

RCD-069-DFCAGEI-UEB
Guaranda, marzo 16 del 2021

Señores/itas

Ing. Patricia León.-COORDINADORA CARRERAS MARK/MERC.

Ing. Charles Viscarra.-DOCENTE

FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Presente

De mi consideración:

Para su conocimiento y fines pertinentes doy a conocer a Ud. la resolución adoptada por el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática en sesión ordinaria Nro. (04) vía video conferencia ZOOM, realizada el **16 de marzo del 2021**, referente al **SEXTO PUNTO: Análisis y resolución del Plan de Vinculación Carrera Mercadotecnia 2021-2023, presentado por Ing. Patricia León, Coordinadora de las Carreras de Marketing/Mercadotecnia.**

Sobre la base de Plan de Vinculación Carrera Mercadotecnia 2021-2023, presentado por Ing. Patricia León, Coordinadora de las Carreras de Marketing/Mercadotecnia. **R.C.D. No. 6.1. El Consejo Directivo de la Facultad en uso de sus atribuciones RESUELVE: "APROBAR el Plan de Vinculación Carrera Mercadotecnia 2021-2023, presentado por Ing. Patricia León, Coordinadora de las Carreras de Marketing/Mercadotecnia, acogiendo las sugerencias emitidas por los miembros de este organismo".**

Atentamente,


Ing. Mónica Bonilla M.
DECANA



MB/lm.



PLAN DE VINCULACIÓN CARRERA DE MERCADOTECNIA 2021 -2023

Ing. Patricia León Monar
Coordinadora Académica de Carrera

Equipo técnico:

*Charles Viscarra, Ing.
Coordinador de Vinculación*

Marzo, 2021



Índice

1.- Nombre del Proyecto.....	2
2.- Localización Geográfica	2
3.- Antecedentes	2
4. Base Legal.....	2
5.- Análisis de la Situación Actual (diagnóstico).....	6
5.1 Matriz FODA	9
6. Justificación.....	11
7.-Objetivos	11
7.1 Objetivo General.....	11
7.2Objetivos Específicos	12
8.- Metas	12
9.- Indicadores de los resultados a lograr.....	12
10.- Actividades	12
11.- Cronograma Valorado de Actividades.....	13
12.- Duración del Proyecto y Vida útil.....	14
13.- Beneficiarios.....	14
14. Bibliografía	14
15.- Anexos.....	15



1.- Nombre del Proyecto

Plan de Vinculación de la Carrera de Mercadotecnia, 2021 - 2023

2.- Localización Geográfica

La aplicación del presente Plan tendrá impacto en las diferentes instituciones del sector público y privado de la provincia Bolívar, para su ejecución contará con el contingente humano y supervisión de la Coordinación de Vinculación de la Carrera de Mercadotecnia de la Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática, que se encuentra localizada en el campus principal de la Universidad Estatal de Bolívar (UEB), en la Av. Ernesto Che Guevara y av. Gabriel Secaira, Provincia Bolívar, Cantón Guaranda.

3.- Antecedentes

Los diversos escenarios que se generan en el marco una sociedad que se transforma rápidamente por la influencia externa de factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales, legales y culturales. La Educación y las Instituciones de Educación Superior no son ajenas a este fenómeno, en un sentido extenso, la vinculación de la Universidad con la sociedad permite comprender las consecuencias éticas, políticas y sociales de las prácticas universitarias. Si bien la Universidad no tiene la responsabilidad directa de la resolución de los problemas sociales, educativos, económicos o de salud del país, si tiene el compromiso de generar nuevas ideas que permitan abordar estos problemas.

En la actualidad la concepción de la Universidad implica, necesariamente preocuparse por su vinculación con la realidad social. Intervenir en el campo de las necesidades sociales puede ser una elección, pero para quienes forman parte de las universidades públicas es también un deber. Adicionalmente, la vinculación universitaria es un componente importante en el proceso de formación de profesionales, pues hace referencia a la participación activa de sus miembros en actividades específicas y multidisciplinarias, tales como: prácticas pre profesionales (laborales y comunitarias), pasantías, educación continua, investigación, proyectos y servicios especializados, divulgación y resultados de aplicación de conocimientos científicos, ejecución de proyectos de innovación y ejecución de proyectos de servicios comunitarios o sociales.

Esto se encamina a mantener una interacción constante con la colectividad y el Estado, para contribuir de manera efectiva al avance sustentable del país; brindando formación en áreas profesionales y disciplinas científicas, así como tecnológicas, generando así investigación de manera permanente y manteniendo programas de vinculación los cuales estén orientados al desarrollo social, económico, político y cultural del País.

La intervención en la sociedad por parte de la Carrera de Mercadotecnia se basa, principalmente, en las distintas fortalezas desarrolladas en sus alumnos y docentes a través de la formación, misma que se encuentra amparada en cada uno de los dominios de investigación definidos por la institución.

4. Base Legal

El contexto legal de las actividades de Vinculación inicia por los manifiestos de la **Constitución de la República del Ecuador**, Título VII: Régimen del Buen Vivir; Capítulo primero: Inclusión y Equidad; Sección primera, Educación, refiere:

Artículo 350.- *El sistema de educación superior tiene como finalidad la formación académica y profesional con visión científica y humanista; la investigación científica y tecnológica; la innovación, promoción, desarrollo y difusión de los saberes y las culturas; la construcción de soluciones para los problemas del país, en relación con los objetivos del régimen de desarrollo.*

Por otro lado, la **Ley Orgánica de Educación Superior (LOES)** manifiesta en el **Artículo 6.1** como uno de los deberes de las y los profesores e investigadores: (...)

a) *Cumplir actividades de docencia, investigación y vinculación de acuerdo a las normas de calidad y normativas de los organismos que rigen el sistema y las de sus propias instituciones.*

También, el **Artículo 87** de los Requisitos previos a la obtención del grado académico, declara que:

“Como requisito previo a la obtención del grado académico, los y las estudiantes deberán acreditar servicios a la comunidad mediante programas, proyectos de vinculación con la sociedad, prácticas o pasantías preprofesionales con el debido acompañamiento pedagógico, en los campos de su especialidad”

Mientras en el **Artículo 88** de los servicios a la Comunidad, manifiesta que:

“Para cumplir con la obligatoriedad de los servicios a la comunidad se propenderá beneficiar a sectores rurales y marginados de la población, si la naturaleza de la carrera lo permite, o a prestar servicios en centros de atención gratuita”

Así mismo, en el **Artículo 107** del Principio de pertinencia, refiere que:

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

Por su parte, el **Reglamento de Régimen Académico - RRA**, Título I: Aspectos Generales; Capítulo I: Ámbito, Objeto, Objetivos, Funciones sustantivas y enfoque de derechos, presenta:

Artículo 3.- *Objetivos. - b) Articular y fortalecer la investigación; la formación académica y profesional; y la vinculación con la sociedad, en un marco de calidad, innovación y sostenibilidad que propenda al mejoramiento continuo.*

Respecto a las funciones sustantivas que garantizan la consecución de los fines de la educación superior, para este plan se hace hincapié en el **Artículo 4**, literal c) que manifiesta:

“La vinculación con la sociedad, como función sustantiva, genera capacidades e intercambio de conocimientos acorde a los dominios académicos de las IES, para garantizar la construcción de respuestas efectivas a las necesidades y desafíos de su entorno. Contribuye con la pertinencia del que hacer educativo, mejorando la calidad de vida, el medio ambiente, el desarrollo productivo y la preservación, difusión y enriquecimiento de las culturas y saberes”

(...) La vinculación con la sociedad se articula con la función sustantiva de docencia, para la formación integral de los estudiantes, que complementan la teoría con la práctica en los procesos de enseñanza-aprendizaje, promoviendo espacios de experiencia vivencial y reflexión crítica. Se

articula con la investigación, al posibilitar la identificación de necesidades y la formulación de preguntas que alimenten las líneas, programas y proyectos de investigación; y, al propiciar el uso social del conocimiento científico y los saberes.

El Título IV: Investigación; Capítulo I: Investigación Institucional y Ética; refiere:

Artículo 37.- *La investigación institucional.- Las IES, a partir de sus fortalezas o dominios académicos, así como desde la especificidad de sus carreras o programas, deberán contar con políticas, líneas, planes, programas y proyectos de investigación; los cuales deberán guardar correspondencia con los requerimientos, prioridades y necesidades del contexto nacional y local; sin perjuicio de seguir el principio de autodeterminación para la producción de pensamiento y conocimiento; propendiendo al diálogo de saberes, pensamiento universal y producción científica básica, tecnológica, humanista y global, desde la conformación de las redes institucionales, nacionales e internacionales.*

*La investigación institucional se desarrollará con la participación de docentes y estudiantes de forma responsable según lo establecido en la normativa que rige el Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología, Innovación y Saberes Ancestrales. En el marco de la investigación, **la vinculación con la sociedad**, la innovación y la transferencia de conocimientos, las IES podrán aportar a la mejora y actualización de los planes de desarrollo local, regional y nacional. Además, la investigación institucional deberá desarrollarse en el marco de la ética, el respeto y conservación de la naturaleza y el ambiente; así, como procurar el rescate, aprovechamiento y potenciación de los conocimientos tradicionales.*

Artículo 43.- Investigación académica y científica. - (...) *La investigación académica y científica genera resultados que pueden ser utilizados en propuestas de vinculación con la sociedad que beneficien la calidad de vida y el desarrollo social. A su vez, la vinculación con la sociedad identifica necesidades y genera preguntas relevantes para la investigación.*

Artículo 49.- Desarrollo de funciones sustantivas mediante redes. - (...) *Las IES podrán suscribir convenios de cooperación académica para el desarrollo de proyectos de docencia, investigación, innovación o vinculación a nivel local, regional, nacional e internacional.*

Mientras el Título V; Vinculación con la Sociedad, Prácticas Preprofesionales y redes académicas; Capítulo I: Vinculación con la sociedad, manifiesta:

Artículo 50.- Vinculación con la sociedad. - *La vinculación con la sociedad hace referencia a la planificación, ejecución y difusión de actividades que garantizan la participación efectiva en la sociedad y la responsabilidad social de las instituciones del Sistema de Educación Superior con el fin de contribuir a la satisfacción de necesidades y la solución de problemáticas del entorno, desde el ámbito académico e investigativo.*

La vinculación con la sociedad deberá articularse al resto de funciones sustantivas, oferta académica, dominios académicos, investigación, formación y extensión de las IES en cumplimiento del principio de pertinencia. En el marco del desarrollo de la investigación científica de las IES, se considerará como vinculación con la sociedad a las actividades de divulgación científica, a los aportes a la mejora y actualización de los planes de desarrollo local, regional y nacional, y a la transferencia de conocimiento y tecnología.

Artículo 52.- Planificación de la vinculación con la sociedad. - *La planificación de la función de vinculación con la sociedad, podrá estar determinada en las siguientes líneas operativas: (...)*

g) *Ejecución de proyectos de servicios comunitarios o sociales.*

Las IES podrán crear instancias institucionales específicas, incorporar personal académico y establecer alianzas estratégicas de cooperación interinstitucional para gestionar la vinculación con la sociedad.

Artículo 53.- Prácticas preprofesionales y pasantías en las carreras de tercer nivel. - Las prácticas preprofesionales y pasantías en las carreras de tercer nivel son actividades de aprendizaje orientadas a la aplicación de conocimientos y/o al desarrollo de competencias profesionales (...)

b) Prácticas de servicio comunitario, cuya naturaleza es la atención a personas, grupos o contextos de vulnerabilidad. (...) podrán realizarse a lo largo de toda la formación de la carrera, de forma continua o no; mediante planes, programas y/o proyectos cuyo alcance será definido por la IES. Las prácticas deberán ser coherentes con los resultados de aprendizaje y el perfil de egreso de las carreras y programas; y, podrán ser registradas y evaluadas según los mecanismos y requerimientos que establezca cada IES.

Así como también, el Pleno del Consejo de Educación Superior, mediante Resolución N° RPC-SE-03-No.046-2020 (Consejo de Educación Superior - CES, 2020), de fecha 25 de marzo de 2020, expide la Normativa transitoria para el desarrollo de actividades académicas en las Instituciones de Educación Superior, debido al estado de excepción decretado por la emergencia sanitaria ocasionada por la pandemia del COVID-19, reformada mediante resoluciones RPC-SE-04-No.056-2020, de 30 de abril de 2020; y RCP-SO-12-No.238-2020 con fecha 06 de mayo de 2020, refiere:

Artículo 8.- Lugar, modalidad, horas y plazos para el desarrollo de actividades de prácticas pre profesionales, titulación, integración curricular y vinculación con la sociedad. - Las IES podrán modificar temporalmente los lugares, modalidad, horas y plazos destinados al desarrollo de las actividades de prácticas preprofesionales, titulación, integración curricular y vinculación con la sociedad. Podrán también, suspenderlas en función del tiempo de vigencia de la presente normativa."

Así como también en la Disposición General Primera establece:

"Todas las medidas implementadas por las IES en el marco de la presente normativa, así como toda acción adoptada en ejercicio de la autonomía responsable, deberán garantizar el cumplimiento de los planes académicos y la continuidad de los estudios, a fin de no afectar los derechos e integridad física de los estudiantes, preservando la calidad y rigurosidad académica".

El **Modelo Educativo y Pedagógico "Humano - Cultural"** de la Universidad Estatal de Bolívar refiere como Políticas para el componente de vinculación:

- Implementar programas de vinculación en función de las necesidades del entorno social especialmente a sectores vulnerables de la población.
- Evidenciar la articulación de los resultados de la investigación con los planes, programas y proyectos de vinculación.
- Implementar mecanismos idóneos para cualifica el impacto de impacto de los procesos de vinculación.

El **Estatuto de la Universidad Estatal de Bolívar (UEB)** en el **Artículo 6** se hace mención a los Fines, a más de los consagrados en la Ley Orgánica de Educación Superior, son fines de la Universidad Estatal de Bolívar:

- Desarrollar el conocimiento, la ciencia, la tecnología, la cultura y la interculturalidad; a través de la docencia, la investigación y la vinculación con la sociedad.

- *Aportar al desarrollo de una conciencia, actitud crítica y prepositiva, frente a los problemas de la sociedad, que le permitan participar en la solución de los mismos.*

En el Capítulo IX Gestión de Investigación y Vinculación, Sección 1ª, de la Dirección de Investigación y Vinculación refiere:

Artículo 67.- Dirección de Investigación y Vinculación. - Es la encargada de administrar los procesos de investigación y vinculación en articulación con la academia, para coadyuvar al cumplimiento de la visión, misión, objetivos y metas institucionales.

En el Título V Personal: Académico, de apoyo Académico, Administrativos, Trabajadores y estudiantes, refiere:

Artículo 125.- Personal Académico. - El personal académico de la Universidad Estatal de Bolívar, está conformado por profesores e investigadores. El ejercicio de la cátedra y la investigación podrán combinarse entre sí, lo mismo que con actividades de dirección, vinculación y gestión, si su horario lo permite, sin perjuicio de lo establecido en la Constitución de la República, Ley Orgánica de Educación Superior, Reglamento de Carrera y Escalafón del Profesor e Investigador del Sistema de Educación Superior, y este Estatuto.

Artículo 131.- Deberes de los profesores e investigadores. - Son deberes de los profesores e investigadores de conformidad con la Constitución de la República, la Ley Orgánica de Educación Superior y este Estatuto, lo siguiente:

a) Cumplir actividades de docencia, investigación y vinculación de acuerdo a las normas de calidad y normativas de los organismos que rigen el sistema y las de sus propias instituciones;

Artículo 154.- Derechos estudiantiles. - b) Participar en el proceso de formación académico, al igual que en proyectos de investigación y vinculación, sin discriminación;

5.- Análisis de la Situación Actual (diagnóstico)

La provincia de Bolívar está ubicada en la región central del Ecuador. Su territorio montañoso y quebrado se ubica en un área que comprende las estribaciones occidentales de la cordillera occidental de los Andes, el valle formado por el río Chimbo y, en una pequeña parte, la sabana tropical. Tiene un total de 169 370 habitantes. El 74% de su población es rural y el restante 26%, urbana. La provincia está integrada por los cantones Guaranda, Chimbo, Chillanes, Echeandía, San Miguel, Caluma y Las Naves.

La principal actividad económica en Bolívar es la agricultura. La provincia es la primera productora de maíz blanco harinoso a nivel nacional. La distribución de la tierra es sumamente desigual y predomina el minifundio.

La participación de la provincia en el PIB nacional es marginal. Bolívar no cuenta con un modelo de desarrollo definido. Tampoco existen políticas provinciales para impulsar y mejorar el desarrollo económico y estratégico dentro del ambiente del marketing. Una consecuencia de ello es que la provincia oferta fuerza laboral que es utilizada en otras partes del país y, últimamente, en el exterior. En efecto, debido a la alta y creciente tasa de desempleos (que registra una incorporación de 2 000 personas anualmente), la emigración es un alivio y la única oportunidad para muchos bolivarenses.

Tabla N° 01: Proyectos de Vinculación ejecutados en la carrera de Mercadotecnia, 2019 - 2020.

N°	Título del Proyecto	Línea	Sub Línea	Programa	Coordinador Principal	Coordinador Alternativo	Tiempo		Estado del Proyecto
							Fecha de Inicio	Fecha de Finalización	
1	Mercadotecnia Turística para potenciar el desarrollo socioeconómico de la parroquia San Fe, cantón Guaranda, provincia Bolívar en el periodo 2019 - 2020.	Desarrollo Humano	Gestión de Ciencias Económicas y Administrativas	Emprendimiento, Economía Popular y Solidaria - Bioturismo	Ing. Margoth Chávez	Ing. Charles Viscarra	2019	2020	Finalizado
2	Implementación de planes de Marketing para el adecuado desarrollo empresarial de los artesanos de la Junta Provincial de Bolívar, año 2019.	Desarrollo Humano	Gestión de Ciencias Económicas y Administrativas	Desarrollo técnico y prestación de servicios especializados de Marketing a las pequeñas empresas y organizaciones de la provincia Bolívar	Ing. Charles Viscarra	Ing. Mario Escobar	2019	2020	Finalizado
Total	2 proyectos ejecutados				2 docentes involucrados				

Fuente: Base de datos Vicerrectorado de Investigación y Vinculación, enero 2021.

Adaptado por: Equipo Técnico.

Tabla N° 02: Proyectos de Vinculación en proceso de ejecución en la carrera de Mercadotecnia, 2020 – 2021.

N°	Título del Proyecto	Línea	Sub Línea	Programa	Coordinador Principal	Coordinador Alternativo	Tiempo		Estado del Proyecto
							Fecha de Inicio	Fecha de Finalización	
1	Implementación de planes de marketing para el adecuado desarrollo empresarial de los artesanos de la Junta Provincial de Bolívar año 2021 (continuación).	Desarrollo Humano	Gestión de Ciencias Económicas y Administrativas	Desarrollo técnico y prestación de servicios especializados de Marketing a las pequeñas empresas y organizaciones de la provincia Bolívar	Ing. Charles Viscarra	Ing. Patricia León	2020	2021	En ejecución
2	Plan de Marketing sobre el conocimiento ambiental, clasificación, manejo y valorización de residuos generados en la provincia Bolívar.	Salud Ambiente	Gestión de recursos naturales, energías renovables	Salud Ambiente	PhD. Hebert Morelo	Ing. Charles Viscarra	2020	2021	En ejecución
Total	2 proyectos en ejecución				2 docentes involucrados				

Fuente: Base de datos Vicerrectorado de Investigación y Vinculación, enero 2021.

Adaptado por: Equipo Técnico.

La Carrera de Mercadotecnia de la Universidad Estatal de Bolívar dentro del desarrollo de las actividades de vinculación ha tenido en el último año un desarrollo importante en la actividad de vinculación con la sociedad, por lo que se señala algunas debilidades y aciertos dentro de este proceso:

- En años anteriores la actividad de vinculación con la colectividad se encontraba dispersa, los proyectos de vinculación no fueron ejecutados oportunamente, debido al tiempo asignado y docentes que no cumplieron dichas actividades.
- No se cuenta con los recursos necesarios para la ejecución de programas y proyectos de vinculación que permitan mejorar el acompañamiento de los estudiantes y docentes en la ejecución de los objetivos planteados en la colectividad.
- La relación de la Carrera con la comunidad ha sido siempre directa, con un accionar en la Provincia Bolívar, específicamente Guaranda.
- La generación de proyectos ha aportado al desarrollo de ciertos sectores del sector de influencia, logrando reconocimiento por parte de los beneficiarios.

5.1 Matriz FODA

Tabla 03: Análisis estratégico FODA, proceso de vinculación de la Carrera de Mercadotecnia

FACTORES INTERNOS	
FORTALEZAS +	DEBILIDADES -
<ul style="list-style-type: none"> • Convenios y cartas compromiso con instituciones públicas y privadas a nivel local y regional. • Disponibilidad de presupuesto para la ejecución de proyectos de vinculación. • Disponibilidad de los procesos y procedimientos de vinculación con la sociedad 	<ul style="list-style-type: none"> • Insuficiente presupuesto para la ejecución de proyectos de vinculación • Excesiva rotación del personal docente con relación a los períodos académicos. • Insuficiente capacitación de los docentes en el área de proyectos.
FACTORES EXTERNOS	
OPORTUNIDADES +	AMENAZAS -
<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de nuevos sectores productivos locales, regionales y nacionales. • Acceso a convenios interinstitucionales para el desarrollo de la vinculación con la sociedad. • Participar en redes académicas de vinculación con la sociedad para el trabajo conjunto entre IES. 	<ul style="list-style-type: none"> • Participación de las universidades privadas con fondos propios. • Poco interés del sector privado para vincularse con las Instituciones de Educación Superior. • Disminución de la asignación presupuestaria en gestión de proyectos.

Elaborado por: Equipo de trabajo.

Líneas de Investigación

Actualmente, el Vicerrectorado de Investigación y Vinculación; la Comisión de Investigación y Vinculación; la Dirección de Investigación y Vinculación DIVIUEB son el órgano ejecutor, y es el Organismo rector de las políticas de Investigación en la institución. A fin, de operativizar los procesos relacionados a la investigación.

El Plan de Vinculación con la **sociedad responde a** líneas y sublíneas de investigación de la UEB establecidas en el SIDETI -UEB¹, pertinentes al campo del conocimiento de la Carrera de Mercadotecnia conforme la siguiente tabla.

Tabla N° 04: Dominio, Líneas y Sublíneas de investigación referente a la Carrera.

DOMINIOS	LÍNEAS	SUBLÍNEAS
Economía, Empresas y Productividad	Desarrollo Económico y Empresarial	Innovación Social
		Desarrollo de Emprendimientos
		Perspectivas del desarrollo económico.
		Tendencias y tensiones del desarrollo empresarial.
		Economía Popular y Solidaria.
		Responsabilidad social empresarial.
		Desarrollo local, empresas y territorios
	Gestiones Administrativas y Contables	Aplicación del marketing a la economía
		Gestión y Administración de Emprendimientos
		Factores condicionantes de la gestión empresarial.
		Responsabilidad social empresarial.
		Gestión empresarial sostenible.
		Aplicación del marketing a la economía

Fuente: SIDETI -UEB, 2020

Adaptado por: Equipo Técnico

Una intervención efectiva en la sociedad se la realiza con el conocimiento de la realidad social del grupo a intervenir, así como las fortalezas del grupo que va a prestar su conocimiento para la satisfacción de dichas necesidades, para lo cual los responsables de vinculación de la carrera de Mercadotecnia establecieron un análisis de fortalezas, debilidades y como se pueden utilizar las mismas para minimizar las debilidades y utilizar las oportunidades para fortalecer a la carrera en los sectores de intervención.

Políticas de Vinculación

El SIDETI-UEB y el Modelo Educativo y Pedagógico "Humano - Cultural" de la Universidad Estatal de Bolívar hacen referencia a las políticas Institucionales para la gestión de la Vinculación, por lo que previo un análisis se sintetizan las políticas para la Carrera de Mercadotecnia definiendo las siguientes:

- El SIDETI-UEB, bajo una concepción de gestión estratégica y desconcentrada dirigirá, promoverá, coordinará, organizará, facilitará, monitoreará y evaluará las actividades de I+D+i de la Carrera de Mercadotecnia.
- En la Carrera de Mercadotecnia la investigación, el desarrollo tecnológico y la innovación se desarrollarán buscando la pertinencia, relevancia, calidad, ética y oportunidad dentro del marco de las atribuciones que la normativa vigente le confiera para el efecto.
- Se propiciará en la Carrera de Mercadotecnia la integración y la consolidación de las funciones sustantivas de docencia, investigación y vinculación.

¹ Sistema Integrado de Investigación Desarrollo Tecnológico e Innovación Universidad Estatal de Bolívar

- Las actividades de I+D+i serán un elemento básico en el currículum y los planes de estudio de la oferta académica de grado y posgrado, asegurando así la formación integral del estudiante y el desempeño integral del profesor investigador de la Carrera de Mercadotecnia.
- Se promoverá el desarrollo de las actividades de I+D+i apoyándose en las Tecnologías de la Información de la Comunicación (TIC's).
- La Carrera de Mercadotecnia asegurará la asignación de horas a Docentes Titulares y Contratados para la gestión de vinculación, dentro del distributivo académico de cada PAO.
- Los proyectos de vinculación responderán al campo de formación y de aplicación de la Carrera de Mercadotecnia en correspondencia a los problemas del contexto.
- Los proyectos de vinculación de la Carrera de Mercadotecnia tendrán un enfoque multi y transdisciplinarios, con la participación activa de estudiantes.
- Los proyectos de vinculación de la Carrera de Mercadotecnia serán inclusivos sin discriminación de género, edad, etnia u orientación sexual.
- Los proyectos de vinculación serán financiados con recursos económicos de la UEB.
- Los resultados de los proyectos de vinculación deberán ser presentados a la Carrera de Mercadotecnia con su respectivo informe.
- Los resultados de los proyectos de vinculación como aporte al desarrollo de la Academia serán socializados a Docentes y estudiantes de la Carrera.

6. Justificación

Una de las funciones sustantivas de la Educación Superior es la vinculación, que en conjunto con la formación académica y la investigación pretende responder a problemáticas de la comunidad. Las actividades de vinculación con la sociedad son el puente que conecta a las IES con el entorno, a fin de que los conocimientos teóricos-prácticos se transfieran a servicio de la localidad urbana o rural que así lo requiera. En este proceso participan Docentes y estudiantes, quienes conjugan el conocimiento científico – técnico del área del conocimiento y especialidad en aras del mejoramiento de la calidad de vida de la población.

De acuerdo al Modelo Genérico de Evaluación del Entorno de Aprendizaje de Carreras, (Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior - CEAACES, 2017) dentro del criterio de pertinencia se considera el subcriterio *Vinculación con la sociedad*, mismo que se enfoca en los resultados de la carrera relacionados con la vinculación con la sociedad, a través del estándar de *Programas y proyectos de vinculación con la sociedad*, de tal manera que la carrera logre evidenciar participación en programas y proyectos institucionales de vinculación con la sociedad relacionados con sus dominios académicos de manera coherente con su misión, visión, objetivos, estrategias y resultados esperados en la docencia e investigación.

Las actividades de vinculación, además de contribuir al desarrollo local, regional y nacional, también fortalecen la imagen y reconocimiento de la Universidad y Carrera ante la sociedad. De ahí, la importancia de fortalecer la vinculación con los actores y sectores del contexto.

7.-Objetivos

7.1 Objetivo General

Promover la participación activa de estudiantes y docentes de la carrera de mercadotecnia en la ejecución de proyectos de vinculación, contribuyendo al mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes, a través del intercambio de conocimientos, tecnologías, investigación y construcción de acciones estratégicas para un adecuado desarrollo de mercado.

7.2 Objetivos Específicos

1. Potenciar el recurso técnico, académico y de investigación que posee la carrera de mercadotecnia.
2. Fortalecer los nexos de vinculación institucional, con sectores productivos y sociales del entorno de influencia.
3. Contribuir a la solución de problemas y al desarrollo de la sociedad, mediante el planteamiento, ejecución y evaluación de proyectos de vinculación con la sociedad.

8.- Metas

1. Hasta el 2023, se asesorará a 300 ciudadanos en cada año académico.
2. Hasta diciembre de cada año, el 95% de los participantes tendrán conocimientos en mercadotecnia y sus diferentes tendencias empresariales.
3. Hasta el 2023 se establecerá estudios de seguimiento e impacto en el 90% de los lugares y entidades que se actúan en los proyectos de vinculación.

9.- Indicadores de los resultados a lograr

1. **Eficacia del Proyecto:** Medir la productividad de los proyectos de vinculación en relación con los recursos utilizados o la actividad desarrollada.
2. **Oportunidad del Servicio Prestado:** Establecer el nivel óptimo en la utilización de los recursos para el logro de objetivos previstos.
3. **Nivel de satisfacción de los beneficiarios:** Determinar si la cobertura alcanzada en la ejecución del proyecto de vinculación, alcanzó las metas establecidas al mínimo costo.

10.- Actividades

- 1.1 Fortalecimiento del sistema de información automatizada de vinculación.
- 1.2 Generación de grupos de vinculación acorde a las líneas de investigación.
 - 2.1 Generación de convenios bilaterales.
 - 2.2 Informe de evaluación a la ejecución de convenios.
- 3.1 Análisis situacional de las necesidades y problemas de la comunidad asociadas al área del conocimiento de la Carrera de Mercadotecnia.
- 3.2 Diseño de programas y proyectos que permitan minimizar la problemática de las áreas geográficas seleccionadas para intervención.
- 3.3 Implementación y ejecución de los programas y proyectos planificados para los sectores prioritarios.
- 3.4 Evaluación de los resultados e impactos generados.

11.- Cronograma Valorado de Actividades

Metas	Actividad	Año 1- 2021												Año 2- 2022												Año 3- 2023												Presupuesto por año			Presupuesto Total
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	2021	2022	2023	
1.Hasta el 2023, se asesorará a 300 ciudadanos en cada año académico.	Objetivo Específico 1. Potenciar el recurso técnico, académico y de investigación que posee la carrera de mercadotecnia.																																					\$0,0	\$0,0	\$0,0	\$9.000,0
	1.1 Fortalecimiento del sistema de información automatizada de vinculación																																					\$0,00	\$0,00	\$0,00	
	1.2 Generación de grupos de vinculación acorde a las líneas de investigación																																					\$0,00	\$0,00	\$0,00	
2.Hasta diciembre de cada año, el 95% de los participantes tendrán conocimientos en mercadotecnia y sus diferentes tendencias empresariales	Objetivo Específico 2. Fortalecer los nexos de vinculación institucional, con sectores productivos y sociales del entorno de influencia.																																					\$0,0	\$0,0	\$0,0	
	2.1 Generación de convenios bilaterales																																					\$0,0	\$0,0	\$0,0	
	2.2 Informe de evaluación a la ejecución de convenios																																					\$0,0	\$0,0	\$0,0	
3.Hasta el 2023 se establecerá estudios de seguimiento e impacto en el 90% de los lugares y entidades que se actúan en los proyectos de vinculación.	Objetivo Específico 3. Contribuir a la solución de problemas y al desarrollo de la sociedad, mediante el planteamiento, ejecución y evaluación de proyectos de vinculación con la sociedad.																																					\$3.000,0	\$3.000,0	\$3.000,0	
	3.1 Análisis situacional de las necesidades y problemas de la comunidad asociadas al área del conocimiento de la Carrera de Mercadotecnia																																					\$0,0	\$0,0	\$0,0	
	3.2 Diseño de programas y proyectos que permitan minimizar la problemática de las áreas geográficas seleccionadas para intervención																																					\$0,0	\$0,0	\$0,0	
	3.3 Implementación y ejecución de los programas y proyectos planificados para los sectores prioritarios																																					\$3.000,0	\$3.000,0	\$3.000,0	
	3.4 Evaluación de los resultados e impactos generados																																					\$0,0	\$0,0	\$0,0	
TOTAL																																						\$3.000,0	\$3.000,0	\$3.000,0	

Elaborado por: Equipo técnico



12.- Duración del Proyecto y Vida útil

El proyecto tendrá una duración de 3 años, dando inicio el año 2021 al año 2023.

13.- Beneficiarios

Beneficiarios Directos: Los habitantes de las comunidades intervenidas.

Beneficiarios Indirectos: Los estudiantes, Docentes de la Carrera de Mercadotecnia, la comunidad en general y la Universidad Estatal de Bolívar.

14. Bibliografía

Asamblea Nacional. (13 de Julio de 2011). Constitución de la República del Ecuador 2008. Quito, Ecuador.

Asamblea Nacional. (02 de Agosto de 2018). Ley Orgánica de Educación Superior -LOES. Quito, Ecuador.

Consejo de Educación Superior - CES. (15 de Octubre de 2019). Reglamento de Carrera y Escalafón del Profesor e Investigador del Sistema de Educación Superior. Quito, Ecuador.

Consejo de Educación Superior - CES. (15 de julio de 2020). Reglamento de Régimen Académico - RRA. Quito, Ecuador.

Consejo de Educación Superior - CES. (25 de marzo de 2020). RPS-SE-03-No.046-2020. Quito, Ecuador.

Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior - CEAACES. (Diciembre de 2017). Modelo Genérico de Evaluación del Entorno de Aprendizaje de Carrera en Ecuador. Quito, Ecuador.

Lucio Quintana, A. B., & López Gutierrez, J. (2017). Modelo Educativo y Pedagógico Humano - Cultural de la Universidad Estatal de Bolívar. Guaranda, Bolívar, Ecuador.

Universidad Estatal de Bolívar. (13 de Marzo de 2019). Estatuto - UEB. Guaranda, Bolívar, Ecuador.

Vicerrectorado de Investigación y Vinculación. (28 de Enero de 2020). *Universidad Estatal de Bolívar*. Obtenido de Universidad Estatal de Bolívar: <https://www.ueb.edu.ec/index.php/mi-ueb/gesti%C3%B3n-institucional/vicerrectorado-inves-vincu>

15.- Anexos

Anexo 01: Matriz de Proyectos de Vinculación propuestos para le Carrera de Mercadotecnia

Anexo 02: Datos de estudiantes beneficiarios para ejecutar los proyectos de vinculación

Anexo 03: Proceso para la presentación del Proyecto de Vinculación

Anexo 04: Flujograma del Proceso para la presentación del Proyecto de Vinculación

Anexo 05: Formato de Informe

Responsable

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



Coordinación Carrera en Marketing y Mercadotecnia

Ing. Patricia León Monar, Mgs.
COORDINADORA ACADÉMICA
CARRERA DE MERCADOTECNIA

Anexo 01: Matriz de Proyectos de Vinculación propuestos para le Carrera de Mercadotecnia, para el PAO 2021 - 2021

Nº	Título del Proyecto	Dominios	Línea	Sub Línea	Coordinador Principal	Coordinador Alternativo	Tiempo		Estado del Proyecto	No. de Estudiantes
							Fecha de Inicio	Fecha de Finalización		
1	Implementación de planes de marketing para el adecuado desarrollo empresarial de los artesanos de la Junta Provincial de Bolívar año 2021 (continuación) .	Economía, Empresas y Productividad	Desarrollo Económico y Empresarial	Aplicación del marketing a la economía			2021	2021	Propuesta	30
2	Plan de Marketing para productos derivados de lácteos de la fundación Casaichi Runacunapak Tantari Inti Churi de la comunidad de Casaichi Central, Parroquia Veintimilla, Cantón Guaranda, Provincia Bolívar. (Seguimiento, Control y Actualización)	Economía, Empresas y Productividad	Desarrollo Económico y Empresarial	Aplicación del marketing a la economía			2021	2021	Propuesta	30
3	Barómetro de Mercadotecnia Turística para el Cantón Guaranda	Economía, Empresas y Productividad	Desarrollo Económico y Empresarial	Aplicación del marketing a la economía			2021	2021	Propuesta	30

Elaborado por: Equipo técnico.

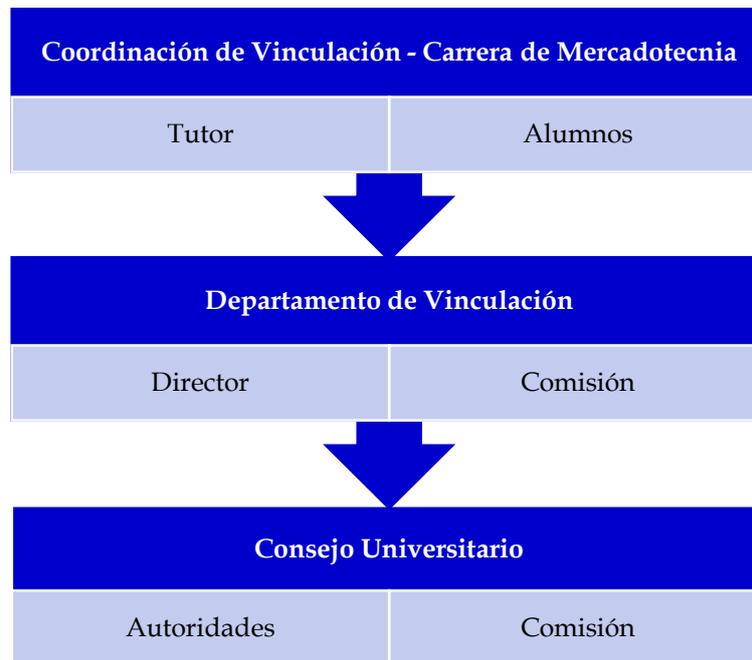
Anexo 02: Datos de estudiantes beneficiarios para ejecutar los proyectos de vinculación

Para el desarrollo de los proyectos de vinculación se prevé de acuerdo a al número de estudiantes matriculados con corte académico noviembre 2020 – marzo 2021 el siguiente número de estudiantes:

Ciclo	No. Estudiantes
Primero	36
Segundo	21
Tercero	10
Cuarto	30

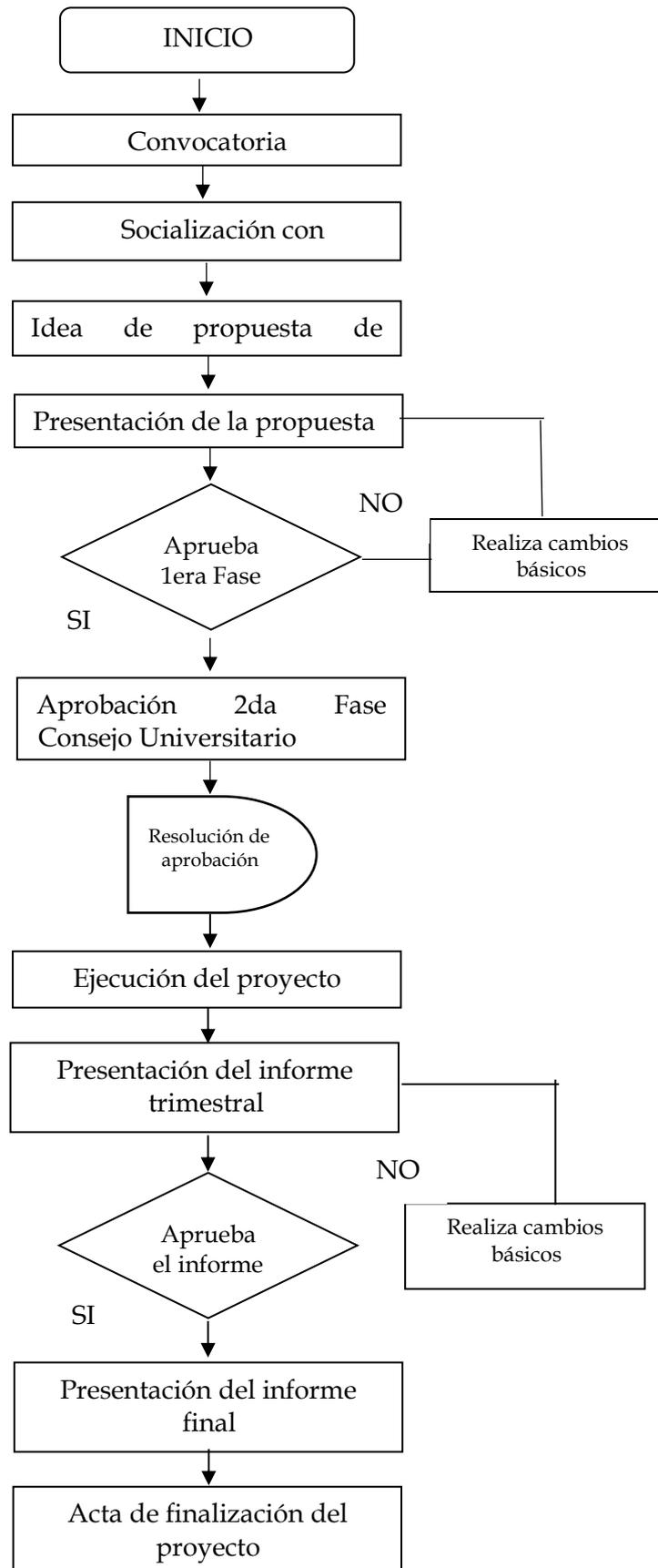
Anexo 03: Proceso para la presentación del Proyecto de Vinculación

Para la presentación de la propuesta del proyecto de vinculación, el trámite ahora se lo realiza de forma más directa ya que los aspectos como líneas y programas de investigación se encuentran enmarcados en los requisitos expresados específicamente por el departamento de vinculación; en donde docentes Titulares o de Contrato pueden presentar alguna idea y llevarla a cabo para el respectivo proceso de aprobación.



Elaborado por: Equipo técnico

Anexo 04: Flujoograma del Proceso para la presentación del Proyecto de Vinculación



Anexo 05: Formato de Informe

 UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR	Universidad Estatal de Bolívar		PERIODO ACADÉMICO:	2021 - 2021
	Informe General		PÁGINA:	19 de 2
DATOS GENERALES				
Fecha de Informe	01/01/2021	N° del Informe	Inf-Vinc- 001	
Funcionario Responsable de Informe	Nombre	Contacto		Cargo
		Extensión Telefónica	Correo Electrónico	
Informe dirigido a:	Nombre	Contacto		Cargo
		Extensión Telefónica	Correo Electrónico	
			car.mercadotecnia@ueb.edu.ec	Coordinadora Académica de carrera
ASUNTO: Informe de ejecución de horas de Vinculación, periodo académico 2021 - 2021				

INFORMACIÓN GENERAL

Facultad: Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática

Carrera: Mercadotecnia

Macroproceso: Vinculación

Horas semanales de ejecución:

Medio de presentación: Digital y Físico

1. ANTECEDENTES

2. BASE LEGAL

3. ANÁLISIS DE RESULTADOS

(Descripción general y resultados relevantes)

4. CONCLUSIONES

5. RECOMENDACIONES



6. ANEXOS

Anexo 01: Matriz de operacionalización del proceso de Vinculación

Anexo 02: Listado de Docentes y Estudiantes participantes de la Carrera en proyectos de vinculación

Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:
	Patricia de Lourdes León Monar	Bonilla Manobanda Mónica Elizabeth
Docente	Coordinador Académico de Carrera	Decana FaCAGEI



Anexo 01: Matriz de operacionalización del proceso de Investigación



FaCAGEI

Universidad Estatal de Bolívar
Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática

Carrera de Mercadotecnia

Operacionalización del proceso de Vinculación por Docente



Fecha de corte: **21/09/2021** Periodo Académico: **Noviembre 2020 - Marzo 2021**

Docente	PROYECTOS DE VINCULACIÓN				BENEFICIARIOS				Observación
	Nombre del proyecto	Fecha de Aprobación	Costo del Proyecto	% de Ejecución	Número de beneficiarios	% Satisfacción	# de productos entregados	# de horas de capacitación	

Elaborado por:



Anexo 02: Listado de Docentes y Estudiantes participantes de la Carrera en proyectos de vinculación



FaCAGEI

Universidad Estatal de Bolívar
Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática

Carrera de Mercadotecnia

Listado de Participantes en el Proyecto de Vinculación



Fecha de corte:

21/09/2021

Periodo Académico:

Noviembre 2020 - Marzo 2021

Nombre del

Proyecto:

Nº	Nombres y Apellidos	Función	Correo electrónico institucional	Entidad/Comunidad Beneficiaria
		Coordinador Principal		
		Coordinador Subrogante		
		Estudiante		

Elaborado por: