



Marzo 2018 - ISSN: 1696-8352

FORMACION DE EXPERTOS EN EMPRENDIMIENTO DEL PROYECTO DE INVESTIGACION MULTIDISCIPLINARIA NEUROGLOBAL ULEAM-2016. 2018.

Msc. Fidel Ricardo Chiriboga Mendoza

Profesor de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Ecuador
Director del proyecto.

Msc. Rita Zambrano Loor

Profesora de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Ecuador

Msc. Limber Rivas Cedeño

Profesor de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Ecuador

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Fidel Ricardo Chiriboga Mendoza, Rita Zambrano Loor y Limber Rivas Cedeño (2018): "Formación de expertos en emprendimiento del proyecto de investigación multidisciplinaria neuroglobal uleam-2016. 2018.", Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, (marzo 2018). En línea:
<https://www.eumed.net/rev/oel/2018/03/formacion-expertos-proyecto.html>

RESUMEN

El proyecto de Investigación Multidisciplinaria NEUROGLOBAL nace mediante un convenio establecido entre la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, con su Facultad de Contabilidad y Auditoría su decano Ec. Freddy Soledispa Lucas y Junior Archievement, fundación en educación empresarial de transcendencia mundial que en conjunto con la intervención oportuna de la red de actores públicos, privados y académicos como la AEI, (Alianza para el Emprendimiento e Innovación) buscaron fomentar el emprendimiento y desarrollo a nivel nacional e internacional y que gracias al aporte del Dr. Miguel Camino Solórzano, Rector de la Universidad Laica Eloy Alfaro patrono del proceso, que con su mística al servicio comunitario se pudo formar a 400 expertos en Emprendimiento en el cantón Chone, provincia de Manabí la ayuda oportuna estudiantil de líderes emblemáticos como Valentina Álava Castro, Rebeca Parraga Loor, Alberto Álava Arcentales en el cual se dio inició al proceso que fue dirigido por el Prof. Fidel Chiriboga Mendoza creador de la marca de investigación. se menciona la importancia de la identidad corporativa del proyecto creada por nuestra estudiante: Andrea Maldonado Escandón

La idea de esta investigación surge a raíz de la tragedia vivida el 16 de abril del 2016 el cual provocó afectaciones a la economía de nuestro país, por ello Miguel Camino con el afán de ayudar a aquellos que lo perdieron todo gestiona en la ciudad de Quito el financiamiento para este proceso en la convención HABITAT 2016. Con los aliados ya mencionados.

El contexto de esta Investigación fue la de brindar asesoría y orientación empresarial personalizada a los comerciantes que cumplían con los requisitos básicos previamente establecidos por la fundación participante del proyecto, los mismos que con la ayuda de un equipo de estudiantes de los Novenos y Decimos semestres de la carrera , asesoro y formo como expertos en emprendimiento, los cuales a su vez se beneficiaron de subvenciones y microcréditos dados por JAE-AEI ECUADOR

Los comerciantes pudieron aprender las estructuras contables, tributarias y empresarial unificando a su actividad formal de forma responsable y proactiva.

Sin dudar alguna la ULEAM cumple con su compromiso de articular la Docencia, la investigación y la vinculación con el único fin de trascender a una educación de vanguardia .

Esto a servido en la creación de una propuesta para la UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura) en el cual gracias al Aporte del Dr, Camino y el Prof Fidel Chiriboga en gestionar a nuestra provincia como ciudades del conocimiento además de difundir en revistas indexadas los resultados de esta investigación.

La investigación verdadera, la generativa es para aquellos que más necesitan los que tocan el alma sin siquiera mirarte a los ojos ni susurran una sola palabra.

PALABRAS CLAVES

Gestión, Corporativo, Red, Fundación, convención

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Fomentar la Investigación Multidisciplinaria a través de la formación continua comunitaria con resultados de impacto a través de acciones afirmativas para el buen vivir y la paz

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Incrementar vínculos con el sector prioritario para la detección de las temáticas relevantes, presentes y futuras, de aspectos socioeconómicos y productivos de la sociedad.
- Proporcionar conocimientos a la sociedad en aspectos de diversas índoles; para el continuo desarrollo de los negocios.
- Promover el desarrollo de las capacitaciones y el gran impacto hacia la mejora continua de los comerciantes.

- MISIÓN

Integrar, Compartir y facilitar acciones de mejoras y propuestas de emprendimiento, para el desarrollo sostenible de los comerciantes formales e informales de la zona 4, formando innovadores y emprendedores con capacidades de asumir y disminuir riesgos con poca inversión y a bajo costo, actuando de forma eficiente y eficaz con valores éticos y morales que ayuden a la superación personal y con la sociedad.

- VISIÓN

NEUROGLOBAL Investigación Formativa multidisciplinaria será en los próximos cinco años un modelo institucional en el campo investigativo generativa

EL CONTEXTO DEL PROYECTO CHONE.

“Tu tiempo es limitado, así que no lo malgastes viviendo la vida de otro. No quedes atrapado en el dogma, que es vivir como otros piensan que deberías vivir. No dejes que los ruidos de las opiniones de los demás silencien tu propia voz interior. Y lo más importante, ten el coraje de seguir tu corazón y tu intuición. Estos, de algún modo, ya saben en qué quieres convertirte realmente. Todo lo demás es secundario”.

Steve Jobs

El Proyecto de Investigación Multidisciplinaria Neuroglobal versión Chone, estuvo dividido en dos fases comprendidas entre Agosto del 2016 hasta marzo 2017, en cuyo lapso de tiempo se logró capacitar un aproximado de 400 comerciantes, mismos que fueron capacitados por un equipo de 100 investigadores estudiantiles concernientes a la Carrera de Contabilidad y Auditoría; la base del mismo requirió, que en cada etapa de actividades se tuviera un máximo de dos comerciantes por alumno comprendidos en dos horarios previamente establecidos,

logrando llevarse a cabalidad la capacitación de 400 comerciantes tanto en la primera como en la segunda fase.

Para poder dar inicio a cada una de las fases del proyecto, se realizó el levantamiento de la línea base correspondiente a los comerciantes partícipes del mismo, logrando receptar la información de aproximadamente 1000 minoristas entre ambos períodos, mismos que fueron beneficiados con asesorías para el desarrollo de sus negocios, siendo el único fin de estas, la reactivación económica, apoyados de la misma forma por Junior Achievement, y la red de actores públicos, privados y académicos AEI, (Alianza para el Emprendimiento e Innovación). Dichas instituciones fueron los encargados de filtrar la información proporcionada previamente para escoger a un total de 400 comerciantes que se beneficiaron del proyecto. Destacando también, que para brindar las capacitaciones antes mencionadas, tanto el estudiante como el comerciante contó con la ayuda de un manual de asesoría de negocio comprendido en cinco módulos programados por los 6 meses que duro el proceso

Para tener un mejor resultado de coordinación y control en los estudiantes antes mencionados se vio la necesidad de elegir a 6 líderes representantes de equipos, que tuvieron a su cargo un grupo de estudiantes, con la finalidad de solventar y facilitar la comunicación con el director del proyecto, permitiendo conocer los problemas presentados en el desarrollo del proceso.

Una vez obtenidos los resultados del levantamiento de información realizado con anterioridad, se procede a dar por iniciado el proceso respectivo de capacitaciones, realizando las actividades que se detallan a continuación,

- Durante la primera semana los estudiantes pertenecientes al proyecto realizaron la respectiva inducción y reconocimiento del negocio y de igual manera a los comerciantes a asesorar, en esta misma semana, se procedió a impartir conocimientos en el tema "Soy Emprendedor"; dicho modulo permite al minorista conocer las actitudes y aptitudes que deben poseer al momento de atender su negocio. Teniendo presente que es un pilar fundamental en el desarrollo de la nueva productividad llegando a un cambio en las actividades económicas que realizan.

Cabe destacar que algunos de los estudiantes asesores tuvieron inconvenientes al localizar a sus comerciantes asignados, por varios factores (lejanía existente entre un punto y otro, datos proporcionados sin coincidía de ubicación, duplicación de comerciantes, etc.) imposibilitando el desarrollo total de las capacitaciones, sin embargo y pese a las circunstancias presentadas en ambas etapas,

- Durante la segunda semana de asesoría se abarcó al tema "Capacidades Administrativas y Financieras"; incitado a conocer la planificación que deben poseer los negocios; siendo uno de los principales enfoques que todo propietario debe tener en el mismo. Destacando

que las mejores estrategias para enriquecer a nuestros emprendedores son el de conocer, planificar, dirigir y poder controlar sus actividades, correlacionando que la enseñanza de cada uno de estos pasos permite analizar la mejora de su local, emprendiendo nuevos conocimientos como las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, más conocido como matriz FODA, direccionando a las bajas que tiene el negocio para tomar acciones correctivas y de mejora continua en el surgimiento del comercio.

- Mediante la tercera semana de asesorías se instruyó en los temas de “Planificación de la mejora de su negocio” y “Fortalecimiento Empresarial”; en el desarrollo de estos módulos se explicó a los comerciantes acerca de los planes de negocios y la forma de elaborarlos, se expuso también sobre temas como productos, necesidades y recursos. Una vez analizados dichos puntos con los comerciantes, se procedió a ayudarles a elaborar su propio plan de negocios, identificando al mismo, como también sus productos, clientes, recursos, necesidad de inversión, promoción, precio, metas de ventas, producción y comercialización, que ayuden a tener una mejor noción de sus actividades realizadas.

Además se analizó el tema referente al fortalecimiento empresarial, cuya finalidad es que los comerciantes logren comprender la definición de crédito, así como sus ventajas, desventajas y uso adecuado. Haciendo énfasis a que un plan de negocio va ligado estrictamente al fortalecimiento empresarial, siendo primordial en la determinación de los recursos que se necesiten para acrecentar el negocio, determinando que el endeudamiento no es malo si se sabe llevar de la manera correcta. Este tema también implica los pasos para presentar una venta de modo adecuado, entre los cuales tenemos: la proposición, la presentación, escuchar al cliente, contestar las objeciones al producto, el cierre, el seguimiento y el despacho.

Como actividad en estos dos módulos los comerciantes aprendieron a realizar un plan de mejora observando las debilidades en el negocio y teniendo una idea de la disponibilidad de productos con los que cuentan, a más de adquirir el conocimiento de que es y cómo se realiza un kardex, para que así tengan un mayor control con lo que respecta a la entrada y salida de mercaderías.

- En la Cuarta semana de capacitación se enseñó el tema “Investigación de mercado e Imagen Comercial”; donde se incentivó a los participantes del programa a investigar un poco más del mercado donde labora, teniendo presente las necesidades que esta nos demande, para que ellos puedan ofertar dichos productos que son indispensables en el comercio; teniendo en cuenta que todo negocio debe tener una imagen corporativa para resaltar al mismo y saber diferenciarlos del resto, aplicando técnicas de marketing para su renacimiento en el contexto del desarrollo comercial, mismos que les ayudará a tener una mejor aceptación por parte de los consumidores.

Una vez realizada cada capacitación en sus semanas concernientes, los respectivos líderes de equipo procedían a realizar el respectivo informe de actividades, comunicando así al

coordinador estudiantil del proyecto las falencias e inconvenientes presentados en el transcurso del desarrollo del mismo, para poder así tomar las medidas correctivas necesarias y darle seguimiento a los problemas presentados.

Para dar por finalizada las etapas del proyecto versión Chone, se procedió a realizar la respectiva graduación de los participantes como *Expertos en Emprendimiento Comercial Comunitario*, proporcionando la entrega de certificados que validen las horas respectivas de participación durante el desarrollo de capacitaciones.

RESULTADOS OBTENIDOS

Los resultados obtenidos durante el desarrollo del proceso son los siguientes:

- Base de datos actualizada de los estudiantes y comerciantes participantes.
- Levantamiento de información satisfactoria con un resultado aproximado de 1000 comerciantes entrevistados.
- Asesoración completada en un 92% a los 400 comerciantes que integran el proyecto a cabo, en los cinco módulos que presenta el manual facilitado.
- Graduación global de 400 Expertos en Emprendimiento Comercial Comunitario, validando así el proceso realizado por parte de los comerciantes.
- Artículos Académicos para la formación de la Revista con ISSN Remando para la divulgación científica estudiantil de la carrera.

DATOS DE ESTUDIANTES - PROCESO CHONE-			
Nº	NOMBRE	NIVEL PARALELO	CEDULA IDENTIDAD
1	ACOSTA BAILON GÉNESIS KATHERINE	NOVENO A	131255744-8
2	ALAVA ARCENTALES ASLHEY ALBERTO	DECIMO D	1313195032
3	ALAVA CASTRO GEMA VALENTINA	NOVENO B	131590545-3
4	ALAVA OCAMPO MARIA AUXILIADORA	DECIMO A	131254149-1
5	ALCIVAR PEÑAFIEL IVETTE VALERIA	DECIMO C	131255368-6
6	ALDAZ VILLAFUERTE GEMA NICOLE	DECIMO D	1315243624
7	ÁLVAREZ MARCILLO DENISSY XIMENA	DECIMO D	1316552684

8	ALVIA LÓPEZ ROCIO BELÉN	DECIMO C	131564408-6
9	ANCHUNDIA ESPINAL SHIRLEY MONSERRATE		131306182-0
10	ANDRADE MACIAS MARIO EDUARDO	DECIMO A	131529597-0
11	AVILA CEDEÑO VICTOR FERNANDO	DECIMO B	131643021-2
12	AVILA VELIZ FLOR MARIA	DECIMO A	131076379-0
13	BAILÓN MENDOZA LUIS MIGUEL	DECIMO C	131172810-7
14	BRAVO GARCIA KARLA GEMA	NOVENO A	131336940-5
15	CACHIGUANGO GOROZABEL RONALD FABRICIO	DECIMO C	131331207-4
16	CASTRO ESPINOZA ANA CRISTINA	DECIMO A	131402307-6
17	CASTRO MOGROVEJO DOMENICA JAMILETH	DECIMO A	131564212-2
18	CEDEÑO ÁLVAREZ KATIUSKA ALEXANDRA	NOVENO A	131649693-2
19	CEDEÑO BRAVO KATHERINE ARIANA	DECIMO D	1313115188
20	CEDEÑO VELASQUEZ LILIBETH CRISTINA	DECIMO B	131468091-7
21	CEDEÑO VELEZ JOEL ANDRES	DECIMO A	131672179-2
22	CERON GARCIA YULY ELIZABETH	DECIMO D	1316184637
23	CEVALLOS AGUAYO ERLYN VIVIANA	NOVENO B	131564404-5
24	CEVALLOS CEDEÑO SOFIA IRENE	DECIMO A	131606789-9
25	CHANCAY CEDEÑO KAROL ESTEFANÍA	DECIMO C	131628208-4
26	CHICA BAQUE JUAN ANTONIO	OCTAVO	131031373-7
27	CHICA LÓPEZ JENNIFER STEPHANÍA	DECIMO C	131474758-3

28	COLL GOMEZ MIGUEL ANGEL	DECIMO D	1312682238
29	DELGADO ALVIA STALIN JOEL	DECIMO A	131368502-4

30	DELGADO ANDRADE DIANA CAROLINA	DECIMO B	131255307-4
31	DELGADO CARREÑO JHONNY DARIO	NOVENO A	131524887-0
32	DELGADO DELGADO HECTOR BYRON	DECIMO D	1313716969
33	DELGADO LUCAS VANESSA BELEN	DECIMO D	1315786820
34	ESPAÑA ENRIQUEZ MARIA ADELA	NOVENO A	080347840-3
35	FRANCO MUGUERZA ROXANA YELITZA	DECIMO D	1315642593
36	FRANCO OLIVES LISBETH KATHERINE	DECIMO B	131599252-7
37	GANCHOSO VELÁSQUEZ WENDY VICTORIA	NOVENO B	131578752-1
38	GARCÍA GUILLÉN EBERTH JAMIL	DECIMO C	131252570-0
39	GARCIA MERA ANDREA ROCIO	DECIMO B	131284996-9
40	GUTIERREZ MEDRANDA ANGEL DAVID	DECIMO A	131383610-6
41	INTRIAGO MOREIRA JENNIFER ALEJANDRA	DECIMO B	131610426-2
42	INTRIAGO SALTOS SHIRLEY MELISSA	DECIMO C	131371392-5
43	INTRIAGO VELIZ EMIGDIO JAVIER	DECIMO B	131504366-9
44	LANDA MOLINA NEXAR PAUL	DECIMO D	1314927979
45	LAZ CEVALLOS ISMENIA GABRIELA	NOVENO A	131345718-4
46	LÓPEZ BAILÓN KARLA DANIELA	DECIMO C	131621889-8
47	LOPEZ DAVILA JASMIN MELISA	DECIMO B	131053361-5
48	LÓPEZ PALACIOS JHON HENRY	DECIMO A	131549235-3
49	LUCAS CALDERON MARÍA GABRIELA	DECIMO C	131346176-4
50	MACIAS CEVALLOS DARWIN RAUL	DECIMO B	131434490-2
51	MACIAS DAZA GINGER ANDREA	DECIMO A	131517546-1
52	MACIAS MONTALVAN MALENA MADELEINE	DECIMO A	131402181-5
53	MARCILLO ROLDÁN LUISA MARÍA	NOVENO B	131402148-4
54	MENDOZA CHÁVEZ MARÍA FERNANDA	DECIMO C	131242149-6

55	MENDOZA MALDONADO YADIRA NARCISA	DECIMO B	131529662-2
56	MEZA TIGUA SARA LISETH	DECIMO B	131233963-1
57	MOLINA GRACIA GÉNESIS ROCÍO	DECIMO C	131076019-2
58	MORALES ARAUS MARIA FERNANDA	DECIMO B	120574338-7
59	MOREIRA CHÁVEZ ASTRID SUHELEM	DECIMO A	131368514-9
60	MUENTES CASTRO MARIA FERNANDA	DECIMO A	131336640-1
61	MUENTES CONFORME JORGE LUIS	DECIMO B	131371993-0
62	MURILLO MIRANDA MICHAEL UFREDO	DECIMO A	131346728-2
63	PADILLA DELGADO ROSA GISELL	DECIMO B	131517115-5
64	PARRAGA LOOR MARIA REBECA	DECIMO D	1310383730
65	PÁRRAGA SÁNCHEZ MIGUEL ÁNGEL	NOVENO B	131485630-1
66	PATIÑO GALARZA ANDREA PAOLA	NOVENO A	131189843-9
67	PAZMIÑO BALAREZO JENNIFER EVELIN	DECIMO B	131231233-1
68	PICO BARCIA ERIKA ELIZABETH	DECIMO D	1312844101
69	PICO DELGADO DIANA CAROLINA	DECIMO C	131284260-0
70	PIHUAVE LLORENTE GISELLA MARIA	DECIMO D	1314688522
71	PINARGOTE HOLGUÍN MARÍA FERNANDA	DECIMO C	131374321-1
72	PINCAY MIELES MADELIN JAHAIRA	NOVENO A	131095255-9
73	PONCE CEDEÑO LINDA INES	NOVENO A	131359876-3
74	QUIJIJE GOMEZ CRISTHIAN ENRIQUE	DECIMO B	131474944-9
75	RAUSCHENBERG LUCAS ALISON DENISE	DECIMO C	131573980-3
76	REYES PONCE LUISA ARIANNA	DECIMO B	131533538-8
77	ROJAS SALVATIERRA WELLINGTON ANDRÉS		131666420-8
78	ROMERO CEDEÑO GABRIELA LILIBETH	DECIMO B	131468961-1
79	ROSETO PACHAY EVELYN ESTEFANIA	DECIMO D	1313253898

80	SALAZAR VEGA NANCY MAYERLENE	NOVENO B	130907563-6
81	SANCAN CHELE DIANA ESTEFANIA	DECIMO D	1312874967
82	SANCHEZ GARCIA KARY LISSBETH	NOVENO A	120572997-1
83	SANCHEZ NAVARRETE LAURA MARIUXI	DECIMO D	1310915374
84	SANTANA TUBAY TATIANA XIMENA	DECIMO D	1310846355
85	SEGOVIA VARGAS MARIA DE LOS ANGELES	DECIMO A	092000724-2
86	SUAREZ CAÑARTE ROMINA MONSERRAT	NOVENO B	131171542-7
87	TIGUA BOZADA CRISTINA LILIBETH	DECIMO C	131578747-1
88	VELESACA MACIAS LISBETH MONSERRATE	DECIMO B	131564585-1

89	VELEZ MENDOZA LAYSY VALERIA	DECIMO D	1315243376
90	VÉLEZ PAREDES ANDREA DEL CÁRMEN	NOVENO B	131231545-8
91	VERA MERA KIMBERLIN ANDREA	DECIMO B	131146433-1
92	VERA PEÑAFIEL JEAN CARLOS	DECIMO D	1314929561
93	VICUÑA BARZALLO CINTHYA PRYSCILA	DECIMO C	130825650-0
94	VILLACRESES RODRÍGUEZ KARLA NATASHA	DECIMO C	131576192-2
95	ZAMBRANO ARTEAGA ANGEE PAULLETTE	DECIMO C	131281777-6
96	ZAMBRANO MUÑOZ VIELKA STEFANIA	DECIMO B	131572165-2
97	ZAMBRANO ROCA KARLA ZULAY	DECIMO D	1312771486
98	ZAMORA LITARDO IVAN ALFREDO	DECIMO C	131242320-3
99	ZAMORA ZAMORA MICHELLE CAROLINA	NOVENO B	131598307-0

VINCULACION ULEAM

Los cambios económicos y sociales que se están produciendo en nuestro país basado en la política del Gobierno Nacional, ha creado la necesidad de buscar una transformación social y cultural a la que deben hacer frente los sistemas educativos. En esta perspectiva, la ruta a seguir por parte de las Instituciones de Educación Superior es mejorar continuamente sus

procesos, con la finalidad de garantizar la formación de sus profesionales, y de esta forma responder a las expectativas y necesidades que demanda la sociedad con respecto a la calidad y excelencia. Razón por la cual deben adoptar nuevas políticas que tiendan a articular su oferta docente, de investigación con la estructura productiva actual, potencial de la provincia y la región.

El nuevo contexto en la Educación Superior en el cual se hallan inmersas las Universidades, fundamentan su accionar en atención a los requerimientos establecidos en el marco legal vigente, para cuya aplicación es imprescindible desarrollar actividades extracurriculares ligadas directamente en la formación de los estudiantes, de tal suerte que se tenga a la postre resultados seguros, confiables y duraderos. En base a lo expuesto, creemos conveniente realizar un análisis al entorno económico de nuestra provincia, a la ciudad de Manta, específicamente en el sector comercial de las parroquias urbanas donde promoveremos actividades de vinculación, con el propósito de crear un clima de aprendizaje continuo.

La Ciudad de Manta tiene 198 barrios populares legalmente inscritos en el MIES y centenas más que no poseen vida jurídica, sin embargo sus habitantes aportan al desarrollo económico para lograr ser la fuerza productiva del Cantón, a pesar que estos por años han estado olvidado por las autoridades de turno. Las condiciones y características, generales y específicas, en las que se desenvuelven sus habitantes, denotan la necesidad cada vez más apremiante de mejorar continuamente las organizaciones públicas o privadas, que den lugar a un cambio hacia la mejora en la educación, con el fin de garantizar un desarrollo sostenido a través de tiempo en base del conocimiento.

Manta es ciudad Universitaria, cuenta con varias instituciones de enseñanza de Educación Superior y media, entre ellas; Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Universidad Técnica de Loja, Universidad Tecnológica Equinoccial, centros educativos, tanto fiscales como particulares y de formación técnica profesional altamente calificados. Es considerado el cantón de mayor dinámica en la Provincia de Manabí, delimitado por sectores económicos en el área industrial, comercial, bancaria, bases del crecimiento financiero, fabril y de desarrollo urbanístico.

De acuerdo con el último censo poblacional del año 2010, tiene una población total de 226.477 habitantes, de los cuales 115.074 son mujeres y 111.403 son hombres; su superficie es de 60,49 km², su grado de temperatura oscila entre 24°C y 30°C con viento del SE a 6 km/h, y una humedad del 94%; sus límites son: al norte y oeste con el Océano Pacífico, al sur con el cantón Montecristi, al este con los cantones Montecristi y Jaramijó.

Además la ciudad posee entre sus fortalezas turísticas, las mejores playas del Ecuador, aquí se encuentran ubicadas las siguientes: los Esteros, Tarqui, el murciélago, San Mateo; y en la

zona rural están, Santa Marianita, San Lorenzo, respectivamente, situadas todas ellas en la ruta spondilus.

La falta de recursos económicos en muchos casos, y el personal deficientemente preparado para ejecutar tareas básicas han dado lugar a tener actualmente una problemática que tiene relación con el nivel de conocimiento de sus habitantes, debido a que la mayoría de la población joven se dedica a las actividades de la agricultura, pesca construcción y comercial, motivados por la necesidad y por la línea de conducta de sus ancestros. En virtud de ello, es importante impulsar el cambio a una nueva cultura organizacional dentro de sus habitantes, que permita lograr alcanzar medios para mejorar su productividad

La sociedad es un sistema vivo y cambiante que dirige permanentemente sus ojos y oídos a lo que hacemos y decimos como Universidad, por ello la vinculación no es solo una función más, es un encargo social cuya tarea es fortalecer el espíritu crítico, innovador y dinamizador del cambio, integrándose dinámicamente con las organizaciones del sector económico, productivo, social, político, ambiental, cultural, promoviendo la utilidad social del conocimiento. (Pantaleón 2016)

Los programas de vinculación de la carrera de contabilidad y auditoría están basados bajo acciones integradoras de saberes en el cual se desarrollan competencias al perfil profesional por ello como política institucional se creó un programa por cinco años el cual contiene dos proyectos que se desarrollan de manera simultanea

PROGRAMA DE FORTALECIMIENTO EN GESTION DEL DESARROLLO HUMANO PARA LOS SECTORES ECONOMICOS CON NECESIDADES PRIORITARIAS DE LOS COMERCIANTES EN LOS MERCADOS MUNICIPALES DEL CANTON MANTA.

Nombre del Proyecto: Manual para la Aplicación del Financiamiento Externo para Micronegocios de los Comerciantes de los Mercados de la Parroquia Manta y Tarqui del Cantón Manta

Manual para la Aplicación de Normativa Legal y Buenas Practicas de Manufactura para la Operatividad de los Negocios de los Comerciantes en los Mercados de la Parroquia Manta y Tarqui del Cantón Manta

Este programa a su vez es sostenible a través de un convenio marco institucional y específico con aliados estratégicos participantes.

La programación de las 160 horas de gestión en el área de vinculación está programadas de la siguiente manera;

Inducción, asesoramiento, capacitación, monitoreo, validación de resultados y difusión en la comunidad y la sociedad involucrada en el proceso

Se ha fortalecido el entorno a través de acciones afirmativas con organismos públicos como el ministerio de productividad del Ecuador a través de la asociatividad, en el cual se ha conformado 4 asociaciones con vida jurídica,

La sostenibilidad del programa ha permitido formar 450 expertos en emprendimiento y gestión comercial inclusiva el cual permite validar el indicador de resultados de impactos del programa

Estas actividades han sido desarrolladas en la zona 4 correspondiente a nuestra provincia en donde se han beneficiado cantones como Chone, Santa Ana y Pedernales

Los sistemas de aprendizajes andragógicos y dinámicos interactúan a la construcción de conocimientos de la comunidad estudiantil que son los actores y la comunidad beneficiaria

Las practicas pre profesionales se integran a través de los resultados de monitoreo del programa de vinculación en donde surgen el desarrollo de cada necesidad obtenida

En los actuales momentos el Municipio de Manta y la Asociación de comerciantes Floresmilo Mendoza Catagua integran el convenio de formación permanente desde el 2015 al 2019 tiempo en el cual se realizara el desarrollo de nuevos programa según políticas emergentes institucionales

El programa de vinculación formo a 450 expertos en gestión comercial del programa poste terremoto y proyectos asociados al desarrollo colectivo institucional de la ULEAM Este Proceso estuvo a cargo de los maestros: Ings; Irasema Delgado , Jahaira Garcia Arauz, Rita Zambrano Loor, Aaron Baduy Molina, y Fidel Chiriboga como director del programa.

Las actividades Emblemáticas del proceso fueron:

CUMBRE DE LOS PUEBLOS 2016 para Emprendedores y Re emprendedores “ABC PARA CREAR E INNOVAR”, dado en el Auditorio del Patronato Municipal de Amparo Social de Manta, con la participación de los estudiantes y comerciantes involucrados en el proceso de Vinculación de la carrera. Se tuvo el aval de contar con la participación como seminaristas a distinguidos personajes del mundo empresarial, tenemos así que la jornada empezó con la intervención del Dr. Héctor Bohórquez con su tema “Los 7 poderes del Liderazgo inspiracional”;

gracias a su amplia experiencia en este tipo de eventos, logró llenar de sonrisas, lágrimas y optimismo al auditorio en general. En forma seguida continuaron con la jornada los seminaristas y productos de la carrera, los Ingenieros en Contabilidad y Auditoría Leonel Lino y Luis Santana, de la empresa AUDICONT, quienes compartieron sus conocimientos y anécdotas con el tema “Financiamiento y Gestión Tributaria”. En la jornada vespertina nos vimos invadidos por la motivación y buenas vibras del Ing. Aarón Baduy Molina, con el tema “Marketing y Servicio al Cliente”; quien en su momento además colaboró con el proceso como Supervisor de Campo y fue docente de la carrera.

Graduación Colectiva de 450 comerciantes del programa de Vinculación de la carrera como “EXPERTOS EN GESTIÓN COMERCIAL”, pertenecientes a la Asociación de Comerciantes Floresmilo Mendoza Catagua y participantes en el proceso de vinculación desde el mes de agosto, que fueron capacitados acerca de temas contables, tributarios y de buenas prácticas de manufactura el evento fue Denominado “GABRIELA CHÁVEZ PAZ”, por muestra de afecto a la estudiante que falleció por una enfermedad oncológica quien estuvo incursionada en el proceso de vinculación

El equipo piloto de estos proyectos estuvo a cargo de ; Gisella Macías, Juan Chica, Jennifer Briones , Andrea Patiño , Valentina Álava . Jhon López , Diana Delgado . Karol Chancay

La gratitud para grandes seres humanos entregados al programa de vinculación de la carrera como Rebeca Párraga Loor, Wellington Rojas Salvatierra y Laysy Vélez Mendoza. Coordinadora Estudiantil que estuvieron siempre dando lo mejor de ellos

El tiempo es el mejor autor; siempre encuentra un final perfecto (Charles Chaplin)

Bibliografía

Aaker, D. A. (2004). *Strategic market management*. Nova York: John Wiley & Sons.

Abascal, F. (2001). *Cómo se hace un plan estratégico: la teoría del marketing estratégico*. Madrid: Esic.

Amaya Amaya, J. (2005). *Gerencia: Planeación & Estrategia*. Universidad Santo Tomas de Aquino.

Cravens, D. (2002). *Strategic marketing management cases*. Nova York: Mc- Graw- Hill.

Camón, K. (2013). Plan de marketing para la agencia Nissan - Renault de la empresa Lojacar de la ciudad de Loja. (Tesis de grado, Universidad Nacional de Loja). Recuperado de: http://dspace.unLedu.ec/jspui/bitstream/handle/document/10000/1/plan_de_marketing_para_la_agencia_nissan_renault_de_la_empresa_lojacar_de_la_ciudad_de_loja.pdf

Kotler, P. (2006). *Dirección de marketing*. Madrid: Pearson Alhambra.
Kotler, P. and Keller, K.L. *Marketing Management*. Ed. Prentice Hall. (12th Edition

2006, 13th Edition 2008).

Lambin, J. J. (2003). *Marketing estratégico*. Madrid: Esic.

Mier-Terán Juan José, 2004. *Marketing socioambiental: Un nuevo paso en el desarrollo del marketing social*. Revista Internacional del Marketing Público y no Lucrativo. España.

Munuera, J. L.; Rodríguez, A. I. (2002). *Estrategias de marketing: teoría y casos*. Madrid: Pirámide.

Medranoo, L. & Gaibor, V. (2014). *Plan De Marketing Para La Fidelización De Clientes De*

.

Rodríguez I. (coord.) (2006). *Principios y estrategias de marketing*. Barcelona: Ediuoc.

Santesmases, M. (2007). *Marketing. Conceptos y estrategias* (5a. edición). Madrid:

Ediciones Pirámide / ESIC Editorial.

Sánchez, J. (2001). *Plan de marketing: análisis, decisiones y control*. Madrid: Pirámide.