

En esta pregunta podemos observar claramente que no existen sucursales esto se debe a que los dueños de los emprendimientos económicamente no están bien y nos supieron manifestar que no hay un apoyo por parte del municipio para poder realizarlo, claramente tenemos un porcentaje muy bajo de que si tienen sucursales.



### PREGUNTA N °19

**En qué año inicio sus actividades y cuantos empleados:**

#### Análisis

En esta pregunta el análisis es que existe diferentes años de creación de los emprendimientos en el Cantón Chimbo su mayor porcentaje en los que han sido creados son en los años 2010 hasta el 2020 y muy pocos son creados entre los 1980 - 1989 lo cual los emprendimientos son nuevos y de acuerdo a los empleados que trabajan su porcentaje es muy bajo por lo que los dueños de los emprendimiento nos manifestaron que sus ganancias son muy bajas por esa razón no podían poner empleados en sus negocios.

### PREGUNTA N °20

**En la actualidad con cuantos empleados cuenta:**

#### Análisis

Según la interpretación y analizando la pregunta muy pocos de los emprendimientos cuentan con empleados la mayor parte trabajan solos o con ayuda de los mismos miembros de la familia lo cual hace que se vea porcentajes muy altos al desempleo en el cantón Chimbo.

### PREGUNTA N °21

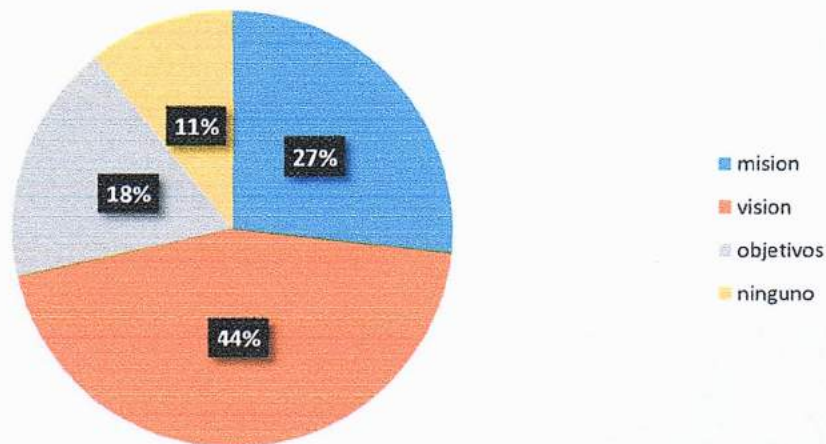
**¿Su negocio dispone de?**

Opción	Numero	Porcentaje
Misión	3	27%
Visión	5	11%
Objetivos	2	18%



Políticas	0	0%
Ninguno	12	44%
Total	22	100%

### Su negocio dispone de



### Análisis

Según los datos obtenidos la mitad de los emprendedores crean su negocio por iniciativa propia o simplemente porque creen que van a tener rentabilidad del mismo, otros si analizan hacen un pequeño proyecto y se fijan una misión, visión hasta objetivos los cuales les ayuda dentro de su negocio, de estos emprendimientos carecen de políticas ya que está conformado por familiares.

### PREGUNTA N°22

¿Para promocionar su negocio usted dispone de?

Opción	Numero	Porcentaje
Marca propia	6	35%
Logotipo	5	14%

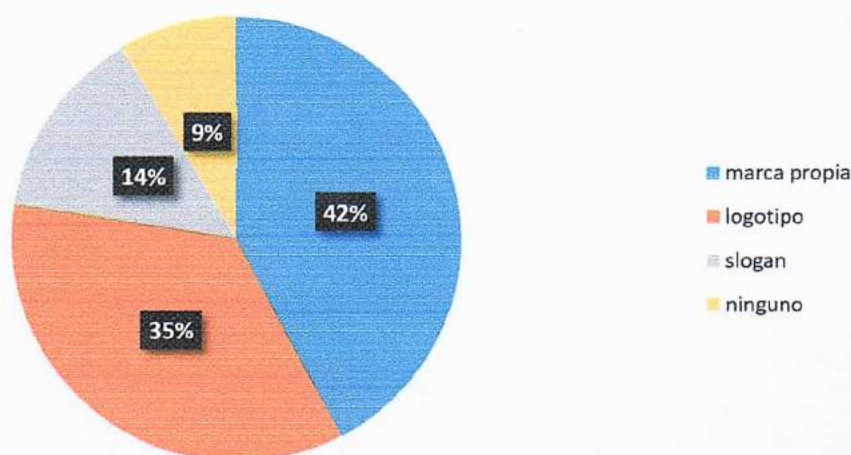




Slogan	2	9%
Isotipo	0	0%
Ninguno	9	42%
Total	22	100%

#### Grafico

¿Para promocionar su negocio usted dispone de?



#### Análisis

La mayoría de los emprendimientos no cuenta con ningún medio para promocionar su negocio que hace que no tengan en conocimiento y por lo cual disminuya sus ventas, muy pocos negocios tiene su marca propia, logotipo, slogan lo que ayuda para estos emprendimientos ah tener mejor conocimiento

### III INNOVACIONES LOGRADAS DEL PRODUCTOS (BIENES O SERVICIOS)

#### PREGUNTA N °23

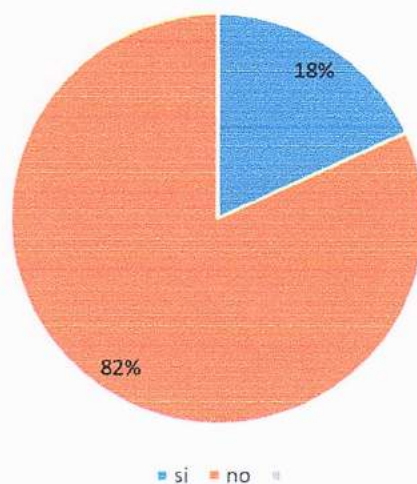
En los 3 últimos años, ¿su Negocio introdujo al mercado un nuevo producto)



Opción	Si	No	Numero	Porcentaje
Bien o servicio nuevo	4	18	22	100%
Total			22	100%

### Grafico

En los 3 últimos años, ¿su Negocio introdujo al mercado un nuevo producto) bien o servicio



### Análisis

La mayoría de emprendimientos ha seguido con sus productos que a iniciado sin actualizarse o tener nuevos productos para tener mayores ventas, mayor atracción hacia los compradores, muy pocos de ellos a tenido la capacidad de estudio para poder ingresar nuevos productos hacia el mercado.



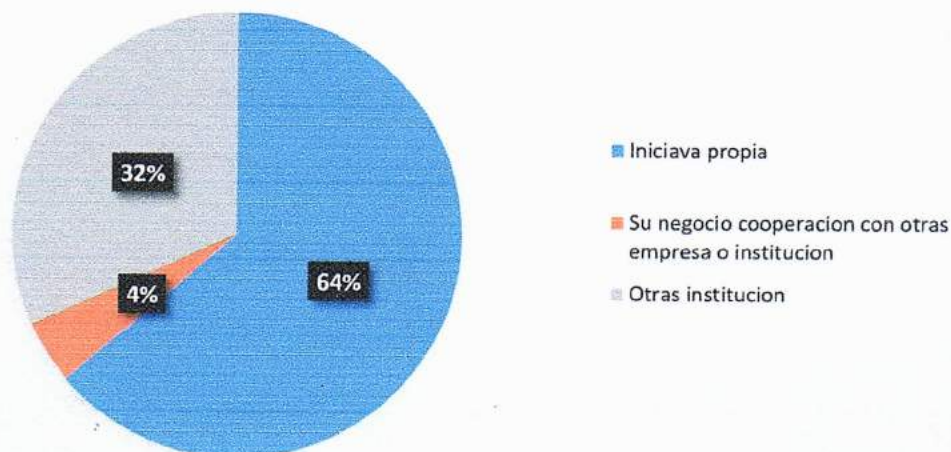
### PREGUNTA N°24

**El desarrollo de esas innovaciones del producto fue:**

Opción	Numero	Porcentaje
Iniciativa propia	14	64%
Su negocio cooperación con otra empresa o institución	1	4%
Otra institución	7	32%
Total	22	100%

**Grafico**

**El desarrollo de esas innovaciones del producto fue:**



### **Análisis**

De los emprendimientos que ha podido reinventarse un nuevo producto ha sido por su iniciativa propia, eso quiere decir que los dueños de estos emprendimientos por la necesidad de mejorar en sus ventas tuvieron la necesidad de crear un nuevo producto.



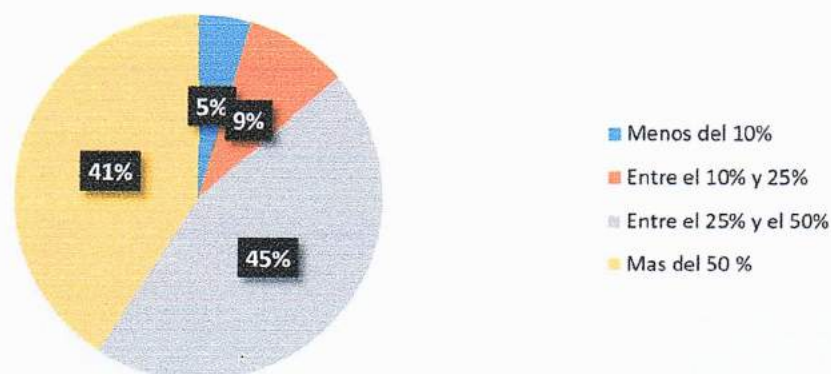
### PREGUNTA N °25

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

Opción	Numero	Porcentaje
Menos del 10%	1	5%
Entres el 10% y 25%	2	9%
Entre el 25% y 50%	10	45%
Mas del 50%	9	41%
Total	22	100%

**Grafico**

**En que porcentaje espera que sus ventas o ingreso crezcan en los próximos 3 años**



### **Análisis**

A través de la encuesta realizada a la población del Cantón Chimbo se pudo observar que la mayoría tiene la estimación de que las ventas crezcan durante los tres años posteriores, en un porcentaje muy elevado, es una probabilidad de que los emprendimientos sigan con el desarrollo en las actividades, de la misma hay una menoría con las respuestas en mención a que no puede existir la mejora en las ventas, pero la población tiene la probabilidad de que mejore.



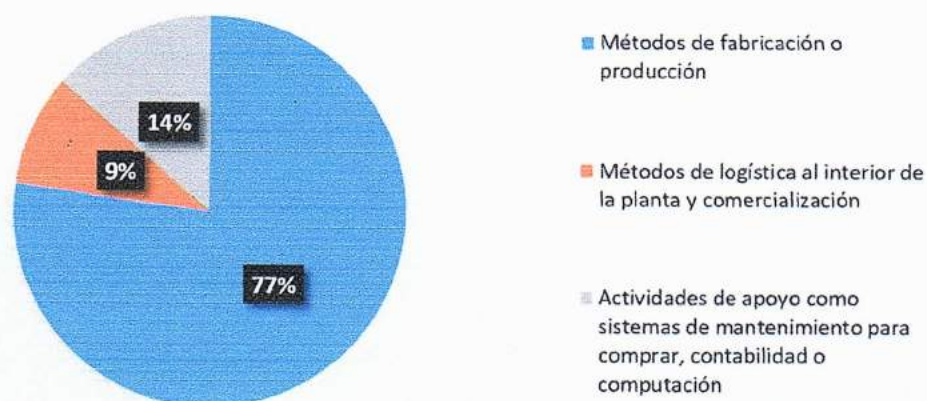
### PREGUNTA N °26

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

Opción	Numero	Porcentaje
Métodos de fabricación o producción	17	77%
Métodos de logística al interior de la planta y comercialización	2	9%
Actividades de apoyo como sistemas de mantenimiento para comprar, contabilidad o computación	3	14%
Total	22	100%

Grafico

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





### **Análisis**

Mediante la encuesta realizada a la población se pudo identificar que la mayoría mencionan que, para obtener mejoras en los productos, se ha ido innovando los métodos de fabricación, implementando y optimizando la gestión en los procesos de transformación, entonces el sistema de producción desarrollara, de la misma también la memoria supo mencionar en la parte logística y sistemas de mantenimiento, claramente podemos dar cuenta que hay nuevas metodologías para la producción.

### **V.- ACTIVIDADES Y GASTOS PARA LAS INNOVACIONES DE PRODUCTOS Y PROCESO**

#### **PREGUNTA N°27**

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

### **Análisis**

A través de la encuesta realizada se pudo ver que la mayoría de los emprendimientos van innovando con el fin de mejorar y encontrar nuevos productos para brindar a la población, de la misma también se van desarrollando lo que es la investigación para los productos actuales y también para productos que pueden ser innovados.

#### **PREGUNTA N°28**

**Durante los 3 últimos 3 años**

**¿Su emprendimiento introdujo innovación al producto y proceso en base de?**

En esta pregunta se puede evidenciar claramente la mayoría de la población, en los tres últimos años, los procesos y productos de los emprendimientos han innovado a través de la maquinaria y los equipos automáticos, entonces es una parte fundamental para el desarrollo de las actividades y por ende también optimizar los recursos que sean necesarias y de la misma también han superado en los procesos a través de las consultoría, capacitando al





personal, realizando el estudio de mercado, asistencia técnica, en este caso son unos pocos que han desarrollado mediante lo mencionado.

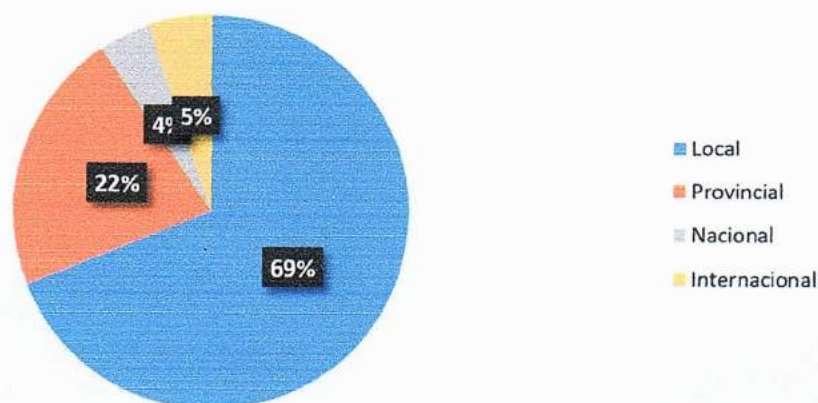
### PREGUNTA N °29

**Para la fabricación de sus productos Ud.. Ad quiere la materia Prima en el Mercado:**

Opción	Numero	Porcentaje
Local	16	69%
Provincial	5	22%
Nacional	1	4%
Internacional	0	5%
Total	22	100%

Grafico

**Para la fabricación de sus productos Ud.. Ad quiere la materia Prima en el Mercado:**



### Análisis

La mayoría de las personas dueñas de los emprendimientos en el Cantón Chimbo Adquieren en el mercado local con 69% de 100% y el 5% adquiere internacionalmente el otro 4% lo hace nacionalmente y el 22% lo adquiere provincialmente



### PREGUNTA N°30

**Cuáles son las principales materias primas que adquiere:**

Los principales materiales que adquiere la mayoría de los emprendedores o dueños de los diferentes negocios del Cantón Chimbo son de primer a necesidad se varía según el negocio o emprendimiento al que se dedica principalmente la materia prima que se necesita y es esencial para la elaboración de los productos que ofertan.

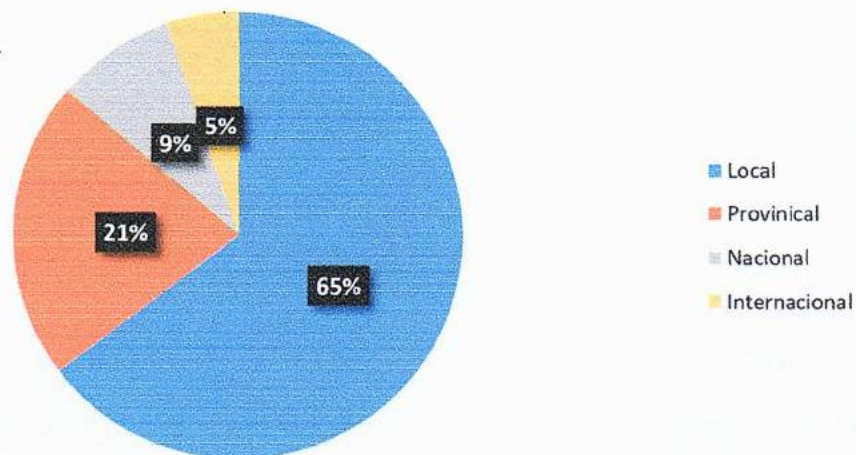
### PREGUNTA N°31

**Para la fabricación de sus productos Ud. Adquiere los Materiales en el Mercado:**

Opción	Numero	Porcentaje
Local	15	65%
Provincial	5	21%
Nacional	2	9%
Internacional	0	0%
Total	22	100%

Grafico

**Para la fabricación de sus productos Ud. Adquiere los Materiales en el Mercado:**





### **Análisis**

Los emprendedores para la fabricación de sus productos adquieren los materiales en el mercado local con un 65% sobre el 100% por lo cual el restante de emprendedores lo adquiere en un mercado provincial con un 21% el restante lo adquiere en mercado nacional con el 9% y tanto como internación con el 5% .

### **PREGUNTA N °32**

#### **Cuáles son los principales materiales que adquiere:**

Las principales materias que los emprendedores son los de primera necesidad o materia prima ya que son esenciales para la elaboración de su producto o servicio del que ofrecen o van ofrecer a los habitantes del cantón.

#### **Pregunta numero 33**

#### **Los empleados que elaboran en su negocio son:**

Opción	Numero	Porcentaje
<b>Locales</b>	<b>21</b>	<b>95%</b>
<b>Extranjeros</b>	<b>1</b>	<b>5%</b>
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>100%</b>

### **Análisis**

Con respecto a las encuestas realizadas a los dueños de estos emprendimientos con relación de los empleados que elaboran en los emprendimientos de este cantón se dio como resultado que el 95% son locales o sea son del mismo cantón y el 5% son extranjeros.





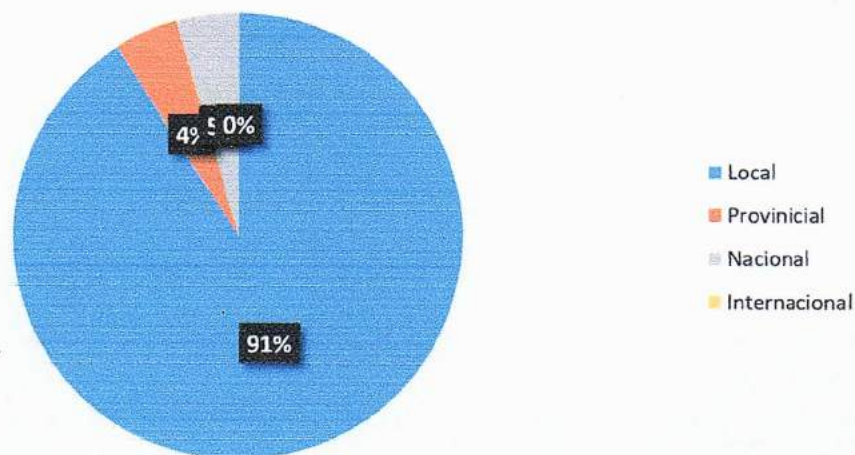
### PREGUNTA N °34

**Los productos que fabrican los comercializan en el mercado son:**

Opción	Numero	Porcentaje
Local	20	91%
Provincial	1	4%
Nacional	1	5%
Internacional	0	0%
Total	22	100%

### GRAFICO

**Los productos que fabrican los comercializan en el mercado :**



### Análisis

Se dio como resultado que los emprendimientos del cantón Chimbo los productos que realizan un en 91 % los comercializan localmente en mismo cantón para su propia gente en tanto que el 5% lo realiza nacionalmente y el 4% provincialmente.



**PREGUNTA N °35**

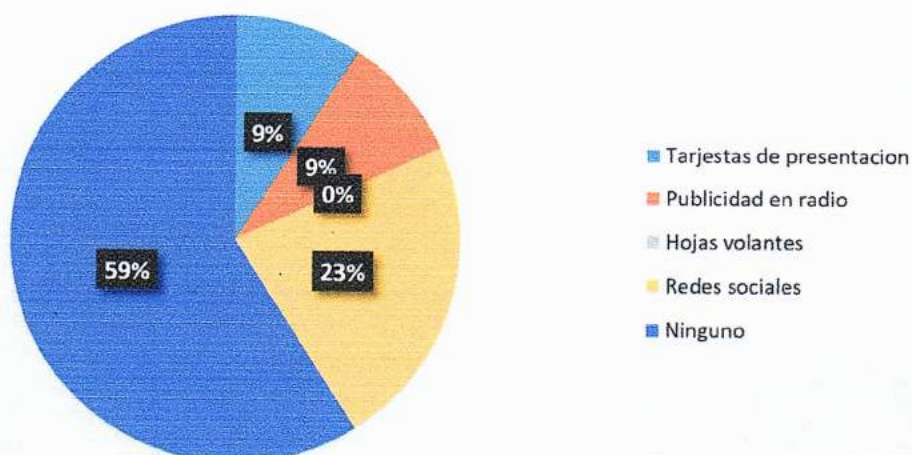
**PREGUNTA N °36**

**Para llegar a sus clientes que estrategia utiliza:**

Opción	Numero	Porcentaje
Tarjetas de presentación	2	9%
Publicidad en radio	2	9%
Hojas volates	0	0%
Redes sociales	5	23%
Ninguno	13	59%
Total	22	100%

**Grafico**

**Para llegar a sus clientes que estrategia utiliza:**



**Análisis**

Por medio de los resultados obtenidos podemos decir que con un 59% no usan ninguna estrategias para llegar a sus clientes en tanto el 23% usa redes sociales como estrategia y el



otro

9% tarjetas de presentación y publicidad en radio y ninguna usa tampoco hojas volantes como estrategia de publicidad.

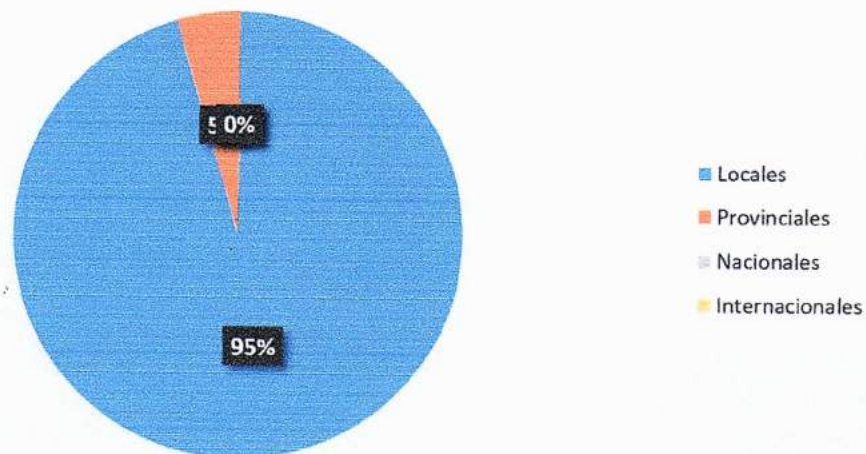
### PREGUNTA N ° 37

Sus principales competidores en el mercado son:

Opción	Numero	Porcentaje
Locales	21	95%
Provinciales	1	5%
Nacionales	0	0%
Internacionales	0	0%
Total	22	100%

Grafico

Sus principales competidores en el mercado son:



### Análisis

Realizado las encuestas se dio como resultado que con un 95% sus principales competidores en el mercado son locales el 1% son provinciales la cual se dio a notar que los principales





competidores con locales ya que ellos están en mismo catón y se puede ofrecer los mismos servicios o productos a los del mismo cantón.

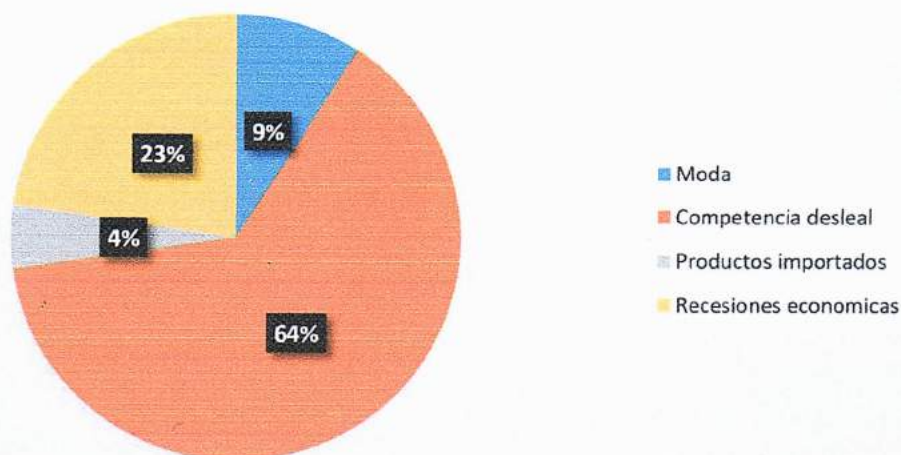
### PREGUNTA N°38

**Cuáles son los principales problemas por los que atraviesa su negocio:**

Opción	Numero	Porcentaje
Moda	2	9%
Competencia desleal	14	64%
Productos importados	1	4%
Recesiones económicas	5	23%
Total	22	100%

**Grafico**

**Cuáles son los principales problemas por los que atraviesa su negocio:**



### Análisis

Por medio de la encuesta realizada a los emprendedores del Cantón Chimbo los principales problemas que atraviesa su negocio con el 64% es la competencia desleal tanto que el 23%



motivo de la recesión económica tanto que el 9% es por la moda implantada en el cantón y por ultimo esta el 4% que son por los productos importados.

## VI. FUENTES DE FINANCIAMIENTO

### PREGUNTA N°39

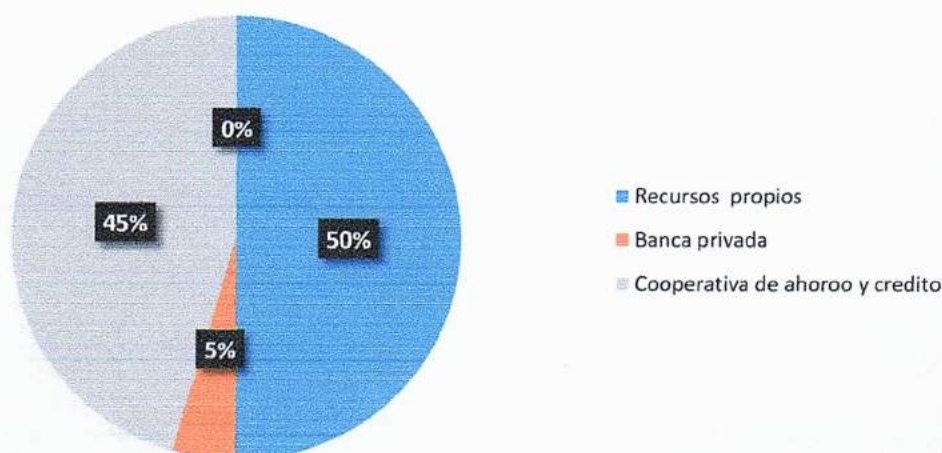
¿Cuál fue la fuente de financiamiento para sus actividades empresariales?

Opción	Numero	Porcentaje
<b>Recursos propios</b>	<b>11</b>	<b>50%</b>
<b>Banca privada</b>	<b>1</b>	<b>5%</b>
<b>Banca publica</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
<b>Apoyo gubernamental</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
<b>Cooperativa de ahorro y crédito</b>	<b>10</b>	<b>45%</b>
<b>Recursos del exterior</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>100%</b>



### Grafico

### Cuál fue la fuente de financiamiento para sus actividades empresariales?



### Análisis

Dentro del cantón los emprendimientos su principal fuente de financiamiento para sus actividades empresariales con el 50% son recursos propios de ellos mismos que se generan a través de sus ahorros tanto que el otro 45% son de cooperativas de ahorro y crédito las cuales son ayudas con micro créditos para su emprendimiento y el 5% restante es por banca privada lo cual son ayudados estos emprendedores.

### PREGUNTA N°40

**Al acceder a un Préstamo Bancario cuales han sido los principales obstáculos que se han presentado:**

Opción	Numero	Porcentaje
No se adecuan a sus necesidades	0	0%

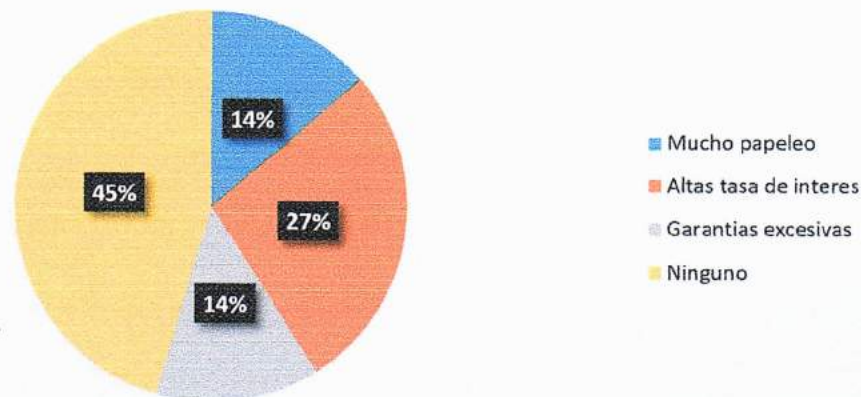




<b>Mucho papeleo</b>	<b>3</b>	<b>14%</b>
<b>Dificultades burocráticas</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
<b>Altas tasas de interés</b>	<b>6</b>	<b>27%</b>
<b>Garantías excesivas</b>	<b>3</b>	<b>14%</b>
<b>Pocas facilidades de pago</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
<b>Ninguno</b>	<b>10</b>	<b>45%</b>
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>100%</b>

#### Grafico

**Al acceder a un Préstamo Bancario cuales han sido los principales obstáculos que se han presentado:**



#### Análisis

Realizado las encuestas nos dios como resultado que para tener un préstamo bancario los principales obstáculos que se han presentado son con un 45% ninguno inconveniente por lo cual el 27% dijo que las altas tasa de interés y el 14% que es mucho papeleo y también el 14% restante son las garantías excesivas.



### PREGUNTA N°41

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

Opción	Numero	Porcentaje
Si	1	5%
No	21	95%
Total	22	100%

#### Grafico

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



#### Análisis

No dios como resultado con el 95% de emprendedores entrevistados del cantón Chimbo no ha recibido ningún recurso no reembolsable de para de ninguna institución del gobierno para la realización de su emprendimiento y el 55 restante respondo que sí.



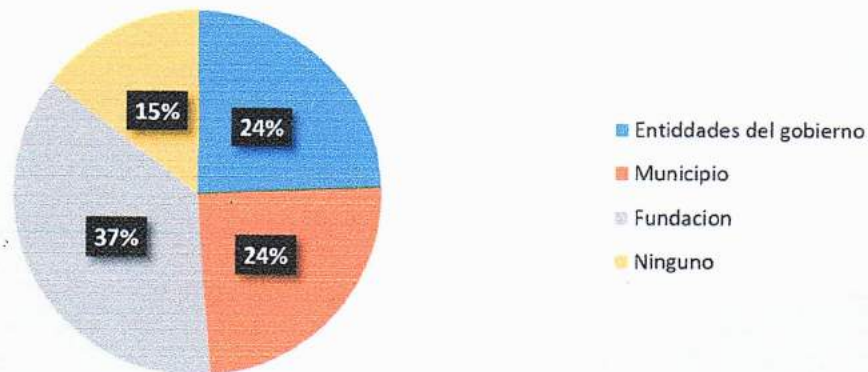
### PREGUNTA N°42

¿A recibido apoyo o asesoría para sus actividades empresariales de :

Opción	Numero	Porcentaje
Entidades del gobierno	2	24%
Consejo provincial	0	0%
Municipio	2	24%
Fundación	3	15%
Ninguno	15	37%
Total	22	100%

Grafico

¿ A recibido apoyo o asesoría para sus actividades empresariales de :



#### Análisis

Mediante los resultado obtenidos se dio anotar que con el 37% si a recibido asesoría por parte de entidades del gobierno y el 24% de municipios y el otros 24% de fundaciones y por ultimo con el 15% no a recibido ningún tipo de asesoría de parte de nadie .



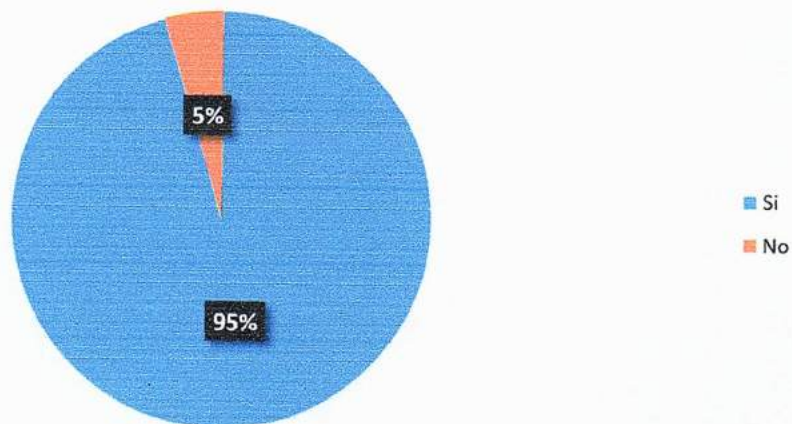
### PREGUNTA N°43

¿ Su negocio ha generado utilidades ?

Opción	Numero	Porcentaje
Si	21	95%
No	1	5%
Total	22	100%

#### Grafico

Su negocio ha generado utilidades



#### Análisis

Dado los resultados de las encuestas se dio como resultado el 95% si genera utilidades en su emprendimiento la cual el otro restante que es el 5% no genera utilidades en su negocio o emprendimiento.



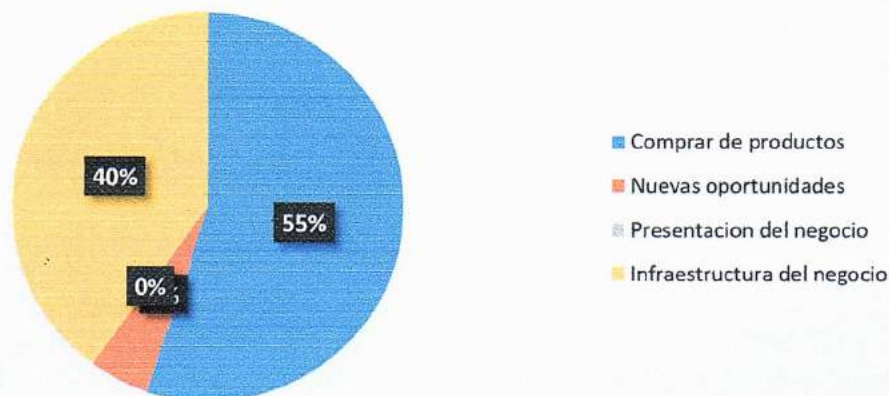
### PREGUNTA N °44

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

Opción	Numero	Porcentaje
Compra de productos	11	55%
Nuevas oportunidades de negocio	1	5%
Presentación del negocio	0	0%
Infraestructura del negocio	8	40%
Otro	2	
Total	22	

Grafico

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



#### Análisis

Las utilidades obtenidas por los emprendimientos según las encuestas realizada se dio como resultados que el 55% invierte en compra de productos y el 40 % invierte en la infraestructura del negocio y el 5% restante en nuevas oportunidades.

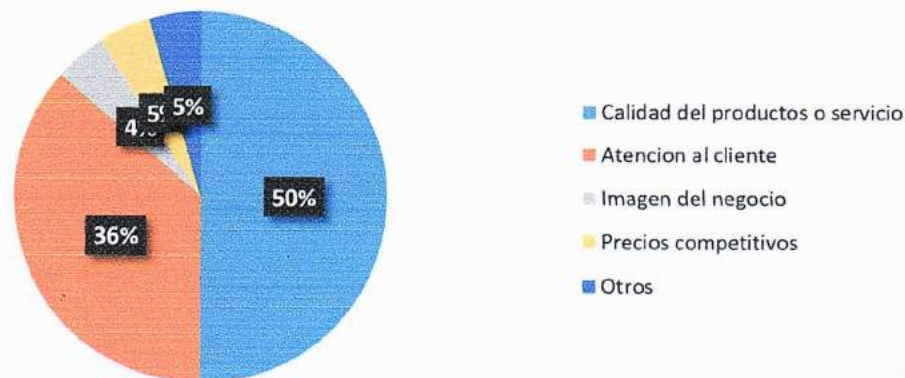
### PREGUNTA N°45

¿Qué aspectos considera las utilidades obtenidas de su emprendimiento?

Opción	Numero	Porcentaje
Calidad del productos o servicio	11	50%
Atención al cliente	8	36%
Imagen del negocio	1	4%
Precios competitivos	1	5%
Otros	1	5%
Total	22	100%

Grafico

¿Qué aspectos considera las utilidades obtenidas de su emprendimiento?



Análisis





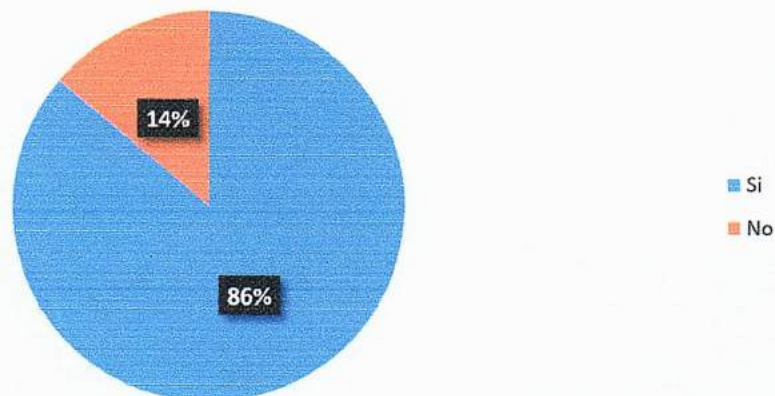
### PREGUNTA N°46

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

Opción	Numero	Porcentaje
Si	20	86%
No	2	14%
Total	22	100%

#### Grafico

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



#### Análisis

De todas las personas encuestadas no arrojó que el 86% que si van a seguir laborando con su emprendimiento en lugar actual en que este ente momento y el 14 % que no va seguir en lugar actual por lo que se mudarán o tendrá otra dirección de su emprendimiento.



### PREGUNTA N °47

Señale en qué condiciones de vida ha influenciado su emprendimiento.

Opción	Numero	Porcentaje
Alimentación	13	59%
Salud	2	9%
Educación	2	9%
Vivienda	4	18%
Transporte	1	5%
Educación	0	0%
Seguridad	0	0%
Total	22	100%

#### Grafico

Señale en qué condiciones de vida ha influenciado su emprendimiento.



#### Análisis

Mediante la encuesta realizada se dio que la alimentación influye más en su emprendimiento con 59% en tanto que el 18% se da a la vivienda y el restante como el 9 % a la salud y la educación y el 5% restante al trasporte por lo todo estos factores si influye de manera relativa.




5.1. Resultados del cumplimiento de indicadores del proyecto

Programa / proyecto		Informe				
Resultado y porcentaje de cumplimiento	Indicadores	Cumplimiento del indicador (%)	Evidencias (fotografía o indicador de cumplimiento)	Descripción	Limitaciones encontradas	Acciones correctivas
R1 (%) Recopilación del 100 % de la Información Cantonal a través de los PDOTs por parte de los estudiantes	El 100% de los estudiantes y los Docentes de las Carreras aporten con sus conocimientos al proyecto, en su etapa de recopilación y procesamiento de la información	100 % cumplimiento	<p>GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN CHIMBO</p> <p>PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL</p> <p><b>CANTÓN CHIMBO</b></p> <p>PROVINCIA DE BOLÍVAR</p> <p>2014-2019</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PDOT Cantonal Chimbo</li> <li>• Ley de Emprendimiento e Innovación</li> <li>• Ley de Fomento Productivo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Descoordinación del trabajo por falta de laboratorio de la carrera de comunicación</li> <li>• Horario de clases de estudiantes y docentes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Trabajo en equipo organizado</li> <li>➤ Utilización eficiente de los equipos por parte de los estudiantes.</li> </ul>






						
<b>R2</b> (%) Estructurar y Editar los Productos Comunicativos con el asesoramiento de los Docentes y apoyo de los estudiantes	El 100% de los estudiantes y los Docentes de las 3 Carreras aporten con sus conocimientos al proyecto difundiendo las encuestas por correo para la investigación	100 % cumplimiento	Formato de la Revista Digital	Formato de la Revista  Segmentos y temas del programa:  La Parrilla estándar contendrá lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"><li>• Intro</li><li>• Portada</li><li>• Presentación</li><li>• Editorial</li></ul>	Falta de equipos tecnológicos para elaborar los programas y Revistas correspondientes.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Trabajos de investigación teóricos para la elaboración de los segmentos.</li><li>• Trabajo coordinado con el Ing. Mario Escobar de la carrera de Ingeniería</li></ul>




	<p>así como para cálculos de la muestra del Proyecto</p>			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nuestros atractivos turísticos</li> <li>• Empresa y emprendimiento</li> <li>• La clave del marketing y los negocios</li> <li>• Legislación empresarial</li> <li>• Plan de desarrollo y ordenamiento territorial (PDOT)</li> <li>• Economía al día</li> </ul>		<p>Comercial y Administración de empresas</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Realización de cronograma de grabaciones.</li> </ul>
--	--	--	--	---	--	---



<p><b>R3</b> (%) Realizar pruebas piloto y control de calidad de información de las Revistas por parte del Director y Coordinador del Proyecto para garantizar una información de primera.</p>	<p>Se difundió el 100% de las potencialidades de los Gads de la provincia Bolívar a través de la Revista por los Medios de Comunicación en una hora de duración y con segmentos variados, preferenciales y dinámicos, aptos para todo público</p>	<p>100 % cumplimiento</p>	<p>Reunión de planificación de grabaciones</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaboración de los segmentos perteneciente a cada estudiante por zoom.</li> <li>• Elaboración de los segmentos.</li> </ul>	<p>Dificultad al momento de elaborar las partes asignadas a cada uno, ya que los estudiantes de las carreras de Administración de Empresas e Ingeniería Comercial no tenían experiencia ni conocimiento en las grabaciones de cada programa.</p>	<p>Facilidad y apertura de parte del Ing. Mario Escobar para realizar sesiones mediante zoom y hacer la respectiva grabación del guion.</p>
<p><b>R4</b> (%) Aplicación de encuestas y entrevistas a varios actores sociales a</p>	<p>El 100% de los encuestados aporten positivamente a crear conciencia</p>	<p>100 % Cumplimiento</p>	<p>Formato de la encuesta</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Distribución de encuestas por cantones.</li> <li>• Asignación de encuesta por estudiante.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poca Colaboración al momento de la ejecución de las encuestas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planificación y distribución de encuestas.</li> </ul>





<p>nivel cantonal con el fin de medir el impacto de la Revista en el aspecto empresarial, económico y , turístico.</p>	<p>del cambio que se debe impartir en el aspecto turístico, gastronómico ambiental, empresarial.</p>			<ul style="list-style-type: none"> <li>Encuestas aplicadas por internet y google drive</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Aplicación de encuestas por cantones.</li> <li>Convalidación de resultados para verificar el avance del proyecto.</li> </ul>

## 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
<b>Total (6.A.1)</b>				<b>32,91</b>
<b>2. BIENES Y/O EQUIPOS CON CARGO A LA UEB</b> (Indicar todos los bienes adquiridos durante la ejecución del proyecto, equipos en general, etc..)				
<b>Concepto</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Total</b>
0 -	0 -	0 -	0 -	0 -
				0 -
<b>Total (6.A.2)</b>				<b>0</b>

<b>TOTAL 6.A PRESUPUESTO CON CARGO A LA UEB (\$ USA)</b>	<b>6.A.1+6.A.2</b>	<b>32,91</b>
--	--------------------	--------------

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



		<b>Total (6.B.2)</b>	<b>0</b>
<b>TOTAL 6.B PRESUPUESTO CON CARGO A LA CONTRAPARTE (\$ USA)</b>	<b>6.B.1+ 6.B.2</b>		<b>0</b>
<b>TOTAL PRESUPUESTO EJECUTADO DURANTE EL PROYECTO (\$ USA)</b>	<b>6.A+ 6.B</b>		<b>32,91</b>
<b>PRESUPUESTO EJECUTADO DURANTE EL PROYECTO (\$ USA)</b>	<b>6.A+ 6.B</b>		<b>32,91</b>





## 7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Entre las Conclusiones podemos mencionar las siguientes:

- 1- Los PDYOT de los Gad's contienen información técnica y política que al ser leída o escuchada no comprenden lo que realmente poseen como fortalezas y oportunidades en la circunscripción geográfica
- 2- El trabajo en equipo quedó demostrado al elaborar las parrillas, guiones y programas.
- 3- Todo proyecto que se plantee y ejecute debe ser evaluado tanto por los participantes como por los beneficiarios directos e indirectos.

### Recomendaciones

Entre las Recomendaciones podemos mencionar las siguientes:

- 1- Se debe actualizar y seleccionar la información de los Gads para quienes lo lean o escuchen, sepan comprender lo que realmente poseen como fortalezas y oportunidades
- 2- El necesario trabajar en equipo para cumplir con lo propuesto en cada objetivo, meta e indicador del proyecto
- 3- Todo proyecto que se plantee y ejecute debe ser evaluado tanto por los participantes como por los beneficiarios directos e indirectos



## 8. ANEXOS

Guaranda, 21 de julio de 2021

Ingeniero

Marcelo Vilcacundo MsC

**Director del Departamento de Investigación y Vinculación de la UEB**

Presente

De mi consideración:

Reciba un atento y cordial saludo y a la vez deseándole muchos éxitos en sus actividades encomendadas, por este medio le hago llegar el listado de 9 estudiantes de la Carrera Ingeniería Comercial que participaron en el Proyecto de Vinculación titulado: **“FORTALECIMIENTO DE ACTIVIDADES EMPRESARIALES EN EL CANTÓN CHIMBO, 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	Teléfono
1	Yadira Eloisa Albán Cuadrado	0921178067	0969722427
2	José Manuel Aucatoma Ramírez	0202194304	0987728200
3	Gisela Veronica Patin Guaman	0202488375	0981038407
4	Tannya Pamela Rodríguez Mancero	0202050136	0969548356
5	Stalin Rene Rivera Chimborazo	1805127782	0961282371
6	Llunitaxi Rumitaxi William Dagoberto	1723448146	0969143852
7	Toalombo Llambo Silvia Ines	1805340773	0994800512
8	María Cristina Galeas Bonilla	0202497012	0988409745
9	Katherine Johanna Guadalupe Guzman	0605020403	0987396543

Debo anotar que el Proyecto No 03-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.



Posteriormente y de acuerdo al pedido de los estudiantes y registros establecidos se excluye del listado final por no haber colaborado, no elaborar sus trabajos, no ingresar a las reuniones vía zoom, no apoyar en las tareas asignadas a la Sr.

Agualongo Yunapanta Franklin Fabián

De esta manera aprueban el Proyecto de Vinculación titulado: **“FORTALECIMIENTO DE ACTIVIDADES EMPRESARIALES EN EL CANTÓN CHIMBO, PROVINCIA DE BOLÍVAR PERÍODO 2020-2021”**, los 9 estudiantes que están en el listado

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

Atentamente

Profesor Ing. Mario E. Escobar G  
Teléfono: 0997835864  
Cédula: 0200886844  
Correo electrónico: [mescobar@ueb.edu.ec](mailto:mescobar@ueb.edu.ec)  
**Coordinador**







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



The image shows two screenshots of an Excel spreadsheet titled "PROYECTOS DE VINCULACION". The spreadsheet lists various projects with the following columns: N° DE PROYECTO, LINEA DE INVESTIGACION Y PROGRAMA, CODIGO DE PROGRAMA, COORDINADOR DE PROGRAMA, ESTUDIANTE, CELULA, FECHA DE INICIO, FECHA FIN, RESULTADO, Monto, and PRECUPON EXTERNO. The data is organized into several rows, with some cells containing specific names and dates. The spreadsheet is displayed in a window on a Windows operating system, with the taskbar and system tray visible at the bottom.

N° DE PROYECTO	LINEA DE INVESTIGACION Y PROGRAMA	CODIGO DE PROGRAMA	COORDINADOR DE PROGRAMA	ESTUDIANTE	CELULA	FECHA DE INICIO	FECHA FIN	RESULTADO	Monto	PRECUPON EXTERNO
1				ALVARO...					1	1500
2				ALVARO...					1	1500
3				ALVARO...					1	1500
4				ALVARO...					1	1500
5				ALVARO...					1	1500
6				ALVARO...					1	1500
7				ALVARO...					1	1500
8				ALVARO...					1	1500
9				ALVARO...					1	1500
10				ALVARO...					1	1500
11				ALVARO...					1	1500
12				ALVARO...					1	1500
13				ALVARO...					1	1500
14				ALVARO...					1	1500
15				ALVARO...					1	1500
16				ALVARO...					1	1500
17				ALVARO...					1	1500
18				ALVARO...					1	1500
19				ALVARO...					1	1500
20				ALVARO...					1	1500
21				ALVARO...					1	1500
22				ALVARO...					1	1500
23				ALVARO...					1	1500
24				ALVARO...					1	1500
25				ALVARO...					1	1500
26				ALVARO...					1	1500
27				ALVARO...					1	1500
28				ALVARO...					1	1500
29				ALVARO...					1	1500
30				ALVARO...					1	1500
31				ALVARO...					1	1500
32				ALVARO...					1	1500
33				ALVARO...					1	1500
34				ALVARO...					1	1500
35				ALVARO...					1	1500
36				ALVARO...					1	1500
37				ALVARO...					1	1500
38				ALVARO...					1	1500
39				ALVARO...					1	1500
40				ALVARO...					1	1500
41				ALVARO...					1	1500
42				ALVARO...					1	1500
43				ALVARO...					1	1500
44				ALVARO...					1	1500
45				ALVARO...					1	1500
46				ALVARO...					1	1500
47				ALVARO...					1	1500
48				ALVARO...					1	1500
49				ALVARO...					1	1500
50				ALVARO...					1	1500
51				ALVARO...					1	1500
52				ALVARO...					1	1500
53				ALVARO...					1	1500
54				ALVARO...					1	1500
55				ALVARO...					1	1500
56				ALVARO...					1	1500
57				ALVARO...					1	1500
58				ALVARO...					1	1500
59				ALVARO...					1	1500
60				ALVARO...					1	1500
61				ALVARO...					1	1500
62				ALVARO...					1	1500
63				ALVARO...					1	1500
64				ALVARO...					1	1500
65				ALVARO...					1	1500
66				ALVARO...					1	1500
67				ALVARO...					1	1500
68				ALVARO...					1	1500
69				ALVARO...					1	1500
70				ALVARO...					1	1500
71				ALVARO...					1	1500
72				ALVARO...					1	1500
73				ALVARO...					1	1500
74				ALVARO...					1	1500
75				ALVARO...					1	1500
76				ALVARO...					1	1500
77				ALVARO...					1	1500
78				ALVARO...					1	1500
79				ALVARO...					1	1500
80				ALVARO...					1	1500
81				ALVARO...					1	1500
82				ALVARO...					1	1500
83				ALVARO...					1	1500
84				ALVARO...					1	1500
85				ALVARO...					1	1500
86				ALVARO...					1	1500
87				ALVARO...					1	1500
88				ALVARO...					1	1500
89				ALVARO...					1	1500
90				ALVARO...					1	1500
91				ALVARO...					1	1500
92				ALVARO...					1	1500
93				ALVARO...					1	1500
94				ALVARO...					1	1500
95				ALVARO...					1	1500
96				ALVARO...					1	1500
97				ALVARO...					1	1500
98				ALVARO...					1	1500
99				ALVARO...					1	1500
100				ALVARO...					1	1500



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



PROYECTOS DE VINCULACION del GRUPO de trabajo de OCAS (2020-1) pdf

Co:Users\Toshiba\Desktop\DIOS\%20VINCULACION%202020%20SEPTIEMBRE\PROYECTOS%20DE%20VINCULACION%20...

N°	TIPO DE PROYECTO	REALIZADO EN	EDIFICIO DE	COORDINADOR	FINANCIADO POR	ESTADISTICA	COPIA	FECHA DE INICIO	FECHA FINAL	VALOR	MONEDA	TIPO DE MONEDA
1	PROYECTO DE INVESTIGACION	2020	EDIFICIO DE INVESTIGACION	DR. JOSÉ GONZÁLEZ	OCAS	1000000	1000000	2020-01-01	2020-12-31	1000000	USD	MONEDA FUERA DEL PAIS
2	PROYECTO DE INVESTIGACION	2020	EDIFICIO DE INVESTIGACION	DR. JOSÉ GONZÁLEZ	OCAS	500000	500000	2020-01-01	2020-12-31	500000	USD	MONEDA FUERA DEL PAIS
3	PROYECTO DE INVESTIGACION	2020	EDIFICIO DE INVESTIGACION	DR. JOSÉ GONZÁLEZ	OCAS	250000	250000	2020-01-01	2020-12-31	250000	USD	MONEDA FUERA DEL PAIS
4	PROYECTO DE INVESTIGACION	2020	EDIFICIO DE INVESTIGACION	DR. JOSÉ GONZÁLEZ	OCAS	125000	125000	2020-01-01	2020-12-31	125000	USD	MONEDA FUERA DEL PAIS
5	PROYECTO DE INVESTIGACION	2020	EDIFICIO DE INVESTIGACION	DR. JOSÉ GONZÁLEZ	OCAS	62500	62500	2020-01-01	2020-12-31	62500	USD	MONEDA FUERA DEL PAIS

Escibe aquí para buscar

1 de 14

100%

UNIVERSIDAD BOLIVAR

CONSEJO UNIVERSITARIO

Resolución Consejo UEB N° 2020-0045

LA SECRETARÍA GENERAL, DR. MONICA LEON GONZALEZ, PREVIAMENTE AL TORONTO DEL SEÑOR RECTOR, CERTIFICA QUE EL CONSEJO UNIVERSITARIO EN SESION ORDINARIA 0901, REALIZADA EL 3 DE FEBRERO DEL 2021.

PRIMER PUNTO: Análisis y Resolución para la incorporación y Retiro de estudiantes en los Proyectos de vinculación según el caso de acuerdo a discusiones presentadas.

EL CONSEJO UNIVERSITARIO CONSIDERANDO:

QUE La Constitución de la República del Ecuador, determina en su artículo 227, establecer que la Administración Pública consiste en un servicio a la ciudadanía que se rige por los principios de pluralidad, eficiencia, calidad, integridad, descentralización, descentración, coordinación, participación, planificación, transparencia y evaluación.

QUE La Constitución de la República del Ecuador, determina en su artículo 159, el sistema de educación superior, como un nivel de la formación de los administradores, profesionales y científicos.

Escibe aquí para buscar

2021 26/4/2021





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



Inicio x RESOLUCION CONSEJO UNIV x Unired - RESOLUCION OCAS IN x RCU RETIRO INCORPORACION AL x (B) WhatsApp x +

file:///C:/Users/Teshba/AppData/Local/Temp/RESOLUCION OCAS INCORPORACION RETIRO ESTUDIANTES.pdf

3 de 12 - + 110%

**UEB** UNIVERSIDAD DE BOLIVAR **CONSEJO UNIVERSITARIO**

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

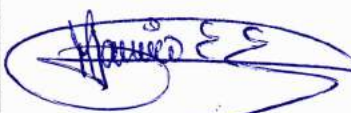
N°	Solicitante	Proyecto	Fecha de Aprobación	Cambio que solicita de la lista aprobada	Estudiante	Cédula
1	ING MARIO ESCOBAR G	RADIO REVISTA PARA EL FOMENTO DEL TURISMO EN LA PROVINCIA BOLIVAR SEGUNDO Y TERCER GRUPO PERIODO 2020 - 2021	10/11/2020 RCU-015-2020-135	DE SINCORPORACION	CUERO CAYAMBE BRIGIDY AMANDA	1206852933
					FREIRE LOPEZ PAUL ESTEBAN	1714852775
					TISALEMA TISALEMA CUPRI DUCHICELA	1850721059
					VARGAS RODRIGUEZ KATHERINE ABIGAIL	1806031695
					CAYAMBE LUMBE MARIA DOLORES	0250241252
					CHANGOLUISA BAEZ BRENDA MARIELA	0202475075
2	ING MARIO ESCOBAR G	RADIO REVISTA PARA EL FOMENTO DEL TURISMO EN LA PROVINCIA BOLIVAR SEGUNDO Y TERCER GRUPO PERIODO 2020 - 2021	10/11/2020 RCU-015-2020-135	INCORPORACION	SALAZAR IBARRA FRANKLIN EDUARDO	0202507463
					TERIANO PININA OSCAR OSWALDO	0202487798
					ZARUMA CHARULAMAN CRISTHIAN ALEXANDER	0250243331
					BAYAS RODRIGUEZ	1714852775
CONSTRUAMOS EL APRENDIZAJE						

Escríbe aquí para buscar

1714852775 ESP 22:44 26/4/2021

**Observaciones**

**Firma de Coordinador Principal**



**Fecha de entrega:**