



UNIVERSIDAD LAICA "ELOY ALFARO" DE MANABÍ

EXTENSIÓN BAHÍA DE CARÁQUEZ

CARRERA MARKETING

PROGRAMA DE VINCULACIÓN CON LA COLECTIVIDAD

Proyecto

**"REDISEÑO DE IMAGEN COMERCIAL Y DE SERVICIO
PARA EL DESARROLLO SUSTENTABLE
SOCIOECONÓMICO EMPRESARIAL DE LOS
PEQUEÑOS NEGOCIOS DE LA PARROQUIA
LEÓNIDAS PLAZA DEL CANTÓN SUCRE".**

AÑO 2015-2019



DECANO/A

Lcda. Clotilde Chica Ostaiza Mg

Ing. Frank Ángel Lemoine Quintero MBA. – Coordinador de la comisión de
Vinculación

PERIODO 2015



	NOMBRE DEL DOCUMENTO:	CÓDIGO: PVV-01-F-001	
	FORMATO DE PROYECTO DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD	REVISIÓN: 1	
	PROCEDIMIENTO: PLANIFICACIÓN DE PROYECTO DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD	Página 2 de 20	

1. Datos generales:



DATOS GENERALES		
Nombre del Programa de Vinculación con la Sociedad: Desarrollo económico, cambio tecnológico y crecimiento		
Nombre o Título del Proyecto: "Rediseño de imagen comercial y de servicio para el Desarrollo sustentable socioeconómico empresarial de los pequeños negocios de la parroquia Leónidas Plaza del Cantón Sucre, Año 2015-2019".		
Nombre de la Facultad o Unidad Académica Responsable: Extensión Bahía de Caráquez	Carrera: Ingeniería en Marketing	Convenio: MIES
Área del conocimiento: Ciencias sociales, educación comercial y derecho	Sub área del conocimiento: 34 Educación comercial y administración	Sub área específica: Formación de personal.
Línea de Vinculación: Servicios técnicos, transferencias tecnológica y educación continua comunitaria	Tipo Proyecto: Vinculación	
Campo amplio: 04 Administración de empresas y derecho	Campo específico: 041 Educación comercial y administración	
Fecha Inicio Mayo 2015	Fecha de Fin Planeado Mayo del 2019.	Fecha de fin Real

Alcance Territorial

COBERTURA Y LOCALIZACIÓN		
Cobertura: Parroquial	Zona de Planificación: Zona 4: Manabí, Santo Domingo de los Tsáchilas.	
Provincia: Manabí	Cantón: Sucre	Parroquia: Leónidas Plaza
Objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir: 9. Garantizar el trabajo digno en todas sus formas.		

Instituciones involucradas en el proyecto.



INSTITUCIONES INVOLUCRADAS EN EL PROYECTO (DATOS DE LAS INSTITUCIONES EJECUTORAS)				
Institución Gestora:	Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Extensión Bahía de Caráquez			
Dirección	Ciudad	Correo Electrónico	Pág. Web.	Teléfonos /Fax
César Ruperti y	Bahía de Caráquez	Uleam@uleamedu.ec	www.uleam.edu.ec	052 399710

	NOMBRE DEL DOCUMENTO:		CÓDIGO: PVV-01-F-001	
	FORMATO DE PROYECTO DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD			
	PROCEDIMIENTO:		REVISIÓN: 1	
PLANIFICACIÓN DE PROYECTO DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD		Página 3 de 20		

Antonio Oramas				
Institución Beneficiaria:				
Dirección	Ciudad	Correo Electrónico	Pág. Web.	Teléfonos /Fax
Leónidas Plaza	Bahía de Caráquez			

Monto		
Presupuesto aporte ULEAM	Presupuesto entidad auspiciante/beneficiaria.	Presupuesto Total
US\$ 4921,00		US\$ 4921,00
Plazo de ejecución		
Fecha de presentación	Fecha de inicio	Fecha de finalización
02/05/2015	04/05/2015	31/05/2019
Duración en meses:	Estado:	
60 meses	Nuevo: <input checked="" type="checkbox"/>	En Ejecución <input checked="" type="checkbox"/> Continuación: <input type="checkbox"/>



	NOMBRE DEL DOCUMENTO:	CÓDIGO: PVV-01-F-001	
	FORMATO DE PROYECTO DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD	REVISIÓN: 1	
	PROCEDIMIENTO: PLANIFICACIÓN DE PROYECTO DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD	Página 4 de 20	

2. Análisis de la Situación Actual

2.1 Diagnóstico

El análisis nace a partir de un muestreo que se realizó en los locales comerciales de la Parroquia Leónidas plaza, cuyo resultado arrojó deficiencias en los servicios que prestan estos locales. La ubicación de estos locales en la avenida César Ruperti se obtuvo mediante la aplicación de la herramienta REDATAM en donde se puede apreciar el considerable comercio que tiene la parroquia y la cual carece principalmente de una deficiente imagen comercial y con servicios de mala calidad por lo que se determinó por parte de estudiantes de tercer semestre de Marketing realizar un diagnóstico situacional de estos locales.

Problema:

El deficiente servicio de los locales y negocios existente en la parroquia Leónidas Plazas afecta la sustentabilidad económica de su población.

Causas:

- Déficit de conocimiento de técnicas de ventas.
- Poco conocimiento del Marketing Empresarial Sostenible.
- Deterioro de imágenes corporativas en los pequeños negocios.
- Falencia gastronómica con deficiente atractivo.
- Incumplimiento de los pequeños negocios con su razón social.

Efecto:

- Bajo niveles de ingresos en los negocios.
- Bajo nivel de capacitación de microempresarios y trabajadores.
- Pérdida de la identidad cultural gastronómica del cantón y la provincia.
- Bajo niveles de cumplimiento de las normas de higiene y seguridad establecida por el ministerio de salud pública.
- Pérdida de clientes nacionales por deficiente calidad del servicio que brindan los negocios.

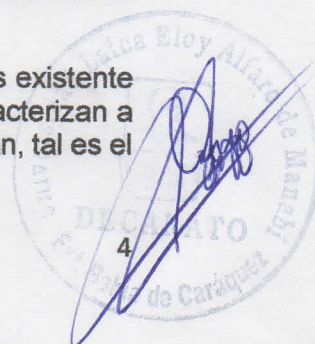
3. Antecedentes



La parroquia de Leónidas Plaza cuenta con 36 barrios y comunidades anexas con una población aproximada de 22.000 habitantes, tiene un crecimiento poblacional y comercial bien representativo en el cantón y considerada como el motor de empuje a la ciudad de Bahía de Caráquez.

La existencia de locales que les brinda servicios a pobladores y visitantes nacionales e internacionales que asisten a la parroquia no guardan una relación con su razón social y su imagen comercial por lo que esto afecta los servicios que brindan los mismos.

Entre los servicios más representativos están las tiendas barriales, los pequeños comedores y comidas rápidas, esto debido a la afluencia tanto comercial por su ubicación geográfica como número de entidades públicas ubicadas representativas en la parroquia tales como hospital, Universidad y Consejo de la Judicatura entre otras de menor representatividad.

Para la realización de este proyecto incurrió la investigación de necesidades existente en el entorno, la cual se pudo encontrar falencias en las estructuras que caracterizan a los locales comerciales de nuestra zona y falencia en los servicios que prestan, tal es el



	NOMBRE DEL DOCUMENTO:	CÓDIGO: PVV-01-F-001	
	FORMATO DE PROYECTO DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD	REVISIÓN: 1	
	PROCEDIMIENTO:	Página 5 de 20	
	PLANIFICACIÓN DE PROYECTO DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD		

caso de que muchos locales cuentan con la misma apariencia desde sus inicios y sus propietarios desconocen de técnicas y estrategias de ventas.

El diagnóstico realizado permitió conocer además las deficiencias de los pequeños negocios de la zona y que impactan negativamente tanto a la parroquia por su imagen comercial como por el desconocimiento por parte de los mismos de las actividades económicas encaminadas al crecimiento sustentable de sus negocios.

El estudio realizado además nos ayudó en la comprensión de los procesos logísticos de estructuración y manejo de materiales destinados al mejoramiento de estos locales comerciales, con la finalidad de dar el apoyo a las actividades de comercialización y por consiguiente al desarrollo económico de esta área.

4. Justificación

Debido a la gran competencia en el mercado y a la reducción de ventas en locales comerciales de nuestra Parroquia Leónidas Plaza, nos vimos en el deber de incursionar en este campo para mejorar de forma positiva así también como óptima la estructura de estos negocios, implementando una estrategia que aumente las ventas, esto será beneficioso tanto para los dueños de estos establecimientos como para la economía de la zona.

Este proceso que se ofertará será ofrecer un perfil que cuente con calidad y cualidades, que aporte al interés de los transeúntes de querer ingresar en sus locales comerciales, así convertirlos en posibles clientes que aporten a la productividad y crecimiento de la actividad comercial.



La capacitación continua es la opción para vincular la transferencia de tecnología de la Universidad a las comunidades de la zona con la finalidad de que estos pequeños negocios gocen de prestigio en el entorno y los mismos presten sus servicios eficaces y eficientes.

El proyecto aportará a la participación de la población en las actividades relacionadas con el desarrollo del Turismo y la gastronomía que a su vez significará un aumento de los ingresos comunitarios. El ámbito de este trabajo coincide que todo proceso de planificación debe contar con una asesoría de consultores especializados en el área marketing, hotelería y gastronomía.

El mismo estructurado en tres etapas: Diagnóstico, Capacitación Continua y Rediseño de Imagen Corporativa. Las mismas con la finalidad de llevar un proceso de gestión que permita el vínculo entre la comunidad y la Universidad, aportándole al estudiante su desarrollo práctico y personal sobre los conocimientos adquirido en el proceso de enseñanza.

En el Plan Nacional del Buen Vivir; el objetivo 9 describe: Garantizar el trabajo digno en todas sus formas, los principios y orientaciones para el Socialismo del Buen Vivir reconocen que la supremacía del trabajo humano sobre el capital es incuestionable. De esta manera, se establece que el trabajo no puede ser concebido como un factor más de producción, sino como un elemento mismo del Buen Vivir y como base para el despliegue de los talentos de las personas. En prospectiva, el trabajo debe apuntar a la realización personal y a la felicidad, además de reconocerse como un mecanismo de integración social y de articulación entre la esfera social y la económica.



	NOMBRE DEL DOCUMENTO:	CÓDIGO: PVV-01-F-001	
	FORMATO DE PROYECTO DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD	REVISIÓN: 1	
	PROCEDIMIENTO:	Página 6 de 20	
	PLANIFICACIÓN DE PROYECTO DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD		

Dentro de las políticas que se establecen se considera la 9.3 que indica: Profundizar el acceso a condiciones dignas para el trabajo, la reducción progresiva de la informalidad y garantizar el cumplimiento de los derechos laborales.

Y la meta: 9.4 que hace mención a: Reducir la informalidad laboral al 42,0%; aspectos importantes que se han considerado dentro de este proyecto.

La Zona 4 que corresponde a las provincias de Manabí y Santo Domingo de los Tsáchilas presenta características particulares en relación al resto del país, por contar con infraestructura aeroportuaria y puerto terrestre. A través de la red vial existente se integra el perfil costanero con el interior y las provincias aledañas, mediante ejes viales de gran importancia para la producción y el turismo, como la Ruta del Spondylus, Portoviejo – Santo Domingo, Manta-Guayaquil, Manta- Portoviejo- Quevedo, Santo Domingo – Quevedo, Santo Domingo – Esmeraldas, Santo Domingo – Quito, Suma – Pedernales y La Concordia – Puerto Nuevo (MROP, 2013.)

El territorio zonal comprende desde el perfil costanero hasta las estribaciones de la cordillera occidental de los Andes, constituye la plataforma para que en esta zona se desarrollen actividades agropecuarias, comerciales y sociales, complementadas mediante una infraestructura sistémica que potencia y fortalece las dinámicas de los territorios y asentamientos humanos. Las principales debilidades están vinculadas a la contaminación de aguas y suelos, a la vulnerabilidad física, social, económica y ambiental frente a peligros naturales y antrópicos.



Dentro de las principales líneas de acción y la transformación de la matriz productiva este programa hace relación con los que a continuación se detallan:

- Agregar valor en la producción existente, fomentar la exportación de productos nuevos y sustituir las importaciones relacionadas a los sectores priorizados a nivel de país: alimentos frescos y procesados, energías renovables, biotecnología, farmacéutica, servicios (turismo), vehículos, construcción, transporte y logística.
- Profundizar la economía popular y solidaria y la micro, pequeña y mediana empresa.
- Conformar una red articulada y complementaria de asentamientos humanos que contribuyan a la transformación de la matriz productiva en la zona.

En el campo de Reducción de brechas y desigualdades socioeconómicas podemos mencionar:

- Caminar hacia la redistribución y la solidaridad, mediante la institución de la justicia, la equidad y el fortalecimiento de la ética como los valores que edifiquen el presente y el futuro.
- Desarrollar la eficiencia, la eficacia y la calidad de las actividades operativas de los ministerios sectoriales, en coordinación con los gobiernos autónomos descentralizados.

El Plan Nacional del Buen Vivir y específicamente la Zona 4, tiene relación con el objetivo de pertinencia y con el perfil de egreso de carrera ,la meta principal es de contribuir a la formación de un Profesional de Ingeniería en Marketing con actitudes formativas de innovar conocimientos cuantitativos y cualitativos para promover, fomentar y desarrollar negocios sustentables que involucren la problemática social y empresarial, capaz de conducir el desarrollo integral del medio donde se desenvuelve como profesional productivo y proactivo en generar cambios.

	NOMBRE DEL DOCUMENTO:	CÓDIGO: PVV-01-F-001	
	FORMATO DE PROYECTO DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD	REVISIÓN: 1	
	PROCEDIMIENTO:	Página 7 de 20	
	PLANIFICACIÓN DE PROYECTO DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD		

Las tareas que ejecuta el egresado de la especialidad de Ingeniería en Marketing responderán al siguiente perfil:

Estar en capacidad de:

- Planificar programas de mercadeo tomando en cuenta los diferentes variables mercadológicas con una orientación de calidad.
- Dirigir las funciones del marketing direccionadas a la satisfacción de deseos y necesidades del consumidor.
- Diseñar estrategias y políticas para ofrecer productos y servicios a satisfacción del cliente.
- Utilizar la publicidad aplicando las estrategias generales de mercado y comunicación.
- Manejo óptimo de las políticas de promoción y plaza.
- Investigación de mercados.
- Ser un profesional proactivo.
- Desarrollar planes de publicidad.
- Crear y manejar políticas de producto, precio y distribución buscando competitividad para sus productos.
- Integrar a todas las unidades estratégicas del negocio y orientarlas hacia las metas de crecimiento y obtener el desarrollo para obtener rentabilidad para la empresa.

Hablar del Ingeniero en Marketing es referirse al profesional que conduce los procesos comerciales de organizaciones públicas y privadas para satisfacer deseos y necesidades del mercado generando además ingresos para la empresa. Su principal virtud es y debe ser la creatividad.

El marketing a través de sus profesionales contribuye al desarrollo comercial y económico de las empresas mediante la investigación, el desarrollo y entrega de productos superiores a sus clientes y consumidores finales.

5. Proyectos relacionados y / o complementarios

Desarrollo del Turismo Sostenible en el destino turístico Sucre - San Vicente –Jama-Pedernales. Autor: Dr. C Ing. Wilfredo Valls Figueroa; cuya institución que tiene el proyecto en mención es la ULEAM extensión Bahía de Caráquez el cual ya se encuentra aprobado.

6. Objetivos



6.1 Objetivo de desarrollo

Contribuir al desarrollo sustentable y socioeconómico empresarial de los pequeños negocios de la parroquia Leónidas Plaza del Cantón Sucre.

6.2 Objetivo General

Fortalecer la calidad de los servicios de las microempresas de la parroquia Leónidas Plaza del cantón Sucre que permita la sustentabilidad socioeconómica.



	NOMBRE DEL DOCUMENTO: FORMATO DE PROYECTO DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD	CÓDIGO: PVV-01-F-001	
	PROCEDIMIENTO: PLANIFICACIÓN DE PROYECTO DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD	REVISIÓN: 1 Página 8 de 20	

6.3 Objetivos Específicos

1. Determinar el grado de la informalidad y garantizar el cumplimiento de los derechos laborales.
2. Definir estrategias funcionales para microempresas para mejorar técnicas de ventas.
3. Rediseñar la imagen comercial y empresarial de los pequeños negocios de la parroquia Leónidas Plaza del Cantón Sucre.
4. Monitorear la aplicación de las nuevas técnicas de ventas y los conocimientos adquiridos.

• Metas

Con el diseño del proyecto en sus cuatro fases las metas estarán dimensionadas de la siguiente forma:

1. Al menos el 80 % de los dueños de los pequeños negocios incrementan valor agregado en sus artículos de expendios.
2. Al menos el 80% de los beneficiarios de los pequeños negocios brindan servicios de calidad con calidez a los clientes externos.
3. Al menos el 50% reduce la informalidad laboral garantizando el cumplimiento de los derechos laborales.
4. Al menos mantener en un 80% las organizaciones estables dadas por el rediseño de imagen empresarial y corporativa con expectativas de crecimiento al menos el 70% de las estrategias y técnicas aplicadas mejoran las ventas en los negocios.
5. Al menos el 70% de las estrategias y técnicas aplicadas mejoran las ventas en los negocios.

• Actividades

FASE I.-

- Reunión de selección de equipo de trabajo: Docentes y estudiantes, así como la distribución carga horaria, entrega de horarios y socializar el proyecto con el equipo.
- SPSS: recopilar información de los diagnósticos levantados.
- REDATAM: recopilar toda la información o datos necesarios para realizar los trabajos.
- Análisis de la línea base
- Elaboración de proyecto
- Socialización del proyecto con la comunidad universitaria de la Extensión Bahía de Caráquez.
- Reunión con los beneficiarios.
- Firma de convenio.
- Lanzamiento del proyecto ante la comunidad.



FASE II.-

- Elaboración de estrategias para ejecutar el proyecto.

FASE III.

- Rediseño de imagen



	NOMBRE DEL DOCUMENTO:	CÓDIGO: PVV-01-F-001	
	FORMATO DE PROYECTO DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD	REVISIÓN: 1	
	PROCEDIMIENTO:	Página 9 de 20	
	PLANIFICACIÓN DE PROYECTO DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD		

- Diseño de marca
- Diseño de slogan
- Diseño de logotipo
- Diseño de presentación
- Diseños de páginas web

FASE IV.

- Mejorar el nivel de satisfacción de los consumidores o usuarios que asisten a las microempresas de la parroquia.
- Mejorar la prestación de los servicios que brindan con una asistencia personalizada y con dominio de técnicas de marketing.
- Mejorar la presentación del servicio gastronómico identificando los platos típicos como identidad cultural.
- Elaboración de folder con evidencias de lo ejecutado.



- **Cronograma valorado de actividades**

COMPONENTES/ RUBROS	PROGRAMACIÓN VALORADA (dólares)					TOTAL
	Período 1 (Año 2015)	Período 2 (Año 2016)	Período 3 (Año 2017)	Período 4 (Año 2018)	Período 5 (Año 2019)	
Fase I.						
Diagnostico	200.00					200.00
Evaluar el entorno.	121.00					121.00
Fase II.						
Capacitar los niveles de atención al cliente	750.00	750.00	750.00	750.00	750.00	3750.00
Fase III.						
Rediseño de local	300.00					300.00
Norma de Protección y seguridad.		50.00				50.00
Norma Higiénica sanitaria		50.00				50.00
Fase IV.						
Proyección de Ventas.			50.00			50.00
Estructura de Ventas.			50.00			50.00
Estacionalidad de la Dimensión				50.00		50.00
Realizar una encuesta de satisfacción					200.00	200.00
Monitoreo y evaluación					100.00	100.00
Realización del Informe final						0.00
TOTAL \$ 4,921.00						

- **Duración del proyecto y vida útil**

El programa está planteado hacia un cambio de identificación y renovación de las microempresas, lo cual tiene un inicio el 04 de Mayo del 2015, iniciando con el diagnóstico y tiene como finalidad culminar en 31 de Mayo del 2019.



	NOMBRE DEL DOCUMENTO: FORMATO DE PROYECTO DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD	CÓDIGO: PVV-01-F-001	
	PROCEDIMIENTO: PLANIFICACIÓN DE PROYECTO DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD	REVISIÓN: 1 Página 10 de 20	

- **Beneficiarios**

- a) **Beneficiarios directos**

Con el presente proyecto se beneficiaran los dueños o propietarios de las microempresas que existen en la parroquia Leónidas Plaza del cantón Sucre.

- b) **Beneficiarios indirectos**

Son los pobladores que se ubican en la zona de influencia del proyecto, si se toma en cuenta que una familia tipo ecuatoriana está conformada por 5 miembros (censo del 2010), entonces los familiares a beneficiarse son 350 personas (5 personas x 70 cantidad de locales comerciales=350).

11.1 Equipo de Trabajo

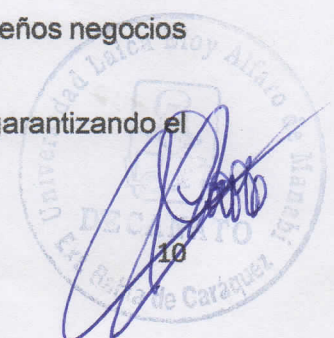
PROYECTO DE VINCULACIÓN	DOCENTES PARTICIPANTES			
	TITULARES		NO TITULARES	
NOMBRE DEL PROYECTO	M	H	M	H
"Rediseño de imagen comercial y de servicio para el Desarrollo sustentable socioeconómico empresarial de los pequeños negocios de la parroquia Leónidas Plaza del Cantón Sucre, Año 2015-2019".				
TOTAL	0	7	1	1
NOMBRES DOCENTES TITULARES DE LA CARRERA CON PARTICIPACIÓN EN VINCULACIÓN	NOMBRES DOCENTES NO TITULARES DE LA CARRERA CON PARTICIPACIÓN EN VINCULACIÓN			
Ing. Frank Lemoine Quintero.(Investigador) Lcdo. Javier Zambrano Mero. Ing. Víctor Román Vélez Ing. Rafael Bermúdez Ing. Ricardo Chica Cepeda(Investigador) Ing. Argelio A. Hidalgo Ávila Ing. Trajano Velastegui	Ing. Viviana Carvajal Zambrano. Dr. Wilfredo Valls Figueroa.			
NOMBRES DE ESTUDIANTES PARTICIPANTES	NIVEL EDUCATIVO			
Si el número de estudiantes es superior a 15, anexar el listado	Marketing tercer semestre			

- **Indicadores de resultados:**

Este proyecto se realizó por medio de la carrera de ingeniería en Marketing, el mismo que busca resaltar los cambios favorables que obtendrán los comercios, ayudando a resolver las falencias que existen en este campo y así llegar a tener una aceptación de la comunidad involucrada:

Durante el desarrollo del proyecto el 80% de los beneficiarios de los pequeños negocios brindan servicios de calidad con calidez a los clientes externos.

Durante el desarrollo del proyecto el 50% reduce la informalidad laboral garantizando el cumplimiento de los derechos laborales.



	NOMBRE DEL DOCUMENTO: FORMATO DE PROYECTO DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD	CÓDIGO: PVV-01-F-001	
	PROCEDIMIENTO: PLANIFICACIÓN DE PROYECTO DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD	REVISIÓN: 1 Página 11 de 20	

Durante el desarrollo del proyecto mantener en un 80% las organizaciones estables dadas por el rediseño de imagen empresarial y corporativa con expectativas de crecimiento y desarrollo.

Durante el desarrollo del proyecto el 60% de los comerciales deben de tener un rediseño de imagen.

Durante el desarrollo del proyecto el 70% de las estrategias y técnicas aplicadas mejoran las ventas en los negocios.

- **Impacto**

Categoría 2:

Proyectos que no afectan el medio ambiente, ni directa o indirectamente, y por tanto, no requieren un estudio de impacto ambiental. Puesto que el proyecto a desarrollarse, sus actividades se ejecutarán al interior de los espacios físicos de las microempresas de la parroquia Leónidas Plaza del cantón Sucre.



- **Autogestión y sostenibilidad**

La autogestión en este proyecto es la responsabilidad de los estudiantes del Tercer Semestre de Marketing; además se requiere de la partida presupuestaria de la ULEAM para solventar los gastos operacionales del proyecto, ya que es muy importante para la sostenibilidad del mismo, también se cuenta con la autorresponsabilidad de los propietarios de los negocios o locales comerciales en asistir a cada una de las capacitaciones diseñadas en el proyecto; de igual manera se cuenta con la participación de los docentes a tiempo completo, los estudiantes en formación de la Tercer Semestre de Marketing con el fin de fortalecer, motivar la participación de los propietarios de los negocios y locales comerciales en el trabajo de vinculación, así mismo dar continuidad al proyecto para que este no fenezca y siga adelante con lo establecido, además este proyecto es duradero porque es de capacitación continua y se mantenga en el tiempo porque se ha sembrado una buena semilla, porque están conscientes de que la realización de estas actividades les ayudarán en su diario vivir del día a día.

La sostenibilidad estará dada en el presupuesto, se tendrá que impartir capacitación a los microempresarios, además los estudiantes aportarán con el conocimiento intelectual. El proyecto también contribuye con un impacto positivo para la comunidad en general ya que van a recibir un mejor servicio; desarrollando programas de capacitación continua involucrando actores (GAD y Universidad).

- **Marco institucional**

La "ULEAM", es una institución de educación superior moderna, que persigue ser líder en su ámbito de acción, formando profesionales especializados en quienes sobresalgan los conocimientos científicos, las prácticas investigativas, los comportamientos éticos, los valores morales y la solidaridad humana debidamente capacitados para participar activamente en el desarrollo socioeconómico de Manabí y el país.

	NOMBRE DEL DOCUMENTO:	CÓDIGO: PVV-01-F-001	
	FORMATO DE PROYECTO DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD	REVISIÓN: 1	
	PROCEDIMIENTO:	Página 12 de 20	
	PLANIFICACIÓN DE PROYECTO DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD		

La Extensión Bahía de Caráquez, Facultad de Ciencias Administrativas, Carrera de Marketing es una Unidad Académica que forma a profesionales con elevados conocimientos científicos para contribuir con el fortalecimiento de las políticas de salud, tratamiento, fomento, prevención, rehabilitación y recuperación en las diferentes instituciones tanto públicas y privadas.

Se firmó un convenio entre la Departamento de Vinculación con la Sociedad de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí Extensión Bahía de Caráquez y el MIES (Ministerio de Inclusión Económica y Social), donde existen los siguientes compromisos de las partes:

- a) Disponer el recurso humano y profesional, técnico logístico a su alcance, para el cabal cumplimiento de los objetivos del convenio firmado con los microempresarios. correspondiente a 160 horas.
- b) Coordinar con los propietarios de las microempresas para las gestiones de ejecución de las capacitaciones que ayudarán a brindar un mejor servicio a los clientes.
- c) Los docentes tutores y/o estudiantes de la carrera de manera conjunta presentarán los informes mensuales a partir del inicio de su intervención.
- d) Remitir el listado de docentes y estudiantes que participarán en la aplicación de las capacitaciones a los microempresarios de la Parroquia Leónidas Plaza del Cantón Sucre.

Por su parte como contraparte del convenio, MIES se compromete a:

- a.) Dar todas las facilidades para que los estudiantes y los docentes capacitadores de la ULEAM realicen las actividades.
- b.) Dar a conocer a los comerciantes sobre el proyecto de Vinculación con la Sociedad.
- c.) Comunicar a la Coordinación del Área de Vinculación con la Colectividad de la Facultad de Ciencias Médicas cualquier situación que desliga de la práctica profesional de él o los estudiantes que están asignados.



Entidad responsable:

Departamento de Vinculación con la Sociedad de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí Extensión Bahía de Caráquez.
Carrera de Marketing

• **Logros, Resultados o Productos esperados**

- ✓ Fortalecer en un 80% el conocimiento de los comerciantes en técnicas y estrategias de ventas, para potenciar la comercialización de sus productos.
- ✓ Manual de estrategias y técnicas para mejorar los niveles de satisfacción del cliente.



	NOMBRE DEL DOCUMENTO: FORMATO DE PROYECTO DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD	CÓDIGO: PVV-01-F-001	
	PROCEDIMIENTO: PLANIFICACIÓN DE PROYECTO DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD	REVISIÓN: 1 Página 13 de 20	

- Anexos:

Cuadro 1

Proyecto/ Fase de Vinculación	FUENTES DE FINANCIAMIENTO						TOTAL
	Externas		Internas				
	Crédito	Cooperación	Crédito	Fiscales	Auto Gestión	Actividad Comunitaria	
“Rediseño de imagen comercial y de servicio para el Desarrollo sustentable socioeconómico empresarial de los pequeños negocios de la parroquia Leónidas Plaza del Cantón Sucre, Año 2015-2019”.				4.921,00			4.921,00
Total				4.921,00			4.921,00

Cuadro 2
APORTE NACIONAL



COMPONENTE	INVERSIÓN				
	2016	2017	2018	2019	TOTAL
TOTAL					

Cuadro 3
APORTE EXTERNO

COMPONENTE	INVERSIÓN				
	2016	2017	2018	2019	TOTAL
TOTAL					





 13

	NOMBRE DEL DOCUMENTO:	CÓDIGO: PVV-01-F-001	
	FORMATO DE PROYECTO DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD	REVISIÓN: 1	
	PROCEDIMIENTO:	Página 14 de 20	
PLANIFICACIÓN DE PROYECTO DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD			

MATRIZ DE MARCO LÓGICO

RESUMEN	INDICADOR	META	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTO
Contribuir al desarrollo sustentable y socioeconómico empresarial de los pequeños negocios de la parroquia Leónidas Plaza del Cantón Sucre.	Durante el desarrollo del proyecto el 80% de los beneficiarios de los pequeños negocios desarrollaran un mejor nivel socioeconómico.	Al menos el 80 % de los dueños de los pequeños negocios incrementan valor agregado en sus artículos de expendios.	-Actas de reuniones -Planificación del proyecto -Cronograma de actividades -Registro de asistencia	Los propietarios o administradores se muestran contentos cuando participan en las actividades programadas.
Fortalecer la calidad de los servicios de las microempresas de la parroquia Leónidas Plaza que permita la sustentabilidad socioeconómica.	Durante el desarrollo del proyecto el 80% de los beneficiarios de los pequeños negocios brindan servicios de calidad con calidez a los clientes externos.	Al menos el 80% de los pequeños negocios brindan servicios de calidad con calidez a los clientes externos.	Planificación Registro de asistencia	Docentes activamente participando en actividades
COMPONENTES	INDICADOR	META	MEDIOS DE VERIFICACION	SUPUESTOS
Determinar el grado de la informalidad y garantizar el cumplimiento de los derechos laborales.	Durante el desarrollo del proyecto el 50% reduce la informalidad laboral garantizando el cumplimiento de los derechos laborales	Al menos el 50% reduce la informalidad laboral garantizando el cumplimiento de los derechos laborales.	Registro de asistencia	Docentes y estudiantes de la carrera de Marketing participan del proyecto.
Definir estrategias funcionales para microempresas para mejorar técnicas de ventas.	Durante el desarrollo del proyecto el 60% de los comerciales deben de tener definidas sus estrategias de ventas.	Al menos mantener en un 80% las organizaciones estables dadas por el rediseño de imagen empresarial y corporativa con expectativas de crecimiento el 70% de las estrategias y técnicas aplicadas mejoran las ventas en los negocios.	Planificación Registro de asistencia	Docentes y estudiantes de la carrera de Marketing participan del proyecto.
Rediseñar la imagen comercial y empresarial de los pequeños negocios de la parroquia Leónidas Plaza del Cantón Sucre.	Durante el desarrollo del proyecto mantener en un 80% el rediseño de imagen empresarial y corporativa con	Al menos el 70% de las estrategias y técnicas aplicadas mejoran las ventas en los negocios.	Plan de acción	Docentes y estudiantes de la carrera de Marketing participan en el cumplimiento de la





	NOMBRE DEL DOCUMENTO: FORMATO DE PROYECTO DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD	CÓDIGO: PVV-01-F-001	
	PROCEDIMIENTO: PLANIFICACIÓN DE PROYECTO DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD	REVISIÓN: 1 Página 15 de 20	

	expectativas de crecimiento y desarrollo.			programación establecida.
Monitorear la aplicación de las nuevas técnicas de ventas y los conocimientos adquiridos	Durante el desarrollo del proyecto el 70% de las estrategias y técnicas aplicadas mejoran las ventas en los negocios.		Planificación Registro de asistencia	Docentes y estudiantes de la carrera de Marketing participan del proyecto.

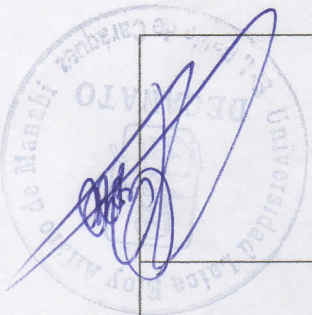
ACTIVIDADES	PRESUPUESTO	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
FASE I	\$321.00	Planificación y cronograma del proyecto Informes de resultados.	Presupuesto asignados para el desarrollo del proyecto.
FASE II	\$3750.00		
FASE III	\$300.00		
FASE IV	\$550.00		
TOTAL	\$4921,00		





	NOMBRE DEL DOCUMENTO: FORMATO DE PROYECTO DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD		CÓDIGO: PVV-01-F-001
	PROCEDIMIENTO: PLANIFICACIÓN DE PROYECTO DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD		REVISIÓN: 1 Página 16 de 20
			

1. Detalles de la Inversión total del proyecto:

Propósito	Producto	Componente	Actividad	Acciones	Detalle de gastos por ítem			
					Materiales de oficina	Cantidad/ Unidad	Costo/ unitario	Costo total
Fortalecer la calidad de los servicios de las microempresas de la parroquia Leónidas Plaza que permita la sustentabilidad socioeconómica.	2 docentes	Determinar el grado de la informalidad y garantizar el cumplimiento de los derechos laborales.	A.1. Fase I	<p>A.1. Reunión de selección de equipo de trabajo: Docentes y estudiantes, así como la distribución carga horaria y entrega de horarios.</p> <p>A1.2 Reunión con el equipo para socializar proyecto.</p> <p>A.1.3 recopilación de los diagnósticos levantados.</p> <p>•REDATAM: recopilar toda la información o datos necesarios para realizar los trabajos</p>	Resmas de papel A4	4	5.00	20,00
					Plástico para anillar	20	0.25	5.00
					Choro para anillar	20	0.25	5.00
					Folders	5	5.00	25.00
					Carpetas cartón	10	0.50	5.00
					Saca grapas	1	0.50	0.50
					Perforadora	1	0.50	0.50
					Grapadora	1	10.00	10.00
					Caja de clips	1	1.20	1.20
					Protector de hojas	10	1.50	15.00
					Sobres A4	12	1.40	16.80
					Reforzadores de perforación	1 Paquete	3.00	3.00
					Esfelrográficos	1 caja	6.00	6.00
					Lápices	1 caja	3.6	3.6
					Caja de CD	1 caja	9	9
					Hojas A4 autoadhesivas	1 sobre	2.5	2.5
					Cartulinas A4	60	0.25	15
					Cajas de grapas	3	1.5	1.5
					TOTAL			144.60
					Equipos de oficina	Cantidad	Costo/ unitario	Costo total
					Impresora de tinta continua EPSON	1	370.00	470.00
					Proyector	1	750.00	750.00
					TOTAL			1220.00
					TOTAL FASE 1			1364.60



		NOMBRE DEL DOCUMENTO: FORMATO DE PROYECTO DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD		CÓDIGO: PVV-01-F-001	
PROCEDIMIENTO: PLANIFICACIÓN DE PROYECTO DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD		REVISIÓN: 1			
		Página 17 de 20			

Definir estrategias funcionales para microempresas para mejorar técnicas de ventas.	A.2. Fase II	A.2.1 Análisis de la línea base A.2.2 Elaboración de proyecto A.2.3 Socialización del proyecto con la comunidad A.2.4 Reunión con la Extensión Bahía de Caráquez. A.2.4 Reunión con los beneficiarios A.2.5 Firma de convenio A.2.6 Lanzamiento del proyecto ante la comunidad A.2.7 Elaboración de estrategias para ejecutar el proyecto					
	A.3. Fase III	A.3.1 Rediseño de imagen A.3.2 Diseño de marca A.3.3 Diseño de slogan A.3.4 Diseño de logotipo A.3.5 Diseño de presentación A.3.6 Diseños de páginas web		Pintura Diluyente Brochas Lija Rodillos Cámara Sony	10 1 15 50 20 1	25.00 20.00 1.00 1.00 4.50 529.00	250.00 20.00 15.00 50.00 90.00 529.00
Rediseñar la imagen comercial y empresarial de los pequeños negocios de la parroquia Leónidas Plaza del Cantón Sucre.							




NOMBRE DEL DOCUMENTO:
FORMATO DE PROYECTO DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD
PROCEDIMIENTO:
PLANIFICACIÓN DE PROYECTO DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD

CÓDIGO: PVV-01-F-001
REVISIÓN: 1
 Página 19 de 20

Objetivos /Resultados	ACTIVIDAD	ACCIONES	PRODUCTOS/EVIDENCIAS	RESPONSABLE	ORIGEN DEL PRESUPUESTO			PRESUPUESTO	CRONOGRAMA											
					FISCAL	AUTO-GESTIÓN	COMUNIDAD		MAYO- JUNIO 2015	JULIO 2015	AGOSTO 2015	SEPTIEMBRE 2015	OCTUBRE 2015							
Determinar el grado de la informalidad y garantizar el cumplimiento de los derechos laborales.	A.1. Fase I	Reunión de selección de equipo de trabajo: Docentes y estudiantes, así como la distribución carga horaria y entrega de horarios. Reunión con el equipo para socializar el proyecto. SPSS: recopilar información de los diagnósticos levantados. REDATAM: recopilar toda la información o datos necesarios	Acta de sesión de trabajo. Oficios a Decanato y Comisión de Vinculación con la colectividad	2 docentes	0	0	0	0	321,00											
Definir estrategias funcionales para microempresas para mejorar técnicas de ventas.	A.2. Fase II	Socialización del proyecto con la comunidad universitaria de la Extensión Bahía de Caráquez. Firma de convenio	Manual de estrategias Implementación del manual, evaluación al grupo experimental. Registro de asistencia	2 docentes 21 estudiantes	0	0	0	0	321,00											
TOTAL						321,00	0	0	0	321,00										

Responsable: **ING. VIVIANA CARVALI ZAMBRANO MBA.**
 MIEMBRO DE LA COMISIÓN DE VINCULACIÓN CARRERA DE MARKETING

APROBADO POR: **ING. FRANK ÁNGEL LEMONNE QUINTERO MBA.**
 RESPONSABLE DE LA COMISIÓN DE VINCULACIÓN EXTENSIÓN BAHÍA DE CARÁQUEZ

