

UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ
PROYECTO DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD
FACULTAD CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**Productos comunicacionales y estratégicos para la reactivación económica y social
de sectores priorizados de Manta.**

PERÍODO ACADÉMICO 2020-2022

AUTORES:

Lic. Jaqueline Pin Carvajal, Mg. Presidenta Comisión de Vinculación Facultad Ciencias
de la Comunicación

AUTORIDADES


Lic. Mauro Andino Chancay, Mg Decano de la Facultad Ciencias de la Comunicación
Lic. Carlos Cedeño Moreira Mg. Director de Carrera Ciencias de la Comunicación

Uleam

INDICE


Contenido

1. Datos generales:	3
2. Análisis de la situación actual	4
2.1 Diagnóstico	4
3. Justificación	4
4. Objetivos	19
4.1. General.....	19
4.2 Específicos	19
5. Matriz de Marco Lógico.....	19
6. Actividades.....	20
7. Equipo de Trabajo	27
8. Impacto	28
9. Autogestión y sostenibilidad	31
10. Financiamiento del proyecto	32
11. ANEXO.....	33
12. Referencia Bibliográfica.....	44

 Uleam UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ	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: 2 Página 3 de 2

1. Datos generales:

Nombre o Título del Proyecto:		
Productos comunicacionales y estratégicos para la reactivación económica y social de sectores priorizados de Manta.		
Campos Amplios:	Campos Específicos:	Campos Detallados:
3. Ciencias sociales, periodismo, información y derecho	32. Periodismo e información	Periodismo, comunicación y publicidad
Línea de Vinculación: Comunicación, informática y tecnologías de la información y comunicación.	Estado del Proyecto: Nuevo	Código de Proyecto: P-VIN-1003737-2020
Línea de Investigación Comunicación Informática y Tecnologías de la información y comunicación	Código de proyecto: P-VIN-1003737-2020	
Fecha Inicio Planificado:	Fecha de Fin Planeado:	Fecha de Fin Real:
Octubre de 2020	Marzo de 2021	Marzo 2022
Convenios:		
Gobierno Autónomo Descentralizado de Manta		
Beneficiarios: 124 comerciantes de la red de tiendas de barrios Manta 82 comités comunitarios de la Unidad de Prevención en Seguridad- Manta		
FUENTES DE INFORMACIÓN		
-Plan de sostenibilidad y reactivación económica del cantón Manta, mesa técnica # 4 -Objetivos Estratégicos del PEDI -Reportajes periodísticos, medios digitales. - Rediseño Curricular Carrera de Comunicación - Objetivos de Desarrollo Sostenible - Plan emergente Intercantonal de Seguridad 13D02		
COBERTURA Y LOCALIZACIÓN		
Alcance Territorial:	Provincia/s:	
Parroquial	Manabí	
Cantón o Cantones:	Parroquia/s:	Barrio/s:
Manta	<ul style="list-style-type: none"> • Manta • Tarqui • Los Esteros • Eloy Alfaro • San Mateo 	Comités Comunitarios de Seguridad Ciudadana conformados por la Unidad de Prevención en seguridad de la Dirección de Seguridad Ciudadana de la ciudad de Manta.
PRESUPUESTO:		

	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: 2 Página 4 de 2


Presupuesto Total a Financiar por la IES: \$00,00	Presupuesto total de aliados estratégicos: \$ 00,00
---	---

2. Análisis de la situación actual

2.1 Diagnóstico.

La Facultad Ciencias de la Comunicación cita en el presente diagnóstico, datos y estadísticas relevantes que se establecieron en el *plan de sostenibilidad y reactivación económica del cantón Manta, mesa técnica #4*, así como con el Plan Emergente intercantonal de seguridad – 13d02 - 2020 en los cantones de Jaramijó – Manta y Montecristi, conforme al Acuerdo No.- 557-2012 emitido por la SECRETARIA NACIONAL DE PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO (SENPLADES), publicada en el Suplemento No.- 290 del 28 de mayo de 2012, conforman el distrito 13D02, estructura territorial que, hasta la fecha, no ha sido modificada o alterada, presentado ante la emergencia sanitaria por brote de la enfermedad coronavirus (COVID-19), este plan que integra en sus ejes a la Universidad Laica Eloy Alfaro De Manabí, determina las necesidades locales más apremiante de nuestra localidad y expone en ellas estrategias de reactivación sostenible económica y productiva para Manta y las políticas públicas de Seguridad Nacional y locales consideradas en la Ordenanza General sobre Seguridad Ciudadana del cantón Manta (vigente) se toman como línea base de estudio para fundamentar las razones políticas y técnicas del Proyecto de Vinculación denominado **< Productos comunicacionales estratégicos y digitales para la reactivación económica y social de sectores priorizados en la ciudad de Manta >**

Se destaca que en su contenido y desarrollo hacia la ejecución, el propósito del presente proyecto está direccionado al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible mismos que representan una oportunidad para emprender nuevas vías hacia el futuro, en este caso desde el enfoque , primero , del objetivo No 8 **<Trabajo Decente y Crecimiento económico >** cuyo objetivo es promover el crecimiento sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos, que tiene como premisa que toda la sociedad sale beneficiada cuantas más personas sean productivas y contribuyan al crecimiento de su país; el empleo productivo y el trabajo decente son

	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: 2 Página 5 de 2


elementos clave para lograr una globalización justa y la reducción de la pobreza. Además, si no se soluciona, el desempleo puede dar lugar a disturbios y perturbar la paz. Un trabajo decente implica que todas las personas tengan oportunidades para realizar una actividad productiva que aporte un ingreso justo, seguridad en el lugar de trabajo y protección social para las familias; que ofrezca mejores perspectivas de desarrollo personal y favorezca la integración social.

Y el segundo Objetivo es el *No 16 <Paz, Justicia e Instituciones sólidas >* cuyo propósito se basa en promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible facilitar el acceso a la justicia para todos y crear instituciones eficaces, responsables e inclusivas a todos los niveles. Interesarnos realmente por la actuación de nuestro gobierno. Concienciar a nuestra propia comunidad sobre la realidad de la violencia y sobre la importancia de construir sociedades pacíficas y justas, y determinar de qué manera podemos contribuir a la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en nuestra vida cotidiana.

Al ser este proyecto de carácter académico acorde al cumplimiento de la Función Sustantiva de Vinculación y Emprendimiento, y al principio de pertinencia establecido en el Artículo 107 y 125 de la Ley Orgánica de Educación en concordancia con las Políticas Públicas conforme a la Constitución del Ecuador, en sus artículos 293 y 294, el Plan Nacional de Desarrollo es la guía para políticas, programas y proyectos públicos; la programación y la formulación y ejecución del presupuesto de Estado.

El Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 "Toda una Vida" de Ecuador es el principal instrumento del Sistema Nacional Descentralizado de Planificación Participativa (SNDPP), y su objetivo es contribuir al cumplimiento progresivo de: 1. Los derechos constitucionales; 2. Los objetivos del régimen de desarrollo y disposiciones del régimen de desarrollo (a través de la implementación de políticas públicas); 3. Los programas, proyectos e intervenciones que de allí se desprenden.

Con base a ello y a la naturaleza del presente proyecto de Vinculación conforme a las necesidades locales se determina el cumplimiento por su relación con el Eje No 1 <Derechos para todos durante toda la vida> cuyo objetivo 1.1 expresa : Garantizar una vida

	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: 2 Página 6 de 2

digna con iguales oportunidades para todas las personas, que observa promover la inclusión económica y social; combatir la pobreza en todas sus dimensiones, a fin de garantizar la equidad económica, social, cultural y territorial; de igual manera el eje 2 < Economía al servicio de la Sociedad > en su objetivo 5.6 Promover la investigación, la formación, la capacitación, el desarrollo y la transferencia tecnológica, la innovación y el emprendimiento, la protección de la propiedad intelectual, para impulsar el cambio de la matriz productiva mediante la vinculación entre el sector público, productivo y las universidades


Uleam, Programa de Vinculación

Los resultados del presente proyecto corresponden a la Transferencia del conocimiento con propuestas de impacto social del área de conocimiento social al que pertenece la carrera de Comunicación.

Plan estratégico de Desarrollo Institucional, pertinencia con vinculación

Acorde al Objetivo estratégico Institucional OEI4: Transferir el conocimiento a la sociedad mediante la articulación de docencia, investigación y vinculación para dar soluciones a los problemas que afronta la comunidad, y en su estrategia táctica E8: *Generación, difusión e intercambio de conocimientos*, nuestra carrera concibe pertinente y oportuno la actividad de la vinculación en favor del desarrollo comunitario, sobre todo tratándose del apoyo productivo y social desde la creación de productos comunicacionales que den soporte a la medición de este objetivo institucional.

La zona 4 de Ecuador, es una parte de la región que puede ser identificada a partir de sus considerables brechas, y sus requerimientos crecen en desbalance con la demanda local en el eje comercial, por aquello es importante destacar que las actividades comerciales a las que hace referencia este proyecto están ligadas a su mejoramiento y soporte desde la comunicación estratégica y a través de productos comunicacionales, por tanto, la siguiente información base cita el puesto de prioridad en la que se encuentran los beneficiarios que están el sector comercio y de qué manera el Gobierno Autónomo Descentralizado de Manta y la Uleam con la carrera Ciencias de la Comunicación intervendrán.


	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: 2 Página 7 de 2

Es preciso señalar, que de la misma manera como la inseguridad y la delincuencia tienen varias causas, así mismo la intervención debe ser planificada e integral, con pleno conocimiento del territorio, es aquí donde reviste una enorme importancia la Policía Comunitaria y la Dirección de Seguridad Ciudadana, ya que como se expresó en la base legal, el Reglamento a la Ley de Seguridad Pública y del Estado señala que la planificación es potestad del Estado central, pero la ejecución debe ser coordinada con los niveles descentralizado ((locales); en este caso se ha tomado como beneficiarios a las organizaciones comunitarias que se encuentran integradas en 82 comités comunitarios de Seguridad Ciudadana de las parroquias urbanas de las cuales se consideran los grupos prioritarios para fortalecer en ellos conciencia y responsabilidad social de la seguridad ciudadana , paralelo a la gestión que realiza la Dirección de Seguridad Ciudadana, a través de su Unidad de Prevención en Seguridad en la ciudad de Manta.

DATOS ECONÓMICOS DE LA CIUDAD DE MANTA EN SU SECTOR COMERCIAL.

De acuerdo al plan de sostenibilidad y reactivación económica del cantón Manta mesa técnica # 4 cantón Manta, en el año 2016, generó un total en bienes y servicios, que representa \$1.934'032 de Valor Agregado Bruto (VAB), como expresión del crecimiento económico, donde los sectores que predominaron en la dinámica de la economía de acuerdo al gráfico No.1, fue el sector construcción con \$391'114; después el sector comercial con un total de \$312'022; las actividades profesionales, científicas y técnicas como las actividades de inmobiliarias, tuvo un total de \$285'594,00; seguido las actividades económicas del sector transporte y almacenamiento con un total \$274'427; la industria manufactura representó \$200'210; el sector de la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca significó en este año un total de \$140'780; y en la siguiente escala está el sector enseñanza con \$88'908; así sucesivamente las siguientes actividades. **Ver Gráfico N° 1**

Gráfico No. 1.

	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: 2 Página 8 de 2

Cantón Manta. Sectores predominantes VAB 2016 (\$ millones)



Fuente: Banco Central del Ecuador, 2019

Elaborado por: Observatorio Territorial Multidisciplinario Uleam


Es necesario la reactivación de los sectores económicos que dinamizan la economía de Manta y son generadoras de fuentes de trabajo, así como la oferta de bienes y servicios para la población 226.477 según datos del INEC (2010) y con las proyecciones en este año 2020 se tiene una población aproximada de 264.281 habitantes; para el año 2030 se tendría 325.680 y para el año 2040 esta ciudad debe atender a un promedio de 390.548 habitantes, distribuidas en las 7 parroquias tanto urbanas como rural, en la que el sector urbano representa un promedio del 95%; no obstante de acuerdo al índice de pobreza en Manta – Post Terremoto 16A, según datos INEC (2016) Fuente: Plan de sostenibilidad y reactivación económica del cantón Manta mesa técnica # 4

En el análisis de la evolución del comportamiento económico, con los datos oficiales con los que se cuenta, en los años 2016 al 2018, esta ciudad genera en el año 2017 un total de \$1.996'747 y, en el año 2018 se refleja un decrecimiento con un total de \$1.849'299.

Gráfico No.2. Manta
VAB 2016-2017-2018 (\$ millones)



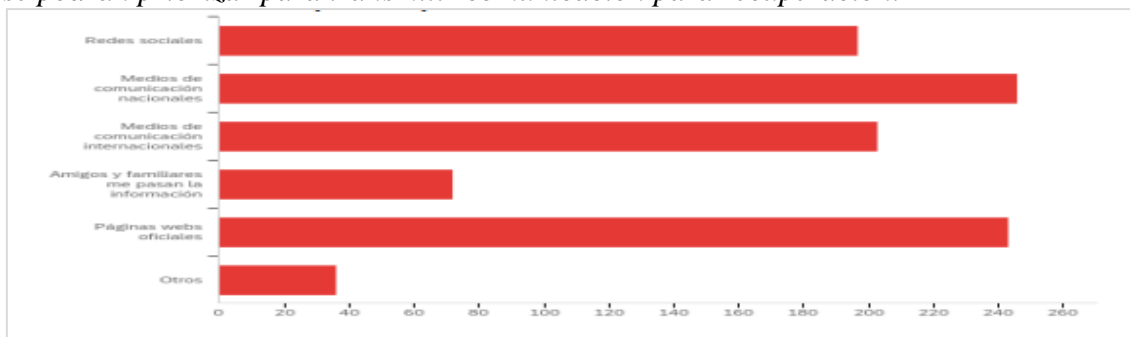
Fuente: Plan de sostenibilidad y reactivación económica del cantón manta mesa técnica # 4.

	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: 2 Página 9 de 2

Estos enunciados económicos son la base para que el Gobierno Autónomo Descentralizado de Manta plataformas y la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí puedan caracterizar la prioridad de los sectores y permitan generar alternativas para disminuir la afectación comercial, y le apuesta en una de sus estrategias a la implementación de las tecnologías mismas que acaparan los grandes negocios y que por costos de producción un pequeño comerciante no podría contratar o costear.

Como vemos en el siguiente gráfico de sondeo, las personas usan plataformas digitales para conocer sobre el acontecer en temas de salud, por tanto, estas páginas se convierten en útiles para ser aprovechadas estratégicamente para el posicionamiento de sus negocios.

Canales de búsqueda de información acerca del COVID19 (de acuerdo con los resultados se podrán priorizar para transmitir comunicación para recuperación.




Fuente: Plan de sostenibilidad y reactivación económica del cantón manta mesa técnica # 4

Es determinante que la localidad necesita apoyo en su reactivación económica y las estrategias comunicacionales serán imprescindibles para que cada acción tenga el impacto esperado.

Bitácora de acciones gubernamentales ante la Covid19 que incidieron en las actividades sociales y productivas de Manta.

Fecha	Acontecimiento	Disposición
sábado 29 de febrero del 2020	Comité de Operaciones Emergencia COE en Manta	Cancelación de eventos masivos, arribos de cruceros programados, eventos deportivos y toda actividad educativa, comercial y turística restringida.
Jueves 12 de marzo del 2020	Acuerdo Ministerial Nro. MDT-2020-076	Declaratoria de emergencia sanitaria en el país, para todas las instituciones del sector público y privado.

	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: 2 Página 10 de 2

Lunes 16 de marzo del 202	Decreto Ejecutivo N° 1017 de Estado Excepción en todo el territorio ecuatoriano	Cierre de servicios públicos a excepción de los de salud, seguridad, servicios de riesgos entre otros, permanecen en atención tiendas de barrio, mercados y supermercados e industrias relacionadas con estos sectores, siguen produciendo.
Miércoles 25 de marzo del 2020	Aprobación RPC-SE-03-No.046-2020 del Consejo de Educación Superior (CES)	Se suspenden sus clases presenciales y garantizar la accesibilidad a plataformas virtuales


En esta bitácora podemos constatar que las actividades comerciales no fueron suspendidas, más debido a las limitaciones de traslado y ciertos servicios, estas redujeron sus ingresos y aquello que los comerciantes de pequeños negocios percibían por día luego podían obtenerlo a la semana, esta información se corrobora con el sondeo de dos medios prestigiosos que citamos a continuación:

De acuerdo con la publicación de la *Revista La Gente de Manabí* con fecha 6 de junio del 2020 existe un total de 1.700 comerciantes en el Cantón Manta que se han preparado con controles de temperatura en los accesos, áreas marcadas para mantener el distanciamiento social, reducción del aforo para retomar algunas actividades económicas.

Así mismo en publicación de el *diario El Comercio*ⁱⁱ de fecha 22 de septiembre del 2020 destaca que los comerciantes de los mercados de Tarqui y los Esteros han generado alternativas respecto a ofertas y sorteos, citan la caída de las ventas y las alternativas que el Gobierno Descentralizado del Cantón Manta brinda para aminorar los cobros de licencias de funcionamientos, uso de vía pública entre otros.

INGRESOS DE COMERCIANTE ANTES DE LA COVID 19	\$ 100,00 USD diarios aproximadamente
INGRESOS DE COMERCIANTE DURANTE LA COVID 19	\$ 100,00 USD por semana
ALTERNATIVAS PARA DIFUNDIR OFERTAS	Redes sociales, boletines municipales

Fuente: Elcomercio.com

	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: 2 Página 11 de 2

Red de tiendas, importante área comercial


Organizados desde el año 2015 en Manta y acorde al último censo del municipio en la ciudad se establecieron 3.000 tiendas, esta iniciativa de la administración de gobierno local de ese año, cubrió bajo un proyecto la conexión entre ellas, de las cuales se interesaron 300, más en el año 2016 de éstas 300, 170 fueron contactadas y en su estado post terremoto fueron capacitadas, esta información dotada por el Gobierno Descentralizado de Manta en una publicación de prensa del diario el telégrafo.ⁱⁱⁱ

En la actualidad, año 2020 la base de datos en Manta se ha actualizado y se registran 124 tiendas en el casco urbano y rural de Manta, nómina que tenemos a detalle ente los beneficiarios; denotamos que uno de los aspectos que generó esta reducción de tenderos, es el impacto nacional que se efectuó con la pandemia, tal como lo describe el artículo de la revista Vistazo^{iv}, edición de agosto, en el que expresa: *que seis de cada diez tenderos cerraron sus puertas apenas se decretó la emergencia sanitaria y se impuso un estricto confinamiento.*

Se cita que era imposible que las tiendas salieran adelante por sí solas pues detrás de cada una, está una familia. Y habían estado acostumbradas, desde siempre, a funcionar no solo como un punto de venta sino como el sitio de encuentro de los vecinos, donde se comentaba lo que ocurría en el barrio; una tradición que cambió de la noche a la mañana sin argumentos válidos en contra, situación que supone una necesidad de apoyo respecto a nuevas estrategias de venta por lo que este proyecto lleva un aporte de impacto a solución.

La nueva normalidad y la demanda de estrategias de comunicación

La reconocida revista Forbes publica que los pequeños comercios pueden impulsar de manera más eficiente su productividad porque a medida que se alienta la competencia se fomenta la innovación y cita cuatro formas de impulsar la economía, Internet y la participación de los pequeños comercios^v y detalla los beneficios de expandir el comercio gracias a la internet, de mejora en la utilización del capital, fomenta la competencia y permite un nuevo ingreso en el mercado.

	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: 2 Página 12 de 2

La influencia de las TIC en la distribución comercial: Implicaciones estratégicas para la gestión promocional minorista.^{vi}


El ámbito empresarial está sujeto a una serie de rápidos y profundos cambios que, inevitablemente están propiciando una profunda transformación de los procesos, las estrategias y las estructuras organizativas (Drucker, 1994; Day y Glazier, 1994; Worrall et al., 1998). Sin duda alguna, uno de los mayores catalizadores de esta transformación lo constituyen las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), por lo que alcanzar beneficios derivados de su utilización supone uno de los retos más importantes en marketing (Brady, Saren y Tzokas, 1999; Castells, 2001; Vilaseca y Torrent, 2005).

Hoy en día la competitividad de cualquier actividad económica, empresarial o profesional depende cada vez más de la inversión que se realice en TIC. Además, la elevada difusión y desarrollo que estas tecnologías están adquiriendo, lleva a que los mercados reales sean cada vez más transparentes (al desaparecer progresivamente las desigualdades en el acceso a la información), produciéndose de este modo una revolución en la manera de hacer negocios. Esta revolución tecnológica, que está dando paso a la denominada Sociedad del Conocimiento, está afectando también al interior de las compañías alterando considerablemente la manera en que llevan a cabo su gestión, dirigen los recursos humanos o coordinan las estructuras organizativas (Ortega, 2000; Castells, 2001; Vilaseca y Torrent, 2004).

Tabla 1. El impacto de las Tic's en la Distribución Comercial

	CAMBIOS	EFECTOS
EL IMPACTO DE LAS Tic's EN LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL	Empresas	Diferentes formas de organización y coordinación Costes menores Posibilidad de ofrecer servicios nuevos Redefinición de los segmentos de mercado Reformulación de las actividades tradicionales
	Relación empresa-empresa	Mayor grado de cooperación Utilización de nuevas armas competitivas Alteración de las pautas tradicionales de rivalidad competitiva
	Relación empresa-consumidor final	Nuevos hábitos y comportamientos de compra Demanda de nuevos servicios Aparición de nuevos formatos comerciales

Fuente: Elaboración propia a partir de Short y Venkatraman (1992), Stern et al., (1999) y Pisonero (2000).

	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: 2 Página 13 de 2


Plan Emergente Intercantonal de Seguridad 13D02 de la ciudad de Manta, Año 2020

Ante la problemática que expone el plan Emergente como es la Falta de Organización Comunitaria y Participación de la Ciudadanía en temas de Seguridad, y la poca o nula atención de las estructuras Organizacionales existentes en el Sector (comités barriales) y en apoyo al Proyecto de “Creación y Fortalecimiento de los Comités Comunitarios de Seguridad Ciudadana en el Cantón Manta, implementado por la Dirección de Seguridad Ciudadana; al realizar las consideraciones de los grupos priorizados para la reactivación social y económica del presente proyecto se determina como otro grupo objetivo de beneficio a las Organizaciones Comunitarias.

Manta como una de las urbes o ciudades más pobladas y de mayor importancia, económica, social, política y cultural de la Provincia de Manabí; y, como se ha expresado, el primer puerto turístico del Ecuador y uno de los más importantes del perfil costero americano del Pacífico. Las Parroquias Urbanas están conformadas por 276 barrios, los que se encuentran reconocidos y/o registrados por la Dirección de Participación Ciudadana del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón. La población mantense, históricamente ha sido víctima de delitos comunes o contra la propiedad, tales como el Abigeato (zona rural), la piratería o robos perpetrados en el mar, por ser en sus inicios una “caleta de pescadores”. Con el devenir del tiempo las modalidades delictivas han evolucionado o mutado proporcionalmente a las diferentes actividades económicas realizadas en esta ciudad.

Ante tales consideraciones y las del GAD Municipal del Cantón Manta, encabezado por su alcalde, Ab. Agustín Intriago Quijano, reactivó o retomó el CONSEJO CANTONAL DE SEGURIDAD CIUDADANA DEL CANTÓN MANTA a efectos de, no sólo identificar la problemática, sino también evaluar las políticas públicas que en materia de Seguridad se han generado desde el Gobierno Central y establecer mecanismos para fortalecer esas políticas. De las sesiones del Consejo Cantonal de Seguridad Ciudadana del cantón Manta, del que es parte importante la Policía Nacional, se conoce:

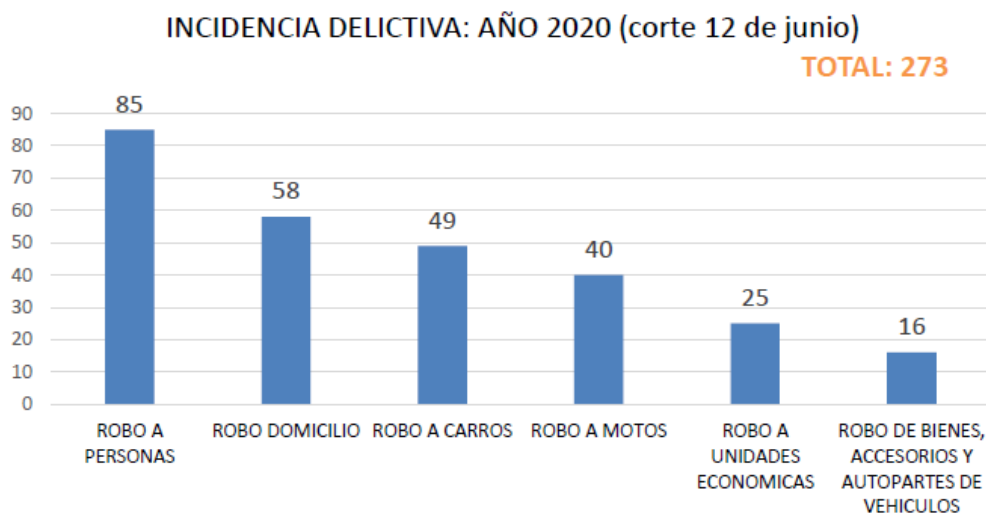
- ✓ La migración irregular está en un 7%

	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: 2 Página 14 de 2

- ✓ El indicador de Homicidios se redujo de 5.8 a 5.2% en el Distrito 13D02 (Manta – Jaramijó, Montecristi, cada 100.000 habitantes)
- ✓ El indicador de Femicidios se redujo de 0.85% a 0.82% en el Distrito 13D02 (Manta – Jaramijó – Montecristi, cada 100.000 habitantes);
- ✓ Es necesario rediseñar el tejido o sistema de Ordenanzas, incluyendo los espacios públicos (Playas);


Es preciso señalar, que de la misma manera como la inseguridad y la delincuencia tienen varias causas, así mismo la intervención debe ser planificada e integral, con pleno conocimiento del territorio, es aquí donde reviste una enorme importancia la Policía Comunitaria y la Dirección de Seguridad Ciudadana basados en el Código Orgánico de Ordenamiento Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD) y la Ordenanza General sobre Seguridad Ciudadana del Cantón.

Evidenciando las estadísticas los niveles de incidencia delictiva en el siguiente grafico:



Fuente: Plan Emergente Intercantonal de Seguridad Manta 13D02

Otro indicador que debe ser considerado por los actores de la seguridad es el de “**Homicidios intencionales**” (**Muertes Violentas**), delito que a través de los años se ha comportado como se detalla:

	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: 2 Página 15 de 2




El Distrito 13D02 ocupa el primer (1er) lugar en al Subzona Manabí y el cuarto (4to) a nivel Nacional (luego de los Distritos Pascuales, Sur, Esteros) en el indicador de homicidio intencionales, con una tasa de homicidio de 1 cada 100.000 habitantes. Con una tasa de solución de casos del CINCUENTA POR CIENTO (50%), es decir en la mitad de los casos se ha dictado ya una sentencia. (Fuente Policía Nacional)

INDICADORES DELINCUENCIALES -MANTA

DELITOS	2015	2016	2017	2018	2019
ROBO A DOMICILIO	420	537	427	315	280
ROBO A PERSONAS	620	700	529	422	400
ROBO A VEHICULOS	60	45	70	75	48
MUERTES VIOLENTAS	34	25	36	38	26
OPERATIVOS ANTIDROGAS	200	150	240	270	250

Hasta el año 2019, **NO** existió una adecuada articulación entre el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Manta y los otros actores del sector Seguridad, puesto que la Dirección de Seguridad Ciudadana (DSC) cumplía labores netamente administrativas, **NO** operativas.

La Ciudad de Manta, ha ido creciendo en los últimos veinte (20) años, extendiéndose al Sur y Este de la misma, generando un crecimiento demográfico, (a ratos desordenado) a través de la creación de nuevos barrios y Urbanizaciones privadas, sumado a esto, el fenómeno de


	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: 2 Página 16 de 2

la migración ya sea externa o interna. El primero con la llegada de turistas e inmigrantes extranjeros de ciertas edades, con deseo de establecerse en esta ciudad, trayendo consigo capitales y nuevos proyectos, sin contar la oleada migratoria de los años 2016 al 2020 (migrantes por razones socioeconómicas y humanitarias – venezolanos); el segundo, es evidente por un pronunciado número de personas que han abandonado el interior de la provincia y del país, y se han radicado en Manta, en busca de mejores días.

De acuerdo al Informe situacional de la Policía Nacional, algunos de los problemas delictivos que se identifican en la Ciudad de Manta son:

- Hurto;
- Robo a Domicilios;
- Robo a locales comerciales;
- Robo a personas (Vía pública y en unidades de transporte público);
- Robo de Vehículos y partes;
- Receptación;
- Tráfico ilícito de sustancias catalogadas sujetas a fiscalización;
- Muerte a personas (en menor cantidad, ya que está por debajo de la media latinoamericana, esto es 5,6 por ciento, en relación a la tasa de natalidad y crecimiento demográfico, es más el número de homicidios en el 2019, se redujo en relación al 2018)
- Entre otros;

Las acciones del Proyecto de Vinculación fortalecen las estrategias de prevención a través del trabajo coordinado de Policía Nacional con la comunidad. Esta comunidad va a contar con herramientas tecnológicas de seguridad como Alarmas Comunitarias, Botón de Alerta Ciudadana (MANTAPP), un Sistema de Video vigilancia articulado y un sistema de reportería de CHATS DE SEGURIDAD, que en alianza con un trabajo compartido entre Instituciones y estructuras o conformaciones barriales o comunitarias son una forma de participación ciudadana en sus territorios, que, siendo correctamente utilizadas, pueden dar resultados contra delitos comunes (robos, hurtos, u otros.). Verificando para ello la conformación de los barrios bajo la Dirección de Seguridad Ciudadana, a través de su Unidad de Prevención en Seguridad, tiene a su haber, la conformación de OCHENTA Y DOS (82) COMITÉS COMUNITARIOS DE SEGURIDAD CIUDADANA, con los que trabaja

	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: 2 Página 17 de 2


permanentemente. Fuente: (página 19 de Plan Emergente de Seguridad Ciudadana 13D02-Manata 2020) y que serian los grupos priorizados a estimar en el presente proyecto.

2. Justificación

La Universidad en cumplimiento de su misión <Formar profesionales competentes y emprendedores desde lo académico, la investigación, y la vinculación, que contribuyan a mejorar la calidad de vida de la sociedad> busca la participación efectiva en la sociedad con responsabilidad social universitaria mediante programas y proyectos que involucren a docentes, estudiantes en actividades que respondan a los actuales contextos de pobreza, inequidad, injusticia, violencia, vulneración de los derechos humanos, entre otros (ULEAM, 2016^a, p.30).

El presente proyecto se apoya en el Objetivo Institucional <Extender los procesos de vinculación con la sociedad, difundiendo los saberes y culturas, la prestación de servicios especializados, articulados a la docencia e investigación que contribuyan al desarrollo de la sociedad en general> al proponer un proyecto que tiene como beneficiarios a los grupos priorizados del cantón Manta como es la Red de Tiendas de Barrios y las Organizaciones Comunitarias agrupadas en Comités Barriales registrados por la Dirección de Participación Ciudadana del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón en quienes la Academia va a revertir su gestión y vinculación con la Sociedad fortaleciendo las herramientas tecnológicas que en los actuales momentos constituyen las principales vías de comunicación como el sistema que subyace como eje transversal en las organizaciones humanas.

De igual manera la visión de la Uleam se define como <Ser un referente nacional e internacional de Institución de Educación Superior que contribuye al desarrollo social, cultural y productivo con profesionales éticos, creativos, cualificados y con sentido de pertinencia> por aquello la ejecución de este proyecto pone en marcha los desafíos institucionales permitiendo esa interrelación comunidad – estudiante garantizando la praxis en los diferentes espacios de la vinculación con la sociedad, del interés de su cumplimiento radica la importancia de promover y ejecutar un proyecto comunitario de impacto social que

	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: 2 Página 18 de 2


contribuya al plan de reactivación económica de la ciudad de Manta partiendo de las necesidades determinadas que radican en los siguientes aspectos y que son corroborados por los medios de comunicación locales y nacionales que recogen el acontecer y la opinión pública del sector comercial de Manta, estas necesidades giran en torno a:

- *Difusión, publicidad por medio del portal del gobierno local para las micro, pequeñas y medianas empresas sobre sus ofertas en el mercado, como asesoría de su renovación de imagen corporativa virtual.*
- *Conversatorios virtuales (periódica recogiendo fortalezas y debilidades) con el sector comercial ubicado en los mercados municipales, sobre el abastecimiento de los productos de primera necesidad sobre la garantía con la cadena de abastecimiento constante, con difusión a los medios de comunicación; delegando el área del Gad para el control específico.*

Determinamos que este proyecto es único y original para intervenir y dar soporte a los comerciantes que de manera conjunta con el Gobierno Autónomo Descentralizado de Manta se coordinen dando prioridad a la red de tiendas de la ciudad, su metodología de acción será a través de la virtualidad y los productos comunicacionales que se obtienen pueden ser promovidos por el beneficiario.

Los recursos que se invierten para el logro de los objetivos garantizan la factibilidad en su ejecución, el Recurso Humano está conformado por estudiantes, docentes y aliados estratégicos, así mismo respecto al recurso económicos y logístico se fomenta con el aporte en distribución de pago de carga horaria, uso de plataformas institucionales y autogestión.

La Facultad Ciencias de la Comunicación justifica la intervención comunitaria para el área económico y social de sectores priorizados de Manta, mediante el proyecto <Productos comunicacionales y estratégicos para la reactivación económica y social de sectores priorizados de Manta> período académico 2020-2022, proyecto que se alinea a los enunciados de la Carrera fortaleciendo el derecho ciudadano de la Información académica y profesional de comunicadores con proyección humanística, científica y tecnológica, procurando una cultura de paz, y cada actividad en el presente proyecto ejecutado garantiza pertinencia local, así como la aplicación de los conocimientos de los estudiantes que

	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: 2 Página 19 de 2

ejecutaran las tareas a través del perfil académico que permite a la institución cumplir sus objetivos institucionales.

Las organizaciones comunitarias distribuidas en diferentes barrios del área urbana requieren ser fortalecidas en el conocimiento de políticas públicas y ordenanzas Municipales que les garanticen un crecimiento sostenible debido a que los barrios marginales por efectos de la migración rural a nivel provincial, nacional y hasta de países cercanos, se están convirtiendo en una característica más significativa de la vida urbana.

La utilidad del proyecto se refleja en beneficiar a los grupos priorizados tanto en el sector comercial como en las organizaciones comunitarias con actividades encaminadas a la vinculación de herramientas y productos comunicacionales estratégicos para potenciar el desarrollo local y regional en procura de una reactivación económica y social en las actuales circunstancias.

Se propende también con ello concienciar a la ciudadanía en sus sectores priorizados a través de una campaña comunicativa que permite difundir las políticas de prevención de seguridad ciudadana conforme a la ordenanza del GAD de Manta en relación con el Plan Emergente Intercantonal de Seguridad 13D02-2020.

En este contexto se articulan las actividades académicas en su función sustantiva Vinculación de la Universidad como entidad pública responsable participante que contribuye a la prevención, protección de la convivencia y seguridad ciudadana en un trabajo común encaminado a fortalecer la prevención social, el control, el desarrollo institucional y la Información y Tecnología.


4. Objetivos

4.1. General

Fortalecer el manejo de productos comunicacionales y estratégicos digitales e incentivar el interés para preservar la reactivación económica y social de sectores priorizados de Manta.

4.2 Específicos

- Diseñar nuevos productos comunicacionales estratégicos digitales promocionando a la Red de Tiendas de barrios de Manta.


 Uleam UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ	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: 2 Página 20 de 2

- Difundir a través de una campaña de Marketing Social, las normativas y ordenanzas para contribuir al Plan Emergente Intercantonal de Seguridad -13D02-2020.
- Evaluar el impacto social y económico con la intervención de la Facultad Ciencias de la Comunicación en los grupos priorizados de la Red de Tiendas de Barrios y a los grupos de atención prioritaria determinados en el Plan Emergente Intercantonal de Seguridad 13D02-2020


- **5. Matriz de Marco Lógico**

Evaluación institucional: La institución de acuerdo a su proceso de evaluación institucional mediante el PEDI y el POA, mide indicadores de manera trimestral, por tanto, la dirección de vinculación y emprendimiento, recepta mediante el POA, el informe técnico de la función sustantiva vinculación, donde se describen avances y resultados planificados acorde al marco lógico propuesto en el proyecto.


RESUMEN NARRATIVO	INDICADORES META	FUENTES DE VERIFICACION	SUPUESTOS HIPÓTESIS/FACTORES EXTERNOS
FIN: Contribuir a la reactivación económica y social de los grupos prioritarios de la ciudad de Manta			
PROPOSITO/ OBJETIVO 1 Diseñar nuevos productos comunicacionales estratégicos promocionando a la Red de Tiendas de Barrios de la ciudad de Manta.	Promocionar digitalmente la Red de Tiendas de Barrios de la ciudad de Manta.	<ul style="list-style-type: none"> • Encuestas • Técnica FODA • Análisis BECHMARKING • Test, Evaluaciones y Observaciones. • Informe estadístico de resultados 	Los propietarios de la Red de Tiendas de Barrios posicionan su imagen comercial en la ciudad de Manta.
RESULTADO 1 Productos comunicacionales: <ul style="list-style-type: none"> • Videos, blogs. • Páginas Web • Comunidades Virtuales • Marketplace • Mass Media digitales. 	Al menos 124 comerciantes de la Red de Tiendas de Barrios se beneficiarán de productos comunicacionales digitales.		
COMPONENTES		IMPLICADOS	SUPUESTOS/HIPOTESIS FACTORES EXTERNOS
C.1.1. Productos comunicacionales estratégicamente diseñados para reactivar la economía de la red de tiendas de Barrio de la ciudad de Manta.	Aumento de ingresos económicos de los comerciantes de las tiendas de Barrios.	Docentes de la FACCO. Estudiantes de la FACCO. Red de Tiendas de Barrios.	Interés en el aprendizaje por parte de los grupos priorizados de la Red de Tiendas de Barrios de la ciudad de Manta.
C.1.2 Capacitación sobre el manejo de productos comunicacionales para empoderar el comercio digital de la Red de tiendas de Barrio de la ciudad de Manta.		Docentes de la FACCO. Estudiantes de la FACCO. Red de Tiendas de Barrios.	

	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: 2 Página 21 de 2


C.1.3 Construcción de Agenda digital mensual de difusión y foros de mejoras para promoción de los productos comunicacionales de los beneficiarios.	Alcanzar un mejor nivel de comercialización en las tiendas de barrios.	Docentes de la FACCO. Estudiantes de la FACCO. Red de Tiendas de Barrios.	Prolongación periodos de cuarentena por efectos de pandemia Covid 19 .
ACTIVIDADES	CRONOGRAMA SEMESTRE	IMPLICADOS	SUPUESTOS/HIPOTESIS
C.1.1 Productos Comunicacionales estratégicamente diseñados para reactivar la economía de la red de tiendas de Barrios de la ciudad de Manta.	IV	Docentes y Estudiantes FACCO Comerciantes Red de Tiendas de Barrios	Los propietarios de la Red de Tiendas de los barrios de Manta se empoderan con el uso de productos digitales comunicacionales.
A.1.1.1 Realizar un testeo de las condiciones de comunicación comercial de los Comerciantes de la Red de Tiendas de barrios.			
A.1.1.2 Conducir un estudio estratégico a través de la ficha técnica del FODA.	IV	Docentes y Estudiantes FACCO Comerciantes Red de Tiendas de Barrios.	
A. 1.1.3 Ejecutar un análisis a través de Beachmarking			
C.1.2 Capacitación sobre el manejo de productos comunicacionales para empoderar el comercio digital de la Red de tiendas de Barrio de la ciudad de Manta.	IV	Docentes y Estudiantes FACCO Comerciantes Red de Tiendas de Barrios.	
A1.2.1 Capacitar a la red de tiendas de barrios sobre el uso de productos comunicacionales estratégicos a través de medios digitales para empoderamiento del comercio	IV	Docentes y Estudiantes FACCO Comerciantes Red de Tiendas de Barrios.	
A. 1.2.2 Elaborar informe estadístico de los resultados de satisfacción y/o aprendizaje.			
A1.2.3. Socializar resultados a través de las redes sociales	IV	Docentes y Estudiantes FACCO Comerciantes Red de Tiendas de Barrios.	
C.1.3 Construcción de Agenda digital mensual de difusión y foros de mejoras para promoción de los productos comunicacionales de los beneficiarios.			
A1.3.1. Diseñar una agenda digital de difusión y foros de mejoras para promoción de productos comunicacionales.			
A1.3.2 Monitorear el uso y aplicabilidad de la agenda para determinar niveles de satisfacción en los usuarios.	IV	Docentes y Estudiantes FACCO Comerciantes Red de Tiendas de Barrios.	
A1.3.3 Evaluar para determinar resultados estadísticos de la actividad 1.3.1			
OBJETIVO 2	INDICADORES META	FUENTES DE VERIFICACION	SUPUESTOS /HIPOTESIS FACTORES EXTERNOS

 <p>Uleam UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ</p>	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: 2 Página 22 de 2


Difundir a través de campañas de marketing social las normativas y ordenanzas para contribuir al Plan Emergente Intercantonal de Seguridad-13D02-2020.	Divulgar las políticas públicas pertinentes al Plan Emergente Intercantonal de Seguridad 13D02-2020 de la ciudad de Manta.	<ul style="list-style-type: none"> • Interacciones sobre alcances o impresiones. • Interacciones sobre fans o seguidores. • Interacciones ponderadas sobre alcance o impresiones. • Boletín informativo. • Lista de Suscriptores/email marketing de las organizaciones comunitarias • Buyer Persona. • Informe Estadístico de resultados. 	Mejora el nivel de responsabilidad social ciudadana por parte de los grupos priorizados en cuanto a observar ordenanzas y políticas del Gad Manta.
RESULTADO 2 <ul style="list-style-type: none"> • Elevar el engagement (compromiso) en redes del target. (público objetivo) • Newsletter comunitario. 	Número de interacciones en las redes sociales.		
COMPONENTES	Alcanzar un 75% de concientización social en los grupos priorizados de los 82 comités barriales las parroquias urbanas del cantón Manta acerca de las normativas y ordenanzas GAD Manta.	IMPLICADOS	SUPUESTOS/HIPOTESIS FACTORES EXTERNOS
2.1. Campaña de Marketing Social para lograr un comportamiento socialmente responsable y apoyar el Plan Emergente 13D02 Manta 2020		Docentes y Estudiantes FACCO Grupos priorizados Organizaciones Comunitarias Parroquias Urbanas Manta.	Los grupos prioritarios de las Organizaciones comunitarias se integran a las medidas de Seguridad Ciudadana y otras ordenanzas emitidas por el GAD de Manta.
2.2. Elaboración de un Newsletter (Boletín de noticias) para mantener informada periódicamente a las organizaciones comunitarias.		Docentes y Estudiantes FACCO Grupos priorizados Organizaciones Comunitarias Parroquias Urbanas Manta.	
2.3. Medición del impacto de la campaña de Marketing Social del Newsletter para analizar y captar feedbacks		Docentes y Estudiantes FACCO Grupos priorizados Organizaciones Comunitarias Parroquias Urbanas Manta.	
ACTIVIDADES	CRONOGRAMA SEMESTRE	IMPLICADOS	SUPUESTOS/HIPOTESIS
C2.1. Campaña de Marketing Social para lograr un comportamiento socialmente responsable y apoyar el Plan Emergente 13D02 Manta 2020		Docentes y Estudiantes FACCO Grupos priorizados Organizaciones Comunitarias Parroquias Urbanas Manta.	El plan Emergente Intercantonal de Seguridad 13D02 logra un impacto de conciencia ciudadana por los grupos priorizados de las Organizaciones Comunitarias.
A2.1.1 Planificar la Campaña de Marketing Social para lograr un empoderamiento social de seguridad ciudadana conforme al Plan Emergente 13D02.	V		
2.2. Elaboración un Newsletter/Blog (Boletín de noticias) para mantener informada periódicamente a las organizaciones comunitarias	V	Docentes y Estudiantes FACCO Grupos priorizados Organizaciones Comunitarias Parroquias Urbanas Manta.	
A2.2.1 Crear el Newsletter/Blog			
2.2.2. Feedback entre los grupos de estudiantes y los grupos priorizados.			
A2.2.3. Elaborar informe estadístico sobre la actividad 2.2.2	V	Docentes y Estudiantes FACCO	

	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: 2 Página 23 de 2

C2.3. Medición del impacto de la campaña de Marketing y del Newsletter para analizar y captar feedbacks			Grupos priorizados Organizaciones Comunitarias Parroquias Urbanas Manta.	
2.3.1. Determinar número de páginas vistas, conversiones, me gusta o comentarios.				
2.3.2 Establecer número de suscriptores a newsletter.				
2.3.3 Medir el comportamiento de los suscriptores, a través de las métricas para mail Marketing/Métricas para blog/ Tasa de Viralidad.				
2.3.4. Presentar informe de resultados				
OBJETIVO 3	INDICADORES META	FUENTES DE VERIFICACION	SUPUESTOS /HIPOTESIS FACTORES EXTERNOS	
Evaluar el impacto social y económico con la intervención de la Facultad Ciencias de la Comunicación en los grupos priorizados de la Red de Tiendas de Barrios y a los grupos de atención prioritarios determinados en el Plan Emergente Intercantonal de Seguridad 13D02-2020.	Número de comerciantes de la Red de tiendas de barrio con productos comunicacionales digitales. Grado de participación y conciencia colectiva de organizaciones comunitarias en la campaña de Marketing Social.	Informes sobre: <ul style="list-style-type: none"> La ejecución de las actividades planeadas, nivel de participación de los beneficiarios. Los resultados obtenidos y la respuesta de los beneficiarios. La consecución de los objetivos específicos conforme al trabajo realizado por los estudiantes, docentes y grupos beneficiarios. De las actividades del proceso, brindando recomendaciones para hacer ajustes. Registros de resultados para dar recomendaciones para intervenciones futuras. Informe final y específico para presentar resultados de evaluación. Difusión y socialización entre los grupos participantes. 	La comunicación digital estratégica impulsa la reactivación económica y social de los grupos priorizados de la ciudad de Manta.	
RESULTADO 3 <ul style="list-style-type: none"> Monitoreo y Seguimiento. Evaluación del Proyecto de Vinculación. Difusión de resultados. 	90 comerciantes de la Red de Tiendas de Barrio se benefician de los productos comunicacionales digitales. 75% de organizaciones comunitarias participan en la campaña de Marketing Social. 75% de las organizaciones priorizadas forman parte del grupo de Newsletter.			
COMPONENTES		IMPLICADOS	SUPUESTOS/HIPOTESIS FACTORES EXTERNOS	
C3.1 Monitoreo, seguimiento continuo y sistemático del proyecto de Vinculación para mejorar el desempeño, planeación y fortalecimiento de la toma de decisiones del proyecto.	El nivel de participación de los comerciantes de la Red de Tiendas de Barrio con el uso de los productos comunicacionales	Docentes Estudiantes Grupos priorizados: Red de Tiendas y Organizaciones Comunitarias de barrios urbanos ciudad de Manta	Grupos priorizados participan activamente de una reactivación social y económica a través de medios de comunicación digital.	
		Docentes		

 <p>Uleam UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ</p>	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: 2 Página 24 de 2


<p>C3.2 Evaluación sistemática y objetiva de la pertinencia y cumplimiento de los objetivos, eficiencia, eficacia, impacto y sostenibilidad del proyecto para contribuir al aprendizaje, empoderamiento, desarrollo y crecimiento de las organizaciones sociales.</p>	<p>digitales es muy bueno.</p> <p>El nivel de participación de grupos priorizados de las organizaciones comunitarios en la campaña de Marketing Social es satisfactorio.</p>	<p>Estudiantes</p> <p>Grupos priorizados: Red de Tiendas y Organizaciones Comunitarias de barrios urbanos ciudad de Manta.</p>	
<p>C3.3. Análisis de la Información, presentación y difusión de los resultados para conocimiento de la colectividad y cumplimiento de los procesos académicos.</p>	<p>Número de beneficiarios de los grupos priorizados de la reactivación social y económica tanto en la Red de Tiendas de Barrios y Organizaciones comunitarias de la Ciudad de Manta.</p> <p>Número de actividades ejecutadas.</p> <p>Número de actividades planificadas</p> <p>Numero de indicadores cumplidos.</p> <p>Numero de indicadores planificados</p> <p>Número de beneficiarios capacitados.</p>	<p>Docentes</p> <p>Estudiantes</p> <p>Grupos priorizados: Red de Tiendas y Organizaciones Comunitarias de barrios urbanos ciudad de Manta</p>	
ACTIVIDADES	CRONOGRAMA SEMESTRES	IMPLICADOS	SUPUESTOS/ HIPOTESIS
<p>C3.1. Monitoreo, seguimiento continuo y sistemático del proyecto de Vinculación para mejorar el desempeño, planeación y fortalecimiento de la toma de decisiones del proyecto.</p> <p>A3.1.1 Elaborar un plan de seguimiento o monitoreo bajo métodos y procedimientos pertinentes para verificar avances.</p>		<p>VI</p> <p>Docentes</p> <p>Estudiantes</p> <p>Grupos priorizados: Red de Tiendas y Organizaciones Comunitarias de barrios urbanos ciudad de Manta</p>	<p>La evaluación integral del proyecto de vinculación permite determinar el impacto en la reactivación social y económica de grupos priorizados en la ciudad de Manta a través de medios de comunicación digitales.</p>
<p>A3.1.2 Analizar los distintos componentes de la gestión interna a través de un monitoreo periódico para determinar problemas y obstáculos principales y sugerir medidas correctivas.</p>		<p>VI</p> <p>Docentes</p> <p>Estudiantes</p> <p>Grupos priorizados: Red de Tiendas y Organizaciones Comunitarias de barrios urbanos ciudad de Manta</p>	
<p>3A.1. 3 contrastar la consecución de los objetivos específicos para revisar la lógica de intervención.</p>		<p>VI</p> <p>Docentes</p> <p>Estudiantes</p> <p>Grupos priorizados: Red de Tiendas y Organizaciones</p>	

	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: 2 Página 25 de 2

				Comunitarias de barrios urbanos ciudad de Manta	
C3.2 Evaluación sistemática y objetiva de la pertinencia y cumplimiento de los objetivos, eficiencia, eficacia, impacto y sostenibilidad del proyecto para contribuir al aprendizaje, empoderamiento, desarrollo y crecimiento de las organizaciones sociales.			VI	Docentes Estudiantes Grupos priorizados: Red de Tiendas y Organizaciones Comunitarias de barrios urbanos ciudad de Manta	
3.2.1 Realizar un plan de evaluación en su contexto inicial para valorar la factibilidad del proyecto.			VI	Docentes Estudiantes Grupos priorizados: Red de Tiendas y Organizaciones Comunitarias de barrios urbanos ciudad de Manta	
A3.2.2. Aplicar un plan de evaluación intermedia para identificar las actividades del proceso, aciertos, errores y dificultades.			VI	Docentes Estudiantes Grupos priorizados: Red de Tiendas y Organizaciones Comunitarias de barrios urbanos ciudad de Manta Comunidad en General.	
A3.2.3 Valorar mediante una evaluación final el impacto y los resultados y efectos tempranos para medir los niveles de intervención.					
C3.3. Análisis de la Información, presentación y difusión de los resultados para conocimiento de la colectividad y cumplimiento de los procesos académicos.			VI	Docentes Estudiantes Grupos priorizados: Red de Tiendas y Organizaciones Comunitarias de barrios urbanos ciudad de Manta Comunidad en General	
A3.3.1 Recopilar las evidencias concretas de la información.					
A3.3.2 Establecer los resultados de la evaluación					
A3.3.3 Socialización y difusión de resultados del proyecto.					


**PROYECTO REFORMULADO PARA ESTUDIANTES EN CONTIGENCIA DE PERIODOS:
2019-2 Y 2020-1**

RESUMEN NARRATIVO	INDICADORES META	FUENTES DE VERIFICACION	SUPUESTOS HIPÓTESIS/FACTORES EXTERNOS
FIN: Contribuir a la reactivación económica y social de los grupos priorizados de la Provincia de Manabí PROPOSITO OBJETIVO 1 Diseñar nuevos productos comunicacionales estratégicos promocionando a las tiendas de barrios de la comunidad manabita RESULTADOS <ul style="list-style-type: none"> • Diagnóstico de las tiendas de Barrios de la comunidad manabita • Fan Page • Grupos de WhatsApp 	Promocionar digitalmente las Tiendas de Barrios de la comunidad Manabita Al menos 53 comerciantes de las Tiendas de Barrios de la comunidad Manabita se beneficiarán de productos comunicacionales digitales.	<ul style="list-style-type: none"> • Diagnóstico: Cuadros y gráficos estadísticos. • Análisis FODA,. • Conclusiones • Productos comunicacionales 	Los propietarios de la Red de Tiendas de Barrios posicionan su imagen comercial en las comunidades manabitas.
COMPONENTES:	CRONOGRAMA SEMESTRE	IMPLICADOS	SUPUESTOS HIPOTESIS
Productos comunicacionales estratégicamente diseñados para reactivar la economía de la red de	V semestre 2020-1	Docente de la FACCO.	Los propietarios de las tiendas de las Tiendas de los

	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: 2 Página 26 de 2

tiendas de Barrio de la ciudad de Manta. ACTIVIDADES Productos Comunicacionales estratégicamente diseñados para reactivar la economía de las tiendas de Barrios de la comunidad manabita C.1 Realizar una encuesta de las condiciones de comunicación comercial de las tiendas de barrio de la comunidad manabita. C.2 Establecer resultados estadísticos. C.3 Realizar el análisis FODA C.4 Elaborar conclusiones C.5 Diseñar un producto comunicacional	INDICADORES META Divulgar las acciones de Intervencion Social en las que participan las diferentes facultades de la ULEAM. Numero de Interacciones en las redes sociales. Alcanzar en un 90 % de difusión en la comunidad	Estudiantes en contingencia VI Semestre paralelos A-B Tiendas de Barrios de las comunidades manabitas	barrios de las comunidades manabitas se empoderan con el uso de productos digitales comunicacionales
PROPOSITO OBJETIVO 2 Difundir a través de medios comunicacionales los resultados de la Vinculación ULEAM 2020-1 2.1 Elaborar productos comunicacionales para representar los principales resultados de intervención social por parte de la ULEAM RESULTADOS 2 • Elevar el engagement(compromiso en redes del target)		FUENTES DE VERIFICACION INFOGRAFÍAS FAN PAGE	SUPUESTOS/HIPOTESIS FACTORES EXTERNOS Mejora el nivel de intervención social tanto por parte de los estudiantes como de la comunidad beneficiaria
COMPONENTES Planificar la elaboración de los productos comunicacionales. Elaborar fan page e infografías. Divulgación de los productos comunicacionales.	IMPPLICADOS Docentes Facultades Uleam Estudiantes en contingencia de la FACCO	SUPUESTOS HIPOTESIS FACTORES EXTEROS Los estudiantes de la Uleam participan activamente de las actividades de la Vinculación	
ACTIVIDADES C.2.1 Análisis de resultados de los proyectos de vinculación 2020-1. C.2.2 Diseño de infografías. C.2.3 creación de fan page	CRONOGRAMA IV SEMESTRE 2020-1	IMPPLICADOS Docentes Facultades Uleam Estudiantes en contingencia de la FACCO	SUPUESTOS HIPOTESIS La FUNCION SUSTANTIVA VINCULACION de la Uleam trasciende en la Sociedad ECUATORIANA

Fuente: Marco Lógico del Proyecto

 Uleam UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ	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: 2 Página 27 de 2

7. Equipo de Trabajo

PROYECTO DE VINCULACIÓN (CAMPO)	DOCENTES PARTICIPANTES			
Manta	TITULARES		NO TITULARES	
Productos comunicacionales y estratégicos para la reactivación económica y social de sectores priorizados de Manta.				
	TITULARES		NO TITULARES	
PARTICIPACION DE DOCENTES	M	H	M	H
	3	9	0	0
TOTAL	3	9	0	0
NOMBRES DOCENTES TITULARES DE LA CARRERA CON PARTICIPACIÓN EN VINCULACIÓN	NOMBRES DOCENTES NO TITULARES DE LA CARRERA CON PARTICIPACIÓN EN VINCULACIÓN			
Docentes	Horas de vinculación		Cantidad de personas	
1. Jaqueline Carvajal Pin, Mg Líder Proyecto-Presidenta Comisión de Facultad	8 6		12	
2. Cantos García Jarwin Roberto Miembro de la Comisión	7			
3. Navas Guzmán Lidia Miembro de la Comisión	8			
4. Barcia Rodríguez Carlos Alberto	5			
5. Cevallos García Iván	5			
6. García Meza Wilfrido	6			
7. Guevara Mendoza Carlos Vicente	6			
8. Intriago Holguín Ronald Leonardo	6			
9. Márquez López Jorge Oswaldo	4			
10. Mendoza Zambrano Damia Marilú	5			
11. Moreira Delgado Tito Leonardo	5			
12. Pisco Sánchez Remigio Gonzalo	5			


Fuente: Distributivo de carga horaria docente, período académico 2020-2

Anexo No.1.....

8. Impacto

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE IMPACTO (BENEFICIARIOS)							
CRITERIO DE EVALUACIÓN	VARIABLE DEPENDIENTE	DIMENSIONES DE LA VARIABLE DEPENDIENTE	FACULTAD(ES) Asignaturas	INDICADOR(ES) DE IMPACTO	MÉTODO/FÓRMULA	%OBTENIDO	CUMPLIMIENTO DEL INDICADOR
Relevancia Pertinencia	Productos comunicacionales y estratégicos	Campanas de comunicación digitales.	Diseño de Proyectos: Herramientas de Diagnostico Comunicacional.	Numero de comerciantes de la Red de Tiendas de Barrios de la ciudad de Manta.	Tasa de Viralidad = número total de veces que el contenido fue compartido/visitas del post x 100 Email Marketing CTOR = clic sobre email / emails abiertos x 100		
		Productos comunicacionales	Fotografía digital	Número de habitantes de sectores priorizados	Tasa de Crecimiento MaM = (mes 2 – mes 1)/mes 1 x 100		
		Redes Sociales	Narrativa Multimedia	Numero de organizaciones comunitarias de sectores priorizados	Tasa de Viralidad = número total de veces que el contenido fue compartido/visitas del post x 100		
		Agenda digital	Narrativa Hipermedia		Estadística descriptiva Porcentaje		

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE IMPACTOS (ACADEMIA)									
CRITERIO DE EVALUACIÓN	VARIABLE DEPENDIENTE	ASIGNATURAS	DIMENSIONES DE LA VARIABLE DEPENDIENTE	INDICADOR(ES) DE IMPACTO	MÉTODO/FÓRMULA	%OBTENIDO	CUMPLIMIENTO DEL INDICADOR		
Pertinencia	Pertinencia de las Investigaciones	Diseño de Proyecto: Herramientas de Diagnostico Comunicacional.	Titulación	Incremento del número de proyectos de titulación generados desde el proyecto de vinculación.	Estadística descriptiva Porcentaje				
		Diseño de Proyecto: Planificación de la Comunicación	Aplicación de Resultados	Incremento del número de aplicación de resultados de investigación obtenidos en la carrera, al proyecto de vinculación					
		Diseño de Proyecto: Análisis e Interpretación de Datos.							
	Practicas Pre profesionales	Catedra Integradora: Gestión de la Comunicación Comunitaria y Alternativa	Catedra Integradora: Gestión para la producción audiovisual	Practicas Pre profesionales	Incremento del número de estudiantes en actividades de Vinculación.	Estadística descriptiva Porcentaje			
									Catedra Integradora: Diseño de Soportes Comunicacionales
	Calidad del Proyecto de Vinculación	Redacción Informativa II	Narrativa Multimedia	Satisfacción	Nivel alto de satisfacción con la calidad del proyecto de vinculación de los docentes participantes directos e indirectos	Estadística descriptiva Porcentaje			
Narrativa Hipermedia									

 <p>Uleam UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ</p>	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: 2 Página 30 de 2

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE IMPACTOS (ESTUDIANTES)							
CRITERIO DE EVALUACIÓN	VARIABLE DEPENDIENTE	FACULTAD	DIMENSIONES DE LA VARIABLE DEPENDIENTE	INDICADOR(ES) DE IMPACTO	MÉTODO/FÓRMULA	% OBTENIDO	CUMPLIMIENTO DEL INDICADOR
Sostenibilidad	Calidad del proyecto de vinculación	Ciencias de la Comunicación	Satisfacción con las actividades desarrolladas en el proyecto	Alta satisfacción con: <ul style="list-style-type: none"> • Calidad de la oferta académica (correspondencia entre los contenidos de las materias y las actividades desarrolladas en el proyecto de vinculación) • Desarrollan de manera práctica sus conocimientos a través de capacitaciones a las comunidades. • Desarrollo de destrezas y habilidades en actividades promocionales haciendo uso de la tecnología • Experiencia de aporte en la calidad de vida con la comunidad. 	Estadística descriptiva Porcentaje		

Indicador en Relación con parámetros de eficiencia y eficacia:

Gestión de cumplimiento de actividades:

$GCA = (\text{Número de actividades ejecutadas} / \text{Número de actividades planificadas}) * 100\%$

Gestión de objetivos específicos y verificación del cumplimiento de indicadores:

$GCI = (\text{Número de indicadores cumplidos} / \text{Número de indicadores planificados}) * 100\%$

Cobertura

$C = \text{Número de beneficiarios capacitados} / \text{población objetivo} * 100$

Eficacia Total

$ET = GCA + GCI + C / 3$

Gestión de eficiencia(recursos)

$\text{Índice financiero} = (\text{recursos ejecutados} / \text{recursos programados}) * 100$

Efectividad

$EF = (\text{Eficacia total} + \text{índice financiero}) / 2$

9. Autogestión y sostenibilidad

El proyecto de Vinculación <**Productos comunicacionales y estratégicos para la reactivación económica y social de sectores priorizados de Manta**> es un proyecto que nace del Plan de Sostenibilidad y Reactivación Económica del cantón Manta Mesa Técnica No 4 ; y del Plan Emergente Intecantonal de Seguridad 13D02-2020, que aporta con acciones de carácter académico en aras del fortalecimiento del área comercial de la Red de Tiendas de Barrio y el empoderamiento social de las organizaciones comunitarias (Comités Barriales) en cuanto al conocimiento de las normativas y ordenanzas que aportan al Plan Emergente, con la intervención de la Facultad Ciencias de la Comunicación.

Consecuentemente la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, a través de la Dirección de Vinculación y Emprendimiento en coordinación con estudiantes y docentes de la FACCO, están predispuestos a colaborar aportando con sus conocimientos, destrezas, capacidades y habilidades para promocionar por medio de una comunicación digital estratégica la reactivación económica y social a grupos priorizados del sector comercial de la Red de tiendas de barrios y de las Organizaciones comunitarias de la ciudad de Manta con el apoyo del Gobierno Autónomo Descentralizado Manta.



NOMBRE DEL DOCUMENTO:

FORMATO DE PROYECTO DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD

PROCEDIMIENTO: PLANIFICACIÓN DE PROYECTO DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD

10. Financiamiento del proyecto

Proyecto: Productos comunicacionales y estratégicos para la reactivación económica y social de sectores priorizados de Manta	FUENTES DE FINANCIAMIENTO			TOTAL
	Externas		Internas	
	Actividad Comunitaria	Cooperación de Aliados estratégicos	IES	

FUENTE EXTERNA IES

OBJETIVO ESPECÍFICO	2020	2021	2022	TOTAL
Diseñar nuevos productos comunicacionales estratégicos digitales promocionando a la Red de Tiendas de barrios de Manta.		1.000,00		
Difundir a través de una campaña de Marketing Social, las normativas y ordenanzas para contribuir al Plan Emergente Intercantonal de Seguridad -13D02-2020		1.000,00		
Evaluar el impacto social y económico con la intervención de la Facultad Ciencias de la Comunicación en los grupos priorizados de la Red de Tiendas de Barrios y a los grupos de atención prioritarios determinados en el Plan Emergente Intercantonal de Seguridad 13D02-2020.		500,00		
TOTAL		2.500		

APORTE EXTERNO

OBJETIVO ESPECÍFICO	2020	2021	2022	TOTAL
Diseñar nuevos productos comunicacionales estratégicos digitales promocionando a la Red de Tiendas de barrios de Manta.		000,00		
Difundir a través de una campaña de Marketing Social, las normativas y ordenanzas para contribuir al Plan Emergente Intercantonal de Seguridad 13D02-2020		000,00		
Evaluar el impacto social y económico con la intervención de la Facultad Ciencias de la Comunicación en los grupos priorizados de la Red de Tiendas de Barrios y a los grupos de atención prioritarios determinados en el Plan Emergente Intercantonal de Seguridad 13D02-2020.		000,00		
TOTAL		000,00		

- De acuerdo a la disponibilidad presupuestaria IES y fuentes externas.
- Se estimó el valor de la hora en un promedio de 9,11 por las horas clases de los docentes participantes que son 4 horas semanales según la carga horaria y se contempló los 12 docentes participantes. []

ANEXO 1 Objetivo especifico	Presupuesto	Recursos	Actividades	Tareas	Criterios de Evaluación	Numero de estudiantes	Número de horas del estudiante	Estado de estudiante Normal o Contingencia	Número de docentes	Número de horas del docente	Número de beneficiarios	fecha de inicio	fecha de fin
Diseñar nuevos productos comunicacionales estratégicos digitales promocionando a la Red de Tiendas de barrios de Manta.		Computadora Celular Memorias Software Programas digitales. Distintivos publicitarios en los sectores comunitarios en donde se encuentran los <u>beneficiarios</u> .	A.1.1.1 Realizar un testeo de las condiciones de comunicación comercial de los Comerciantes de la Red de Tiendas de barrios.	<ul style="list-style-type: none"> Elaborar un test/encuesta a los comerciantes Red de tiendas de barrios. Tabular y determinar resultados. 	Relevancia Pertinencia Sostenibilidad	IV -70 V- 83 VI -60		5	12	8 presidente 8 miembro comisión 6 líder proyecto 5 supervisor 4 supervisor	124 comerciantes de la Red de Barrios del cantón Manta. 82 comités comunitarios de la Unidad de prevención de Seguridad.	33 2020- 2	2021-1
			A.1.1.2 Conducir un estudio estratégico a través de la ficha técnica del FODA.	<ul style="list-style-type: none"> Elaborar la matriz FODA Definir elementos estratégicos de la organización. Definir factores del medio ambiente interno Fortalezas y Debilidades Extraer las estrategias FO Extraer las estrategias DO Extraer las estrategias FA Extraer las estrategias DA 									
			A.1.1.3 Ejecutar un análisis a través de Beanhmarketing	<ul style="list-style-type: none"> Identificar qué proceso, área o producto se pretende mejorar en la Red de tiendas de barrios. Identificar las tiendas que posean las mejores prácticas de comunicación digital y ver si efectivamente la comparación pudiera servir. Definir qué indicadores nuevos y a medir. Definir el método para recopilar datos. 									

		agenda para determinar niveles de satisfacción en los usuarios.	<p>datos de uso y utilidad de la agenda.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaborar informe periódico y realizar estudio comparativo para determinar resultados, 								
		A1.3.3. Evaluar para determinar resultados estadísticos de la actividad 1.3.1	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicar instrumentos de medición cuantitativa y cualitativa, 								
Difundir a través de una campaña de Marketing Social las normativas y ordenanzas para contribuir al Plan Emergente Intercantonal de Seguridad 13D02-2020		A2.1.1 Planificar la Campaña de Marketing Social	<ul style="list-style-type: none"> • Definir los pasos a seguir en la campaña. • Determinar la implementación de los siguientes productos digitales según las necesidades que se establezcan previo estudio de necesidades de los comités barriales integrados en el Plan de Seguridad Ciudadana. • Crear un Visual storytelling que se articule al Plan Emergente Intercantonal de Seguridad 13D02 • Landing page • Videos, contenidos de blogs y redes sociales. 							Periodo 2020-2	2021-1



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: 2

Página 36 de 2

			<ul style="list-style-type: none"> • Mails, mensajería y whatApp • Banners, Copys y anuncios de videos para Facebook. • Creación de una Buyer persona • Plataformas y medios. • Medición del éxito de la estrategia • Informes de performance 								
		A2.2.1 Crear el Newsletter/Blog	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar planificación de trabajo y delegar responsabilidades. • Crear el Newsletter/blog • Generar lista de suscriptores 								
		A2.2.2. Feedback entre los estudiantes y grupos priorizados.	<ul style="list-style-type: none"> • Retroalimentación continua y monitoreo de necesidades de los ciudadanos 								
		A2.2.3 Elaborar informe estadístico sobre A2.2.2.	<ul style="list-style-type: none"> • Contrastaciones entre cuadros y gráficos estadísticos 								
		A2.3.1. Determinar número de páginas vistas, conversiones, me gusta y comentarios.	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicación de métricas. • Control periódico de suscriptores • Implementar estrategias de ser necesario para fortalecer el uso de Newsletter/blogs 								

		la gestión interna a través de un monitoreo periódico para determinar problemas y obstáculos principales y sugerir medidas correctivas.									
		3A.1. 3 contrastar la consecución de los objetivos específicos para revisar la lógica de intervención	<ul style="list-style-type: none"> Resultados cualitativos cuantitativos obtenidos en la evaluación 								
		3.2.1 Realizar un plan de evaluación en su contexto I para valorar la factibilidad del proyecto.	<ul style="list-style-type: none"> Definir tipo de evaluadores. Establecer criterios de evaluación Planeación de la evaluación Términos de referencia Plan de trabajo Diseño metodológico de la evaluación. Implementación de la evaluación 								
		A3.2.2. Aplicar un plan de evaluación intermedia para identificar las actividades del proceso, aciertos, errores y dificultades.	<ul style="list-style-type: none"> Planeación de la evaluación Términos de referencia Plan de trabajo Diseño metodológico de la evaluación. Implementación de la evaluación 								
		A3.2.3 Valorar mediante una evaluación final el	<ul style="list-style-type: none"> Planeación de la evaluación 								




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: 2
 Página 39 de 2

		<p>impacto y los resultados y efectos tempranos para medir los niveles de intervención</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Términos de referencia • Plan de trabajo • Diseño metodológico de la evaluación. • Implementación de la evaluación • Matriz de evaluación. 								
		<p>A3.3.1 Recopilar las evidencias concretas de la información</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicar métodos de recolección de datos y análisis de información 								
		<p>A3.3.2 Establecer los resultados de la evaluación</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Compilación y análisis de los resultados de la evaluación y las recomendaciones incluyendo evidencia concreta de la información y las conclusiones. <p>*Conclusiones y recomendaciones: presentar las conclusiones de acuerdo a los criterios de evaluación y las recomendaciones en términos del objetivo general del proyecto. *Anexos: figuras y tablas, términos de referencia</p>								

	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: 2	
			Página 40 de 2	

		A3.3.3 Socialización y difusión de resultados del proyecto	<ul style="list-style-type: none"> Publicación a través de medios digitales. 								
--	--	--	---	--	--	--	--	--	--	--	--



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: 2

Página 41 de 2



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: 2

Anexo no. 2. Participantes docentes y aliados estratégicos

ULEAM					
Facultad	Carrera	Docente Responsable	Correo Electrónico Institucional	Correo Electrónico Personal	Teléfono
Ciencias de la Comunicación	Comunicación	Pin Carvajal Jacqueline del Rocio.	jacqueline.pin@uleam.edu.ec	jacquitapincarvajal@gmail.com	0963265357
Ciencias de la Comunicación	Comunicación	Cantos García Jarwin Roberto	jarwin.cantos@uleam.edu.ec	jarvin61@hotmail.com	0991214872
Ciencias de la Comunicación	Comunicación	Navas Guzmán Lidia	lidia.navas@uleam.edu.ec	navas.lydia@gmail.com	34650583565
Ciencias de la Comunicación	Comunicación	Barcia Rodríguez Carlos Alberto	carlos.barcia@uleam.edu.ec	carlosbarciar@hotmail.com	0999797470
Ciencias de la Comunicación	Comunicación	Cevallos García Iván Humberto	iban.cevallos@uleam.edu.ec	ivaceg@yahoo.es	0991558208
Ciencias de la Comunicación	Comunicación	García Meza Wilfrido	wilfrido.meza@uleam.edu.ec	migueveraza@hotmail.com	0989745775
Ciencias de la Comunicación	Comunicación	Guevara Mendoza Carlos Vicente	carlos.guevara@uleam.edu.ec	carlosguevara1962@hotmail.com	0986741131
Ciencias de la Comunicación	Comunicación	Intriago Holguín Ronald Leonardo	ronald.holguin@uleam.edu.ec	ronaletrius@yahoo.com	0984549912
Ciencias de la Comunicación	Comunicación	Márquez López Jorge Oswaldo	jorge.marquez@uleam.edu.ec	1978joml@gmail.com	0996746902
Ciencias de la Comunicación	Comunicación	Mendoza Zambrano Damia Marilu	damian.mendoza@uleam.edu.ec	damiamendoza@gmail.com	098523 0064
Ciencias de la Comunicación	Comunicación	Moreira Delgado Tito Leonardo	leonardo.moreira@uleam.edu.ec	leomodel3@gmail.com	0967085271
Ciencias de la Comunicación	Comunicación	Pisco Sánchez Remigio Gonzalo	remigio.pisco@uleam.edu.ec	catedraspublicidad@gmail.com	0990762147



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: 2

Página 43 de 2

Provincia	Ciudad	Barrio	Dirección	Nombre Representante de la Comunidad	Correo Electrónico	Teléfono	Beneficiarios Directos Hombres	Beneficiarios Directos Mujeres	Beneficiarios Indirectos Hombres	Beneficiarios Indirectos Mujeres
Manabí	Manta	Manta	Manta							

ALIADOS ESTRATÉGICOS

Nombre de aliado Estratégico	Nombre del Representante Legal	R.U.C. de aliado estratégico	Provincia	Ciudad	Dirección	Página Web	Correo Electrónico	Teléfono fijo	Teléfono móvil	Aporte al Presupuesto
GAD	Agustín Intriago		Manabí	Manta	Calle 9 y av. 4	www.manta.gob.ec	alcaldia@manta.gob.ec			

ALUMNOS VI B COMUNICACIÓN



No.	Carrera	# de matrícula	Cédula/Pasaporte	Apellidos	Nombres
1	COMUNICACIÓN	07772	1315291334	ALCIVAR ROLDAN	JESUS DAVID
2	COMUNICACIÓN	07578	1105354458	BELTRAN SILVA	MARIA CRISTINA
3	COMUNICACIÓN	08465	1313887786	CAÑARTE MACIAS	FRANCISCO BOLIVAR
4	COMUNICACIÓN	07563	1313688424	CEDEÑO MERA	BRENDA ISABEL
5	COMUNICACIÓN	07763	1316895406	CHAVEZ CEDEÑO	CRISTHIAN JAVIER
6	COMUNICACIÓN	07844	1351698228	DIAZ GIL	MARIA JOSE
7	COMUNICACIÓN	08057	1313599795	FRANCO RIVERA	EDISON JEAMPIERRE
8	COMUNICACIÓN	08000	1351503402	GARCIA LOOR	DIOFREE ARGENIS
9	COMUNICACIÓN	07583	2300211527	GUERRERO BRAVO	KAREN ALEJANDRA
10	COMUNICACIÓN	07806	1350550123	HOLGUIN PINARGOTE	MARIA MONSERRATE
11	COMUNICACIÓN	08135	1350809750	LUNA BAQUE	CONNIE GISELLE
12	COMUNICACIÓN	07939	2350608671	MIRANDA VÉLEZ	MARCIA GABRIELA
13	COMUNICACIÓN	08430	803878347	PAZMIÑO CAGUA	ALISSON NICOLE
14	COMUNICACIÓN	07494	1315710077	PICO BENITEZ	CARMEN BELEN
15	COMUNICACIÓN	08161	1314854744	PINARGOTE MACIAS	IZY MILENA
16	COMUNICACIÓN	07831	1314739085	QUIIJE ALVARADO	MARIA STEFANY
17	COMUNICACIÓN	07443	1315648061	REYES LUGO	ANDREA CAROLINA
18	COMUNICACIÓN	07885	1312874835	ROSADO BRAVO	GUILLERMO JOSUE
19	COMUNICACIÓN	07230	942799057	SABANDO SABANDO	SHIRLEY CONCEPCION
20	COMUNICACIÓN	08074	2450333394	SALTOS BELTRAN	YADIRA ELIZABETH
21	COMUNICACIÓN	07397	1316613510	VACA PIONCE	CARLOS GERMAN
22	COMUNICACIÓN	07944	1351700040	VALENCIA DELGADO	NATHALY ANDREINA
23	COMUNICACIÓN	08248	1315553972	ZAMBRANO GARCIA	ANA JULIETA
24	COMUNICACIÓN	08261	1311852840	ZEVALLOS MACIAS	JOOS MILLER



ALUMNOS VI A COMUNICACIÓN

No.	Carrera	# de matrícula	Cédula/Pasaporte	Apellidos	Nombres
1	COMUNICACIÓN	2020E8-07568	1351155336	ACOSTA CHEVEZ	JENNIFER LISBETH
2	COMUNICACIÓN	2020E8-07274	1351391261	ALCIVAR COQUIS ALVARADO	ZULAY BELEN
3	COMUNICACIÓN	2020E8-07338	1312783200	MEDRANDA	VALERIA NICOLLE
4	COMUNICACIÓN	2020E8-07492	1803736097	BASTIDAS MERA	KEVIN ANDREI
5	COMUNICACIÓN	2020E8-07342	1312489105	BRAVO ZAMBRANO	KERLY BEATRIZ
6	COMUNICACIÓN	2020E8-07842	1315337368	CALDERON MENOSCAL	HENRY BRYAN
7	COMUNICACIÓN	2020E8-07412	1313887778	CAÑARTE MACIAS	BYRON ALEXANDER
8	COMUNICACIÓN	2020E8-07976	1315645737	CHARCOPA CUZME	DIANA CAROLINA
9	COMUNICACIÓN	2020E8-07778	1313689133	CORDOVA CHOEZ	NURYS GABRIELA
10	COMUNICACIÓN	2020E8-07547	1724641343	ESPAÑA VILLEGAS	MARIA ISABEL WALTER
11	COMUNICACIÓN	2020E8-07594	1313638510	FERNANDEZ PARRAGA	FERNANDO KATHERINE
12	COMUNICACIÓN	2020E8-07816	1351806052	FLORES DELGADO	PAMELA
13	COMUNICACIÓN	2020E8-08073	1312711375	GARCIA BARRERA HERNANDEZ	GENESIS BEATRIZ
14	COMUNICACIÓN	2020E8-07647	1352180325	MANTUANO	MAYERLING PAOLA
15	COMUNICACIÓN	2020E8-07628	1315965416	LOOR BERMELO	JOSE ALEXANDER
16	COMUNICACIÓN	2020E8-07457	66383662	LOOR MARQUEZ	ORIANA DEL MAR
17	COMUNICACIÓN	2020E8-09221	1317908851	MACIAS ARIAS	MILADY YULISSA
18	COMUNICACIÓN	2020E8-07223	1310766553	MACIAS MANZABA	CARLOS JOEL
19	COMUNICACIÓN	2020E8-08013	1314010669	MUÑOZ MENDOZA	GEOVANNA ELOYSA
20	COMUNICACIÓN	2020E8-07447	1313371658	PALMA LAZ	ELENA YUDITH
21	COMUNICACIÓN	2020E8-08066	1350502025	PICO INTRIAGO	GEMA MARIBEL
22	COMUNICACIÓN	2020E8-07302	1311643843	PICO MENDOZA	MARIA CLAUDIA
23	COMUNICACIÓN	2020E8-08125	1314854736	PINARGOTE MACIAS	STEPHANIA MILENA
24	COMUNICACIÓN	2020E8-08079	1316319175	QUIJANO MARTINEZ	JOYCE MELANIE
25	COMUNICACIÓN	2020E8-07560	3050358757	QUIJIJE LUCAS	CARLOS IVAN ZULEYKA
26	COMUNICACIÓN	07251	950251256	VALENCIA ESPINOZA	ALEJANDRA

27 COMUNICACIÓN	2020E8-07406	1313862664	VELIZ MANZABA	LUIS ENRIQUE
28 COMUNICACIÓN	2020E8-07720	1315889863	ZAMBRANO DE LA CRUZ	ANA KAROLINA

Uleam

12. Referencia Bibliográfica

Uleam, G. M. (2020). Plan de sostenibilidad y reactivación económica del Cantón Manta. Manta.

<https://www.planificacion.gob.ec/plan-nacional-de-desarrollo-2017-2021-toda-una-vida/>

INEC. (2010). Censo 2010 - Población y Vivienda - Una Historia para ver y sentir. Inec, 18. Retrieved from http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Libros/Memorias/memorias_censo_2010.pdf

ULEAM. Plan Estratégico de Desarrollo Institucional. , (2016).

ULEAM. Plan Integrado Institucional de Vinculación. , (2016).

ULEAM. Reglamento de Vinculación con la Sociedad. , (2016).

Plan Emergente Intercantonal de Seguridad 13D02

ⁱ <https://revistademanabi.com/2020/06/06/el-nuevo-tarqui-de-manta-reabre-con-tiendas-autorizadas/>

ⁱⁱ <https://www.elcomercio.com/actualidad/mercados-manta-reactivacion-promociones-sorteos.html>

ⁱⁱⁱ <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/regional/1/170-tenderos-en-manta-estan-ordenados-a-traves-de-una-red>

^{iv} <https://www.vistazo.com/seccion/portafolio/la-pandemia-obliga-los-tenderos-de-ecuador-reinventarse>

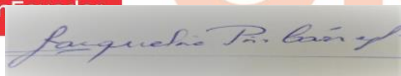
^v <https://www.forbes.com.mx/manera-internet-impulsa-la-economia/>

^{vi} <https://www.oei.es/historico/revistactsi/numero7/articulo08.htm>

<https://rockcontent.com/es/blog/medir-el-engagement/>

<https://www.google.com/search?q=newsletter&oq=newlet&ags=chrome.1.69i57j0i10l7.7634j0j15&sourceid=chrome&ie=UTF-8>

<https://areaf5.es/blog/como-medir-el-impacto-del-blog-y-newsletter>



Lic. Jacqueline Pin Carvajal Mg.
PRESIDENTA COMISION DE VINCULACION
LIDER DEL PROYECTO



Lic. Mauro Andino Mg.
DECANO FACCO