



UNIVERSIDAD LAICA "ELOY ALFARO" DE MANABÍ
DEPARTAMENTO DE VINCULACIÓN CON LA COLECTIVIDAD

FACULTAD DE: Ciencias de la Comunicación.

CARRERAS: Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas, Publicidad y Mercadotecnia y Periodismo.

PROYECTO: "Las herramientas comunicacionales y la economía popular y solidaria de Manabí".

DECANO: Dr. Daniel Barredo Ibáñez

TUTORES DEL PROYECTO: Mg. Rosa Cedeño Rengifo

Mg. Bahian Mondavi Sobbi

Mg. Hernán Pillajo Borja

Lic. Carlos Cedeño Moreira



PERIODO 2015 / 2020





ESTRUCTURA DEL PROGRAMA Y PROYECTO DE VINCULACIÓN CON LA COLECTIVIDAD

"Las herramientas comunicacionales y la economía popular y solidaria de Manabí".





Identidad Institucional

Misión:

Unidad Académica de la ULEAM cuyos integrantes fortalecen el Derecho Ciudadano de la Información académica y profesional de comunicadores con proyección humanística, científica y tecnológica, procurando una cultura de paz.

Visión:

Unidad Académica de la ULEAM acreditada en el Sistema Universitario Ecuatoriano liderando los procesos académicos, científicos y tecnológicos de la comunicación, fortaleciendo el Derecho Ciudadano a la Información.

Objetivos Estratégico de su carrera:

- Liderar los procesos humanísticos, científicos y tecnológicos de la comunicación a través de docentes – investigadores comprometidos con la libertad de expresión y el Derecho Ciudadano a la Información, en un plazo de diez años.
- Consolidar, de manera permanente, el buen vivir, el respeto al medioambiente, la cultura nacional, la preservación de los saberes de la multiculturalidad, de manera particular, la identidad cultural manabita, para alcanzar una cultura de paz.
- Fortalecer en los estudiantes el espíritu reflexivo orientado al logro de la autonomía personal en el marco de la libertad de pensamiento y pluralismo ideológico.
- Alcanzar la acreditación como una de las mejores unidades académicas de Comunicación en el país, en el plazo establecido por la ley.
- Mejorar, en los próximos diez años, los procesos de aprendizaje – enseñanza en la formación académica y profesional de Comunicadores para alcanzar la excelencia universitaria.



1. Datos generales:

DATOS GENERALES		
Nombre del Programa de Vinculación con la Sociedad: Elija un elemento.		
Nombre o Título del Proyecto: "Las herramientas comunicacionales y la economía popular y solidaria de Manabí".		
Nombre de la Facultad o Unidad Académica Responsable: Ciencias de la Comunicación	Carrera: Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas, Publicidad y Mercadotecnia, Periodismo.	Convenio:
Área del conocimiento: Servicios	Subarea del conocimiento: 32 Periodismo e información	Subarea específica: Elija un elemento.
Línea de Vinculación: Servicios Sociales	Tipo Proyecto: Vinculación	
Campo amplio:	Campo específico:	
Fecha Inicio Septiembre 2015	Fecha de Fin Planeado Enero 2020	Fecha de fin Real En ejecución

1.1 Alcance Territorial

COBERTURA Y LOCALIZACIÓN		
Cobertura: Provincial	Zona de Planificación: Zona 4: Manabí, Santo Domingo de los Tsáchilas.	
Provincia: Manabí	Cantón: Rocafuerte y Montecristi	Parroquias: Sosote y Leonidas Proaño
Objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir: 4. Fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía.		

1. Instituciones involucradas en el proyecto.

INSTITUCIONES INVOLUCRADAS EN EL PROYECTO (DATOS DE LAS INSTITUCIONES EJECUTORAS)				
Institución Gestora:	Facultad Ciencias de la Comunicación, Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria y Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí.			
Dirección	Ciudad	Correo Electrónico	Pág. Web.	Teléfonos /Fax
Ciudadela Universitaria	Manta	uleam@uleamedu.ec	www.uleam.edu.ec	2620288



UNIVERSIDAD LAICA "ELOY ALFARO" DE MANABÍ
DEPARTAMENTO DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD



Institución Beneficiaria:		Asociación Tropitagua y Asociación Fortaleza Femenina		
Dirección	Ciudad	Correo Electrónico	Pág. Web.	Teléfonos /Fax
Tropitagua (Sosote)	Sosote	tropitagua@yahoo.com	www.sosotetagua.com	0986824783
Fortaleza Femenina (Leonidas Proaño)	Montecristi	princess1991@hotmail.es	0983388116
Monto				
Presupuesto aporte ULEAM		Presupuesto entidad auspiciante/beneficiaria.		Presupuesto Total
US\$ 8.234		FACCO		US\$ 8.234
Plazo de ejecución				
Fecha de presentación	Fecha de inicio		Fecha de finalización	
06 /2015	09/2015		1/2020	
Duración en meses:	Estado:			
6 meses - primera fase	Nuevo: En Ejecución <input checked="" type="checkbox"/> Continuación: <input type="checkbox"/>			



2. Análisis de la Situación Actual

2.1 Diagnóstico

Asociación Tropitagua

La Asociación Tropitagua, tiene como actividad principal la fabricación y comercialización de productos de bisutería en forma artesanal, teniendo como materia prima principal la "tagua", un producto natural que se cultiva en Sosote. Por lo tanto, impulsan el desarrollo económico de Sosote mediante la compra de la materia prima a los agricultores y creando puestos de trabajo para 37 asociados con sus respectivas familias, dado que son negocios familiares.

Tabla 1. Datos generales: Tropitagua

Datos	Detalle		
Nombre de la Asociación	Asociación Tropitagua		
Sector	Bisutería		
Nombre y apellidos	Edison Valencia		
Cargo	Presidente		
Dirección	Sosote		
Provincia	Manabí		
Teléfono	0986824783		
e-mail	tropitagua@yahoo.com		
Página web	www.sosotetagua.com		
Número de asociados	37	Femenino:	Masculino:

Mediante una visita a la Asociación Tropitagua y una entrevista con el Presidente y algunos Asociados, se detectaron las siguientes necesidades de comunicación como indica la siguiente tabla:

Tabla 2. Asociación Tropitagua: Necesidades de comunicación

Problemática	Detalle
a) Comunicación mediante redes sociales	Debido a que son más de 37 asociados se requiere mantenerse comunicados, con bajos costos.
b) Publicidad mediante redes sociales	Difundir mediante redes sociales los beneficios de los productos que ofrecen al mercado local, nacional e internacional.
c) Publicidad tradicional	Diseño de un plan de publicidad tradicional.



Asimismo se establecieron diversas necesidades administrativas como indica la siguiente tabla:

Tabla 3. Asociación Tropitagua: Necesidades Administrativas

Problemática	Detalle
a) Desarrollo de marca	Desarrollo de marca como "Asociación", debido a que solo algunos asociados cuentan con ello y se requiere fortalecerse como institución, para en el futuro exportar.
b) Desarrollo de empaques y envolturas	Diseño de empaques y envolturas para exhibir en forma adecuada los productos.
c) Desarrollo organizativo	Establecer la misión, visión y objetivos de los asociados.
d) Capacitación	Liderazgo, marketing, publicidad, relaciones públicas y servicios de calidad.

Asociación Fortaleza Femenina

En el caso de la Asociación Fortaleza Femenina, proporciona servicios de alimentos para albergues e instituciones educativas. La principal labor es la preparación de alimentos en óptimas condiciones para otorgar una satisfacción plena a los consumidores, empleando productos naturales como verduras, frutas, entre otros. Estableciendo una importante labor social al encontrarse enfocado a niños de albergues e instituciones educativas.

Tabla 4. Datos generales

Datos	Detalle
Nombre de la Asociación	Asociación fortaleza Femenina
Sector	Servicios de alimentos para albergues e instituciones educativas
Nombre y apellidos	Madison Delgado
Cargo	Presidenta
Dirección	Leónidas Proaño - Montecristi
Provincia	Manabí
Teléfono	0983388116



e-mail	Princess1991@hotmail.es		
Página web			
Número de asociados	18	Femenino: 17	Masculino:1

Mediante una visita a la Asociación y una entrevista con la Presidenta, se detectan las siguientes necesidades de comunicación según la siguiente tabla:

Tabla 5. Asociación Fortaleza Femenina: Necesidades de Comunicación

Problemática	Detalle
d) Comunicación mediante redes sociales	Se requiere mantenerse comunicados, con bajos costos.
e) Publicidad mediante redes sociales	Difundir mediante redes sociales los beneficios de los productos que ofrecen al mercado local y nacional.
f) Publicidad tradicional	Diseño de un plan de publicidad tradicional.

Además, también se establecen una serie de necesidades administrativas como indica la siguiente tabla:

Tabla 6. Asociación Fortaleza Femenina: Necesidades Administrativas

Problemática	Detalle
e) Desarrollo de marca	Desarrollo de marca como "Asociación" para mantener un crecimiento.
f) Desarrollo organizativo	Establecer la misión, visión y objetivos de la asociación.
g) Desarrollo de nuevos mercados	Para ampliar su oferta de servicios de sus productos.
h) Diseño y estudio técnico de instalaciones	Se requiere una mejor disposición de las instalaciones dado que elaboran productos alimenticios para niños.
i) Capacitación	Liderazgo, marketing, control de inventarios, relaciones públicas y servicios de calidad.



3. Antecedentes

La Constitución de la República, en el artículo 26 establece que la educación es un derecho que tienen las personas a lo largo de su vida y un deber ineludible e inexcusable del Estado. Constituye por lo tanto un área prioritaria de la política pública y de la inversión estatal, garantía de la igualdad e inclusión social y condición indispensable para el buen vivir. Las personas, las familias y la sociedad tienen el derecho y la responsabilidad de participar en el proceso educativo.

Mientras que en el Art. 127 Otros programas de estudio indican que las universidades y escuelas politécnicas podrán realizar en el marco de la vinculación con la colectividad, cursos de educación continua y expedir los correspondientes certificados.

A su vez el Art.113 del Reglamento de Régimen Académico señala que "La educación continua comprende los programas de educación permanente, como cursos, seminarios y demás programas académicos destinados a la difusión de los conocimientos, a la actualización o profundización de los mismos, al intercambio de experiencias y a las actividades de servicio tendientes a satisfacer los requerimientos institucionales y de la sociedad. Los certificados que se confieren por la aprobación de los cursos no otorgan créditos en ninguno de los niveles de formación: técnico superior, tercero o cuarto. Las instituciones de educación superior deberán garantizar la regulación y puesta en práctica de dichos programas, para lo cual contarán con una unidad responsable".

La Unidad de Educación Continua está sujeta a la siguiente normativa según la Ley Orgánica de Educación Superior (LOES), en el Art. 8 establece en los Fines de la Educación Superior, literal c) Contribuir al conocimiento, preservación y enriquecimiento de los saberes ancestrales y de la cultura nacional; h) Contribuir en el desarrollo local y nacional de manera permanente, a través del trabajo comunitario o extensión universitaria.



En el Art.13 de la LOES, de las funciones del Sistema de Educación Superior es: Garantizar el derecho a la educación superior mediante la docencia, la investigación y su vinculación con la sociedad, y asegurar crecientes niveles de calidad, excelencia académica y pertinencia.

Considerando que el artículo 107 de la LOES, declara que el principio de pertinencia consiste en que la educación superior responda a las expectativas y necesidades de la sociedad, a la planificación nacional, y al régimen de desarrollo, a la prospectiva de desarrollo científico, humanístico y tecnológico mundial, y a la diversidad cultural. Para ello, las instituciones de educación superior articularán su oferta docente, de investigación y actividades de vinculación con la sociedad, a la demanda académica, a las necesidades de desarrollo local, regional y nacional, a la innovación y diversificación de profesiones y grados académicos, a las tendencias del mercado ocupacional local, región y nacional, a las tendencias demográficas locales, provinciales y regionales: a la vinculación con la estructura productiva actual y potencial de la provincia y la región, y a las políticas nacionales de ciencia y tecnología.

Además, el artículo 125 del mismo cuerpo de ley señala que, las instituciones del Sistema de Educación Superior realizarán programas y cursos de vinculación con la sociedad guiados por el personal académico. Para ser estudiante de los mismos no hará falta cumplir los requisitos del estudiante regular.

Asimismo, en el Art. 2 del Reglamento de Régimen Académico del Sistema Nacional de Educación Superior, se fundamenta en los siguientes principios y valores y propugna su observancia:

- Vinculación con la sociedad, el sector productividad y la cultura;
- Vinculación y humanización tecnológica;
- Contribuir al régimen del Buen Vivir.



Posteriormente en el CAPÍTULO V establece de carácter obligatorio las actividades de vínculo con la colectividad (...), como un componente educativo constituido por actividades inherentes al fortalecimiento y formación profesional.

En conclusión para el desarrollo integral del futuro profesional es necesario que se establezcan planes, programas y proyectos en función a las necesidades de la colectividad y determinar las competencias que como facultad tiene en el desarrollo de capacidades de los sectores más vulnerables de la provincia y cantones de injerencia, dando cumplimiento a lo establecido en la Carta Magna, leyes y reglamentos que rigen la educación superior.

El desarrollo de la estrategia Rehabilitación Con Base Comunitaria es el resultado de un proceso reflexivo permanente de las diferentes instancias públicas y privadas, que se ha enmarcado en el siguiente entorno: Un mundo globalizado como el actual, cambiante en tendencias y paradigmas, sumido en retos permanentes, especialmente en lo social, y donde cada vez más cobra importancia el ser humano no solo como consumidor, sino también como razón y motivo de las principales políticas del Estado y de ahí el papel que juegan éstos en las organizaciones para la orientación y liderazgo que emanan de su naturaleza y operación, propendiendo por el desarrollo equitativo, sostenible, democrático y una vida digna entendida dentro del marco de los derechos humanos.

"Los hombres y mujeres sólo pueden enfrentar la construcción y reformas de la sociedad, cuando cuentan con las herramientas apropiadas en la práctica de la vida cotidiana."

Desde este punto de vista, entonces la gestión es una acción social por lo tanto es entendida como el canal por medio del cual se desarrolla en las personas y en la comunidad un espíritu emprendedor para generar un cambio social, para responder a la búsqueda de la superación de la pobreza, e igualmente para que se adquieran destrezas para abordar un entorno de turbulencia cuyos componentes políticos, económicos, socio-culturales, ambientales y tecnológicos no favorecen



los procesos de desarrollo sociales; de ahí, que se requiere afianzar los lazos comunitarios, recuperar los valores colectivos y recuperar la identidad cultural, así mismo, implica la convergencia de intereses y necesidades comunes, finalidades humanas concertadas.

El reto es desarrollar la capacidad de gestión para responder a la complejidad que atraviesan los niveles de interrelación e interacción de los actores, sectores, poderes y voluntades que realcen la importancia de las dinámicas que viven las comunidades quienes son las que generan el desarrollo.

Por desarrollo se entiende un proceso coherente, integrador y armónico donde todos los actores sociales públicos y privados se construyen como sujetos capaces de articular esfuerzos, voluntades, poderes, con miras a gestionar sus propias transformaciones particulares en colectivas, un contexto de civilidad moderna y desde un Estado Social de Derecho en donde las personas se sienten partícipes, y protagonistas de las relaciones sociales, no solo receptores de derechos, sino también garantes de obligaciones y nuevas responsabilidades sociales.

La vía más efectiva para reducir la pobreza son los procesos técnico-administrativos desde las concepciones prácticas y metodológicas de la gestión social, orientada a generar una sociedad justa, libre, democrática, mitigadora de conflictos y generadora de escenarios propios para la participación, cooperación, concertación, y convivencia social se logra a través de procesos planificados del desarrollo humano y social soportados en la organización, la participación y la movilización social de los actores públicos y privados quienes tienen un deber de pensar en términos de escenarios múltiples y con altísima sensibilidad hacia la comunidad, comprometidos con el conocimiento técnico y social, en el desarrollo de competencias en el SER, HACER Y EL TENER.

En tal sentido la gestión social posibilita el desarrollo de ciudadanía, la creación de una cultura de corresponsabilidad, de aceptación de la diferencia, del diálogo, de la información, de la formación, y la aplicación del conocimiento para el progreso,



para el desarrollo, para la inclusión social y para la transformación, soportada en herramientas como la planeación estratégica, el desarrollo humano, la organización, la participación, el trabajo en equipo, el liderazgo y la investigación que permitan dotar a las comunidades de los elementos teóricos y prácticos y así lograr la implementación de políticas públicas para materializar el cambio social y reducir la pobreza.

La Planeación Participativa, concebida como un proceso que debe atravesar los diferentes niveles de participación, aborda el encuentro de poderes, la diversidad de escenarios, lo local y lo global, la pluralidad de actores, lo técnico y lo político, lo estructural y lo coyuntural y la articulación de recursos, así mismo:

- Fortalecimiento de la Cultura Organizacional de los actores públicos y privados.
- Generación de la Responsabilidad Social y el Compromiso Ético.
- Fortalecimiento de la Gestión Institucional.
- Impulso de los niveles de Autogestión y/o sostenibilidad.
- Promoción de la Cooperación y Coordinación Interinstitucional.
- Generación de Programas y Proyectos a corto, mediano y largo plazo.

Los gestores sociales, han tomado conciencia sobre la importancia que tiene la formación, sobre todo entre los miembros de los sectores sociales más vulnerables, debido a que éstos han sido intervenidos en múltiples ocasiones y su confianza ha sido diezmada por la cantidad de promesas incumplidas por parte de personas que se acercan a ellos en diferentes épocas o situaciones.

La formación de líderes comunitarios comprometidos con el cambio pretende:

- Que sean artífices para mejorar la calidad de vida de sus comunidades.
- Que promuevan la participación y la organización de sus comunidades para reconstruir el tejido social en la búsqueda de una sociedad más equilibrada.



- Que optimicen y aumenten los recursos existentes en el medio para potenciar el desarrollo de sus comunidades.

En las propuestas del Movimiento de Mujeres prevalece otra perspectiva, la del reconocimiento de las diversas modalidades o racionalidades de la economía, de las lógicas productivas, de las formas de trabajo y propiedad. De ahí, y en concordancia con el nuevo concepto de régimen de desarrollo, deriva la redefinición plasmada en el actual enunciado: "El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental" (art. 66, 15).

De acuerdo a la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria (2014) se define a la "economía popular y solidaria como la organización económica donde los integrantes en forma individual o colectiva organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos, basadas en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza considerándose por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación de capital" (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, 2014).

Siendo los objetivos de la "Economía Popular y Solidaria los siguientes, como establece la siguiente tabla:

Tabla 7. Ecuador: Objetivos de la economía popular y solidaria

	Detalle
a)	Reconocer, fomentar y fortalecer la Economía Popular y Solidaria en el sector financiero popular y solidario en el ejercicio y relación con los demás sectores de la economía y con el estado.
b)	Potenciar las prácticas de la economía popular y solidaria que se desarrollan en las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidad y en sus unidades económicas productivas y con el Estado.
c)	Establecer un marco jurídico común para las personas naturales y jurídicas que integran la



	Economía Popular y Solidaria y del sector financiero popular y solidario.
d)	Instituir el régimen de derechos, obligaciones y beneficios de las personas y organizaciones sujetas a esta ley.
e)	Establecer la institucionalidad pública que ejercerá la rectoría, regulación, control, fomento y acompañamiento.

Fuente: Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (2014)

De acuerdo al Ministerio de Inclusión Económica y Social – MIES (2014) las formas de organización en la economía popular y solidaria están integradas entre otras por:

- a) Las unidades socioeconómicas populares como los emprendimientos unipersonales, familiares, vecinales, las micro unidades productivas, los trabajadores a domicilio, los comerciantes minoristas, los talleres y pequeños negocios, entre otros dedicados a producción de bienes y servicios destinados al autoconsumo o para su venta en el mercado, con la finalidad de mediante el autoempleo generar ingresos para su subsistencia.
- b) También las organizaciones constituidas por familias, grupos humanos o pequeñas comunidades fundadas en identidades étnicas, culturales y territoriales, urbanas o rurales, dedicada a la producción de bienes o de servicios orientados a satisfacer sus necesidades de consumo y reproducir las condiciones de su entorno próximo, tales como los comedores populares, las organizaciones de turismo comunitario, las comunidades campesinas, los bancos comunales, las cajas de ahorro, entre otras que constituyen el sector comunitario.
- c) Las organizaciones económicas constituidas por agricultores, artesanos por prestadores de servicios de idéntica o complementaria naturaleza, que fusionan sus escasos recursos y factores individualmente insuficientes, con el fin de producir o comercializar en común y distribuir entre sus asociados los beneficios obtenidos, tales como, microempresas asociativas, asociaciones de producción de bienes o de servicios, entre otras.



Además se encuentra sustentada en principios mediante los cuales se guiarán las personas y las organizaciones, entre ellas como indica la siguiente tabla:

Tabla 8. Ecuador: Principios de la economía popular y solidaria

	Principios
a)	La búsqueda del buen vivir y del bien común.
b)	La prevalencia del trabajo sobre el capital y de los intereses colectivos sobre los individuales.
c)	El comercio justo y consumo ético y responsable.
d)	La equidad de género.
e)	El respeto a la identidad cultural.
f)	La autogestión.
g)	La responsabilidad social y ambiental, la solidaridad y rendición de cuentas.
h)	La distribución equitativa y solidaria de excedentes.

Fuente: Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (2014)

De acuerdo con Cotera (2007) en América Latina se trata de potenciar el factor de la economía solidaria no solamente mediante la acumulación de ganancias, sino considerando que el ser humano es capaz de realizarse como individuo y en forma colectiva social, además en forma integral teniendo en cuenta la armonía con la naturaleza. Por ello, la solidaridad se convierte en una fuerza económica de energía social que se genera mediante la unión de conciencias, voluntades y sentimientos en grupos solidarios que proponen compartir objetivos.

En referencia a la propiedad se debe identificar y diferenciar la economía solidaria de las que no son. De la forma más básica "si la propiedad es colectiva es solidaria también si la propiedad es individual entonces es capitalista", por ello la diferencia entre propiedad privada capitalista en los medios de producción con la posesión (propiedad individual o colectiva) de los instrumentos y medios de producción de los gestores de las experiencias de la economía solidaria, establece que para los primeros significa un recurso adquirido para utilizarlo en beneficio del incremento de la ganancia (reproducción del capital), mientras que para los otros se trata de un instrumento que se adquiere para utilizarla en el trabajo y asegurarse de



ingresos económicos para sobrevivir y mejorar sus condiciones de vida (reproducción de la fuerza de trabajo) (Cotera, 2007).

Otro aspecto de la economía solidaria es la formación de los precios justos, que consideran los costos de los insumos y materias primas, el interés del capital (costo del crédito), la fuerza de trabajo empleada (en condiciones dignas) y los costos de distribución y venta. Considerando los costos sociales y ambientales. Manteniendo estos precios en espacios de comercio justo donde algunos segmentos de mercado valoran los elementos y la calidad de los productos (Cotera, 2007).

Además la economía solidaria se enfoca al respeto y cuidado del medio ambiente en forma integral y sustentable, dado que la naturaleza es un bien que debe utilizarse y renovarse, un espacio de convivencia y trascendencia, rescatando y recreando formas diversas de producir y consumir sin contaminación, respetando y protegiendo la biodiversidad, consumiendo lo necesario y administrado los recursos de forma eficiente (Cotera, 2007).

Con respecto a las "Asociaciones" estas se encuentran constituidas por personas naturales con actividades económicas productivas similares o complementarias con el objeto de producir, comercializar y consumir bienes y servicios lícitos y socialmente necesarios, auto abastecerse de materia prima, insumos, herramientas, tecnología, equipos y otros bienes o comercializar su producción en forma solidaria y auto gestionada" (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, 2014).

4. Justificación

Actualmente Ecuador un paradigma de desarrollo alternativo basado en nuevas relaciones entre la economía, la sociedad y la naturaleza; fundamentada en una estrategia sostenible de satisfacer las necesidades básicas de la población, mediante la inclusión financiera y social y lograr una sociedad más equitativa (Banco Central de Reserva, 2012a). Donde la población nacional en condiciones de pobreza ha disminuido en forma significativa del 36.74% en el 2007 hasta situarse



en 25.6% en el 2013, es decir 26 de cada 100 personas disponen ingresos menores a \$78.10 dólares al mes (Banco Central de Reserva, 2012b). Por ello, la economía popular y solidaria se enfoca hacia la disminución de la pobreza y establece que la población se organice en proyectos productivos y sociales que les permitan obtener ingresos para darles una vida digna. Como consecuencia, el presente estudio propone el desarrollo del "proyecto de vinculación entre la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí y las asociaciones de la economía popular y solidaria "Tropitagua y Fortaleza Femenina" denominado: "El fortalecimiento de las capacidades comunicativas en las asociaciones de la economía popular y solidaria en Manabí".

Habiendo diagnosticado las necesidades que tienen las Asociaciones indicadas, el presente proyecto busca mejorar el fortalecimiento Institucional de las mismas, el liderazgo y la responsabilidad compartida, la calidad de vida de sus asociados y permitir disminuir las deficiencias en comunicación y administrativas que afectan a los miembros y que pertenecen a la economía popular y solidaria.

5. Proyectos relacionados y / o complementarios

Proyecto de investigación: El Capital Intelectual: Un enfoque a la Economía Popular y Solidaria (Proyecto de Investigación Semilla, variables: Capital humano y capital Social).

6. Objetivos

6.1 Objetivo de desarrollo

Los objetivos se encuentran integrados por un objetivo general y específicos.

6.2 Objetivo General

Fortalecer las capacidades comunicativas y administrativas de las asociaciones vinculadas a la economía popular y solidaria de Manabí

6.3 Objetivos Específicos

Siendo los objetivos específicos los siguientes:

- Establecer el desarrollo y creación de etiquetas de productos.



marca (slogan, logo, etc.) > Diseño organizacional de los negocios (Misión, Visión, Políticas, etc.) > Soportes promocionales en línea y redes sociales. > Talleres participativos Marketing, exportaciones, dirección y liderazgo en los negocios, calidad de los productos y servicio al cliente. > Asesorar en estrategias de Relaciones Públicas		prácticas. • Monitoreo constantes.	
--	--	---	--

8. Actividades

Las actividades se enfocan en dos problemas específicos en el área comunicación y administrativas, además de actividades generales. Con respecto al área de comunicación: Se requiere de asistencia técnica para el uso de redes sociales, publicidad digital y publicidad tradicional. En cuanto al área administrativa se requiere de: Asistencia técnica en el desarrollo de marca, empaques y envolturas, desarrollo de nuevos mercados y desarrollo organizativo. La capacitación se concentra en el liderazgo, marketing, relaciones públicas y servicios de calidad, relacionadas con la malla curricular que desarrollan los estudiantes durante su carrera en la facultad de Ciencias de la Comunicación.

Por ello, conociendo la realidad de las asociaciones de la economía popular y solidaria, los estudiantes y docentes de la Facultad de Comunicación de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí llevan a cabo las siguientes actividades para lograr los objetivos planteados en el proyecto:

8.1 Actividades generales

- > Mesa de diálogo con las Autoridades del IEPS y algunos de los actores.
- > Levantamiento de la información (visita a las asociaciones).
- > Elaboración de actas e informes.
- > Redacción de oficios de invitación a colaborar a grupos relacionados con el proyecto y entrega de los mismos.



8.2 Actividades de comunicación

- Talleres de inducción, motivación y concienciación a los estudiantes de la FACCO.
- Desarrollo de una estrategia de comunicación comercial en redes sociales.
- Diseño de piezas publicitarias para publicidad directa (trípticos, flyers, cartas y tarjeta de presentación así como catálogos comerciales).
- Diseño de logotipos y señalética corporativa.

8.3 Actividades administrativas

- Diseño de plan estratégico para el desarrollo de la marca y fortalecimiento institucional.
- Diseño de empaques y envolturas para exhibir en forma adecuada los productos.
- Desarrollar y socializar los valores y filosofías corporativas de la asociación (misión, visión, objetivos).
- Taller de análisis prospectivo y de oportunidades de mercado para los productos de los asociados.
- Charlas sobre de seguridad y condiciones sanitarias para un adecuado y óptimo aprovechamiento de las instalaciones.
- Talleres de herramientas administrativas:
 - Liderazgo y relaciones públicas.
 - Marketing y servicio al cliente.
 - Inocuidad, manipulación de alimentos y servicios de calidad.

9. Cronograma valorado de actividades

Las actividades que se desarrollan durante el proyecto se han establecido para un período de 17 semanas y el valor total de las actividades es 8,234 dólares.

El gasto de movilización de docentes y estudiantes representa \$1,870 dólares, como indica la siguiente tabla:



Tabla 11. Movilización de docentes y estudiantes

Detalle	Lugar	Unidades	Costo unitario	Total
Transporte de docentes				
Furgoneta	Sosote	17	40	680.00
Furgoneta	Montecristi	17	15	255.00
Total transporte de docentes				935.00
Transporte de estudiantes				
Furgoneta	Sosote	17	40	680.00
Furgoneta	Montecristi	17	15	255.00
Total transporte de estudiantes				935.00
Total transporte				1,870.00

Los materiales de oficina se encuentran conformados por papel, tinta, papelógrafo, cinta y adhesivos con un valor de \$380 dólares, según la siguiente tabla:

Tabla 12. Materiales de oficina

Detalle	Unidades	Costo unitario	Total
Papel	10	5	50
Tinta	5	50	250
Papelógrafo	200	0.25	50
Cinta	10	2	20
Adhesivos	10	1	10
			380.00

Los gastos de publicidad corresponden a publicidad digital, diseño de página web, diseño gráfico y publicidad convencional y representan un monto de \$3,400 dólares como indica la siguiente tabla:

Tabla 13. Gastos de publicidad

Detalle	Unidades	Costo unitario	Total
Publicidad digital			800
Diseño de página web	2	600	1,200.00
Diseño gráfico	2	400	800.00
Publicidad convencional	1	600	600.00
			3,400.00



Los gastos de refrigerio corresponden a docentes, estudiantes y participantes y representan \$2,584 como indica la siguiente tabla:

Tabla 14. Gastos de refrigerio

Detalle	Unidades	Costo unitario	Semanas	Total
Docentes	42	1	17	714
Estudiantes	55	1	17	935
Participantes	55	1	17	935
				2,584.00

10. Duración del proyecto y vida útil

El proyecto se desarrollará en el período de seis meses en una primera etapa (septiembre del 2015 a febrero del 2016) y con una vida útil de cuatro años.

Por un lado, dada las numerosas asociaciones de la economía popular y solidaria que existen en la Provincia de Manabí y sus amplias necesidades para lograr desarrollarse y tener una vida digna.

Por otro lado la labor social de la Universidad que busca crear conocimiento con los docentes y estudiantes y mediante la vinculación beneficiar con ello, a las asociaciones para que puedan lograr un fortalecimiento, crecimiento y ser competitivos.

11. Beneficiarios

Directos: Número de asociados de Tropitagua y Fortaleza Femenina (55 asociados)

Indirectos: Todos aquellos que se encuentran vinculados con las asociaciones como: Familias, centros educativos, proveedores, clientes y toda la población en general.



D		I		Rol que desempeñan	Personas con discapacidad		Beneficio Esperado
F	M	F	M		F	M	

11.1 Equipo de Trabajo

PROYECTO DE VINCULACIÓN (CAMPO)	DOCENTES PARTICIPANTES			
	TITULARES		NO TITULARES	
	M	H	M	H
Las herramientas comunicacionales y la economía popular y solidaria de Manabí				
TOTAL	9	11	9	6
NOMBRES DOCENTES TITULARES DE LA CARRERA CON PARTICIPACIÓN EN VINCULACIÓN 1. Mg. Rosa Cedeño Rengifo (Coordinación FACCO). 2. Mg. Bahian Mondavi Sobbi (Coordinadora CORP). 3. Lic. Vicenta Barrezueta Pico. 4. Lic. Jhonny Mendoza Bravo. 5. Lic. Jarvin Cantos García. 6. Mg. yenny vera Loor. 7. Mg. Rocío Saltos Carvajal. 8. Mg. Sussy Ruperti Cañarte. 9. Mg. Miriam Quiroz Párraga. 10. Lic. Gonzalo Pisco Sánchez. 11. Mg. Lidia Navas Guzmán. 12. Dr. Leonardo Moreira Delgado. 13. Lic. Jhonny Mendoza Bravo. 14. Mg. Carlos Intriago Macías. 15. Mg. Carlos Guevara Mendoza. 16. Mg. Julio García García. 17. Mg. Teófilo Espinel Macías. 18. Mg. Iván Cevallos García. 19. Mg. Xavier Cedeño Guadamud. 20. Lic. Edgar Bureau Grain. 21. Ing. Roxana Almeida Macías.	NOMBRES DOCENTES NO TITULARES DE LA CARRERA CON PARTICIPACIÓN EN VINCULACIÓN 1. Dra. Sindy Milla (Asesora de proyectos). 2. Mg. Hernán Pillajo Borja (Coordinador Publicidad). 3. Lic. Carlos Cedeño Moreira (Coordinador Periodismo). 4. Mg. Grace Zurita Maldonado. 5. Mg. Belén Vásquez Campusano. 6. Mg. Gabriela Vélez Bermello. 7. Mg. Jaqueline Pin Carvajal. 8. Mg. Javier Pérez Martínez. 9. Mg. Felisa Meza Intriago. 10. Mg. Mariuxi Mendoza Zambrano. 11. Mg. Luis Mejía Ruperti. 12. Mg. Jorge Márquez López. 13. Dra. Patricia Henríquez Coronel. 14. Mg. Rocío García Párraga. 15. Lic. Santiago Alcívar Chilán.			
NOMBRES DE ESTUDIANTES PARTICIPANTES	NIVEL EDUCATIVO			
En anexo	Octavo semestre carreras de Publicidad y Mercadotecnia, Comunicación Organización y Relaciones Públicas y de Periodismo			



12. Indicadores de resultados alcanzados: cualitativos y cuantitativos

En el proyecto se miden tres variables: Generales, de comunicación y las enfocadas a la administración, con los correspondientes indicadores y sus respectivas mediciones.

Tabla 15. Variables, indicadores y medición

Variables	Indicadores	Medición de indicadores
1. Actividades generales		
	<ul style="list-style-type: none">• Mesa de dialogo con las Autoridades del IEPS	<ul style="list-style-type: none">• Un informe.
	<ul style="list-style-type: none">• Levantamiento de la información	<ul style="list-style-type: none">• Aplicación de 55 encuestas.
	<ul style="list-style-type: none">• Elaboración de actas e informes	<ul style="list-style-type: none">• Tres actas e informes.
	<ul style="list-style-type: none">• Redacción y entrega de oficios de invitación	<ul style="list-style-type: none">• Oficios entregados 55.
2. Actividades de comunicación		
	<ul style="list-style-type: none">• Talleres de inducción, motivación y concienciación a los estudiantes de la FACCO.	<ul style="list-style-type: none">• Dos talleres
	<ul style="list-style-type: none">• Desarrollo de una estrategia de comunicación comercial en redes sociales.	<ul style="list-style-type: none">• Dos diseños
	<ul style="list-style-type: none">• Diseño de piezas publicitarias para publicidad directa (trípticos, flyers, cartas y tarjeta de presentación así como catálogos comerciales).	<ul style="list-style-type: none">• Tres diseños
	<ul style="list-style-type: none">• Diseño de logotipos y señalética corporativa	<ul style="list-style-type: none">• Diseño para cada asociado 55
3. Actividades administrativas		
	<ul style="list-style-type: none">• Diseño de plan estratégico para el	<ul style="list-style-type: none">• Diseño para cada



	desarrollo de la marca y fortalecimiento institucional.	asociado 55.
	<ul style="list-style-type: none">• Diseño de empaques y envolturas para exhibir en forma adecuada los productos.	<ul style="list-style-type: none">• Diseño para cada asociado 55.
	<ul style="list-style-type: none">• Desarrollar y socializar los valores y filosofías corporativas de la asociación (misión, visión, objetivos).	<ul style="list-style-type: none">• Desarrollar diseño organizacional para cada asociado 55.
	<ul style="list-style-type: none">• Taller de análisis prospectivo y de oportunidades de mercado para los productos de los asociados.	<ul style="list-style-type: none">• Dos talleres
	<ul style="list-style-type: none">• Charlas sobre de seguridad y condiciones sanitarias para un adecuado y óptimo aprovechamiento de las instalaciones.	<ul style="list-style-type: none">• Un charla
	<ul style="list-style-type: none">• Talleres de herramientas administrativas:<ul style="list-style-type: none">- Liderazgo y relaciones públicas.- Marketing y servicio al cliente- Inocuidad, manipulación de alimentos y servicios de calidad	<ul style="list-style-type: none">• Seis talleres para estudiantes.• Doce talleres para asociados.

13. Impacto

El impacto ambiental del proyecto con respecto a la Asociación Tropitagua, que utiliza como materia prima el fruto de la "tagua", se encuentra orientado hacia el cuidado del medio ambiente y la reforestación de estas plantas, socializando con los agricultores que proveen de esta materia prima.

13. Autogestión y sostenibilidad

La autogestión en este proyecto es responsabilidad de la Unidad Académica de Ciencias de la Comunicación, Carreras Comunicación Organizacional y Relaciones



Públicas, Publicidad y Mercadotecnia y Periodismo; desde la planificación, desarrollo y ejecución del proyecto y las gestiones realizadas con la colaboración del Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria, para establecer contacto con las Asociaciones objeto de estudio.

Se tiene como financiamiento principal la partida presupuestaria de la ULEAM. Con respecto al capital humano, está conformado por la participación de estudiantes del octavo nivel de Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas, Publicidad y Mercadotecnia y Periodismo; quienes son los encargados de ejecutar el proyecto incurriendo en gastos operacionales que serán solventados de acuerdo al presupuesto establecido; también se considera la autorresponsabilidad de los asociados en asistir a cada una de las capacitaciones, talleres y de las actividades diseñadas en el proyecto; los directivos de las asociaciones deberán brindar el apoyo necesario para que las actividades se ejecuten con normalidad, de igual manera se cuenta con el apoyo de docentes para capacitar a los estudiantes y hacer el acompañamiento de campo, así mismo dar continuidad al proyecto para que cumpla con los objetivos establecidos; además este proyecto tiene una vida útil amplia, de forma que se podrá replicar el estudio de vinculación con otras asociaciones en el futuro, debido a que se ha sembrado una buena semilla y continuará desarrollándose.

Además el proyecto también contribuye a la adopción de nuevos estilos de vida, que posiblemente les pueda ayudar a mejorar el nivel económico y fortalecer su identidad institucional y liderazgo, mismo que tienen un impacto positivo para los asociados, su familia y comunidad.

14. Marco institucional

La entidad ejecutora es la Facultad de Ciencias de la Comunicación, mediante las carreras de Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas, Publicidad y Mercadotecnia y Periodismo de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, en coordinación con el Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria.



Obligaciones de la ULEAM

En el caso de la ULEAM tendrá las siguientes obligaciones:

- Disponer de los recursos humanos y profesionales, tanto técnicos y logísticos que dispone la universidad, para el cumplimiento de los objetivos establecidos en el convenio firmado con el representante del IEPS.
- Coordinar con los funcionarios del IEPS y las Asociaciones Tropitagua y Fortaleza Femenina, las actividades de capacitaciones y talleres que se llevarán a cabo.
- Los docentes y estudiantes capacitadores de manera conjunta presentarán los informes periódicos en un formato exigido por el departamento interno de vinculación FACCO.
- Elaborar la planificación de capacitaciones, así como de talleres y prácticas.
- Remitir el listado de docentes y estudiantes que participan en las capacitaciones.

Obligaciones del Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria

En relación a las obligaciones del Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria, se encargará de:

- Facilitar los contactos formales entre las Asociaciones y la unidad ejecutora (FACCO).

15. Financiamiento del proyecto

La inversión total del proyecto es de \$8,234 dólares, que será financiado en forma interna con los recursos de la ULEAM como indica la siguiente tabla:

Tabla 10. Financiamiento del proyecto

Componentes / Rubros	Financiamiento fuente interna - ULEAM	Total
Movilización de Estudiantes	935.00	935.00
Movilización de docentes	935.00	935.00
Materiales de oficina	380.00	380.00



Publicidad	3,400.00	3,400.00
Refrigerio	2,584.00	2,584.00
Total	\$ 8,234.00	\$ 8,234.00

16. Logros, Resultados o Productos esperados

En el proyecto se miden tres variables: Generales, de comunicación y las enfocadas a la administración, con los correspondientes indicadores y sus respectivas mediciones.

Tabla 15. Variables, indicadores y medición

Variables	Indicadores	Medición de Indicadores
4. Actividades generales		
	• Mesa de dialogo con las Autoridades del IEPS	• Un informe.
	• Levantamiento de la información	• Aplicación de 55 encuestas.
	• Elaboración de actas e informes	• Tres actas e informes.
	• Redacción y entrega de oficios de invitación	• Oficios entregados 55.
5. Actividades de comunicación		
	• Talleres de inducción, motivación y concienciación a los estudiantes de la FACCO.	• Dos talleres
	• Desarrollo de una estrategia de comunicación comercial en redes sociales.	• Dos diseños
	• Diseño de piezas publicitarias para publicidad directa (trípticos, flyers, cartas y tarjeta de presentación así como catálogos comerciales).	• Tres diseños
	• Diseño de logotipos y señalética	• Diseño para cada



	corporativa	asociado 55
6. Actividades administrativas		
	<ul style="list-style-type: none">• Diseño de plan estratégico para el desarrollo de la marca y fortalecimiento institucional.	<ul style="list-style-type: none">• Diseño para cada asociado 55.
	<ul style="list-style-type: none">• Diseño de empaques y envolturas para exhibir en forma adecuada los productos.	<ul style="list-style-type: none">• Diseño para cada asociado 55.
	<ul style="list-style-type: none">• Desarrollar y socializar los valores y filosofías corporativas de la asociación (misión, visión, objetivos).	<ul style="list-style-type: none">• Desarrollar diseño organizacional para cada asociado 55.
	<ul style="list-style-type: none">• Taller de análisis prospectivo y de oportunidades de mercado para los productos de los asociados.	<ul style="list-style-type: none">• Dos talleres
	<ul style="list-style-type: none">• Charlas sobre de seguridad y condiciones sanitarias para un adecuado y óptimo aprovechamiento de las instalaciones.	<ul style="list-style-type: none">• Un charla
	<ul style="list-style-type: none">• Talleres de herramientas administrativas:<ul style="list-style-type: none">- Liderazgo y relaciones públicas.- Marketing y servicio al cliente- Inocuidad, manipulación de alimentos y servicios de calidad	<ul style="list-style-type: none">• Seis talleres para estudiantes.• Doce talleres para asociados.



Bibliografía

- Banco Central del Ecuador (2012). *Inclusión Económica y Social: La experiencia Ecuatoriana*. Quito, Ecuador: Banco Central del Ecuador.
- Banco Central del Ecuador (2012). *Reporte de pobreza, desigualdad y mercado laboral*. Quito, Ecuador: Dirección de Estadística Económica.
- Cattani, A. (2004). *La otra economía*. Argentina: Editorial Altamira.
- Constitución Política del Ecuador.
- Cotera, A. (2007). *Visiones de una economía responsable, plural y solidaria en América Latina y el Caribe*. Lima, Perú.
- Lechat, P. y Noelle, M. (2002). *Economía social, economía solidaria, tercer sector: De que se trata*. Porto Alegre, Brasil: Civitas: Revista de Ciencias sociales, 2(1): 123-140. ISSN: 1519-6089.
- Ley Orgánica de Educación Superior (LOES).
- Ministerio de Inclusión Económica y Social (2014). *Ley de Economía Popular y Solidaria*. Quito, Ecuador: Ministerio de Inclusión Económica y Social.
- Razeto, L. (1993). *Los caminos de la economía de solidaridad*.
- Reglamento de Régimen Académico.
- Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (2014). *Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria*. Quito, Ecuador.



Anexos

LISTADO DE ESTUDIANTES DEL PROYECTO CON EL IEPS

"LAS HERRAMIENTAS COMUNICACIONALES Y LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA DE MANABÍ"

CORP:

1. Angulo Montenegro Anthony Joseph
2. Barcia Monroy Gema Patricia
3. Chávez Murillo Denisse Ghislaine
4. Cruz Bazurto Carlos Fabián
5. Frank Delgado Heine Eduardo
6. Gómez Chávez Katherine Patricia
7. Hernández Zambrano Mario Honorio
8. Kelly Alarcón Génesis Tatiana
9. Macías Párraga Sofía Lorys
10. Mero Merchán Marlon Andrés
11. Molina Bailón Oscar David
12. Quiroz Cornejo Gema Lisbeth
13. Reyes Cedeño Juan Carlos
14. Saavedra Zambrano Arianna Nicole
15. Soledispa Cortéz Jhonna Priscila
16. Torres Cedeño Viviana Alejandra
17. Velásquez Mero Gabriel David
18. Zambrano Narváez Kevin Bartolo
19. Zambrano Pico Thalia Elizabeth
20. Larrea Moreira Silvio Alexander (Egresado)

PERIODISMO:

1. Ponte Gutierrez Jessenia
2. Ochoa Gutiérrez Paúl Gonzalo
3. Bermello Bone Xavier
4. Falcones Cevallos Jair
5. Mendoza Escobar Kerly

PUBLICIDAD:

1. Artieda Moreno Luis
2. Barcia Pilay Kelvin
3. Ruilova Doménica Nicole
4. Vizuete Flores Paulina
5. Cedeño Zambrano Dayana



6. Posligua Espinales Luis
7. Herrera Andrés Antonio
8. Baque Ponce Luis Felipe
9. Mendoza Alexander
10. Tuarez Castro Johana
11. Delgado Reyes Jordán
12. Mero Mero Adrián Abel
13. Bello Sánchez Fabricio
14. Moreira Palma Andy
15. Pesantez Lucas Robert
16. Pachay Barcia José
17. Velesaca Sornoza Jhon
18. Burgos Quijije Cristian
19. Soledispa Baque Danny
20. Zamora Vinueza Adrian
21. Mendoza Cevallos Mariuxi
22. Moreira Adrian Stalin
23. Poveda Montanero Diego
24. Santibañez Karla (EGRESADA)

DOCENTES QUE PARTICIPAN EN EL PROYECTO:

Comisión de Vinculación FACCO:

1. Mg. Rosa Cedeño Rengifo (Coordinación FACCO).
2. Dra. Sindy Milla (Asesora de proyectos).
3. Mg. Bahian Mondavi Sobbi (Coordinadora CORP).
4. Mg. Hernán Pillajo Borja (Coordinador Publicidad).
5. Lic. Carlos Cedeño Moreira (Coordinador Periodismo).
6. Lic. Vicenta Barrezueta Pico (Miembro).
7. Lic. Jhonny Mendoza Bravo (Miembro).
8. Lic. Jarvin Cantos (Miembro).
9. Todos los treinta y cinco (35) docentes de la FACCO que capacitarán a los estudiantes y realizarán trabajo de campo.



DIRECTOR NACIONAL DEL IEPS
EC. RAÚL ZURITA



DIRECTOR ZONAL DEL IEPS ING.
FERNANDO CACERES



ING. PAOLA VASCO –COORDINADORA
DE FORTALECIMIENTO DE ACTORES



CONVERSATORIO CON AUTORIDADES DEL
IEPS, DIRECTIVA DE ASOCIACIONES,
DOCENTES, DECANO Y ESTUDIANTES DE
FACCO.



PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN
TROPITAGUA -SR. EDISÓN VALENCIA



VISITA A LOS TALLERES QUE INTEGRAN
LA ASOCIACIÓN. TROPITAGUA EN
SOSOTE



TIENDA DE ARTESANÍAS
REALIZADAS EN TAGUA EN
SOSOTE.

VISITA DE CAMPO A LOS
TALLERES Y TIENDAS QUE
INTEGRAN LA ASOCIACIÓN
TROPITAGUA.



TALLERES DE ARTESANIAS EN
SOSOTE.



PRESIDENTA DE LA ASOCIACIÓN
FORTALEZA FEMENINA - SRA. MADISON
DELGADO



VISITA DE CAMPO A LA ASOCIACIÓN
FORTALEZA FEMENINA EN LA PARROQUIA
LEONIDAS PROAÑO - MONTECRISTI.

