

**INFORME FINAL DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD DEL PROYECTO:
Fortalecimiento de Actividades Empresariales en la parroquia La Magdalena, Provincia
Bolívar, Periodo 2021-2022 FASE 3**

1. DATOS INFORMATIVOS DEL PROYECTO

Identificador	Descripción		
Código del Programa o Proyecto:	PV-34 -VS-I-2022		
Nombre del Programa o Proyecto:	FORTALECIMIENTO DE ACTIVIDADES EMPRESARIALES EN LA PARROQUIA LA MAGDALENA, PROVINCIA BOLÍVAR, PERIODO 2021-2022.		
Línea y sub-línea de Vinculación:	Desarrollo Humano Gestión de Ciencias Económicas Y Administrativas		
Programa de Vinculación:	Emprendimiento, Economía Popular y Solidaria		
Campo Amplio de conocimiento:	Administración		
Campo específico de conocimiento:	Educación comercial y administración		
Campo detallado de conocimiento:	Administración		
Alcance Territorial logrado:	Internacional () Nacional ()	Regional () Provincial ()	Cantonal () Institucional () Parroquial (x)
Carreras que participaron:	Administración de empresas		
Coordinador Principal:	Ing. Mario Escobar G		
Coordinador Alterno:	Ing. Marlon Alberto García Saltos		
Cobertura y Localización:	Provincia: Bolívar Cantón: Chimbo		

(ubicación geográfica)	Parroquia: La Magdalena Zona: Rural
Presupuesto Utilizado:	Del Asignado por la UEB: 338,85 Del Asignado por la Contraparte: 0,00 Total, de Presupuesto: 338,85
Periodo total de ejecución:	2021-2022 Fase 3
Fases cumplidas (Horas cumplidas)	96
Número de docentes participantes:	2
Número de estudiantes participantes:	14 estudiantes en el Proyecto de Administración de Empresas
Comunidad beneficiaria	Cantón -Chimbo- parroquia la magdalena
Número de beneficiarios directos e indirectos	Beneficiarios Directos e Indirectos: 144 Beneficiarios Directos: 48 Beneficiarios Indirectos: 96
Convenio de respaldo	Si

2. GENERALIDADES

El desarrollo de nuestro proyecto “Fortalecimiento de Actividades Empresariales en la parroquia la Magdalena, Provincia Bolívar, Periodo 2021-2022.” Parte con el fin de fortalecer las actividades empresariales.

Se ha visto con la necesidad de realizar este proyecto y de tal manera fomentar e impulsar hacia el camino del desarrollo y crecimiento de las empresas que actualmente se encuentran ubicadas en la parroquia la magdalena.

Hoy en día la tecnología a formado como un elemento muy fundamental en las empresas con la implementación tecnológica la cual ayuda hacer más competitivos con la constante innovación que se realice día a día en las empresas. La finalidad de implementar la

tecnología hace con el afán de que los procesos sean más agilizados, tecnificados, y de esta manera la empresa ser más eficiente y efectivo, por otra parte da a conocer la cartera de productos y servicios de un amañera más rápida a nuestros clientes, por ende se ha vista la necesidad de implementar diferentes plataformas digitales o redes sociales que nos ayude a difundir nuestro producto ya sea por redes sociales, plataformas digitales, páginas web, formularios, folletos, revistas, propagandas, tv y radio etc.

Actualmente en nuestro país de cierta manera se ha visto un avance en el desarrollo en diferentes campos económicos, como son las actividades empresariales, que se ha convertido sin lugar a dudas en un eje fundamental para la reactivación económica, la generación de empleo, la inversión local y extranjera, el desarrollo de infraestructuras empresariales, puertos y vías etc.

Por ende, el apoyo de entidades públicas, privadas y comunitarias es muy fundamental para las diferentes actividades de desarrollo empresarial, ya sea para la innovación, amplíen sus empresas, convirtiéndose de tal manera a generar económicamente la cual ayuda al porte de su localidad y a nivel del país, y a la vez promoviendo la conservación del patrimonio natural y cultural que posee la parroquia la Magdalena Provincia de Bolívar.

La provincia de Bolívar, a pesar de ser una de las provincias más pequeñas de este país se ha caracterizado por ser la única que cuenta con zonas como son sierra, zona cálida y subtropico, lo que ayuda en el desarrollo de la actividad de agricultura y ganadería propias de la región sierra como del subtropico, gracias a la diversidad de climas y ecosistemas que posee como consecuencia de su posición geográfica, los turistas pueden admirar desde grandes páramos hasta paisajes verdes de vegetación propias de climas subtropicales.

Ubicado en el cantón Chimbo, población rodeada de flora abundante y un clima subtropical que hacen agradable su visita, además de gente amable que está muy interesada en convertir a su localidad en un destino de actividad económica potencial mediante la incorporación de proyectos articulados a las actividades empresariales.

El problema planteado fue:

La falta de apoyo económico a los emprendimientos y microempresas afecta en el desarrollo de las actividades empresariales en la parroquia de la Magdalena, cantón Chimbo, Provincia Bolívar.

Entre las Causas y Efectos que sustentan ese problema son:

Causas

- Falta de conocimiento estructural, relacionados tanto en la parte financiera, tecnológica y académica
- Decadencia microempresaria y productivo muy significativo.
- Realizan de una manera empírica los procesos que una microempresa de éxito debe ejecutar en época de crisis que estamos pasando en la actualidad

Efectos

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

3. OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL: Crear productos comunicacionales que promocionen e impulsen las actividades empresariales en la parroquia la Magdalena, Provincia Bolívar, Periodo 2022-2022.

Se cumplió y se realizaron los programas en su totalidad del área de Administración, Finanzas, Turismo, Marketing, etc. y entre los productos comunicaciones se destacan los siguientes:

Los afiches, Trípticos, Dípticos, Revistas y Spots publicitarios, en los cuales se promocionaron los atractivos turísticos y variedad gastronómica que existen en la parroquia de la Magdalena, alcanzando las siguientes actividades:

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

- Los productos comunicacionales como la revista, los afiches y spots publicitarios fueron desarrollados al 100% de su totalidad, de la misma manera los programas de fortalecimiento empresarial.

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

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

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

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

Información recolectada en esta etapa:

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

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

- El aporte tanto de estudiantes y el docente fue muy amplia y eficiente lo cual nos ayudó a elaborar el proyecto de programas para el fortalecimiento de la empresa.

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

- Programa de Promoción: Promocionar los emprendimientos mediante plataformas digitales y redes sociales.
- Programa de Asistencia Técnica: Realizar convenios de asesorías técnicas tanto para el trato al cliente como para una buena y sencilla explicación técnica del producto que se quiere adquirir en los diferentes emprendimientos en la parroquia La Magdalena.
- Programa de Modernización: Mejorar la infraestructura de los locales
- Programa de Apoyo Crediticio: Créditos

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

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

Objetivo Especifico 3: Elaborar un paquete de productos promocionales para fortalecer el turismo y las actividades comerciales de los emprendimientos en la parroquia La Magdalena.

- El aporte de ideas tanto de estudiantes y docente fue positiva lo cual nos ayudó a diseñar la estructura de productos comunicacionales.

- En la elaboración de los productos comunicacionales estuvo a cargo el estudiante.
- Los productos realizados son los siguientes descritos a continuación:
 - Un Afiche Promocional de la parroquia la Magdalena
 - Un Afiche Promocional por Rama de Actividad Empresarial
 - 1 trípticos por Rama de Actividad Empresarial
 - 1 dípticos por Rama de Actividad Empresarial
 - 1 Spots Publicitarios por Rama de Actividad Empresarial

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

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

4. GRADO DE IMPACTO DEL PROYECTO

IMPACTOS ESPERADOS

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

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

Nuestro trabajo con la creación de programas y productos comunicacionales se verán reflejados en la reactivación económica de las actividades empresariales de La Parroquia, la Magdalena.

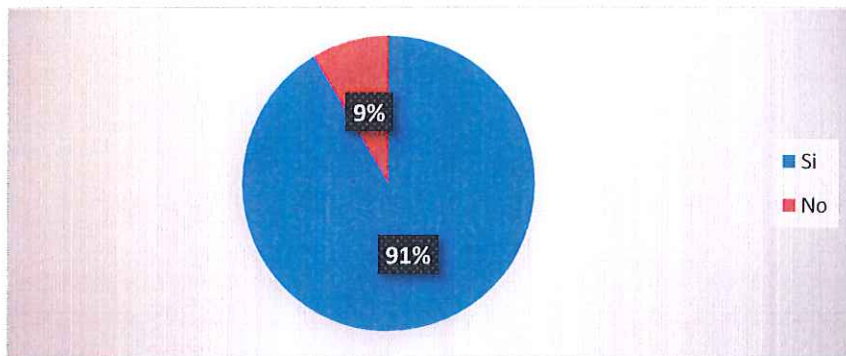
5. RESULTADOS OBTENIDOS

1- ENCUESTAS REALIZADA A LA PARROQUIA DE LA MAGDALENA

PREGUNTA N° 1

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

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



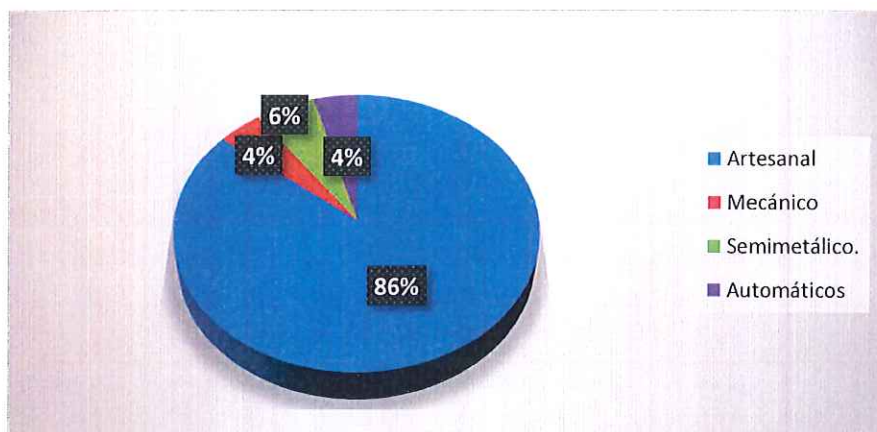
Análisis e interpretación

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

PREGUNTA N° 2

¿SUS PROCESOS PRODUCTIVOS O DE TRANSFORMACIÓN SON?

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



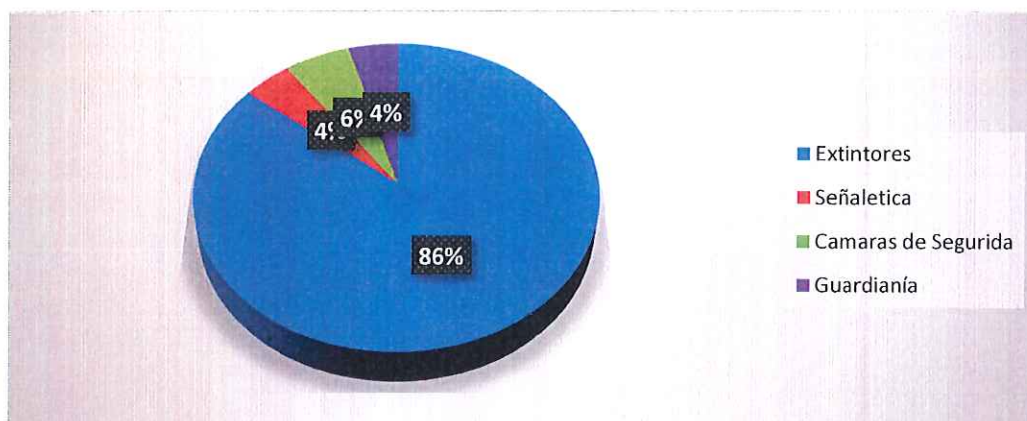
Análisis e interpretación

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

PREGUNTA Nº 3

¿QUE MEDIDAS DE PREVENCIÓN INDUSTRIAL APLICA?

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



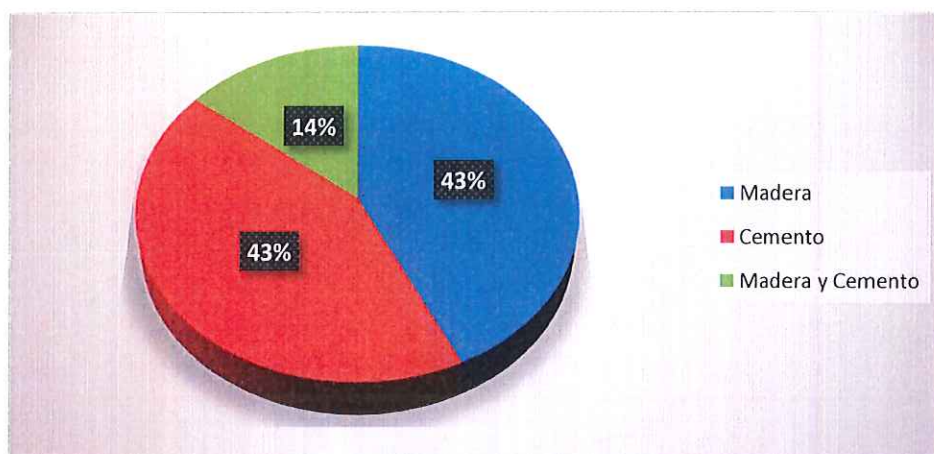
Análisis e interpretación

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

PREGUNTA N° 4

¿LOS MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN DE SU NEGOCIO SON?

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



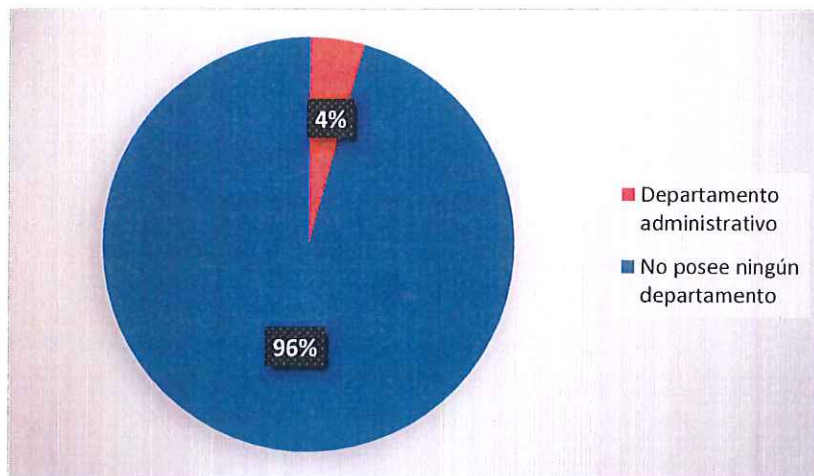
Análisis e interpretación

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

PREGUNTA N° 5

NIVELES Y DEPARTAMENTOS QUE TIENE SU NEGOCIO

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



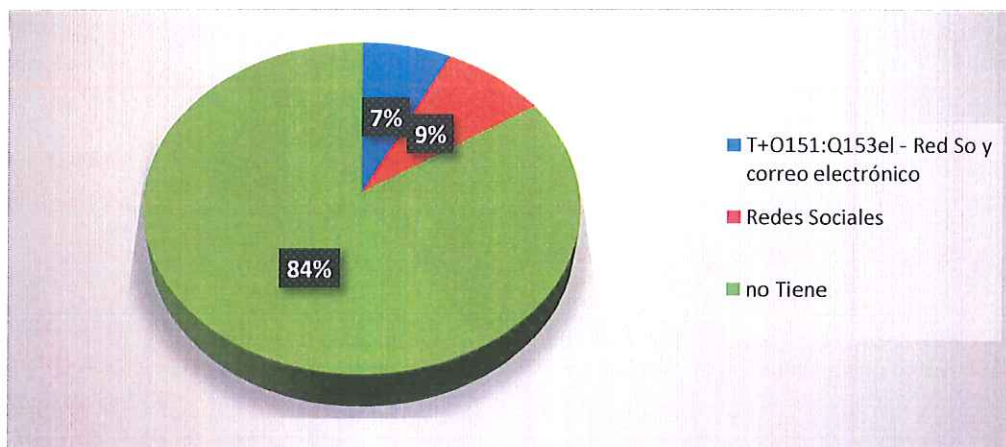
Análisis e interpretación

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

PREGUNTA Nº 6

CONTACTO DE LA EMPRESA

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



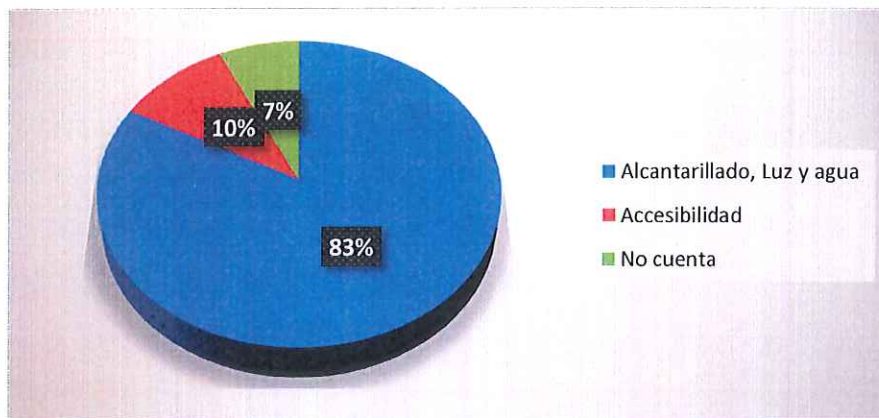
Análisis e interpretación

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

PREGUNTA N° 7

¿SU NEGOCIO DISPONE DE INFRAESTRUCTURA COMO?

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



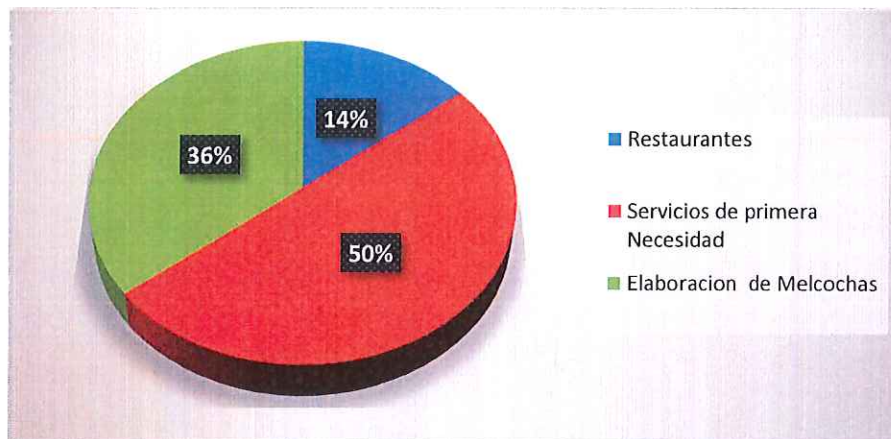
Análisis e interpretación

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

PREGUNTA Nº 8

¿CUALES SON SUS PRINCIPALES PRODUCTOS O SERVICIOS?

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



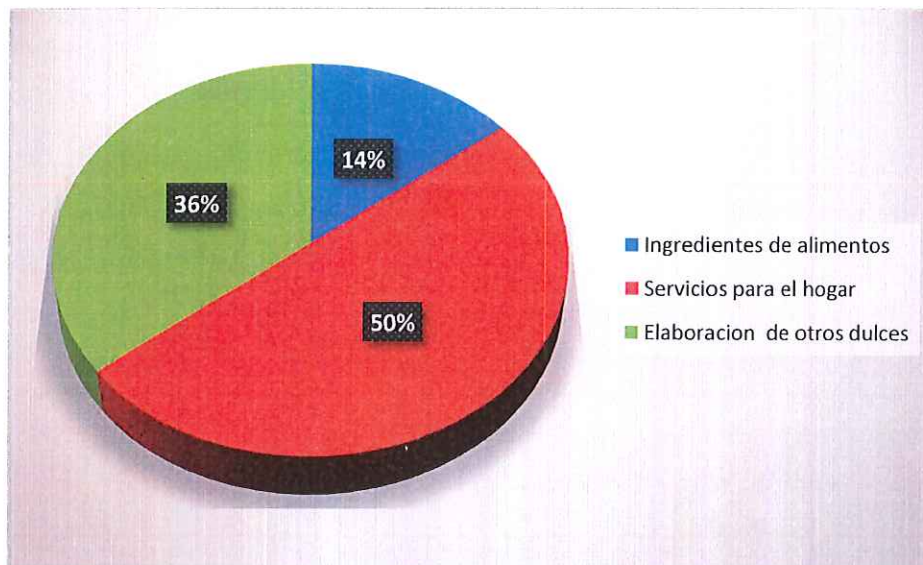
Análisis e interpretación

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

PREGUNTA Nº 9

¿CUALES SON SU PRODUCTOS O SERVICIOS SECUNDARIOS?

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



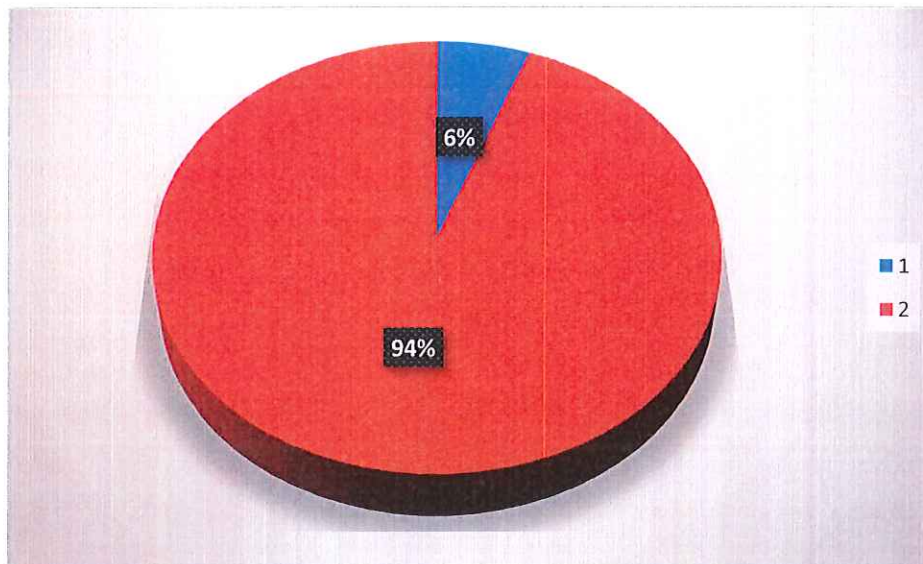
Análisis e interpretación

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

PREGUNTA Nº 10

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

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



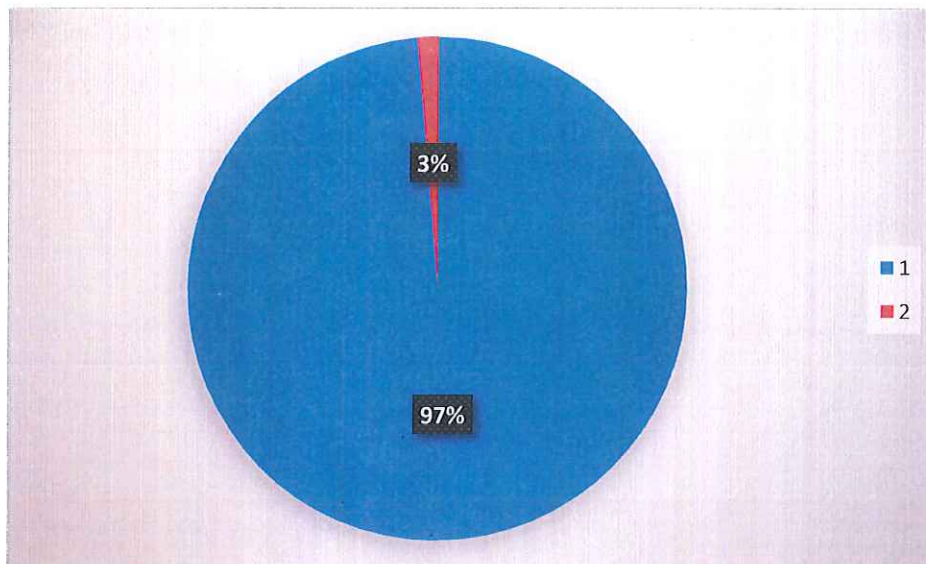
Análisis e interpretación

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

PREGUNTA N° 11

¿POSEE ALGUNA AGENCIA O SUCURSAL?

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



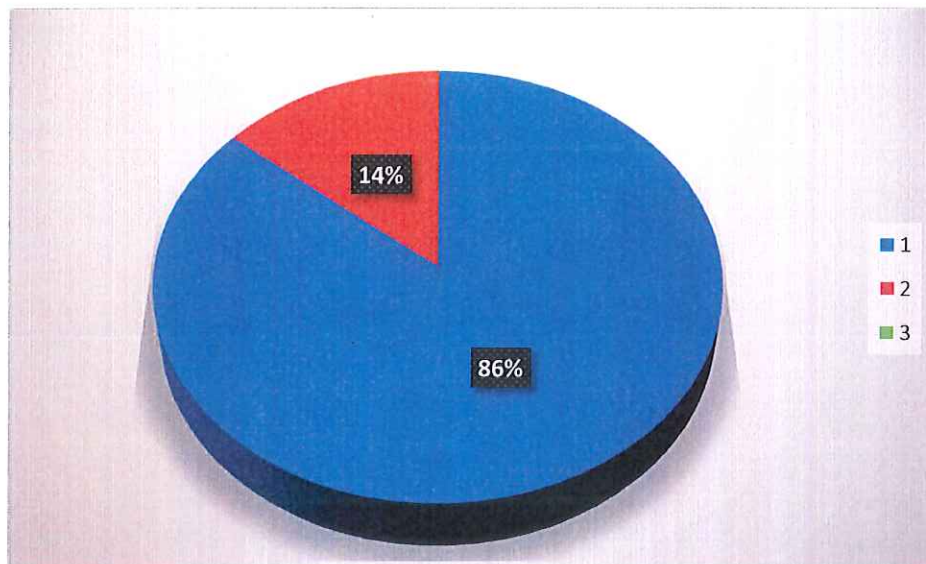
Análisis e interpretación

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

PREGUNTA Nº 12

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

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



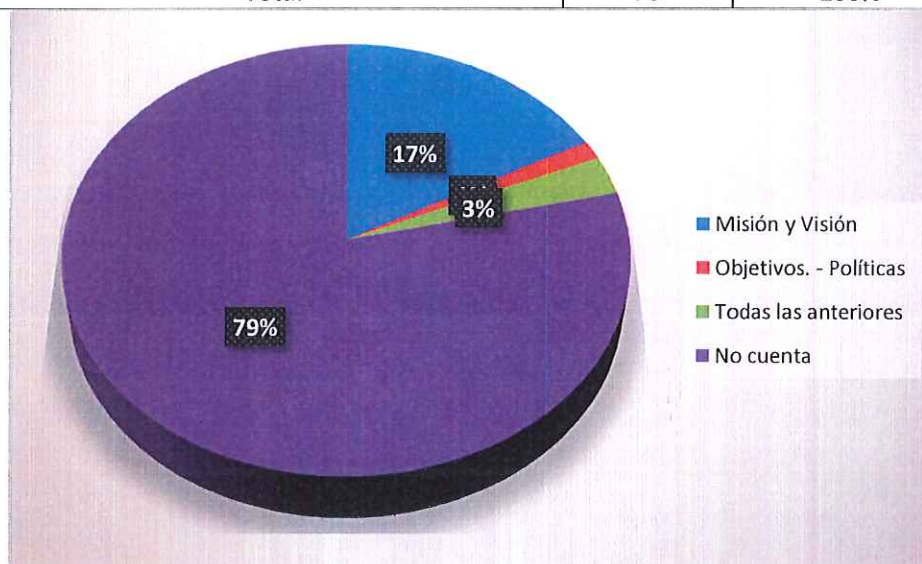
Análisis e interpretación

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

PREGUNTA Nº 13

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

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



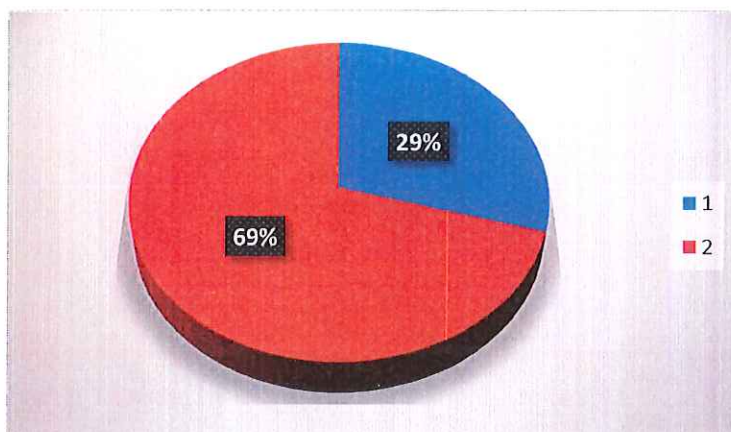
Análisis e interpretación

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

PREGUNTA Nº 14

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

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



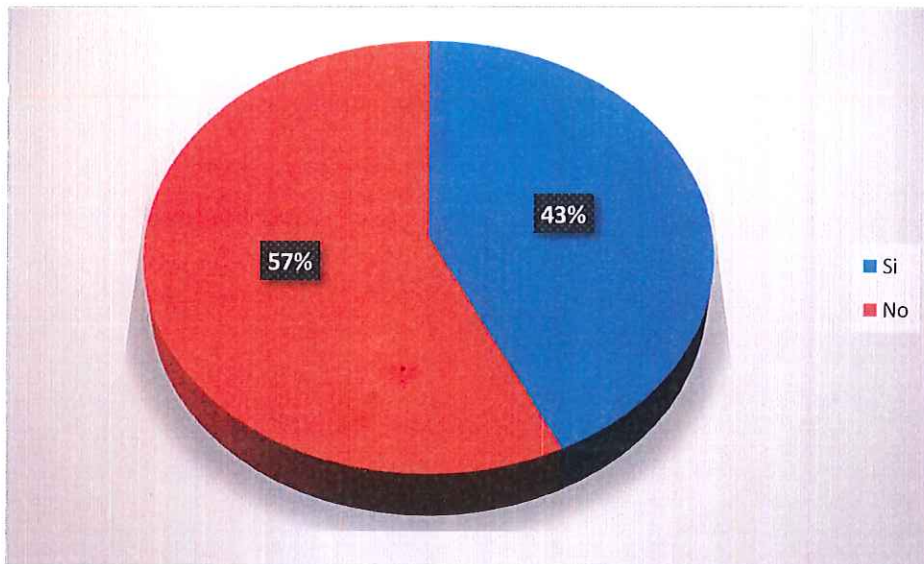
Análisis e interpretación

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

PREGUNTA Nº 15

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

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



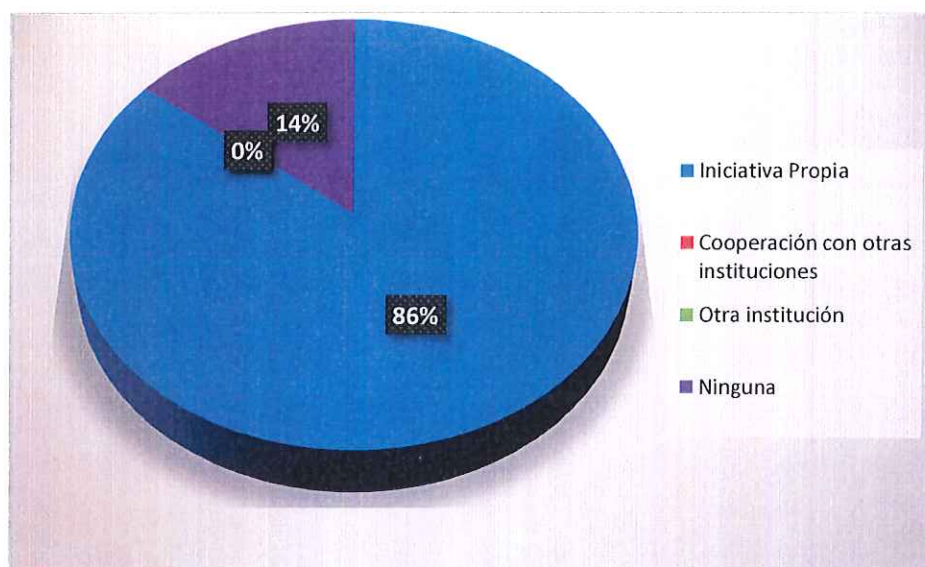
Análisis e interpretación

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

PREGUNTA N° 16

EL DESARROLLO DE ESAS INNOVACIONES DEL PRODUCTO FUERON:

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



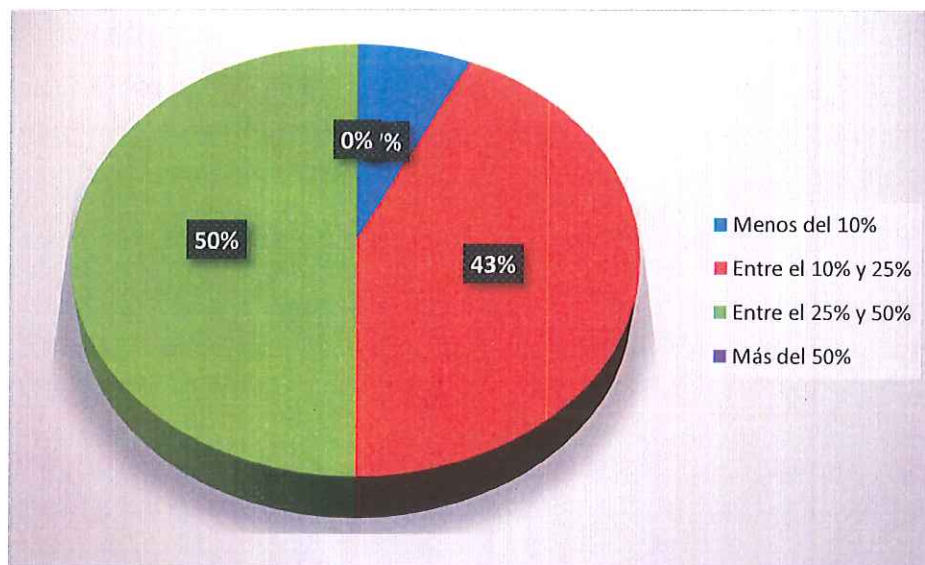
Análisis e interpretación

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

PREGUNTA N° 17

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

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



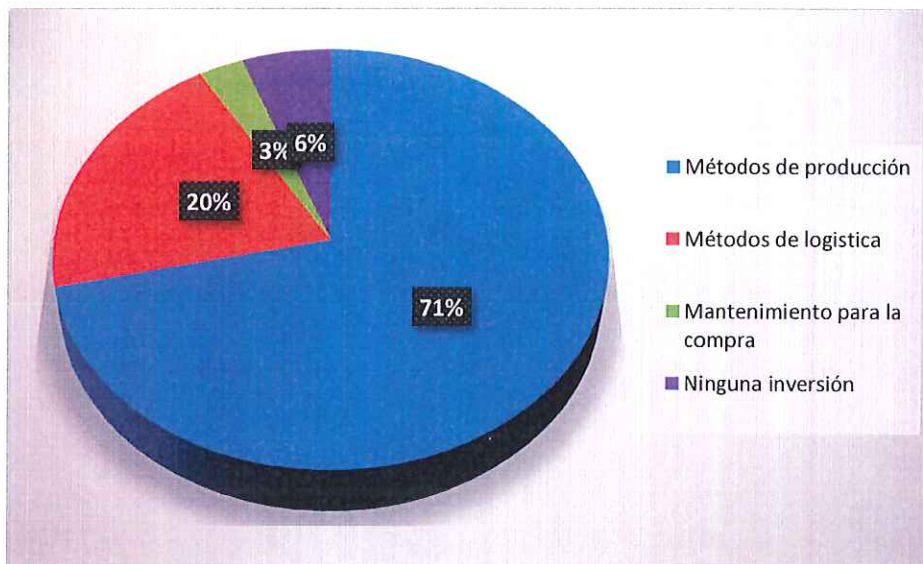
Análisis e Interpretación

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

PREGUNTA Nº 18

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

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



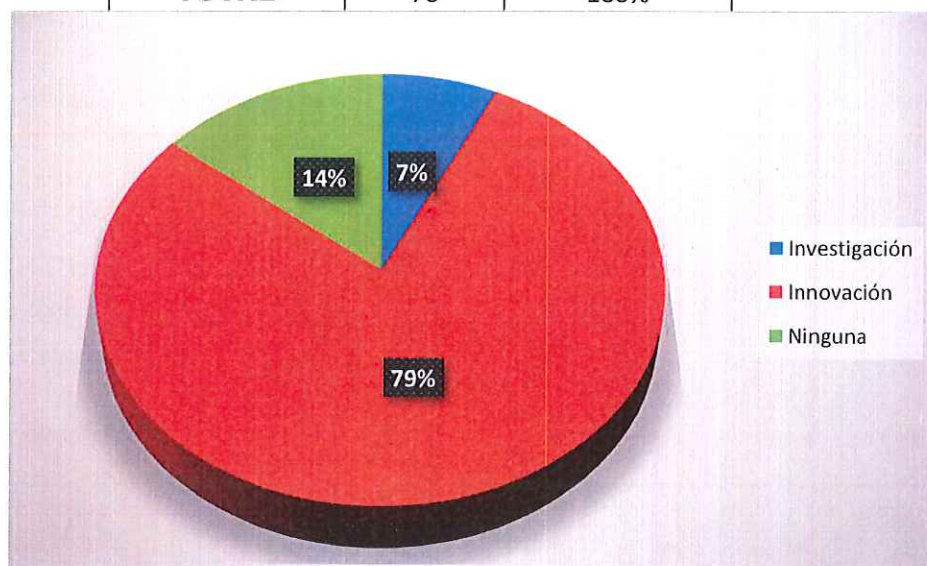
Análisis e Interpretación

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

PREGUNTA Nº 19

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

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



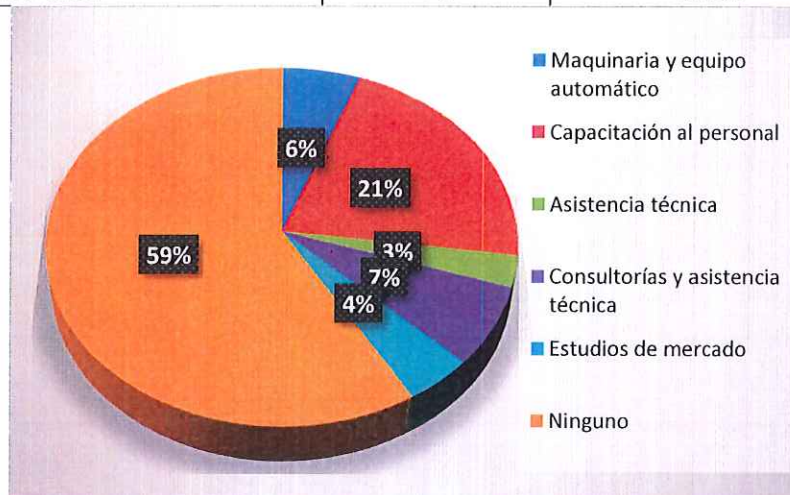
Análisis e Interpretación

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

PREGUNTA Nº 20

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

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



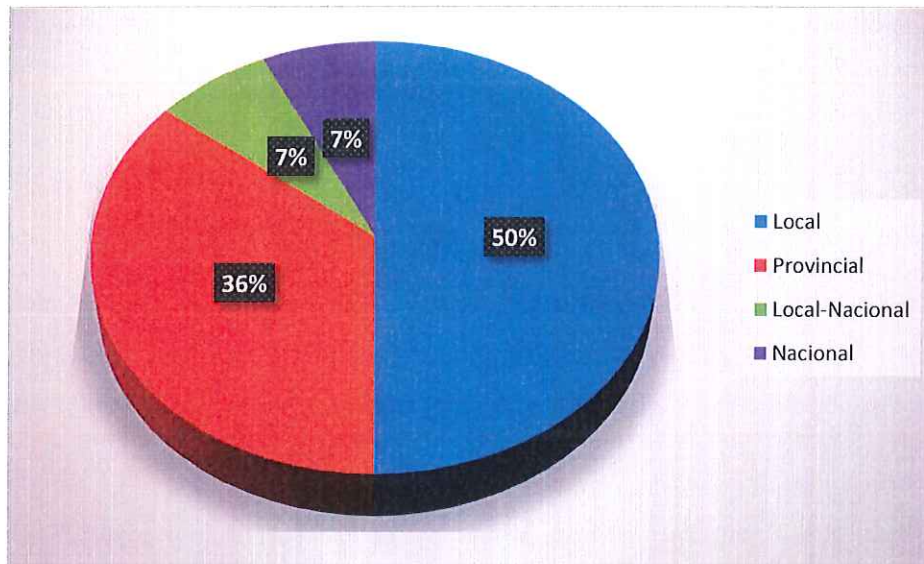
Análisis e Interpretación

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

PREGUNTA Nº 21

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

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



Análisis e Interpretación

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

PREGUNTA N° 22

¿CUÁLES SON LAS PRINCIPALES MATERIAS PRIMAS QUE ADQUIERE?

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

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

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

Productos lácteos: Leche, crema, quesos.

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

Frutas y verduras: Frescas y congeladas.

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

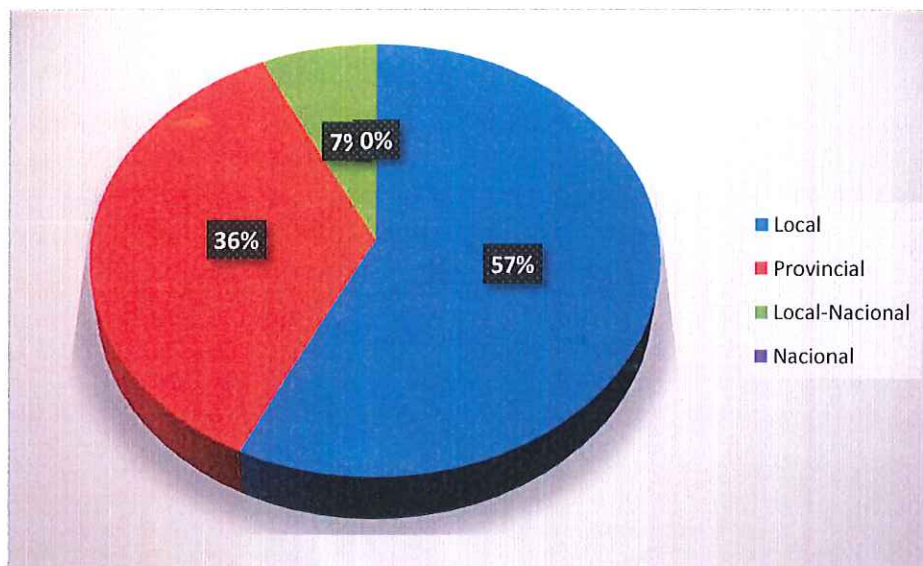
En los talleres de confección la materia prima que utilizan es: Telas, hilos, botones, cierres etc.

Melcochas: Caña de azúcar, panela.

PREGUNTA Nº 23

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

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



Análisis e Interpretación

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

PREGUNTA N° 24

CUÁLES SON LOS PRINCIPALES MATERIALES QUE ADQUIERE

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

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

Utensilios: Sartenes, ollas, cazuelas.

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

Uniformes Para cocineros y personal.

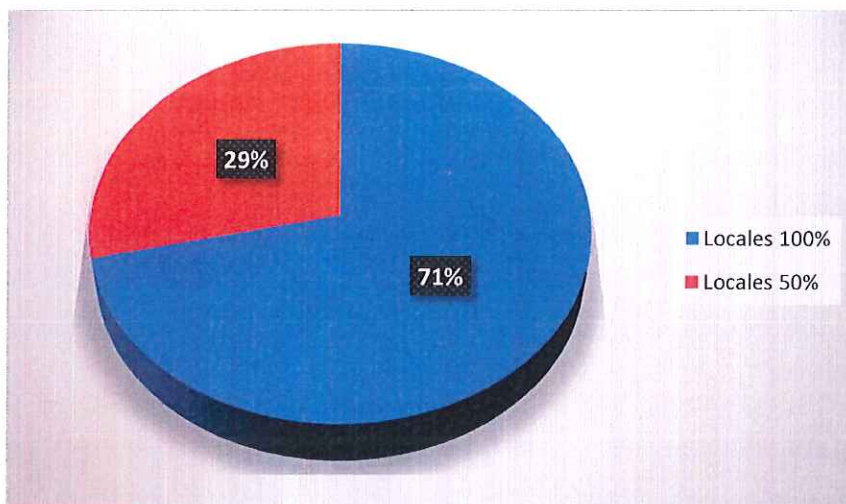
Mantelería: Mantales, servilletas, delantales para meseros y cocineros.

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

PREGUNTA Nº 25

¿LOS EMPLEADOS QUE ELABORAN EN SU NEGOCIO SON?

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



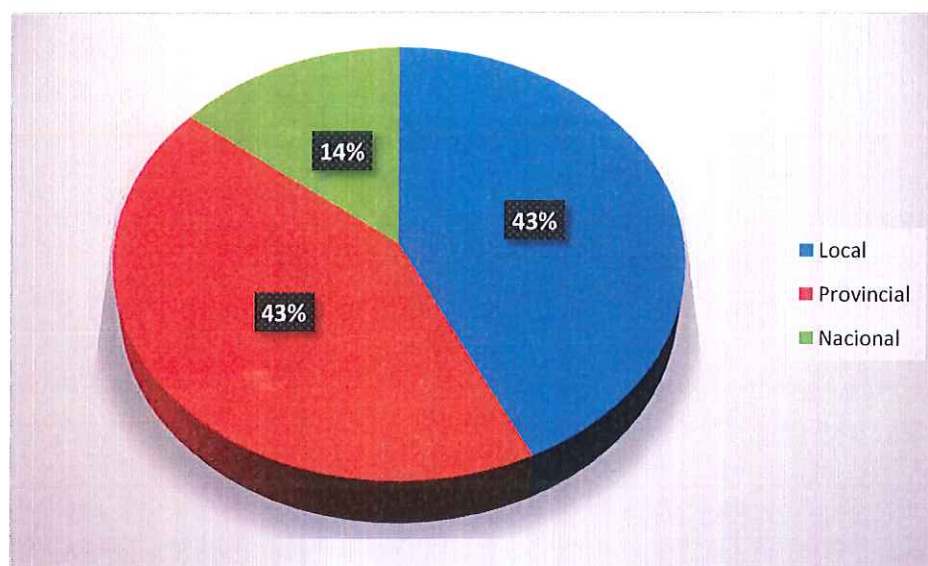
Análisis e Interpretación

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

PREGUNTA Nº 26

¿LOS PRODUCTOS QUE FABRICAN LOS COMERCIALIZAN EN EL MERCADO?

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



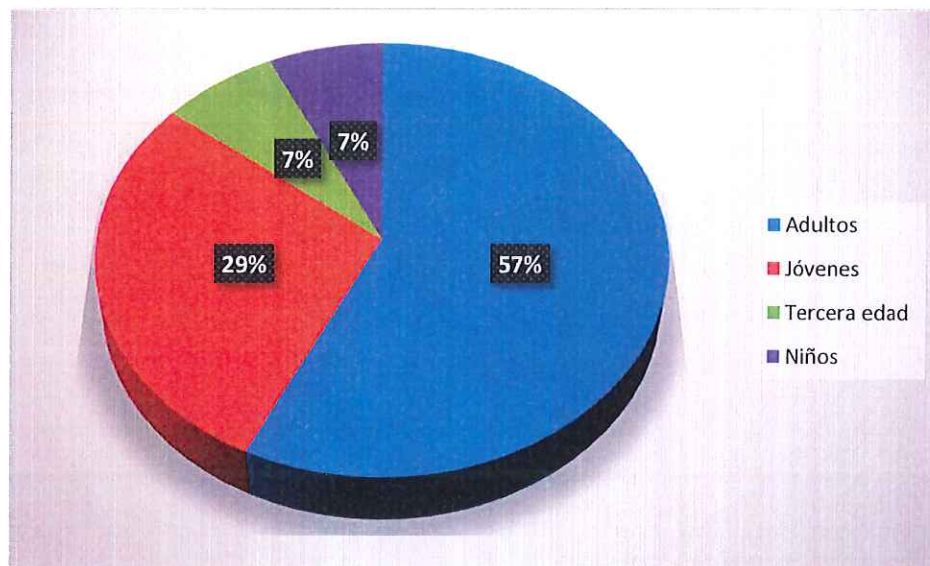
Análisis e Interpretación

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

PREGUNTA Nº 27

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

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



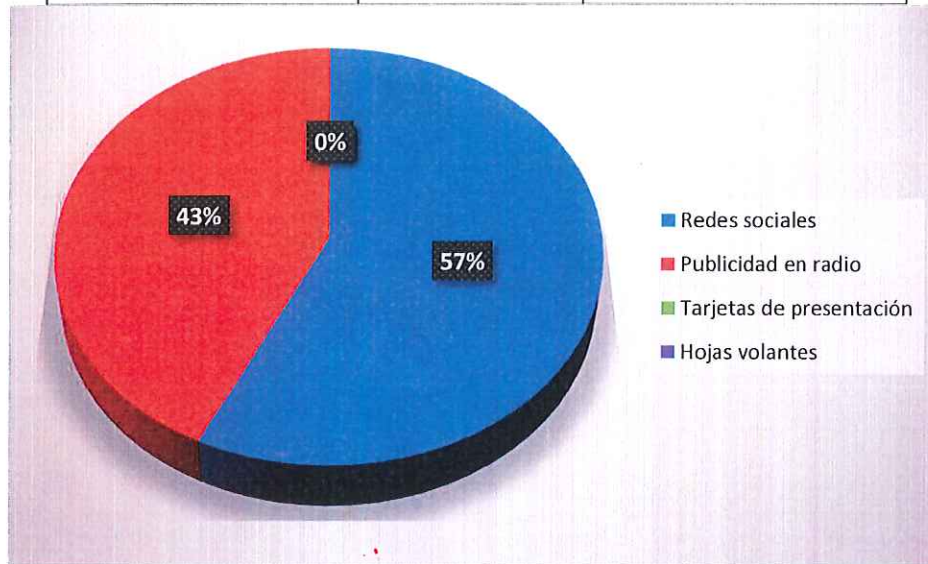
Análisis e Interpretación

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

PREGUNTA N° 28

¿PARA LLEGAR A SUS CLIENTES QUE ESTRATEGIAS UTILIZA?

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



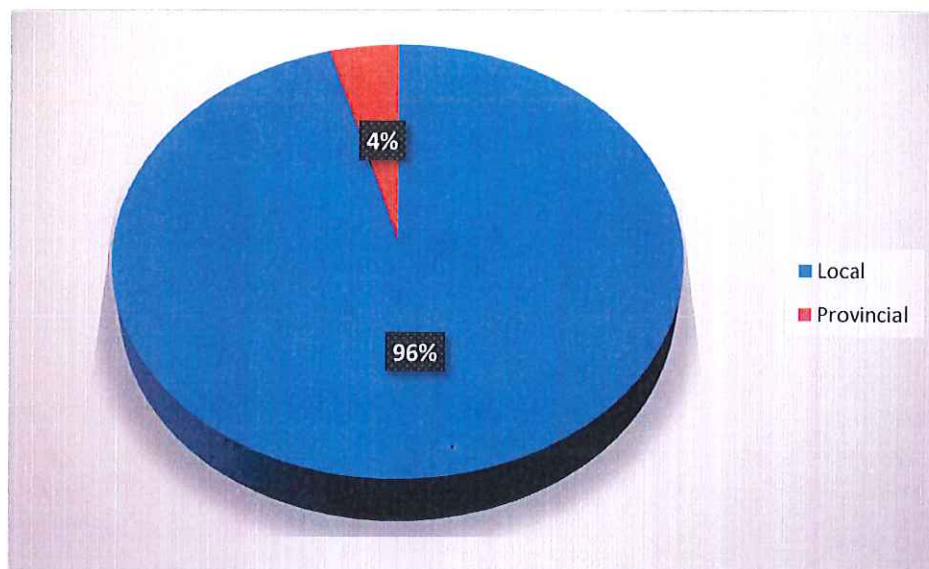
Análisis e Interpretación

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

PREGUNTA Nº 29

¿SUS PRINCIPALES COMPETIDORES EN EL MERCADO SON?

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



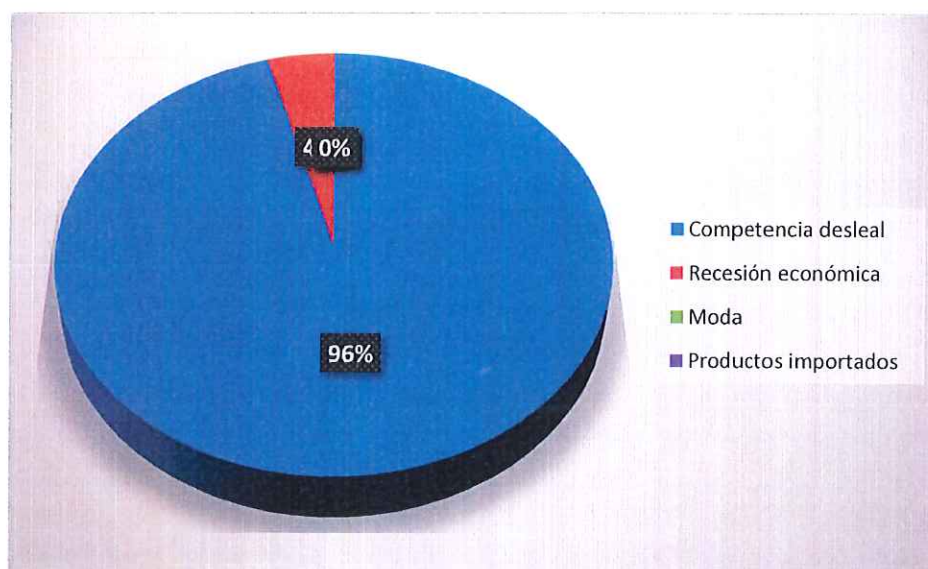
Análisis e Interpretación

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

PREGUNTA Nº 30

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

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



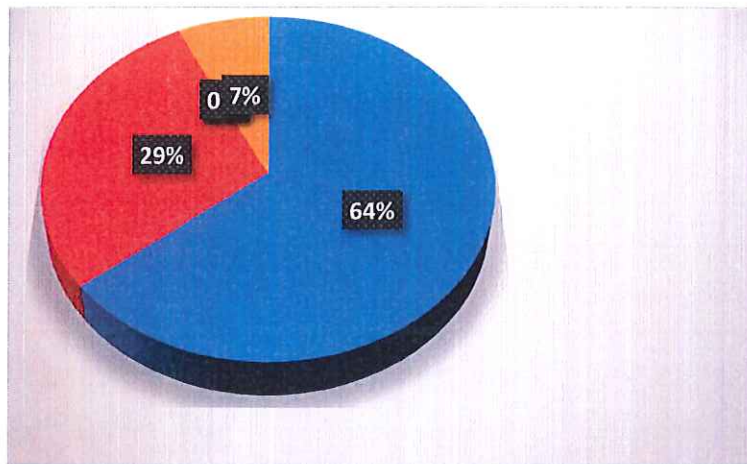
Análisis e Interpretación

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

PREGUNTA Nº 31

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

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



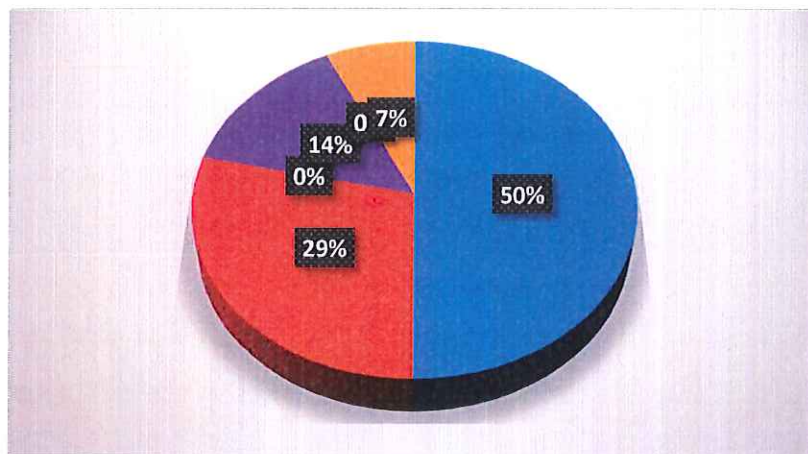
Análisis e Interpretación

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

PREGUNTA Nº 32

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

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



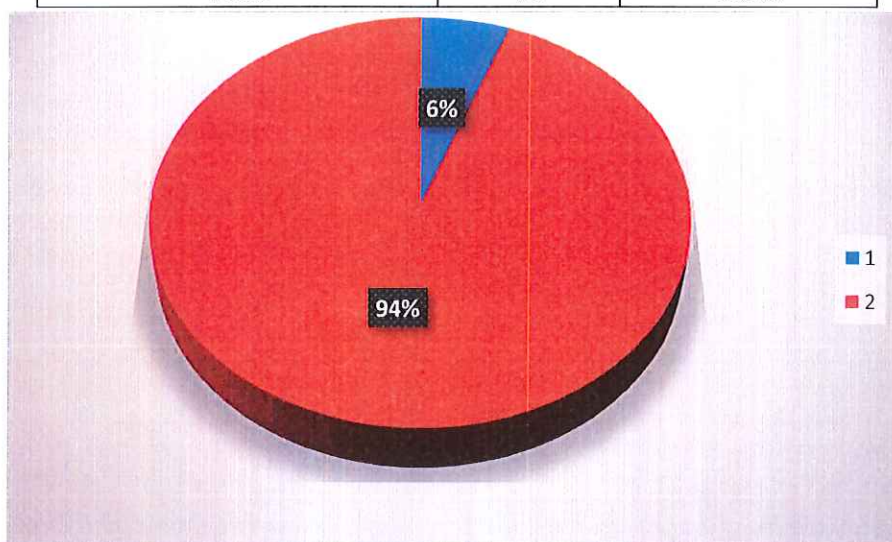
Análisis e Interpretación

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

PREGUNTA Nº 33

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

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



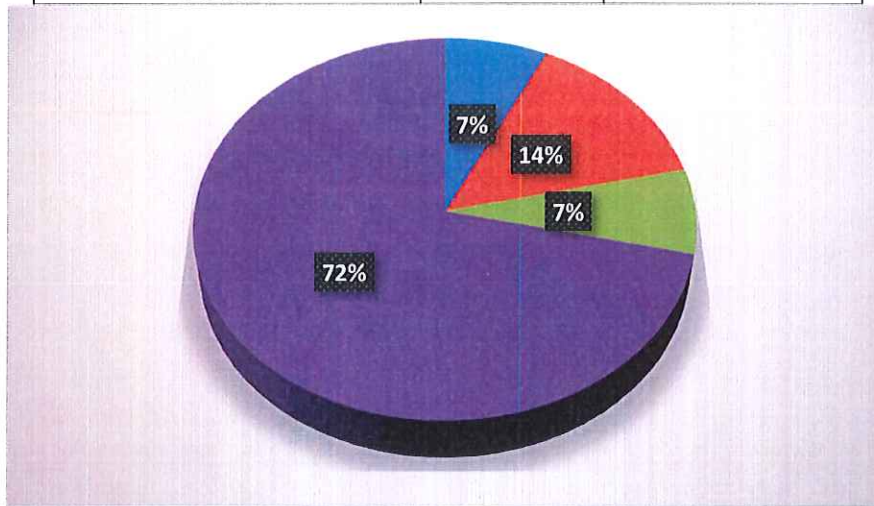
Análisis e interpretación

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

PREGUNTA Nº 34

HA RECIBIDO APOYO O ASESORÍA PARA SUS ACTIVIDADES EMPRESARIALES

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



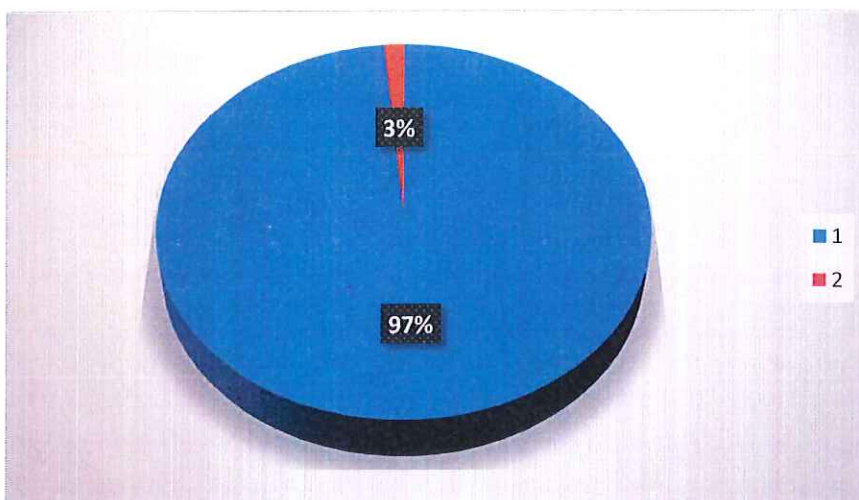
Análisis e interpretación

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

PREGUNTA N° 35

SU NEGOCIO HA GENERADO UTILIDADES

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



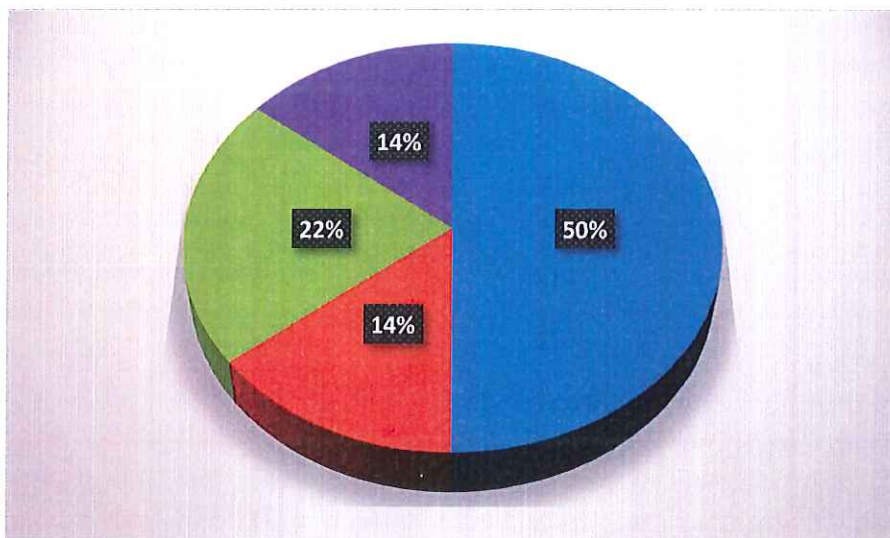
Análisis e interpretación

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

PREGUNTA Nº 36

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

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



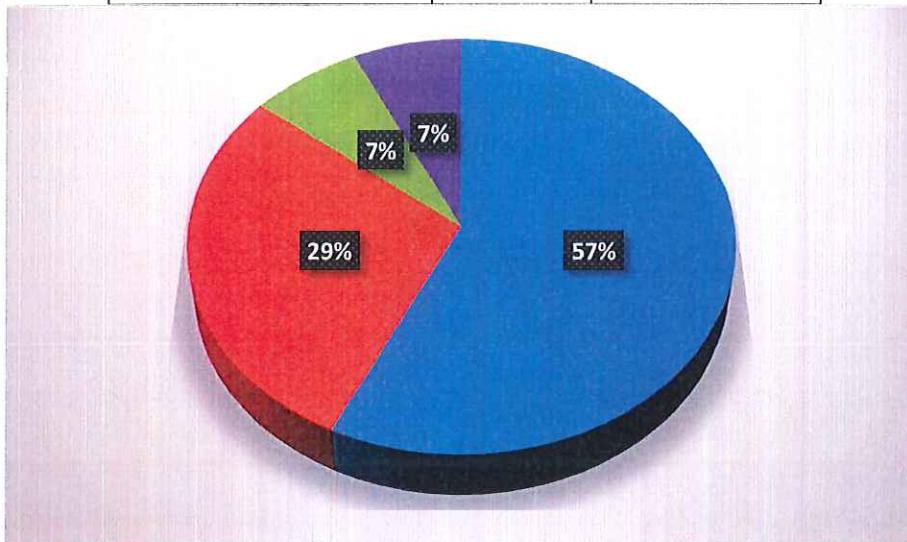
Análisis e interpretación

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

PREGUNTA N° 37

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

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



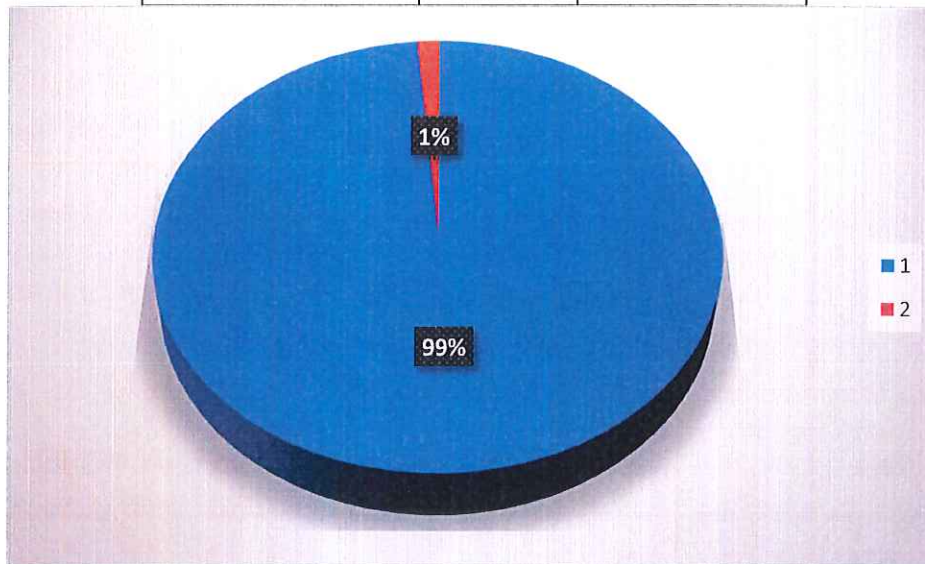
Análisis e interpretación

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

PREGUNTA Nº 38

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

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



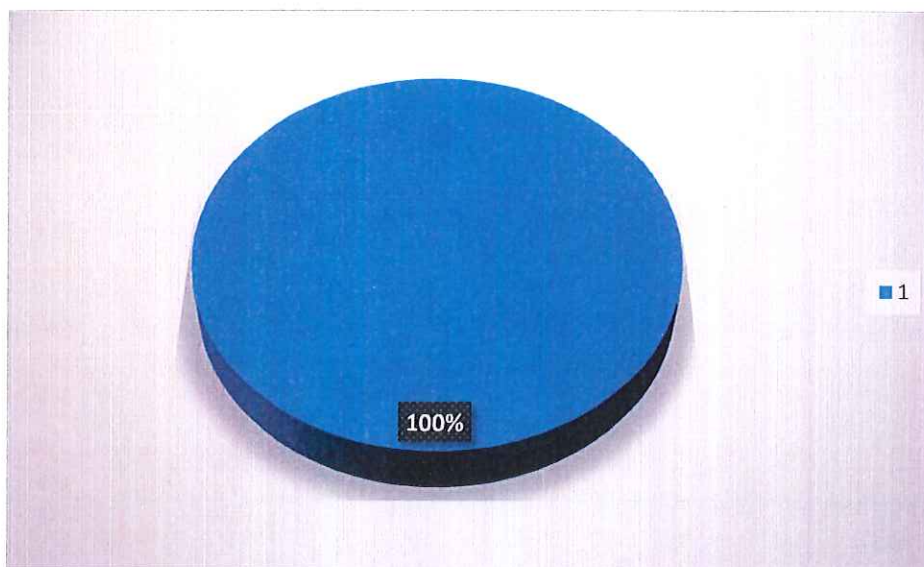
Análisis e interpretación

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

PREGUNTA Nº 39

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

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



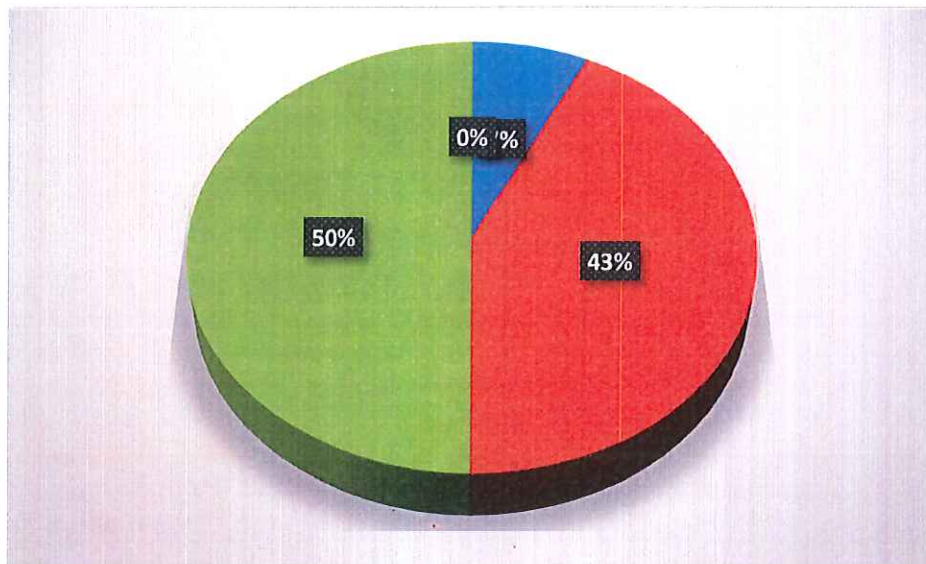
Análisis e interpretación

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

PREGUNTA N° 40

¿EN QUE PORCENTAJE AFECTO LA PANDEMIA EN SU EMPRENDIMIENTO?

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



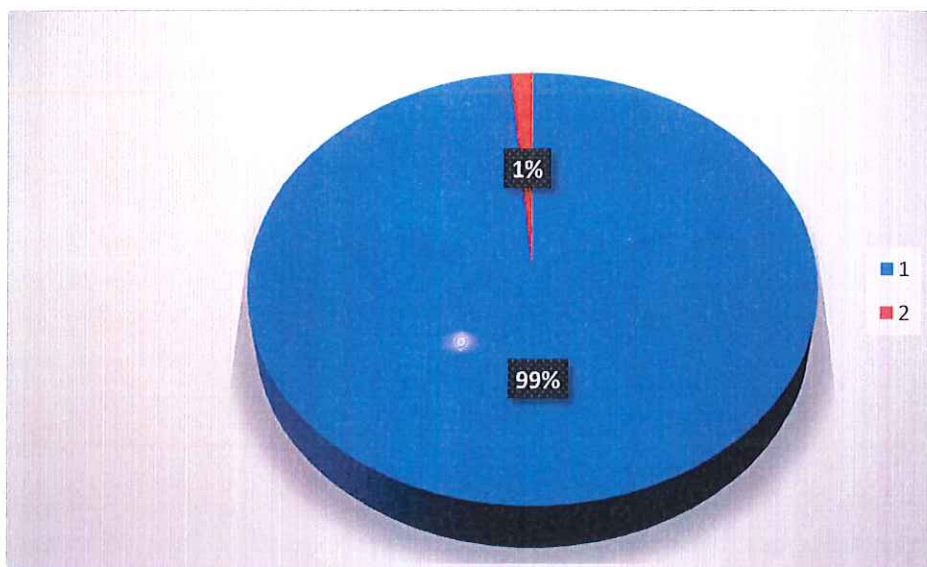
Análisis e interpretación

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

PREGUNTA Nº 41

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

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



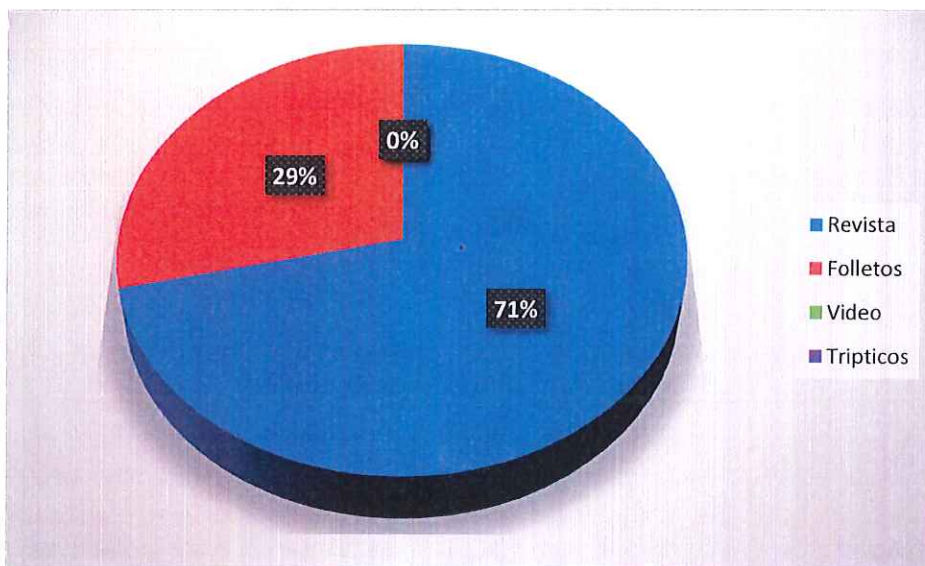
Análisis e interpretación

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

PREGUNTA N° 42

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

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






Análisis o interpretación

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

5.1. RESULTADOS DEL CUMPLIMIENTO DE INDICADORES DEL PROYECTO

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

<p>En el diagnóstico sean considerados los puntos esenciales del análisis y se estructure los programas precisos para el fortalecimiento empresarial.</p>	<p>de la Carreras aporten con sus conocimientos al proyecto para la elaboración de programas que colaboren al fortalecimiento empresarial o empresarial.</p>	<p>INDICE GENERAL</p> <p>1. CONTENIDO: 1.1. INTRODUCCIÓN 1.2. OBJETIVOS 1.3. PROPUESTA 1.4. PROBLEMA 1.5. JUSTIFICACIÓN 1.6. MARCO TEÓRICO 1.7. MARCO CONCEPTUAL 1.8. MARCO LEGAL 1.9. MARCO METODOLÓGICO 1.10. MARCO REFERENCIAL 1.11. MARCO DE REFERENCIA 1.12. MARCO DE REFERENCIA 1.13. MARCO DE REFERENCIA 1.14. MARCO DE REFERENCIA 1.15. MARCO DE REFERENCIA 1.16. MARCO DE REFERENCIA 1.17. MARCO DE REFERENCIA 1.18. MARCO DE REFERENCIA 1.19. MARCO DE REFERENCIA 1.20. MARCO DE REFERENCIA 1.21. MARCO DE REFERENCIA 1.22. MARCO DE REFERENCIA 1.23. MARCO DE REFERENCIA 1.24. MARCO DE REFERENCIA 1.25. MARCO DE REFERENCIA 1.26. MARCO DE REFERENCIA 1.27. MARCO DE REFERENCIA 1.28. MARCO DE REFERENCIA 1.29. MARCO DE REFERENCIA 1.30. MARCO DE REFERENCIA 1.31. MARCO DE REFERENCIA 1.32. MARCO DE REFERENCIA 1.33. MARCO DE REFERENCIA 1.34. MARCO DE REFERENCIA 1.35. MARCO DE REFERENCIA 1.36. MARCO DE REFERENCIA 1.37. MARCO DE REFERENCIA 1.38. MARCO DE REFERENCIA 1.39. MARCO DE REFERENCIA 1.40. MARCO DE REFERENCIA 1.41. MARCO DE REFERENCIA 1.42. MARCO DE REFERENCIA 1.43. MARCO DE REFERENCIA 1.44. MARCO DE REFERENCIA 1.45. MARCO DE REFERENCIA 1.46. MARCO DE REFERENCIA 1.47. MARCO DE REFERENCIA 1.48. MARCO DE REFERENCIA 1.49. MARCO DE REFERENCIA 1.50. MARCO DE REFERENCIA 1.51. MARCO DE REFERENCIA 1.52. MARCO DE REFERENCIA 1.53. MARCO DE REFERENCIA 1.54. MARCO DE REFERENCIA 1.55. MARCO DE REFERENCIA 1.56. MARCO DE REFERENCIA 1.57. MARCO DE REFERENCIA 1.58. MARCO DE REFERENCIA 1.59. MARCO DE REFERENCIA 1.60. MARCO DE REFERENCIA 1.61. MARCO DE REFERENCIA 1.62. MARCO DE REFERENCIA 1.63. MARCO DE REFERENCIA 1.64. MARCO DE REFERENCIA 1.65. MARCO DE REFERENCIA 1.66. MARCO DE REFERENCIA 1.67. MARCO DE REFERENCIA 1.68. MARCO DE REFERENCIA 1.69. MARCO DE REFERENCIA 1.70. MARCO DE REFERENCIA 1.71. MARCO DE REFERENCIA 1.72. MARCO DE REFERENCIA 1.73. MARCO DE REFERENCIA 1.74. MARCO DE REFERENCIA 1.75. MARCO DE REFERENCIA 1.76. MARCO DE REFERENCIA 1.77. MARCO DE REFERENCIA 1.78. MARCO DE REFERENCIA 1.79. MARCO DE REFERENCIA 1.80. MARCO DE REFERENCIA 1.81. MARCO DE REFERENCIA 1.82. MARCO DE REFERENCIA 1.83. MARCO DE REFERENCIA 1.84. MARCO DE REFERENCIA 1.85. MARCO DE REFERENCIA 1.86. MARCO DE REFERENCIA 1.87. MARCO DE REFERENCIA 1.88. MARCO DE REFERENCIA 1.89. MARCO DE REFERENCIA 1.90. MARCO DE REFERENCIA 1.91. MARCO DE REFERENCIA 1.92. MARCO DE REFERENCIA 1.93. MARCO DE REFERENCIA 1.94. MARCO DE REFERENCIA 1.95. MARCO DE REFERENCIA 1.96. MARCO DE REFERENCIA 1.97. MARCO DE REFERENCIA 1.98. MARCO DE REFERENCIA 1.99. MARCO DE REFERENCIA 1.100. MARCO DE REFERENCIA</p>	<p>ACTIVIDADES EMPRESARIALES DEL PROYECTO</p> <ul style="list-style-type: none"> • TEMA • INTRODUCCIÓN • Objetivos • Propuesta • Programas • Subprogramas • Presupuesto • ESTRATEGIAS • PRODUCTOS • COMUNICACION • ALIAS • MATERIAL • PROMOCIONAL 	<p>y dificultad para movilización hacia la parroquia de la Magdalena</p>	<p>Departamento de Catastros en el GAD Magdalena.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Trabajos de investigación teóricos para el Informe. • Trabajo coordinado con el Ing. Mario Escobar de la carrera de Administración de empresas • Realización de cronograma del Proyecto.
<p>R3 (%) Se elaboren y diseñen los productos</p>	<p>El 100% de los estudiantes y docentes aportaron con ideas sobre el diseño y</p> <p>100 % cumplimiento</p>	<p>Reunión de revisión y corrección de Proyecto.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación de las actividades realizadas al Docente 	<ul style="list-style-type: none"> • Dificultad de conectividad al momento de la reunión, por parte de los 	<ul style="list-style-type: none"> • Facilidad y apertura de parte del Ing. Mario Escobar para realizar sesiones mediante zoom y

<p>comunicación que fortalezcan el turismo y las actividades comerciales.</p>	<p>estructuración de los productos de comunicación comerciales</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Seguimiento de las actividades realizadas • Revisión de las actividades realizadas • Corrección de las actividades realizadas por los estudiantes. 	<p>estudiantes de las carreras involucradas</p>	<p>hacer el seguimiento del Proyecto.</p>
<p>R4 (%) El 100% de los encuestados revisen los productos de comunicación y se interesan por impulsar las actividades empresariales de la ciudad</p>	<p>El 100% de los encuestados se interesaron por los productos de comunicación con el fin de impulsar sus emprendimientos.</p> <p>100 % Cumplimiento</p>	<p>Anexos</p>  	<ul style="list-style-type: none"> • Clasificación de las actividades empresariales en la Patente 2020 • Asignación de encuesta por estudiante. • Encuestas aplicadas de manera presencial. 	<ul style="list-style-type: none"> • Poca Colaboración al momento de la ejecución de las encuestas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Planificación y distribución de encuestas. • Aplicación de encuestas por la Clasificación CIU • Convalidación de resultados para verificar el avance del proyecto.

6. INFORME ECONÓMICO						
6.A. PRESUPUESTO ASIGNADO POR LA UEB						
1. SUMINISTROS DE OFICINA						
Concepto	Unidad (resmas, cajas, etc.)	Cantidad (de resmas, cajas, etc.)	Valor unitario (de resmas, cajas, etc.)	Total (\$)		
<i>Nombre de la adquisición</i>	<i>Unidades recibidas</i>		<i>Valor por unidad</i>	<i>Valor total del suministro</i>		
Papel bond 75 gr	Unidad	2	2,3	4,60		
Cartulinas A4 Kimberly	Unidad	20	0,02	0,40		
Marcadores permanentes	Unidad	1	0,23	0,23		
Esfográficos	Unidad	10	0,08	0,80		
Lápiz HB con goma	Unidad	12	0,06	0,72		
Masking	Unidad	1	0,58	0,58		
Carpeta de cartón con vincha	Unidad	5	0,07	0,35		
marcador tiza líquida	Unidad	5	0,27	1,35		
Borrador de lápiz	Unidad	1	0,23	0,23		
Archivo/oficio	Unidad	1	1,14	1,14		
Cinta de embalaje	Unidad	1	0,44	0,44		
Papel de periódico pliegos	Unidad	10	0,03	0,30		
				Total (6.A.1)	11,14	
2. BIENES Y SERVICIOS A CARGO A LA UEB (Indicar todos los bienes adquiridos durante la ejecución del proyecto, equipos en general, etc..)						
Concepto	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Total		

Impresiones a color	Unidad	709	0,15	16,35
Impresión CD con portada	Unidad	1	1,50	1,50
Anillado	Unidad	1	1,00	1,00
Total (6.A.2)				18,85
3. HONORARIOS DEL COORDINADOR (Calculado en base a la carga horaria asignada en el distributivo, la RMU del coordinador principal y la duración del proyecto)				
Hora por semana asignadas en el distributivo para la Función Sustantiva de Vinculación, h/semana				Valor
Duración de la propuesta en semanas, semana				4
RMU del coordinador principal dividido por 160 h, \$/h				8
Total (6.A.3)				1600/160=10
TOTAL 6.A PRESUPUESTO CON CARGO A LA UEB (\$ USA)				4*8*10 = 320
			6.A.1+ 6.A.2+ 6.A.3	338,85

ANEXO 6.B.

PRESUPUESTO CON CARGO A LA CONTRAPARTE (Describir el detalle)

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

Concepto	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Total
Nombre de la adquisición	Unidades recibidas		Valor por unidad	Valor total del material
-	-	-	-	-
Total (2.B)			6.B.1	0,00
TOTAL 6.B PRESUPUESTO CON CARGO A LA CONTRAPARTE (\$ USA)				

TOTAL, PRESUPUESTO EJECUTADO DURANTE EL PROYECTO (\$ USA)	6.A+ 6.B	338,85
--	-----------------	---------------

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Entre las Conclusiones podemos mencionar las siguientes

- 1- La Clasificación de Actividades Empresariales CIIU, contiene información esencial para conocer el tipo de actividad económica que existe en el Ecuador.
- 2- El trabajo en equipo quedó demostrado al elaborar los programas de fortalecimiento empresarial
- 3- 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- Revisar mediante herramientas avanzadas las funciones de vulnerabilidad desarrolladas de las empresas.
- 2- Hay que integrar de manera consecutiva los productos comunicacionales para beneficio de las actividades empresariales de la parroquia de La Magdalena.
- 3- Todo proyecto que se plantee y ejecute debe ser evaluado tanto por los participantes como por los beneficiarios directos e indirectos

Observaciones

Firma de Coordinador Principal

Fecha de entrega: 14/03/2022

Asistente Administrativa de Investigación y Vinculación

Sello con Fecha de recepción

ANEXO

Guaymas, 17 de octubre de 2022

Ing. Marcelo Vilacundo, MSc.
Director de la Dirección de Investigación y Vinculación de la UEB
Presente. -

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 PROVINCIA BOLIVAR, PERIODO 2022-2022"** Como Coordinador de este proyecto doy fe de que dichos estudiantes cumplen están cumpliendo con todas las labores estipuladas en el proyecto y en el tiempo previsto, hasta el momento hemos cumplido 96 horas, de lo cual tenemos las evidencias correspondientes, según lo estipula en el sistema y reglamento de Vinculación de la UEB.

Nº	Nombres y Apellidos	Cédula	Ciclo	Teléfono
1	Aguilar Bayas Neiser Esquivido	0202464152	Séptimo	0979572328
2	Azogue Ruiz Marco Geovanny	1850289156	Séptimo	0993462810
3	Baez Yunapanta Silvia Janeth	0250287785	Séptimo	0983164045
4	Escudero Carrvajal Argie Carolina	0202297412	Sexto	0961344910
5	Flores Rivadeneira Andrea Kamila	0250199551	Séptimo	0990756730
6	Gavilanez Paredes Ebelin Estefania	0250300138	Sexto	0980821916
7	Guerron Lara Anddy Vancio	2300407556	Sexto	0962688194
8	Lozano Samba Maryory Estefany	1721583866	Sexto	0984949859
9	Munar Arguello Leidy Maria	2100994272	Sexto	0996291298
10	Mullo Chambo Jairo Daniel	0202340737	Sexto	0991129699
11	Mullo Chimbolema Janeth Estefania	0250003514	Sexto	0997571586
12	Paucar Rosel Edilberto Geovanny	0202461063	Sexto	0967181002
13	Rea Collay Mirian Isabel	0250064813	Séptimo	0985557694
14	Tajumbao Chela Erika Johanna	0202344388	Séptimo	0982683085

Desearándole éxitos en sus labores cotidianas, se despide Atentamente

Profesor Ing. **Marlo E. Escobar G**

Teléfono: 0997835864

Cédula: 0200896944

Correo electrónico: mescobar@ueb.edu.ec



GUILLERMO LASSO
PRESIDENTE

La Magdalena, 25 de mayo del 2022

Ing. Marcelo Vilcacundo MSc.

**DIRECTOR DEL DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN Y
VINCULACIÓN DE LA UEB**

Presente —

A nombre de Tenencia Política de la parroquia la Magdalena, expreso un cordial y atento saludo junto a los deseos de éxitos en las funciones a usted encomendadas.

Por medio del presente informo que, Como representante de la Tenencia Política de la Parroquia "La Magdalena", estamos de acuerdo que, en esta organización ubicada en la Provincia Bolívar, Cantón Chimbo se lleva a cabo el Proyecto de vinculación Titulado "Fortalecimiento de Actividades Empresariales en la Parroquia la Magdalena, Cantón Chimbo, Provincia Bolívar 2022-2022" de acuerdo al cronograma establecido entre los meses de septiembre de 2022 a noviembre de 2022 para lo cual les presentaremos todo el apoyo posible durante la ejecución del mismo.

Por la favorable atención que digno dar al presente, anticipo mi debido agradecimiento.

Atentamente

Lic. Carlos Rojas

Teniente Político de la Parroquia la Magdalena



Tenencia Política de la Parroquia La Magdalena

Dirección: Garcia Moreno y la Mercaderes

Código postal: 080100

Teléfono: 0995 41 242 424

www.parroquia.la-magdalena.gub.ve



Guaranda, 19 de agosto de 2022

Lic. Carlos Rojas
TENIENTE POLÍTICO DE LA PARROQUIA MAGDALENA
Presente

De mi consideración:

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

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

Una vez que se culmine con la investigación que comprende:

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

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

- Un Afiche Promocional del Ciudad
- Un Afiche Promocional por Rama de Actividad Empresarial
- 1 Trípticos por Rama de Actividad Empresarial
- 1 Dípticos por Rama de Actividad Empresarial
- 1 Spots Publicitarios por Rama de Actividad Empresarial
- Dos Folletos de la Actividad Empresarial que contendrá:
 - Intro o Portada
 - Presentación

 - Índice
 - Editorial
 - Caminos de Aventura
 - El Entrevistado en Acción que será un Emprendedor
 - Fomento a la Microempresa

➤ Capacitación en Temas de

~~Administración, Finanzas, Contabilidad~~

- Fundamentación Legal
- Nuestros Talentos (Reportaje de Artistas Locales)
- Cuidando Nuestros Recursos
- Notas curiosas
- Promociones y propaganda
- Créditos

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

Los actores o gestores sociales podrán observar la página que se creará y en la Sección de Productos Comunicaciones los Afiches, Trípticos, 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.

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

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

Profesor Ing. Mario E. Escobar G

Teléfono: 0997835864

Cédula: 0200886844

Correo electrónico: mescobar@ueb.edu.ec

Correo electrónico: samytour_2006@Yahoo.es

PRODUCTOS QUE
OFRECEMOS



CARAMELOS DURO
SURTIDOS



CANASTAS



PALETAS
PERSONALIZADAS



MELCOCHAS

CONTÁCTANOS

madavelproductos@gmail.com

0992490349

PARROQUIA LA
MAGDALENA - CANTÓN
CHIMBO - PROV. BOLÍVAR

MADAVELPRODUCTOS@GMAIL.COM



CONFITES
MADAVEL

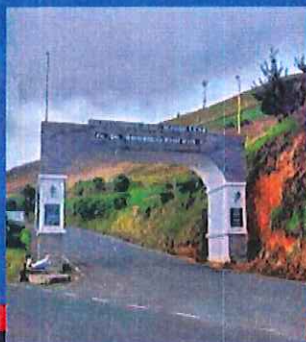


COMO LLEGAR



LA MAGDALENA

Diversidad que Encanta



CONTACTOS

TELÉFONO: 032-972-288

WEB: www.pdftools.org/pdf/...

**SANTUARIO DE LA
VIRGEN DEL GUAYCO**

El Santuario de la Virgen del Guayco se encuentra en la provincia de Bolívar, a 3km del casco Chiribí. Este Santuario data de la época de la colonia.

En el sitio hay una temperatura de 16° C en promedio. En ese un museo donde se exhiben fragmentos de madera de los retablos y puertas de la primera capilla del Guayco, también hay campanas que algún día fueron sonoras en el campanario de este mismo santuario. Este santuario es un gran atractivo para quienes disfrutan del turismo religioso, y se puede asistir a misa, al igual que participar en diferentes actos religiosos.



La capilla fue reconstruida en 1771, luego de que el coronel corregidor de Guaranda de esa época, Antonio Echeandía, recibiera una curación. La capilla tuvo una tercera remodelación en 1944, a cargo del padre Villagómez.

Grotto e Imagen de la Virgen: se encuentra al frente de la Capilla de la Resurrección, en el portal de la izquierda que sale de la Iglesia, está construida con hormigón y piedra con aspecto natural. Esta grotto fue excavada en la ladera de la colina que desciende en ese lugar, en el interior se ha colocado plantas y flores naturales y artificiales, así la imagen de la Virgen y de la Infancia María Luz Chola. En este lugar hay dos pozos de agua en los que los niños depositan monedas, y es visitado para pedir o agradecer por favores o milagros.



La cruz del Guayco: está situada al costado Sur oriental del Santuario, para llegar a ella es necesario atravesar por escalinatas que serpentean en medio de un espeso bosque de Eucalipto. La cruz tiene 22 metros de alto por 10 de ancho y fue terminada en 1988.



**PARQUES Y
MIRADORES**

MIRADOR LOMA DE LA CRUZ

En esta ciudad se puede disfrutar de una vista espectacular de la parroquia misma que está situada a pocos metros de la parroquia y del Barrio la Dolores en la vía a Tulumayo.



PARQUE A LA MADRE

El espacio se encuentra ubicado en el Barrio la Dolores en la calle 16 de Julio en cual ofrece un momento de descanso y esparcimiento.



El buen pan es el más satisfactorio de todos los alimentos; y el buen pan con mantequilla fresca, el mayor de los festines

James Beard

Comunicate con nosotros

Parroquia La Magdalena
Propietario: Angel Cancio
Celular: 0995176189

0960990914

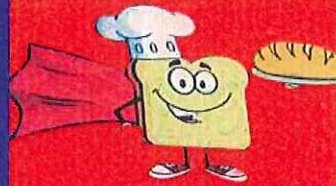
La Espiga de Oro

PLaespigadeoro@gmail.com



La Espiga de Oro
Panadería y pastelería

El héroe de tus maminas



Activar Windows
ve a Configuración p

Nos ubicamos
diagonal al parque
central



PELUQUERIA

MARTHITA



PARROQUIA LA
MAGDALENA
CANTON CHIMBO
PROV. BOLIVAR

<https://www.google.com/maps/place/Parroquia+La+Magdalena+Chimbo/@01.1491947,-78.1491947,15z>



Activar Windows
Ve a Configuración para activar

**COMERCIAL
GONZÁLEZ**



PARROQUIA LA MAGDALENA
CANTON CHIMBO
PROV. BOLIVAR

<https://goo.gl/maps/mDiRDYp9Hv9wyGhQz>



MISIÓN

Ofrecer productos para satisfacer las necesidades y preferencias de nuestros clientes con la mejor atención y calidad de estos

VISIÓN

Ser una empresa o una de las tiendas líder de servicios de alimentación, entre otros productos. Satisfiriendo a los clientes con productos de calidad

OBJETIVO

*Ofrecer sus servicios y productos
*Hacer que nuestra tienda sea innovadora y llamativa para nuestros clientes

VALORES

*Actitud
*Compromiso
*Constancia
*Calidad
*Innovación
*Respeto
*Lealtad

Activar Windows
Ve a Configuración para activar

**Comercial
"GONZÁLEZ"**

ABARROTES. TU TIENDA QUE A TRAVÉS DE UNA MIRADA ENCUENTRAS LO QUE BUSCAS.

Hay detalles que roban sonrisas e invaden el corazón. Y con nosotros, seguro que lo encuentras.

CONTACTOS
0985409224
05-297-2289

PARROQUIA LA MAGDALENA
CANTÓN CHIMBO
PROV. BOLIVAR
<https://www.google.com/maps/@m1URDy9pRHJv3wcy,5h338>

Contáctenos

PAPELERIA

"NIÑA PAULETE"

PARROQUIA LA MAGDALENA
CANTÓN CHIMBO
PROV. BOLIVAR

En el momento que lo necesites tenemos todo en papelería para ti.

(02) 2369322