

2022

PRESENTACIÓN DE PROYECTO

VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD

PROYECTO: FORTALECIMIENTO DE CONOCIMIENTOS EN
MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS EN LOS EMPRENDEDORES
DE LA EDEC EP

UNIVERSIDAD DEL AZUAY | Cuenca - Ecuador

1. INFORMACIÓN GENERAL

- 1.1 PROGRAMA: Fin de la pobreza
- 1.2 CAMPO AMPLIO: 04 Administración, Negocios y Legislación
- 1.3 CAMPO ESPECÍFICO: 041 Negocios y Administración
- 1.4 CAMPO DETALLADO: 0413 Gestión y administración
- 1.5 LINEA DE ACCIÓN: Servicios y asesoramiento
- 1.6 FACULTAD / UNIDAD ACADÉMICA 1: Facultad de Ciencias de la Administración
FACULTAD / UNIDAD ACADÉMICA 2: Elija un elemento.
- 1.7 CARRERA 1: Marketing
CARRERA 2: Administración de Empresas
CARRERA 3: Elija un elemento.
- 1.8 EL PROYECTO TIENE EL COMPONENTE DE FORMACIÓN CONTINUA:
 SI (Descargar y llenar el formato de presentación de cursos de Formación Continua en: <https://formacioncontinua.uazuay.edu.ec/descargables>)
 NO
- 1.9 NOMBRE DEL PROYECTO: FORTALECIMIENTO DE CONOCIMIENTOS EN MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS EN LOS EMPRENDEDORES DE LA EDEC EP

1.10 POBLACIÓN OBJETIVO:

Directos: Describir los beneficiarios directos. Emprendedores de la ciudad de Cuenca que están vinculados con la empresa EDEC EP, tales como artesanos, productores y comerciantes.

Indirectos: Describir los beneficiarios indirectos. Proveedores de materia prima y consumidor final

Entidades externas: Cuantificar y describir las entidades beneficiarias. GAD Municipal de Cuenca, Empresa Municipal EDEC EP

Nombre de la entidad	Tipo de entidad
Empresa Municipal EDEC EP	Pública

1.11 El proyecto está ligado a los siguientes objetivos del Plan de Creación de Oportunidades 2021 – 2025¹

OBJETIVOS DEL EJE ECONÓMICO

- Objetivo 1: Incrementar y fomentar, de manera inclusiva, las oportunidades de empleo y las condiciones laborales.
- Objetivo 2: Impulsar un sistema económico con reglas claras que fomente el comercio exterior, turismo, atracción de inversiones y modernización del sistema financiero nacional.
- Objetivo 3: Fomentar la productividad y competitividad en los sectores agrícola, industrial, acuícola y pesquero, bajo el enfoque de la economía circular.
- Objetivo 4: Garantizar la gestión de las finanzas públicas de manera sostenible y transparente.

OBJETIVOS DEL EJE SOCIAL

- Objetivo 5: Proteger a las familias, garantizar sus derechos y servicios, erradicar la pobreza y promover la inclusión social.
- Objetivo 6: Garantizar el derecho a la salud integral, gratuita y de calidad.
- Objetivo 7: Potenciar las capacidades de la ciudadanía y promover una educación innovadora, inclusiva y de calidad en todos los niveles.
- Objetivo 8: Generar nuevas oportunidades y bienestar para las zonas rurales, con énfasis en pueblos y nacionalidades.

OBJETIVOS DEL EJE SEGURIDAD INTEGRAL

- Objetivo 9: Garantizar la seguridad ciudadana, orden público y gestión de riesgos.
- Objetivo 10: Garantizar la soberanía nacional, integridad territorial y seguridad del Estado.

OBJETIVOS DEL EJE TRANSICIÓN ECOLÓGICA

- Objetivo 11: Conservar, restaurar, proteger y hacer un uso sostenible de los recursos naturales.
- Objetivo 12: Fomentar modelos de desarrollo sostenibles aplicando medidas de adaptación y mitigación al cambio climático.
- Objetivo 13: Promover la gestión integral de los recursos hídricos.

OBJETIVOS DEL EJE INSTITUCIONAL

- Objetivo 14: Fortalecer las capacidades del Estado con énfasis en la administración de justicia y eficiencia en los procesos de regulación y control, con independencia y autonomía.
- Objetivo 15: Fomentar la ética pública, la transparencia y la lucha contra la corrupción.

¹ <https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/2021/09/Plan-de-Creacio%CC%81n-de-Oportunidades-2021-2025-Aprobado.pdf>

□ Objetivo 16: Promover la integración regional, la inserción estratégica del país en el mundo y garantizar los derechos de las personas en situación de movilidad humana.

1.12 El proyecto está ligado a los siguientes Objetivos de Desarrollo Sostenible.²

Especificar el o los objetivos de desarrollo sostenible ligados al proyecto. Para cada objetivo seleccionado detallar el porqué de esa relación.

1	Fin de la pobreza: Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo.	
	Algunos emprendedores inician sus actividades por necesidad ya que no encuentran trabajo durante mucho tiempo y esto les inclina a iniciar su propia actividad con pocas herramientas o conocimientos. Esta capacitación ayuda a reducir la pobreza al tener un ingreso propio	<input checked="" type="checkbox"/>
2	Hambre cero: Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible.	
		<input type="checkbox"/>
3	Salud y bienestar: Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades.	
		<input type="checkbox"/>
4	Educación de calidad: Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos.	
	Mediante los cursos de capacitación se les está dando una gran oportunidad de recibir conocimiento de calidad sin ninguna restricción o costo por lo que acceden cualquier persona ligada a un emprendimiento intención de emprender.	<input checked="" type="checkbox"/>
5	Igualdad de género: Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas.	
		<input type="checkbox"/>
6	Agua limpia y saneamiento: Garantizar la disponibilidad de agua y su gestión sostenible y el saneamiento para todos.	

² <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/poverty/>

		<input type="checkbox"/>
<p>7</p>	<p>Energía asequible y no contaminante: Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para todos.</p>	
		<input type="checkbox"/>
<p>8</p>	<p>Trabajo decente y crecimiento económico: Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.</p>	
	<p>Los emprendimientos también son fuente de creación de empleo y es importante mediante las capacitaciones que se logre en los participantes, obtener una inclusión de empleados con condiciones dignas, inclusivas y mejorar el empleo pleno y la economía local y nacional.</p>	<input checked="" type="checkbox"/>
<p>9</p>	<p>Industria, innovación e infraestructura: Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación.</p>	
	<p>Los emprendimientos nacen generalmente pequeños y van creciendo hasta convertirse en industria y muchas veces innovando procesos. Esto genera mayor rotación en materia prima y por ende sostenibilidad en el tiempo para muchas industrias relacionadas y los stakeholders.</p>	<input checked="" type="checkbox"/>
<p>10</p>	<p>Reducción de las desigualdades: Reducir la desigualdad en y entre los países.</p>	
	<p>Las brechas existentes entre ricos y pobres han aumentado y la pandemia ha acentuado más esta situación. Los emprendimientos con mejores habilidades y conocimientos pueden perdurar y crecer reduciendo las desigualdades no solo económicas sino también sociales.</p>	<input checked="" type="checkbox"/>
<p>11</p>	<p>Ciudades y comunidades sostenibles: Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles.</p>	
		<input type="checkbox"/>
<p>12</p>	<p>Producción y consumo responsables: Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.</p>	

	<p>Una mejor capacitación en estratos pobres permite generar mejor capacidad de decisión en los productos que se consumen, esto permitirá mejor y mayor responsabilidad por parte del productor y consumidor.</p>	<input checked="" type="checkbox"/>
<p>13 Acción por el clima: Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.</p>		
		<input type="checkbox"/>
<p>14 Vida submarina: Conservar y utilizar en forma sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible.</p>		
		<input type="checkbox"/>
<p>15 Vida de ecosistemas terrestres: Gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y detener la pérdida de biodiversidad.</p>		
		<input type="checkbox"/>
<p>16 Paz, justicia e instituciones sólidas: Promover sociedades justas, pacíficas e inclusivas.</p>		
		<input type="checkbox"/>
<p>17 Alianza para lograr los objetivos: Revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible.</p>		
	<p>Trabajar en equipo con otras dependencias permite llegar a más grupos con necesidades expresadas y con necesidades ocultas. En este caso trabajar con una institución pública y la universidad genera alianzas que dan acceso a más personas y grupos vulnerables en los cuales se puede apoyar desde la academia.</p>	<input checked="" type="checkbox"/>

1.13 TIEMPO ESTIMADO DE EJECUCIÓN: 12 meses

1.14 RESPONSABLE DE LA PROPUESTA: Marcelo Calle, PhD

1.15 PROFESORES PARTICIPANTES

(Todos los campos son obligatorios)

DOCENTES ASIGNADOS AL PROYECTO								
Nombres	Apellidos	Cédula	Formación Académica	Descripción de Títulos Académicos	Tipo de Docente	Correo electrónico	Teléfonos	Función dentro del proyecto
Marcelo	Calle	0102056843	Ph.D.	PhD en Administración Agrícola y Emprendimiento; Magister en Administración de Empresas MBA; Ingeniero en Alimentos.	Titular auxiliar	marcalle@uaz.uay.edu.ec	4091000	Director Proyecto

1.16 ESTUDIANTES PARTICIPANTES

(Todos los campos son obligatorios)

Nombres	Apellidos	Cédula	Código de Estudiante	Ciclo que cursa	Facultad	Carrera	Correo electrónico	Teléfonos	Función dentro del proyecto
1	Apellidos	9999 9999	99999	Quinto ciclo, Sexto ciclo, etc.	Facultad de Ciencias de la Administración	Marketing	uaXXXX@uaz-uay.edu.ec	4091 000 0999 1999 99	Prácticas vinculación
2					Facultad de Ciencias de la Administración	Marketing			Prácticas vinculación

2. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

2.1. RESUMEN EJECUTIVO DEL PROYECTO:

El presente proyecto de vinculación con la sociedad va acorde con el Convenio Marco de Cooperación Interinstitucional entre la Universidad del Azuay y GAD Municipal de Cuenca a través de la entidad EDEC EP. La empresa EDEC EP cuenta con un grupo de emprendedores a quienes los busca ayudar para que sus negocios puedan ser rentables, sostenibles y generen empleo en la ciudad. Los diferentes problemas económicos, legales, situacionales, especialmente por la pandemia Covid-19 les presenta barreras que les impide salir adelante con sus negocios, razón por la cual la Universidad del Azuay a través del proyecto de capacitación a emprendedores llevado a cabo en el período 2021 2002 ha levantado una base de las necesidades de algunos de estos emprendedores a través de una investigación de mercados, usando herramientas encuestas online a estos emprendedores para identificar sus principales necesidades y así la UDA pueda desarrollar y brindar capacitaciones mediante módulos que permitan mejorar las herramientas y habilidades para administrar de mejor manera sus actividades comerciales. Estos módulos van a tener contenido teórico y práctico, en el primer caso serán docentes de la UDA quienes impartirán clase presencial en la EDEC EP y luego estarán los estudiantes de la Escuela de Marketing quienes darán un acompañamiento a los emprendedores en las aplicaciones de las herramientas de marketing y comercialización. Los objetivos se enmarcan en mejorar los conocimientos necesarios a los emprendedores de la ciudad de Cuenca para que puedan mejorar la toma de decisiones. Los resultados esperados luego de los módulos y el seguimiento, es que los emprendedores tendrán mejores ventas, mejor marketing, mejor manejo financiero de sus negocios, podrán mejorar su productividad, en el caso de empresas de alimentos entender mejor los procesos de acreditación, y finalmente una mejor visión sobre sus oportunidades de comercialización y atención al cliente.

2.2. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN:

La Universidad del Azuay busca desarrollar programas de asistencia y cooperación con organismos del sector público y privado. Esta cooperación se enfoca en transmitir e intercambiar conocimientos, experiencias y nuevas habilidades para la comunidad. También trabaja en involucrar a sus estudiantes para que tengan la oportunidad de poner en práctica los conocimientos adquiridos en las aulas y de participar en el proceso de cambio y modernización del país siguiendo los lineamientos del Plan Nacional del Buen Vivir. La Universidad del Azuay firmo un convenio marco con la EDEC EP de cooperación mutua, en este contexto se trabaja en desarrollar una estrategia en conjunto para encontrar las principales necesidades que tienen los emprendedores de la ciudad de Cuenca que están vinculados a la empresa pública EDEC EP y que tienen dificultades para salir adelante con sus emprendimientos y ser sostenibles o rentables. Este proyecto es importante porque alrededor de 450 emprendedores vinculados con la EDEC EP se podrían ver beneficiados de un diagnostico apropiado sobre sus necesidades y una solución brindada a través de la capacitación específica y académica por parte de la Universidad del Azuay enfocada en sus verdadera necesidades y con un seguimiento por parte de sus estudiantes de la Escuela de Marketing que les permita implementar y mantener estrategias ganadoras para que sus emprendimientos sean sostenibles y rentables en el tiempo. Esta estrategia podría lograr que incluso se puedan generar nuevas plazas de trabajo. Existe una alta tasa de cierre de emprendimientos debido especialmente a problemas de financiamiento y falta de rentabilidad, seguido por otras razones secundarias como cuestiones personales y otras razones (Global Entrepreneurship Monitor Ecuador, 2018). Muchos de los emprendedores

son entusiastas empíricos y sin estudios superiores, lo que podría presentar una falta de herramientas administrativas para desarrollar estrategias que conduzcan a un emprendimiento rentable y sostenible. Esta probable deficiencia puede ser cubierta por la Universidad del Azuay con su programa de vinculación con la sociedad puesto que la mayoría de estos emprendedores son pequeños negocios y sin una oportunidad de adquirir una carrera de tercer nivel, sea por costos o por falta de tiempo debido a que deben atender sus negocios y familia.

2.3 ALCANCE TERRITORIAL: Cantonal

2.4 OBJETIVO GENERAL:

Proporcionar técnicas para el fortalecimiento de las habilidades emprendedoras e innovadoras que impacten en el desarrollo de sus negocios en un plazo de 12 meses.

2.5 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Identificar nuevas necesidades de capacitación que más necesitan los emprendedores para mantener sus negocios en el mercado.
- Brindar un seguimiento al 30% de los participantes de las herramientas compartidas.
- Levantar datos que permitan identificar debilidades nuevas y comportamientos del grupo de emprendedores para futuras capacitaciones y/o colaboraciones.

2.6 IMPACTO DEL PROYECTO:

Social

Científico

Económico

Político

Ambiental

Otro: _____

2.7 DESCRIPCIÓN DE IMPACTO ESPERADO

El impacto esperado es lograr emprendimientos en la ciudad de Cuenca que sean rentables y sostenibles en el tiempo, evitando deserciones y pérdidas de plazas de empleo. Los sectores más beneficiados podrían ser los emprendimientos de alimentos, artesanías, calzado, artesanos, comercialización y servicios. Los emprendedores y sus familias, junto con sus empleados podrán mantener sus trabajos y una mejor calidad de vida.

2.8. INDICADORES GENERALES DE IMPACTO A NIVEL DE PROYECTO

Nro. De Indicador	Descripción	Tipo	Método
1	Al final del proyecto, al menos un 60% de los emprendedores participantes de la EDEC recibirán capacitación.	Cuantitativo	<i>Porcentaje de participación de los beneficiarios en los diferentes procesos de investigación.</i>
2	Al final del proyecto se contará con un programa estructurado de herramientas que impacten en los emprendimientos del grupo intervenido.	Cualitativo	Estudio del diseño y de la estructura del programa.
3	Al final del proyecto, al menos un 30% de los emprendedores asistentes aplicarán herramientas estratégicas de emprendimiento e innovación basadas en su mercado meta y objetivos.	Cuantitativo	Porcentaje de emprendedores que implementan estrategias de mejoramiento del emprendimiento e innovación.
4			
5			

2.9. RESULTADOS / PRODUCTOS ESPERADOS:

- Al final del proyecto, al menos un 60% de los emprendedores participantes de la EDEC recibirán capacitación.
- Al final del proyecto se contará con un programa estructurado de herramientas que impacten en los emprendimientos del grupo intervenido.
- Al final del proyecto, al menos un 30% de los emprendedores asistentes aplicarán herramientas estratégicas de emprendimiento e innovación basadas en su mercado meta y objetivos.

3. PLAN DE TRABAJO

Objetivo general	Objetivos específicos	Indicador	Resultado Esperado	Actividades	Medio de verificación	Supuestos
Proporcionar técnicas para el fortalecimiento de las habilidades emprendedoras e innovadoras que impacten en el desarrollo de sus negocios en un plazo de 12 meses.	Identificar nuevas necesidades de capacitación que más necesitan los emprendedores para mantener sus negocios en el mercado.	Al final del proyecto, al menos un 60% de los emprendedores participantes de la EDEC recibirán capacitación.	60% de asistencia	1.1 Reuniones con la EDEC y la junta de marketing para buscar necesidades de los emprendedores	Reportes de las reuniones a vinculación	Coincidir en horarios de reunión.
				1.2 Definición de módulos a dictarse	Documento con los módulos y contenidos generales	Un número alto de módulos
	Brindar un seguimiento al 30% de los participantes de las herramientas compartidas	Apoyo de los estudiantes a un grupo del 30% de emprendedores de manera personal	40% de mejora en la aplicación de la teoría recibida en algunos de los módulos	actividad 2.1 levantamiento de los contenidos de cada módulo	Contenidos mínimos de cada módulo	Apoyo de los docentes de la UDA
				actividad 2.2 Desarrollo del programa de capacitación	Registro de asistencia a cada módulo	Predisposición de los emprendedores a participar en los módulos
	Levantar datos que permitan identificar debilidades nuevas y comportamientos	Información obtenida a través de retroalimentación y/o encuestas con levantamiento de datos	Recopilar en al menos un 60% de los asistentes la información	actividad 3.1 Recolección inicial de los métodos usados	Registro de la información por parte de los estudiantes que apoyan	Depende de la voluntad de llenar encuestas
				actividad 3.2 Análisis de datos y proyección de	Creación de posibles estrategias a aplicarse y probables	Probables medidas de las variables en estudio que

	del grupo de emprendedores para futuras capacitaciones y/o colaboraciones.			necesidades futuras	necesidades a futuro que complementen	tengan significancia
--	--	--	--	---------------------	---------------------------------------	----------------------

4. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Anexo 2: Cronograma de Actividades.

Cronograma de actividades por mes

ACTIVIDAD	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
1.1 Reuniones con la EDEC y la junta de marketing para buscar necesidades de los emprendedores												
1.2 Definición de módulos a dictarse												
actividad 2.1 levantamiento de los contenidos de cada módulo												
actividad 2.2 Desarrollo del programa de capacitación												
actividad 3.1 Recolección inicial de los métodos usados												
actividad 3.2 Análisis de datos y proyección de necesidades futuras												

5. PRESUPUESTO

- Costo total del Proyecto: \$9200.10
 - Aporte de la Universidad del Azuay: \$9200.10
 - Aporte de "Ingresar nombre de la Empresa/Institución/GAD/": N/A

Anexo 1: Presupuesto

6. BIBLIOGRAFÍA

Lasio, V., Ordeñana, X., Caicedo, G., Samaniego, A., & Izquierdo, E. (2017). Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2017. *ESPAE-ESPOL*. Obtenido de <https://espae.espol.edu.ec/wp-content/uploads/documentos/GemEcuador2017.pdf>

Icart, I. B., & Alarcón, A. A. (2004). Teorías sobre la figura del emprendedor. *Papers: revista de sociología*, (73), 81-103.

Del Valle, M. (2005). *Forjando emprendedores. Las incubadoras de empresas en el Ecuador*. CAF.

Entrialgo, M., Fernández, E., & Vázquez, C. J. (2001). El comportamiento emprendedor y el éxito de la PYME: modelos de contingencia y configuracionales. *Dirección y organización*, (25).

Malhotra, N. (2008). *Investigación de Mercados* (Quinta edición ed.). Ecuador: Pearson Prentice Hall. Recuperado el, 31.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2007). *Marketing. Versión para Latinoamérica*. México: Prentice Hall.

NOMBRE DEL DIRECTOR DE PROYECTO: Marcelo Calle, PhD



FIRMA