



DIRECCIÓN DE
**Vinculación
con la Sociedad**

FORTALECIMIENTO EN LA GESTIÓN DEL MARKETING DIGITAL EN LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA: FASE II - CANTÓN MOCHA, QUERO Y TISALEO

Código: 1.5

Facultad: Ciencias Humanas y de la Educación

Carrera: Turismo

Período Académico

Abril – Septiembre 2023

MATRIZ DE CUMPLIMIENTO PREVIA A LA APROBACIÓN DE PROYECTOS

Nombre del proyecto: Fortalecimiento en la gestión del marketing digital en los emprendimientos turísticos de la provincia de Tungurahua: Fase II - Cantón Mocha, Quero y Tisaleo.

Código del proyecto: 1.5

Facultad: Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación

Carrera: Turismo

ITEM A REVISAR	Cumple	No cumple	Observación
FICHA TÉCNICA (firmas)	✓		
PLANIFICACIÓN			
Datos portada del documento	✓		
1.1 Datos generales del proyecto	✓		
1.2 Requerimiento de la sociedad y proyectos por programa de vinculación planificados	✓		
1.3 Resultados y productos planificados del proyecto de vinculación con la sociedad a implementarse en el ciclo académico.	✓		
1.4 Descripción del proyecto	✓		
1.4.1. Articulación del proyecto de Vinculación con las asignaturas de la malla curricular	✓		
1.5 Presupuesto Planificado del Proyecto	✓		
1.6 Cronograma por objetivo y actividades. (firmas)	✓		
EJECUCIÓN Y MONITOREO DEL PROYECTO			
2.1 Matriz de monitoreo por objetivos y actividades (I parcial) firmas	✓		
2.2 Matriz de monitoreo por objetivos y actividades (II parcial) Firmas	✓		
2.3 Resumen de actividades cumplidas por cada docente participante en la planificación, ejecución, monitoreo y evaluación del proyecto (firma)	✓		
EVALUACIÓN DEL PROYECTO			
3.1 Evaluación del cumplimiento objetivos, productos verificables e impacto del proyecto de vinculación con la sociedad implementado en el ciclo académico	✓		
3.1.1. Evaluación-Indicadores de Resultados	✓		
3.1.2. Evaluación-Articulación del proyecto de Vinculación Resultados de Aprendizaje	✓		
Análisis de Resultados de Encuesta	✓		
3.2 Matriz de enfoque de igualdad y enfoque territorial-Beneficiarios	✓		
3.3 Informe del proyecto planificado, ejecutado, monitoreado y evaluado (firmas)	✓		
PRODUCTOS			
Productos del proyecto claramente identificados	✓		
ANEXOS			
Anexo 1. Solicitud de requerimiento del establecimiento	✓		
Anexo 2. Informe de actividades de estudiantes participantes en el proyecto	✓		
Anexo 3. Registro de beneficiarios.	✓		
Anexo 4. Convenio, carta compromiso suscrita	✓		
Anexo 5. Certificado de cumplimiento por parte de la entidad beneficiaria	✓		
Anexo 6. Acta de entrega y recepción de productos	✓		
Anexo 7. Artículo informativo	✓		
	✓		

.....
Coordinadora de la Unidad de Vinculación con la Sociedad
Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación
Ing. Angélica María González Sánchez, Mg.

FICHA TÉCNICA POR PROYECTO

Facultad: Ciencias Humanas y de la Educación		Carrera: Turismo	
Nombre del Programa:	Educación, cultura, justicia y comunicación	Nº. Programa:	1
Nombre del Proyecto:	Fortalecimiento en la gestión del marketing digital en los emprendimientos turísticos de la provincia de Tungurahua: Fase II - Cantón Mocha, Quero y Tisaleo.	Código Proyecto:	1.5
Sector de acción del proyecto:	Cantones Mocha, Quero y Tisaleo, provincia de Tungurahua		
Objetivo General:	Diseñar el modelo de gestión que fortalezca el marketing digital en los emprendimientos turísticos en el cantón Quero, Mocha y Tisaleo		
Objetivos Específicos:	<ul style="list-style-type: none"> • Diagnosticar la gestión del marketing digital en los emprendimientos turísticos del cantón Quero, Mocha y Tisaleo • Estructurar el modelo de gestión del marketing digital en conjunto con los estudiantes de la carrera de Turismo. • Ejecutar el modelo de gestión del marketing digital en los emprendimientos turísticos del cantón Quero, Mocha y Tisaleo 		
Productos del proyecto:	<ul style="list-style-type: none"> • Informe del diagnóstico de gestión del marketing digital, empleando un pretest. • Modelo de gestión del marketing digital. • Informe de ejecución del modelo de gestión del marketing digital. 		
Impacto del proyecto:	El proyecto ha contribuido en el fortalecimiento del marketing digital a través de un modelo de gestión en 7 emprendimientos turísticos ubicados en los cantones Mocha, Quero y Tisaleo, provincia de Tungurahua, recurso que tiene base metodológica el Funnel de ventas (Atracción, Interacción, Conversión y Fidelización:), y como resultado de la planificación y ejecución de las estrategias propuestas han permitido que los emprendimientos logren tener presencia <i>on-line</i> sobre todo en las redes sociales como Facebook e Instagram, y por consecuencia se vean beneficiados con la llegada de los turistas a sus emprendimientos.		
Relevancia del proyecto:	La contribución de este proyecto se ve reflejada en la necesidad de promover la gestión adecuada del marketing a través de redes sociales, aportando de esta forma a la reactivación económica de emprendimientos turísticos de los cantones Mocha, Quero y Tisaleo, provincia de Tungurahua, brindando a los emprendedores los conocimientos necesarios para el posicionamiento de su establecimiento en el mercado mediante el marketing digital.		
LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO		POBLACIÓN BENEFICIARIA (DIRECTOS)	
Provincia:	Tungurahua	Hombres:	4
Cantón:	Mocha, Quero y Tisaleo	Mujeres:	3
Parroquia:	Pinguili, Mocha La Estación; La Matriz de Quero, 10 de Agosto, Comuna San Diego; Comuna La Florida; Comuna Santa Lucia	Total:	7
Entidad Beneficiaria:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Quero 2. Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Mocha 3. Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Tisaleo 		
Período Académico:	Abril – septiembre 2023	REPRESENTANTE DE LA INSTITUCIÓN BENEFICIARIA	
Fecha Inicio:	03/04/2023	Nombre:	Lic. José Morales Ing. Danilo Ortiz
Fecha Fin:	28/07/2023	Cargo:	Alcalde del GADM Quero Alcalde del GADM Mocha
	Teléfono	alcaldia@quero.gob.ec	
	Correo electrónico	alcaldia @mocha.gob.ec	
SUSCRIPCIÓN DE CONVENIO O CARTA COMPROMISO			
Razón Social:	Gobierno Autónomo Descentralizado Municipio de Quero, Mocha		
Fecha de suscripción:	17-03-2023 20-03-2023	Fecha de finalización:	17-03-2025 20-03-2023
ESTADO DEL PROYECTO			
Nuevo	x	Continúa	Cierre
PRESUPUESTO			
PRESUPUESTO EJECUTADO UTA		APORTES ENTIDAD COOPERANTE	
Nombre y Descripción	Valor	Nombre y Descripción	Valor
Materiales de Oficina	0,00		
Maquinarias y Equipos	0,00		
Total:	0,00	Total:	
PERSONAL DE COORDINACIÓN Y EJECUCIÓN DEL PROYECTO			
Docente Coordinador del Proyecto:	Lcda. Johanna Gabriela Monge Martínez Mg.		
Docente Tutor del Proyecto:	Ing. Angélica María González Sánchez, Mg.		
Correo institucional	jg.monge@uta.edu.ec am.gonzalez@uta.edu.ec	Teléfono	0995423992 0961424400
Coordinador de Vinculación de Facultad:	Ing. Angélica María González Sánchez, Mg.		
Correo institucional	am.gonzalez@uta.edu.ec	Teléfono	0961424400
DOCENTES PARTICIPANTES		ESTUDIANTES PARTICIPANTES	
Hombres:	0	Hombres:	4
Mujeres:	2	Mujeres:	9
Total:	2	Total:	13

Realizado por: Lic. Johanna Gabriela Monge Martínez Mg. Docente Coordinadora del Proyecto	Realizado por: Ing. Angélica María González Sánchez, Mg. Docente Tutora del Proyecto
Revisado por: Ing. Angélica María González Sánchez, Mg. Coordinadora de la Unidad de Vinculación de Facultad	

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO



DIRECCIÓN DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD “DIVISO”

PLAN DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD 2021-2024

ÁREA DEL CONOCIMIENTO: Ciencias Humanas y Sociales

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN – VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD: Comportamiento Social Y Educativo

DOMINIO INSTITUCIONAL: Fortalecimiento social, Democrático y Educativo

PROGRAMA DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD N° . - 1 “Educación, cultura, justicia y comunicación”

PROYECTO DE PRÁCTICAS DE SERVICIO COMUNITARIO DE VINCULACIÓN N° . - 5 “Fortalecimiento en la gestión del marketing digital en los emprendimientos turísticos de la provincia de Tungurahua: Fase II-Cantón Mocha, Quero y Tisaleo”

ETAPAS: PLANIFICACIÓN, EJECUCIÓN, MONITOREO Y EVALUACIÓN

FACULTAD EJECUTORA: Ciencias Humanas y de la Educación

CARRERA EJECUTORA: Turismo

DOCENTE COORDINADOR DEL PROYECTO: *Lic. Mg. Johanna Monge*

DOCENTE(S) TUTOR(ES) DEL PROYECTO: *Ing. Mg. Angélica González.*

ENTIDAD(ES) COOPERANTE(S): Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Quero, Mocha y Tisaleo.

COORDINADOR(ES) ENTIDAD(ES) COOPERANTE(S): Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Quero, Mocha y Tisaleo.

CÓDIGO DEL PROYECTO: 1.5

Abril - Septiembre 2023

CONTENIDO DEL PROYECTO

- a. Chek list
- b. Ficha Técnica

ETAPA I: PLANIFICACIÓN DEL PROYECTO

- 1.1 Datos generales del proyecto.
- 1.2 Requerimientos de la sociedad y proyectos por programa de vinculación planificados para el Dominio Institucional.
- 1.3 Resultados y productos planificados del proyecto de vinculación con la sociedad para el período académico: **abril - septiembre 2023**
- 1.4 Descripción del proyecto.
 - 1.4.1 Articulación del proyecto de Vinculación con la(s) asignatura(s) de la malla curricular.
- 1.5 Presupuesto planificado del proyecto.
- 1.6 Cronograma del proyecto por objetivos y actividades.

ETAPA II: EJECUCIÓN Y MONITOREO DEL PROYECTO

- 2.1 Matriz de monitoreo por objetivos y actividades (*03 de abril al 05 de mayo del 2023*).
- 2.2 Matriz de monitoreo por objetivos y actividades (*08 de mayo al 14 de julio del 2023*)
- 2.3 Resumen de actividades cumplidas por cada docente participante en la planificación, ejecución, monitoreo y evaluación del proyecto.

ETAPA III: EVALUACIÓN DEL PROYECTO

- 3.1 Evaluación del cumplimiento de objetivos, productos verificables e impacto del proyecto de vinculación con la sociedad en el período académico: **Abril - Septiembre 2023**
 - 3.1.1 Evaluación - Indicadores de resultados.
 - 3.1.2 Evaluación - Articulación del proyecto de vinculación - resultados del aprendizaje.
- 3.2 Matriz de enfoque de igualdad y enfoque territorial - beneficiarios.
- 3.3 Informe del proyecto planificado, ejecutado y evaluado.
- 3.4 Producto(s) del proyecto.
- 3.5 Anexos del proyecto.

ANEXOS

- Anexo 1. Solicitud / documento de requerimiento de necesidad de la entidad beneficiaria o cooperante para la ejecución del proyecto.
- Anexo 2. Informe de actividades de estudiantes participantes en el proyecto
- Anexo 3. Registro de beneficiarios
- Anexo 4. Convenio y/o Carta Compromiso suscrita.
- Anexo 5. Certificado de la entidad beneficiaria o cooperante para verificación del cumplimiento.
- Anexo 6. Acta entrega – recepción de productos.
- Anexo 7. Artículo para Revista Impactos Sociales

ETAPA I: PLANIFICACIÓN DEL PROYECTO

1.1 DATOS GENERALES DEL PROYECTO

<p>POLÍTICA INSTITUCIONAL DE VINCULACIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Orientar el desarrollo de la vinculación con la sociedad como proceso incluyente, participativo y dinámico para dar respuestas efectivas a las necesidades, problemas, expectativas y desafíos que demande la sociedad a través de prácticas de servicio comunitario, acordes con los principios de integralidad, pertinencia, calidad y sostenibilidad a fin de mejorar la calidad de vida de la población. ✓ Fortalecer el talento humano en el campo amplio de la vinculación con la sociedad, que permita dimensionar su función sustancial y rol estratégico orientado a generar una nueva cultura basada en un proceso multidimensional, donde el conocimiento endógeno y sus potencialidades individuales y colectivas son valoradas para impulsar procesos de cambio que implica una actitud transformadora, renovada, colaborativa, solidaria y corresponsable con la institución y el entorno como mecanismos para elevar la calidad de vida de la población. ✓ Articular la docencia, investigación, innovación y la vinculación con la sociedad a los procesos de desarrollo de los sectores públicos, privados, mixtos y de la economía popular y solidaria para garantizar el ejercicio de la participación mediante espacios colaborativos de interacción social, empresarial, académica e investigativa como vínculo para el mejoramiento de las capacidades, competencias, habilidades y destrezas laborales, así como de la retroalimentación e intercambio permanente en la generación de valor social y económico, desde un enfoque de derechos, compromiso ético, cooperación, solidaridad y responsabilidad social. ✓ Contribuir con el desarrollo integral desde un enfoque social, cultural, económico, productivo y ambiental, mediante las unidades de producción y los planes, programas y proyectos de vinculación, bajo estándares de calidad, el cumplimiento de la normativa legal y técnica y la definición de criterios que propicien la integración, cohesión social, relaciones armoniosas, complementariedad recíproca, sostenibilidad en la búsqueda de la satisfacción de necesidades y mejoramiento de la calidad y condiciones de vida.
<p>COBERTURA Y LOCALIZACIÓN: Cantón Quero, Mocha y Tisaleo, Provincia de Tungurahua</p>
<p>PRESUPUESTO PLANIFICADO: \$ 751,03</p>
<p>PLAZO DE EJECUCIÓN: Fase I: octubre 2022- marzo 2023 Fase II: Abril – septiembre 2023</p>
<p>SECTOR DEL PROYECTO: Urbano y rural</p>
<p>NÚMERO DE DOCENTE(S) TUTOR(ES): 2 (dos)</p>
<p>NÚMERO DE ESTUDIANTES PARTICIPANTES: 13 estudiantes</p>
<p>ENTIDAD(ES) COOPERANTE(S): Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Quero, Mocha y Tisaleo</p>
<p>NÚMERO DE BENEFICIARIOS DIRECTOS: 24 personas</p>

1.2 REQUERIMIENTOS DE LA SOCIEDAD Y PROYECTOS POR PROGRAMA DE VINCULACIÓN PLANIFICADOS PARA EL DOMINIO: *Fortalecimiento social, Democrático y Educativo*

REQUERIMIENTOS DE LA SOCIEDAD		PROYECTOS PLANIFICADOS PARA RESPONDER A REQUERIMIENTOS DE LA SOCIEDAD				
ENTIDADES SOLICITANTES	DETALLE DE REQUERIMIENTOS	PROYECTO DE PRÁCTICAS DE SERVICIO COMUNITARIO	FACULTADES – CARRERAS ENCARGADAS DE IMPLEMENTACIÓN MULTIDISCIPLINARIA DE LOS PROYECTOS Y PROGRAMA	PROGRAMA DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD AL QUE PERTENECEN	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN – VINCULACIÓN A LA QUE PERTENECEN	ÁREA DEL CONOCIMIENTO A LA QUE PERTENECEN DENTRO DEL PLAN DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD - UTA
Centro de Atención Integral de Patate Centro de Cultura y Deportes GAD Ambato.	Mejoramiento del estado emocional en los adultos mayores	1.1 La bailoterapia en el estado emocional en los adultos mayores del Centro de Atención Integral de Patate y el Centro de Cultura y Deportes GAD Ambato.	Facultad: Ciencias Humanas y de la Educación Carrera: Pedagogía de la Actividad Física y Deporte	Educación, Cultura, Justicia y Comunicación	Patrones de comportamiento social	Ciencias Humanas y Sociales
Unidad Educativa Juan Bautista Palacios “La Salle”	Actividades lúdicas	1.2 Las actividades lúdicas y el estado emocional en escolares de la Unidad Educativa Juan Bautista Palacios “La Salle”. Fase II.	Carrera: Pedagogía de la Actividad Física y Deporte	Educación, Cultura, Justicia y Comunicación	Patrones de comportamiento social	Ciencias Humanas y Sociales
Unidad Educativa Génesis	Actividades lúdicas	1.3 El enfoque lúdico en la iniciación deportiva de los estudiantes de la Unidad Educativa Génesis.	Carrera: Pedagogía de la Actividad Física y Deporte	Educación, Cultura, Justicia y Comunicación	Patrones de comportamiento social	Ciencias Humanas y Sociales
GAD Municipalidad del Cantón Cevallos	Apoyo al desarrollo turístico	1.4 Fortalecimiento en la gestión del marketing digital en los emprendimientos turísticos de la provincia de Tungurahua: Fase II - Cantón Cevallos.	Carrera: Turismo	Educación, Cultura, Justicia y Comunicación	Patrones de comportamiento social	Ciencias Humanas y Sociales
GAD Municipalidad de Mocha GAD Municipalidad de Quero GAD Municipalidad de Tisaleo	Apoyo al desarrollo turístico	1.5 Fortalecimiento en la gestión del marketing digital en los emprendimientos turísticos de la provincia de Tungurahua: Fase II – Cantones: Mocha, Quero y Tisaleo.	Carrera: Turismo	Educación, Cultura, Justicia y Comunicación	Patrones de comportamiento social	Ciencias Humanas y Sociales
Fundación Don Bosco Ambato	Necesidades Educativas Especiales	1.6 Asesoramiento y acompañamiento psicopedagógico a estudiantes con dificultades de aprendizaje de la fundación Don Bosco - Ambato”. Fase II	Carrera: Psicopedagogía	Educación, Cultura, Justicia y Comunicación	Exclusión e integración social	Ciencias Humanas y Sociales
Unidad de Educación Especializada Ambato.	Aportar a la solución de dificultades de aprendizaje	1.7 Acompañamiento psicopedagógico en estudiantes con trastornos del neurodesarrollo en la Unidad de Educación Especializada Ambato.	Carrera: Psicopedagogía	Educación, Cultura, Justicia y Comunicación	Exclusión e integración social	Ciencias Humanas y Sociales
Unidad Educativa Sergio Quirola.	Estrategias de aprendizaje en los estudiantes	1.8 Estrategias psicopedagógicas para fortalecer procesos de aprendizaje en estudiantes con necesidades educativas	Carrera: Psicopedagogía	Educación, Cultura, Justicia y Comunicación	Exclusión e integración social	Ciencias Humanas y Sociales

		especiales no asociadas a una discapacidad en la Unidad Educativa Sergio Quirola.				
Ministerio de Inclusión Económica y Social	Desarrollo de habilidades sociales	1.9 Estimulación del lenguaje articulatorio a través de la praxis y movimientos orofaciales en niños y niñas de los Centros de Desarrollo Infantil del Ministerio de Inclusión Económica y Social	Carrera: Educación Inicial	Educación, Cultura, Justicia y Comunicación	Exclusión e integración social	Ciencias Humanas y Sociales
Unidad Educativa Juan Bautista Palacios - La Salle.	Aporte a la comprensión lectora del idioma inglés	1.10 Tecnologías del aprendizaje y conocimiento para la comprensión lectora del idioma inglés de los estudiantes de educación básica en la Unidad Educativa Juan Bautista Palacios - La Salle. Fase II.	Carrera: Pedagogía de los Idiomas Nacionales y Extranjeros	Educación, Cultura, Justicia y Comunicación	Comunicación, sociedad, cultura y tecnología	Ciencias Humanas y Sociales
Unidad Educativa La Salle	Aprendizaje de las destrezas productivas	1.11 La gamificación y el desarrollo de la destreza escrita del idioma inglés en los estudiantes de la Unidad Educativa Juan León Mera La Salle..	Carrera: Pedagogía de los Idiomas Nacionales y Extranjeros	Educación, Cultura, Justicia y Comunicación	Patrones de comportamiento social	Ciencias Humanas y Sociales
Unidad Educativa Suizo	Desarrollo de la destreza escrita del idioma inglés	1.12 Las inteligencias múltiples en el aprendizaje del idioma inglés en la Unidad Educativa Suizo.	Carrera: Pedagogía de los Idiomas Nacionales y Extranjeros	Educación, Cultura, Justicia y Comunicación	Comunicación, sociedad, cultura y tecnología	Ciencias Humanas y Sociales
Unidad Educativa la Salle	Refuerzo académico	1.13 Refuerzo académico para fortalecer el aprendizaje en las cuatro áreas básicas de los estudiantes de Educación General Básica de la Fundación Proyecto Don Bosco	Carrera: Educación Básica	Educación, Cultura, Justicia y Comunicación	Comunicación, sociedad, cultura y tecnología	Ciencias Humanas y Sociales
Unidad Educativa Nicolás Martínez, Pinlo	Material didáctico Montessori	1.14 Diseño e implementación de material didáctico Montessori para fomentar la Interculturalidad en la Unidad Educativa Intercultural Bilingüe "Provincia de Chimborazo" de la ciudad de Ambato. Fase I	Carrera: Educación Básica	Educación, Cultura, Justicia y Comunicación	Patrones de comportamiento social	Ciencias Humanas y Sociales
Juntas Parroquiales	Intervención familiar y comunitaria	1.15 Aprendiendo a vivir juntos: Cultura de paz y medidas de prevención contra la violencia en las comunidades de las Parroquias Rurales de Tungurahua. Fase V.	Facultad: Jurisprudencia y Ciencias Sociales Carreras: Trabajo Social	Educación, Cultura, Justicia y Comunicación	Patrones de comportamiento social	Ciencias Humanas y Sociales
GAD Tisaleo	Atención adultos mayores	1.16 Apoyo integral para mejorar la calidad de vida del adulto mayor en el cantón Tisaleo provincia de Tungurahua. Fase III.	Carreras: Trabajo Social	Educación, Cultura, Justicia y Comunicación	Patrones de comportamiento social	Ciencias Humanas y Sociales
Juntas Parroquiales	Intervención familiar y comunitaria	1.17 Aprendiendo a vivir juntos: Cultura de paz y medidas de prevención contra la violencia en las comunidades de las Parroquias Rurales de Tungurahua. Fase V.	Carreras: Derecho	Educación, Cultura, Justicia y Comunicación	Políticas públicas, derecho y sociedad	Ciencias Humanas y Sociales
GAD Tisaleo	Atención adultos mayores	1.18 Apoyo integral para mejorar la calidad de vida del adulto mayor en el cantón Tisaleo provincia de Tungurahua. Fase III.	Carreras: Derecho	Educación, Cultura, Justicia y Comunicación	Políticas públicas, derecho y sociedad	Ciencias Humanas y Sociales

Juntas Parroquiales	Intervención familiar y comunitaria	1.19 Aprendiendo a vivir juntos: Cultura de paz y medidas de prevención contra la violencia en las comunidades de las Parroquias Rurales de Tungurahua. Fase V.	Carreras: Comunicación	Educación, Cultura, Justicia y Comunicación	Comunicación, sociedad, cultura y tecnología	Ciencias Humanas y Sociales
GAD Tisaleo	Atención adultos mayores	1.20 Apoyo integral para mejorar la calidad de vida del adulto mayor en el cantón Tisaleo provincia de Tungurahua. Fase III.	Carreras: Comunicación	Educación, Cultura, Justicia y Comunicación	Comunicación, sociedad, cultura y tecnología	Ciencias Humanas y Sociales
Unión Provincial de Sindicatos de Choferes Profesionales de Tungurahua	Vialidad y convivencia social	1.21 Actores viales y convivencia social en la Provincia de Tungurahua	Carreras: Comunicación	Educación, Cultura, Justicia y Comunicación	Comunicación, sociedad, cultura y tecnología	Ciencias Humanas y Sociales

1.3 RESULTADOS Y PRODUCTOS PLANIFICADOS DEL PROYECTO DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD PARA EL PERÍODO ACADÉMICO: abril - septiembre 2023

Fin: Fortalecer el marketing digital a través de un modelo de gestión en los emprendimientos turísticos en el cantón Quero, Mocha y Tisaleo	
Objetivo General: Diseñar el modelo de gestión que fortalezca el marketing digital en los emprendimientos turísticos en el cantón Quero, Mocha y Tisaleo	
Meta: Aplicar el modelo de gestión que fortalezca el marketing digital en el 8% de los emprendimientos turísticos del cantón Quero, Mocha y Tisaleo asignados en el Proyecto de Investigación con resolución UTA-CONIN-2022-0075-R	
Indicador: Número de emprendimientos considerados como población de estudio/Números de emprendimientos seleccionados * 100	
Medio de Verificación: Modelo de gestión de marketing digital	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	PRODUCTOS VERIFICABLES
1. Diagnosticar la gestión del marketing digital en los emprendimientos turísticos del cantón Quero, Mocha y Tisaleo Meta: Evaluar la aplicación de las etapas del FUNNEL de ventas en los emprendimientos turísticos del cantón Quero, Mocha y Tisaleo Indicador: N° de emprendimientos turísticos planificados del cantón Quero, Mocha y Tisaleo / N. de emprendimientos diagnosticados * 100	<ul style="list-style-type: none"> Informe del diagnóstico de gestión del marketing digital, empleando un pretest.
2. Estructurar el modelo de gestión del marketing digital en conjunto con los estudiantes de la carrera de Turismo Meta: Construir el modelo de marketing digital personalizado al 10% de emprendimientos turísticos del cantón Quero, Mocha y Tisaleo Indicador: Número de modelos marketing digital planificados / Número de modelos de marketing digital personalizado *100	<ul style="list-style-type: none"> Modelo de gestión del marketing digital
3. Ejecutar el modelo de gestión del marketing digital en los emprendimientos turísticos del cantón Quero, Mocha y Tisaleo Meta: Aplicar el modelo de gestión del marketing digital al 10% los emprendimientos del cantón Quero, Mocha y Tisaleo Indicador: Número de emprendimientos planificados/Números de emprendimientos ejecutados * 100	<ul style="list-style-type: none"> Informe de ejecución del modelo de gestión del marketing digital

1.4 DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

a) Descripción del área intervenida (aspectos; económicos, sociales, políticos, culturales y ambientales).

La actividad económica del Cantón Quero en la zona rural se basa principalmente en el cultivo y producción de la tierra, generalmente este trabajo se cumple de manera manual, y muy poco mecanizada y tecnificada; se cultiva productos de ciclo corto. Siendo Quero un Cantón eminentemente agrícola, existe una independencia económica entre el hombre del campo y la ciudad, manteniendo su relación comercial tanto con su cabecera Cantonal (Ciudad de Quero), como con los demás centros urbanos de la Provincia de Tungurahua y de Chimborazo, adicionalmente, en virtud del funcionamiento del Centro de Comercialización de Productos Agrícolas CECOPAQ en la Ciudad de Quero, tiene una comercialización directa con las provincias de la sierra, costa y oriente, convirtiéndolo al Cantón Quero, en un abastecedor de los principales productos agrícolas, ganado para consumo, y la lechería y sus derivados para todos los sectores. En la zona urbana, la mayor parte de la población tiene su actividad en la artesanía y en el comercio y la agricultura en menores proporciones que en el sector rural (GADMA QUERO 2023).

Mocha se deriva de la palabra Mochica “Mochoe” cuyo significado es adoratorio, se cree que este nombre se debe al Monasterio de las Vírgenes del Sol que existió en la cima del cerro Puñalica. La población de Mocha desde sus inicios fue habitada por los Panzaleos, quienes adoraban al Chimborazo, Tungurahua y Carihuairazo. Mocha, al ser el paso estratégico entre el norte y sur del Reino de Quito se convierte en un Tambo Real, en Fortaleza y en adoratorio del Sol. Mocha por su ubicación geográfica, en una zona montañosa con volcanes activos el territorio de la sierra central del Ecuador tuvo varios cataclismos que afectaron seriamente sus poblados (GADMA MOCHA 2023).

El cantón Tisaleo limita con el cantón Ambato por el norte y occidente, y al sur y oriente con Mocha y Cevallos. Su territorio está dividido en dos parroquias, la parroquia central o cabecera cantonal que lleva el nombre del cantón y Quinchicoto que se encuentra como un asentamiento humano nucleado en el extremo sureste del territorio.

La superficie es de 60 km² La comunidad asentada en la localidad es eminentemente rural y el centro más cercano que es la ciudad de Ambato, está a pocos minutos de distancia, motivo por el cual su comunicación es directa en todos los aspectos. De igual forma, se comunica fácilmente con los demás cantones por medio de vías asfaltadas y con varios accesos hacia ellos. Como se observa en el mapa provincial rodean su territorio otros cantones de la provincia (GADMA CEVALLOS 2023).

b) Características y condiciones que describen el problema.

El sector turístico ha sido uno de los más afectados por la pandemia por covid-19 que se desató en el mundo a partir del año 2020. Dicha situación puso en evidencia la necesidad de reinventar y redireccionar la actividad económica a través de nuevas herramientas de difusión de información. En este sentido, los medios digitales han adquirido un rol sustancial en la vida de las personas y, sobre todo, en el desarrollo de propuestas en determinadas organizaciones. De este modo, el turismo tiene como principal medio de difusión las redes sociales y varios sitios web a través de los cuales ofertan sus servicios, ayudando a que los establecimientos no paralizen su economía en su totalidad y se den a conocer entre la ciudadanía. Sin embargo, la abrupta necesidad de ofertar servicios mediante redes sociales o páginas web reflejó la necesidad de adquirir conocimientos respecto al uso y gestión de las mismas a fin de obtener los mayores beneficios (Labrador, Suarez y Suarez, 2020)

c) Problema central al que apunta resolver el proyecto, incluye la descripción de causas y efectos.

El uso de redes sociales como herramienta de marketing digital se ha apuntalado en los últimos años. Actualmente, los recursos tecnológicos cumplen un rol vital en la oferta de productos y servicios, y el turismo es uno de los sectores económicos que se ven beneficiados con este cambio (Labrador, Suarez y Suarez, 2020). Sin embargo, la falta de conocimiento respecto a la adecuada gestión del marketing digital evita que los emprendedores puedan difundir sus servicios y/o productos a gran escala, limitándose a usar herramientas de marketing offline, es decir, mediante volantes, afiches, propagandas en la radio o televisión, entre otros recursos que de a poco han quedado en el pasado (Salas y Acosta, 2022).

La contribución de este proyecto se ve reflejada en la necesidad de promover la gestión adecuada del marketing a través de redes sociales, aportando de esta forma a la reactivación económica de emprendimientos turísticos del cantón Ambato, brindando a los emprendedores los conocimientos necesarios para el posicionamiento de su establecimiento en el mercado mediante el marketing digital. La causa principal de este problema es la falta de conocimiento respecto al manejo de redes sociales como herramienta de marketing digital.

d) Descripción de la población afectada y que se beneficiará del proyecto (identificación cualitativa y cuantitativa de la población beneficiaria del proyecto).

Los beneficiarios de este proyecto serán los emprendedores y emprendedoras del sector turístico del cantón Quero, Mocha y Tisaleo, específicamente en las áreas de alojamiento, alimentos y bebidas, operación e intermediación, transporte turístico, recreación y ocio, entre otras.

e) Parámetros de acción del proyecto (Constitución, Plan de Reactivación Económica, Plan de Creación de Oportunidades 2021 - 2025, PDOT Modelo de desarrollo Provincial, PEDI, Dominios y Programas de Vinculación).

Siguiendo el orden jerárquico legal, el presente proyecto se sustenta en el ART. 350 de la Constitución Política del Ecuador el cual señala que 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 (Asamblea Constituyente, 2008).

De igual forma, el proyecto se relaciona con el Plan Nacional de Turismo 2030, el cual en su cuarto eje denominado Promoción y Mercadeo señala que se promoverá la adaptación de la información y promoción turística a los nuevos condicionantes de la demanda, que busca sobre todo singularidad y personalización, y automatizar ampliamente los procesos de información mediante planes inteligentes de marketing digital y social media que apunten a la publicación de las guías y material mediante canales digitales, adaptándose a las nuevas herramientas móviles del turista, que actualmente es mucho más informado y exigente, que demanda nuevos servicios de acuerdo a la etapa del viaje en la que se encuentra, y donde resultará imprescindible la incorporación de espacios virtuales en los que el turista interactúe con el destino y con otros usuarios (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2019).

Finalmente, el proyecto está relacionado con el Plan de Ordenamiento Territorial de Ambato 2032, el cual dentro de su Banco de Proyectos incluye el componente sociocultural a través del Programa de fortalecimiento de la gestión cultural, turística y deportiva del cantón. Dentro de dicho programa se destaca la importancia que tiene la promoción y difusión del patrimonio con el uso de diferentes modalidades tecnológicas (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Ambato, 2021).

1.4.1 ARTICULACIÓN DEL PROYECTO DE VINCULACIÓN CON LA(S) ASIGNATURA(S) DE LA MALLA CURRICULAR

Problema por solucionar	Objetivos del Proyecto	Asignatura(s) que aportan al proyecto
Escasa gestión del marketing digital en los emprendimientos turísticos en el cantón Quero, Mocha y Tisaleo	Diagnosticar la gestión del marketing digital en los emprendimientos turísticos del cantón Quero, Mocha y Tisaleo	Sociología del ocio y del consumo Marketing Turístico
	Estructurar el modelo de gestión del marketing digital en conjunto con los estudiantes de la carrera de Turismo.	Emprendimiento Arte Culinario
	3. Ejecutar el modelo de gestión del marketing digital en los emprendimientos turísticos del cantón Quero, Mocha y Tisaleo	Administración de servicios turísticos Turismo y sostenibilidad

1.4 PRESUPUESTO PLANIFICADO DEL PROYECTO

APORTES UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

Código presupuestario	Nombre y Descripción	Valor (\$)	Subtotal (\$)
530804	Materiales de Oficina	\$ 17,70	\$ 751,03
531404	Maquinarias y Equipos	\$ 733,33	
APORTES ENTIDAD COOPERANTE			
Concepto		Valor (\$)	Subtotal (\$)
TOTAL DEL PROYECTO (\$):			\$ 751,03 USD

1.6. CRONOGRAMA POR OBJETIVOS Y ACTIVIDADES						
FACULTAD: Ciencias Humanas y de la Educación						
CARRERA: Turismo						
PROYECTO DE PRÁCTICAS DE SERVICIO COMUNITARIO DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD: Fortalecimiento en la gestión del marketing digital en los emprendimientos turísticos de la provincia de Tungurahua: Fase II - Cantón Quero, Mocha y Tisaleo						
OBJETIVO/ ACTIVIDADES	TIEMPO ESTIMADO			RESPONSABLES		RECURSOS NECESARIOS
	DESDE	HASTA	# HORAS	NOMBRE DE DOCENTES TUTORES	NOMBRE DE ESTUDIANTES PARTICIPANTES	
Objetivo 1. 1. Diagnosticar la gestión del marketing digital en los emprendimientos turísticos del cantón Quero, Mocha y Tisaleo	03/04/2023	21/04/2023	18			
Actividad 1.1 Socialización de las actividades semestrales a los estudiantes participantes en el proyecto de servicio comunitario	03/04/2023	06/04/2023	6			
Actividad 1.2 Fundamentar la gestión del marketing digital y el Funnel de ventas.	10/04/2023	14/04/2023	3			
Actividad 1.3 Acercamiento con los emprendimientos turísticos	10/04/2023	14/04/2023	3			
Actividad 1.4 Aplicación del pre test de las estrategias de marketing utilizadas por los emprendimientos	17/04/2023	21/04/2023	3			
Actividad 1.5 Elaboración del informe del diagnóstico	17/04/2023	21/04/2023	3			
Objetivo 2. 2. Estructurar el modelo de gestión del marketing digital en conjunto con los estudiantes de la carrera de Turismo.	24/04/2023	12/05/2023	18			
Actividad 2.1 Plantear estrategias de las etapas del Funnel de ventas (atraer, interactuar).	24/04/2023	28/04/2023	6	Mg. Johanna Monge		
Actividad 2.2 Plantear estrategias de las etapas del Funnel de ventas (convertir, vender y fidelizar).	02/05/2023	05/05/2023	6	Mg. Angélica González		
Actividad 2.3 Socializar el modelo de gestión de marketing digital con el emprendimiento turístico	08/05/2023	12/05/2023	6			
Objetivo 3. Ejecutar el modelo de gestión del marketing digital	15/05/2023	28/07/2023	60			
Actividad 3.1 Cronograma de publicaciones en redes sociales	15/05/2023	19/05/2023	6			
Actividad 3.2 Aplicación del cronograma de publicaciones en redes sociales	22/05/2023	25/05/2023	24			
Actividad 3.3 Informe de ejecución del modelo de gestión del marketing digital	29/05/2023	23/06/2023	5			
Actividad 3.4 Socialización de resultados a la entidad benefactora	26/06/2023	30/06/2023	5			
Actividad 3.5 Presentación del Proyecto, Producto y Anexos	03/07/2023	07/07/2023	5			

1. Castro Zúñiga Andrea Rebeca
2. Chipantiza Ortiz Jessica Katherine
3. Cruz Lalaleo Domenica Guadalupe
4. Fiallos Saquinga Angel Ignacio
5. Freire Caisaguano John Jairo
6. Guamán Mena Lissette Vanessa
7. León Jiménez Kevin Alexander
8. Morales Centeno Ivania Marabexi
9. Naranjo Tenelema Jencarlo Manuel
10. Osorio Valarezo Karla Lilibeth
11. Poquiza Sigcha Silvia Ermelinda
12. Urgilés Lara Nicole Stephanie
13. Vaca Villacrés Andrea Monserrath

Recursos didácticos, Materiales, Equipos tecnológicos

Actividad 3.6 Correcciones al proyecto	10/07/2023	14/07/2023	5		
Actividad 3.7 Presentación del proyecto final	17/07/2023	21/07/2023	5		
Actividad 3.8 Presentación de informe	24/06/2023	28/07/2023	5		
TOTAL HORAS:			96		
PRESENTADO POR:					
<p>..... Lcda. Johanna Gabriela Monge Martínez, Mg. Docente Coordinador del Proyecto</p>			<p>..... Ing. Angélica María González Sánchez, Mg Docente Tutor del Proyecto</p>		
REVISADO POR:			INFORME FAVORABLE:		
<p>..... Ing. Angélica María González Sánchez, Mg. Coordinadora de la Unidad de Vinculación Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación</p>			<p>..... Ing. Danilo Javier Altamirano Analuiza, PhD Director de Vinculación con la Sociedad Universidad Técnica de Ambato</p>		

ETAPA II: EJECUCIÓN Y MONITOREO DEL PROYECTO

2.1 MATRIZ DE MONITOREO POR OBJETIVOS Y ACTIVIDADES (PRIMER PARCIAL)

PRIMER PARCIAL:	03 de abril al 26 de mayo del 2023	PERÍODO ACADÉMICO:			Abril - septiembre 2023	
NOMBRE DEL PROGRAMA:	Educación, cultura, justicia y comunicación	NOMBRE DEL PROYECTO: Fortalecimiento en la gestión del marketing digital en los emprendimientos turísticos de la provincia de Tungurahua: Fase II - Cantón Quero, Mocha y Tisaleo			CÓDIGO: 1.5	
DOCENTE COORDINADOR:	DOCENTE(S) TUTOR(ES)		ESTUDIANTE(S) PARTICIPANTE(S)			
1. Lic. Johanna Monge Mg	1. Ing. Angélica González Mg.		1. Castro Zúñiga Andrea Rebeca	8. Morales Centeno Ivania Marabexi		
			2. Chipantiza Ortiz Jessica Katherine	9. Naranjo Tenelema Jeancarlo Manuel		
			3. Cruz Lalaleo Domenica Guadalupe	10. Osorio Valarezo Karla Lilibeth		
			4. Fiallos Saquinga Angel Ignacio	11. Poquiza Sigcha Silvia Ermelinda		
			5. Freire Caisaguano John Jairo	12. Urgilés Lara Nicole Stephanie		
			6. Guamán Mena Lissette Vanessa	13. Vaca Villacrés Andrea Monserrath		
			7. León Jiménez Kevin Alexander			
CUADRO DE AVANCE						
OBJETIVOS / ACTIVIDADES			TIEMPO			OBSERVACIONES
			DESDE	HASTA	N° HORAS	
Objetivo 1.1. Diagnosticar la gestión del marketing digital en los emprendimientos turísticos del cantón Quero, Mocha y Tisaleo			03/04/2023	21/04/2023	18	
Actividad 1.1 Socialización de las actividades semestrales a los estudiantes participantes en el proyecto de servicio comunitario			03/04/2023	06/04/2023	6	
Actividad 1.2 Fundamentar la gestión del marketing digital y el Funnel de ventas.			10/04/2023	14/04/2023	3	
Actividad 1.3 Acercamiento con los emprendimientos turísticos			10/04/2023	14/04/2023	3	
Actividad 1.4 Aplicación del pre test de las estrategias de marketing utilizadas por los emprendimientos			17/04/2023	21/04/2023	3	
Actividad 1.5 Elaboración del informe del diagnóstico			17/04/2023	21/04/2023	3	
Objetivo 2.2. Estructurar el modelo de gestión del marketing digital en conjunto con los estudiantes de la carrera de Turismo.			24/04/2023	12/05/2023	18	
Actividad 2.1 Plantear estrategias de las etapas del Funnel de ventas (atraer, interactuar).			24/04/2023	28/04/2023	6	
Actividad 2.2 Plantear estrategias de las etapas del Funnel de ventas (convertir, vender y fidelizar).			02/05/2023	05/05/2023	6	
Actividad 2.3 Socializar el modelo de gestión de marketing digital con el emprendimiento turístico			08/05/2023	12/05/2023	6	
Objetivo 3. Ejecutar el modelo de gestión del marketing digital			15/05/2023	28/07/2023	30	
Actividad 3.1 Cronograma de publicaciones en redes sociales			15/05/2023	19/05/2023	6	
Actividad 3.2 Aplicación del cronograma de publicaciones en redes sociales			22/05/2023	25/05/2023	24	
AVANCE DEL PROYECTO EN PORCENTAJE: 68,75%						
COMENTARIOS: El cumplimiento del primer parcial ha sido de 66 horas correspondientes al 68.75% de avance en el primer parcial.						
Elaborado por:						



<p>..... <i>Lcda. Johanna Monge Mg.</i> Docente Coordinadora del Proyecto</p>	<p>..... <i>Ing. Angélica González Mg.</i> Docente Tutor del Proyecto</p>
<p>Revisado por:</p> <p>..... <i>Ing. Angélica González Mg.</i> Coordinadora de la Unidad de Vinculación con la Sociedad Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación</p>	

2.2. MATRIZ DE MONITOREO POR OBJETIVOS Y ACTIVIDADES (SEGUNDO PARCIAL)

SEGUNDO PARCIAL:	29 de mayo al 28 de julio del 2023	PERÍODO ACADÉMICO:			Abril - septiembre 2023	
NOMBRE DEL PROGRAMA:	Educación, cultura, justicia y comunicación	NOMBRE DEL PROYECTO: Fortalecimiento en la gestión del marketing digital en los emprendimientos turísticos de la provincia de Tungurahua: Fase II - Cantón Quero, Mocha y Tisaleo			CÓDIGO: 1.5	
DOCENTE COORDINADOR:	DOCENTE(S) TUTOR(ES)		ESTUDIANTE(S) PARTICIPANTE(S)			
1. Lic. Johanna Monge Mg	1. Ing. Angélica González Mg.		1. Castro Zúñiga Andrea Rebeca	8. Morales Centeno Ivania Marabexi		
			2. Chipantiza Ortiz Jessica Katherine	9. Naranjo Tenelema Jeancarlo Manuel		
			3. Cruz Lalaleo Domenica Guadalupe	10. Osorio Valarezo Karla Lilibeth		
			4. Fiallos Saquinga Angel Ignacio	11. Poquiza Sigcha Silvia Ermelinda		
			5. Freire Caisaguano John Jairo	12. Urgilés Lara Nicole Stephanie		
			6. Guamán Mena Lissette Vanessa	13. Vaca Villacrés Andrea Monserrath		
			7. León Jiménez Kevin Alexander			
CUADRO DE AVANCE						
OBJETIVOS / ACTIVIDADES			TIEMPO			OBSERVACIONES
			DESDE	HASTA	N° HORAS	
Objetivo 3. Ejecutar el modelo de gestión del marketing digital			15/05/2023	28/07/2023	30	
Actividad 3.3 Informe de ejecución del modelo de gestión del marketing digital			29/05/2023	23/06/2023	5	
Actividad 3.4 Socialización de resultados a la entidad benefactora			26/06/2023	30/06/2023	5	
Actividad 3.5 Presentación del Proyecto, Producto y Anexos			03/07/2023	07/07/2023	5	
Actividad 3.6 Correcciones al proyecto			10/07/2023	14/07/2023	5	
Actividad 3.7 Presentación del proyecto final			17/07/2023	21/07/2023	5	
Actividad 3.8 Presentación de informe 24/06/2023			24/07/2023	28/07/2023	5	
AVANCE DEL PROYECTO EN PORCENTAJE: 31, 25%						
COMENTARIOS: El cumplimiento del segundo parcial ha sido de 30 horas correspondientes al 31,25% de avance en el segundo parcial.						
Elaborado por:						
..... Lcda. Johanna Monge Mg. Docente Coordinadora del Proyecto		 Ing. Angélica González Mg. Docente Tutor del Proyecto			
Revisado por:						



DIRECCIÓN DE
**Vinculación
con la Sociedad**

.....
Ing. Angélica González Mg.
Coordinadora de la Unidad de Vinculación con la Sociedad
Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación

2.3 RESUMEN DE ACTIVIDADES CUMPLIDAS LA DOCENTE COORDINADORA EN LA PLANIFICACIÓN, EJECUCIÓN, MONITOREO Y EVALUACIÓN DEL PROYECTO: Fortalecimiento en la gestión del marketing digital en los emprendimientos turísticos de la provincia de Tungurahua: Fase II - Cantón Quero, Mocha y Tisaleo					
NOMBRE DEL DOCENTE COORDINADOR: Lic. Johanna Monge Mg					
SEMANA	FECHA INICIO	FECHA FIN	# DE HORAS	ACTIVIDADES CUMPLIDAS	OBSERVACIONES
1	03/04/2023	07/04/2023	5	Planificación de las actividades semestrales Socialización de las actividades semestrales a los estudiantes participantes en el proyecto de servicio comunitario	
2	10/04/2023	14/04/2023	5	Planificación del proyecto de servicio comunitario	
3	17/04/2023	21/04/2023	5	Aprobación de las Planificaciones de los Proyectos de Prácticas de Servicio Comunitario por Consejo Directivo de Facultad	
4	24/04/2023	28/04/2023	5	Presentación plan de carrera con fines de aprobación	
5	02/05/2023	05/05/2023	5	Aprobación del plan de carrera con fines de aprobación por Consejo Directivo de Facultad	
6	08/05/2023	12/05/2023	5	Informe del primer parcial de las actividades cumplidas según la planificación del proyecto Elaboración de la Matriz 2.1 – DIVISO	
7	15/05/2023	19/05/2023	5	Monitoreo, revisión y evaluación de actividades de los estudiantes	
8	22/05/2023	26/05/2023	5	Monitoreo, revisión y evaluación de actividades de los estudiantes	
9	29/05/2023	02/06/2023	5	Monitoreo, revisión y evaluación de actividades de los estudiantes	
10	05/06/2023	09/06/2023	5	Monitoreo, revisión y evaluación de actividades de los estudiantes	
11	12/06/2023	16/06/2023	5	Monitoreo, revisión y evaluación de actividades de los estudiantes	
12	19/06/2023	23/06/2023	5	Monitoreo, revisión y evaluación de actividades de los estudiantes	
13	26/06/2023	30/06/2023	5	Monitoreo, revisión y evaluación de actividades de los estudiantes	
14	03/07/2023	07/07/2023	5	Elaboración del artículo informativo sobre los resultados de proyecto (Énfasis en la etapa de intervención) - Revistas informativas de la DIVISO	
15	10/07/2023	14/07/2023	5	Socialización de los resultados obtenidos en el proyecto de servicio Comunitario de Vinculación con la Sociedad a las entidades beneficiarias	
16	17/07/2023	21/07/2023	5	Presentación del Proyecto, Producto y Anexos	
17	24/07/2023	28/07/2023	5	Informe del primer parcial de las actividades cumplidas según la planificación del proyecto Elaboración de la Matriz 2.1 – DIVISO Elaboración de la Matriz Consolidada - DIVISO	
TOTAL HORAS			85 Horas		

F: _____

Lcda. Johanna Monge Mg.
DOCENTE COORDINADORA DEL PROYECTO

2.3 RESUMEN DE ACTIVIDADES CUMPLIDAS LA DOCENTE COORDINADORA EN LA PLANIFICACIÓN, EJECUCIÓN, MONITOREO Y EVALUACIÓN DEL PROYECTO: Fortalecimiento en la gestión del marketing digital en los emprendimientos turísticos de la provincia de Tungurahua: Fase II - Cantón Quero, Mocha y Tisaleo					
NOMBRE DEL DOCENTE COORDINADOR: Ing. Angélica González Mg.					
SEMANA	FECHA INICIO	FECHA FIN	# DE HORAS	ACTIVIDADES CUMPLIDAS	OBSERVACIONES
1	03/04/2023	07/04/2023	2	Planificación de las actividades semestrales Socialización de las actividades semestrales a los estudiantes participantes en el proyecto de servicio comunitario	
2	10/04/2023	14/04/2023	2	Planificación del proyecto de servicio comunitario	
3	17/04/2023	21/04/2023	2	Aprobación de las Planificaciones de los Proyectos de Prácticas de Servicio Comunitario por Consejo Directivo de Facultad	
4	24/04/2023	28/04/2023	2	Presentación plan de carrera con fines de aprobación	
5	02/05/2023	05/05/2023	2	Aprobación del plan de carrera con fines de aprobación por Consejo Directivo de Facultad	
6	08/05/2023	12/05/2023	2	Informe del primer parcial de las actividades cumplidas según la planificación del proyecto Elaboración de la Matriz 2.1 – DIVISO	
7	15/05/2023	19/05/2023	2	Monitoreo, revisión y evaluación de actividades de los estudiantes	
8	22/05/2023	26/05/2023	2	Monitoreo, revisión y evaluación de actividades de los estudiantes	
9	29/05/2023	02/06/2023	2	Monitoreo, revisión y evaluación de actividades de los estudiantes	
10	05/06/2023	09/06/2023	2	Monitoreo, revisión y evaluación de actividades de los estudiantes	
11	12/06/2023	16/06/2023	2	Monitoreo, revisión y evaluación de actividades de los estudiantes	
12	19/06/2023	23/06/2023	2	Monitoreo, revisión y evaluación de actividades de los estudiantes	
13	26/06/2023	30/06/2023	2	Monitoreo, revisión y evaluación de actividades de los estudiantes	
14	03/07/2023	07/07/2023	2	Elaboración del artículo informativo sobre los resultados de proyecto (Énfasis en la etapa de intervención) - Revistas informativas de la DIVISO	
15	10/07/2023	14/07/2023	2	Socialización de los resultados obtenidos en el proyecto de servicio Comunitario de Vinculación con la Sociedad a las entidades beneficiarias	
16	17/07/2023	21/07/2023	2	Presentación del Proyecto, Producto y Anexos	
17	24/07/2023	28/07/2023	2	Informe del primer parcial de las actividades cumplidas según la planificación del proyecto Elaboración de la Matriz 2.1 – DIVISO Elaboración de la Matriz Consolidada - DIVISO	
TOTAL HORAS			34 Horas		

F: _____
 Ing. Angélica González Mg.
DOCENTE TUTORA DEL PROYECTO

ETAPA III: EVALUACIÓN DEL PROYECTO

3.1 EVALUACIÓN DEL CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS, PRODUCTOS VERIFICABLES E IMPACTO DEL PROYECTO DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD IMPLEMENTADO EN EL PERÍODO ACADÉMICO: *Abril - septiembre 2023*

OBJETIVO GENERAL: Diseñar el modelo de gestión que fortalezca el marketing digital en los emprendimientos turísticos en el cantón Quero, Mocha y Tisaleo		NIVEL DE CUMPLIMIENTO DEL PROYECTO: 100%	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	PRODUCTOS PLANIFICADOS DEL PROYECTO PARA LOS OBJETIVOS ESPECÍFICOS	PRODUCTOS VERIFICABLES OBTENIDOS DE LOS OBJETIVOS ESPECÍFICOS	NIVEL DE CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS ESPECÍFICOS: (%)
1. Diagnosticar la gestión del marketing digital en los emprendimientos turísticos del cantón Quero, Mocha y Tisaleo	Informe del diagnóstico de gestión del marketing digital, empleando un pretest.	Informe del diagnóstico de gestión del marketing digital, empleando un pretest.	100%
2. Estructurar el modelo de gestión del marketing digital en conjunto con los estudiantes de la carrera de Turismo	Modelo de gestión del marketing digital	Modelo de gestión del marketing digital	100%
3. Ejecutar el modelo de gestión del marketing digital en los emprendimientos turísticos del cantón Quero, Mocha y Tisaleo	Informe de ejecución del modelo de gestión del marketing digital	Informe de ejecución del modelo de gestión del marketing digital	100%

3.1.1 EVALUACIÓN – INDICADORES DE RESULTADOS	
Indicador de Impacto	
OBJETIVO GENERAL: Diseñar el modelo de gestión que fortalezca el marketing digital en los emprendimientos turísticos en el cantón Quero, Mocha y Tisaleo	
META: Aplicar el modelo de gestión que fortalezca el marketing digital en el 8% de los emprendimientos turísticos del cantón Quero, Mocha y Tisaleo asignados en el Proyecto de Investigación con resolución UTA-CONIN-2022-0075-R	
INDICADOR	Nombre: Modelo de gestión de marketing digital para los emprendimientos turísticos del cantón Quero, Mocha y Tisaleo
	Definición del indicador: El indicador mide el porcentaje de efectividad del modelo de gestión de marketing digital en los emprendimientos turísticos del cantón Quero, Mocha y Tisaleo
	Método de cálculo: Número de emprendimientos considerados como población de estudio/Números de emprendimientos seleccionados * 100% NE=Número emprendimientos considerados como población de estudio del cantón Quero, Mocha y Tisaleo (13) NES=Números de emprendimientos seleccionados (7) PC= Porcentaje de participación $PC = \frac{NE}{NES} * 100$ $PC = \frac{13}{7} * 100$ $PC = 53,84\%$
	Línea base: En los registros del Ministerio de Turismo (2022), se encuentran registrados 404 emprendimientos turísticos en la provincia de Tungurahua mientras que en el cantón Quero, Mocha y Tisaleo se agrupan 13 emprendimientos de los cuales se clasifican en: Sitios de Alojamiento, Alimentos y Bebidas, Centros de Turismo Comunitario, y Parques de Atracción.
Análisis del Indicador: Se estableció aplicar el modelo de gestión que fortalezca el marketing digital en el 53,84%, es decir en 7 emprendimientos turísticos ubicados en el cantón Quero, Mocha y Tisaleo, atendiendo únicamente a los sectores de: Sitios de Alojamiento, Alimentos y Bebidas, Centros de Turismo Comunitario, y Parques de Atracción, considerando que por cada emprendimiento dos estudiantes estuvieron trabajando en la planificación, elección y diseño de estrategias digitales de manera directa con el emprendimiento asignado.	
Indicador de Logros	
OBJETIVO ESPECÍFICO 1: Diagnosticar la gestión del marketing digital en los emprendimientos turísticos del cantón Quero, Mocha y Tisaleo	
META: Evaluar la aplicación de las etapas del FUNNEL de ventas en los emprendimientos turísticos del cantón Quero, Mocha y Tisaleo	
INDICADOR	Nombre: Diagnostico de la gestión del marketing digital en los emprendimientos turísticos
	Definición del indicador: Identificar los procesos de la gestión que emplean los emprendimientos turísticos del cantón Quero, Mocha y Tisaleo
	Método de cálculo: Número de emprendimientos turísticos planificados del cantón Quero, Mocha y Tisaleo / Número de emprendimientos diagnosticados * 100% NE=Número emprendimientos planificados (7) NED=Números de emprendimientos diagnosticados (7) PC= Porcentaje de participación $PC = \frac{NE}{NED} * 100$

	$PC = \frac{7}{7} * 100$ $PC = 100\%$
	<p>Línea base: En base a los registros del catastro de Tungurahua en el cantón Quero, Mocha y Tisaleo, y aplicando la muestra intencional se planificó y atendió a 7 emprendimientos turísticos generando un impacto mediante el trabajo de servicio comunitario, aplicado por estudiantes de la Carrera de Turismo.</p>
<p>Análisis del Indicador: Se ejecutó al 100% de los 7 emprendimientos identificados la evaluación en cada una de las etapas del FUNNEL de ventas.</p>	
<p>OBJETIVO ESPECÍFICO 2: Estructurar el modelo de gestión del marketing digital en conjunto con los estudiantes de la carrera de Turismo</p>	
<p>META: Construir el modelo de marketing digital personalizado al 10% de emprendimientos turísticos del cantón Quero, Mocha y Tisaleo.</p>	
INDICADOR	<p>Nombre: Estructura del modelo de marketing digital personalizado</p>
	<p>Definición del indicador: El modelo de marketing digital está estructurado por cada una de las etapas del FUNNEL de ventas y por consecuencia es personalizado para cada emprendimiento turístico ubicados en el cantón Quero, Mocha y Tisaleo.</p>
	<p>Método de cálculo: Número de modelos marketing digital planificados / Número de modelos de marketing digital personalizado * 100 NMPI=Número de modelos de marketing digital planificados (10) NMPE= Número de modelos de marketing digital personalizado (7) PC= Porcentaje de participación</p> $PC = \frac{NMPI}{NMPE} * 100$ $PC = \frac{10}{7} * 100$ $PC = 70\%$
	<p>Línea base: La estructura del modelo de gestión de marketing digital ha sido provisto por el equipo de investigadores que pertenecen al Proyecto de Investigación con resolución UTA-CONIN-2022-0075-R</p>
<p>Análisis del Indicador: La construcción de 7 modelos de marketing digital personalizados atienden al 70% de los emprendimientos turísticos seleccionados del cantón Quero, Mocha y Tisaleo, en base a la meta propuesta</p>	
<p>OBJETIVO ESPECÍFICO 3: Ejecutar el modelo de gestión del marketing digital en los emprendimientos turísticos del cantón Quero, Mocha y Tisaleo</p>	
<p>META: Aplicar el modelo de gestión del marketing digital al 10% los emprendimientos del cantón Quero, Mocha y Tisaleo</p>	
INDICADOR	<p>Nombre: Modelo de gestión del marketing digital en los emprendimientos turísticos del cantón Ambato</p>
	<p>Definición del indicador: El modelo de marketing digital personalizado para cada uno de los emprendimientos turísticos ubicados en el cantón Quero, Mocha y Tisaleo, está diseñado en base a la realidad de cada emprendimiento</p>
	<p>Método de cálculo: Número de emprendimientos planificados/Números de emprendimientos ejecutados * 100% NEPI=Número de modelos de marketing digital planificados (7)</p>

	<p>NEPe= Número de modelos de marketing digital personalizado (7) PC= Porcentaje de participación</p> $PC = \left(\frac{NEPl}{NEPe} \right) x 100$ $PC = \frac{7}{7} * 100$ $PC = 100\%$
	<p>Línea base: La estructura del modelo de gestión de marketing digital ha sido provista por el equipo de investigadores que pertenecen al Proyecto de Investigación con resolución UTA-CONIN-2022-0075-R</p>
<p>Análisis del Indicador: La aplicación del 100% de las estrategias planificadas en el modelo de gestión del marketing digital, ha permitido promover a los emprendimientos del cantón Quero, Mocha y Tisaleo.</p>	
<p>EVALUACIÓN – INDICADORES DE GESTIÓN</p>	
<p>Indicadores de Eficiencia</p>	
INDICADOR	<p>Nombre: Porcentaje de Cobertura (a)</p>
	<p>Definición del Indicador: Del total de la población identificada dentro del área de intervención, este indicador mostrará el porcentaje de la población que ha cubierto el proyecto mediante su ejecución.</p>
	<p>Método de Cálculo:</p> $C = \frac{\# \text{Personas atendidas}}{\# \text{Personas Objetivo}} * 100$ $C = \frac{7}{7} * 100$ $C = 100\%$
	<p>Unidad de Medida: Porcentaje</p>
	<p>Frecuencia de Medición: Anual / Semestral</p>
	<p>Meta: Lograr cubrir el 100% de la población beneficiaria mediante la ejecución del proyecto y los productos generados.</p>
INDICADOR	<p>Nombre: Porcentaje de Cumplimiento de Actividades (b)</p>
	<p>Definición del Indicador: Del total de actividades planteadas para la ejecución del proyecto, este indicador mostrará el porcentaje de ejecución en base a la constatación de actividades cumplidas</p>
	<p>Método de Cálculo:</p> $GCA = \frac{\# \text{Actividades Ejecutadas}}{\# \text{Actividades Programadas}} * 100$ $GCA = \left(\frac{16}{16} \right) x 100$ $GCA = 100\%$
	<p>Unidad de Medida: Porcentaje</p>
	<p>Frecuencia de Medición: Anual / Semestral</p>
	<p>Meta: Lograr cumplir el 100% de las actividades programadas</p>

INDICADOR	Nombre: Porcentaje de Cumplimiento de Objetivos (c)
	Definición del Indicador: Del total de objetivos planteadas para orientar el proyecto, este indicador mostrará el porcentaje de cumplimiento de estos mediante la ejecución del proyecto.
	Método de Cálculo: $GCO = \frac{\# \text{Objetivos Alcanzado}}{\# \text{Objetivos planificados}} * 100$ $GCO = \left(\frac{3}{3}\right) * 100$ $GCO = 100\%$
	Unidad de Medida: Porcentaje
	Frecuencia de Medición: Anual / Semestral
Meta: Lograr cumplir el 100% de los objetivos programadas	
EFICIENCIA TOTAL ET= a+b+c/3 ET = (100 + 100 + 100) / 3 ET = 100%	

Indicadores de Efectividad	
INDICADOR	Nombre: Índice financiero
	Definición del Indicador: Del total de los recursos asignados para el proyecto, este indicador mostrará el porcentaje de ejecución del presupuesto en base a la contrastación de los valores reales al final de la ejecución del proyecto.
	Método de Cálculo: $IF = \frac{\text{Recursos financieros ejecutados}}{\text{Recursos financieros programados}} * 100$ $IF = \frac{0,00}{751,03} * 100$ $IF = 0,00$
	Unidad de Medida: Porcentaje
	Frecuencia de Medición: Anual / Semestral
Meta: Lograr cumplir el 100% del presupuesto asignado en la ejecución del proyecto	
EFFECTIVIDAD EF= (Eficiencia Total + Índice Financiero) /2 EF= (ET + IF) / 2 EF = (100% + 0,00%) / 2 EF = 50%	



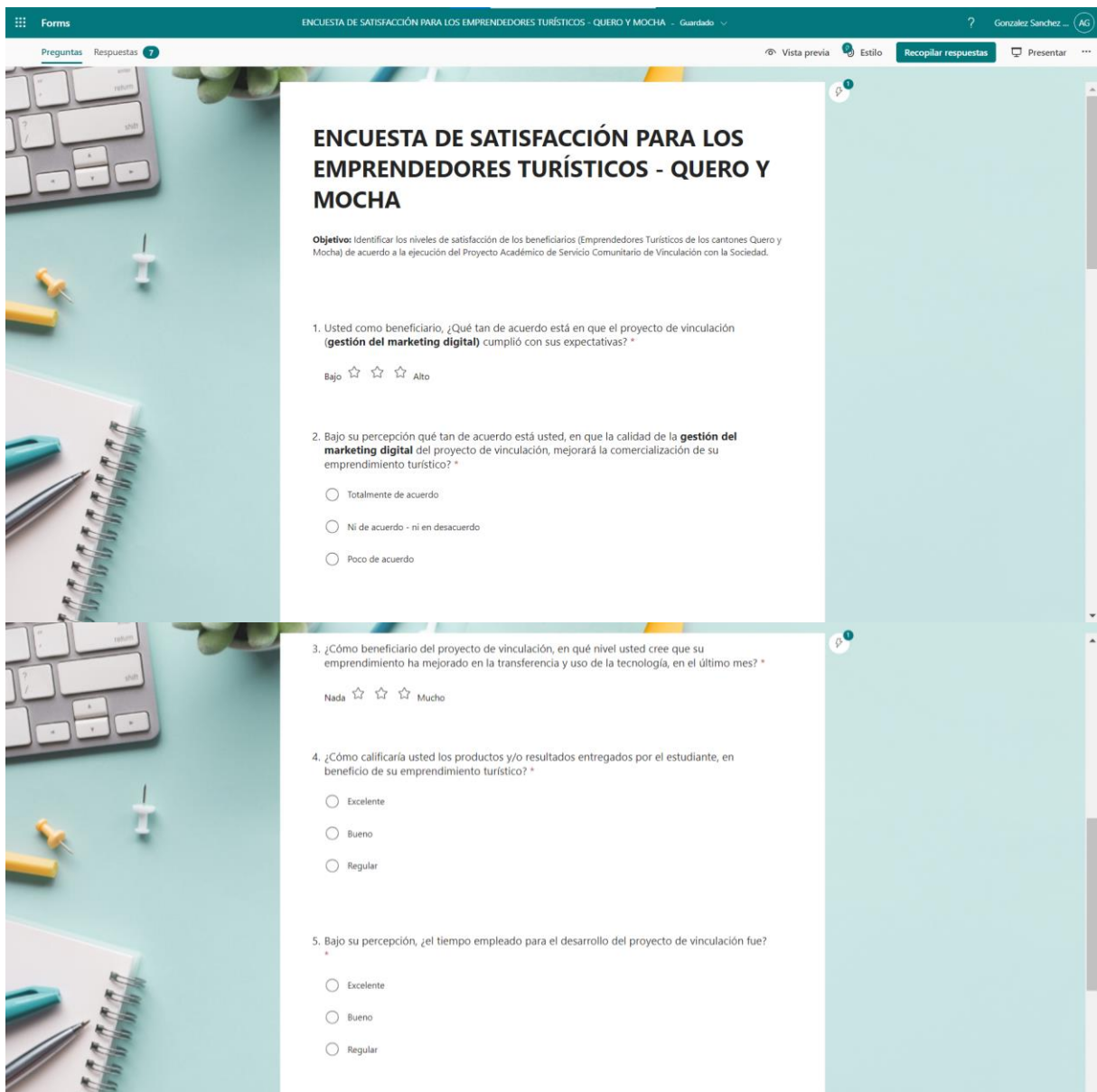
3.1.2 EVALUACIÓN - ARTICULACIÓN DEL PROYECTO DE VINCULACIÓN - RESULTADOS DEL APRENDIZAJE.

Problema para solucionar	Objetivos del Proyecto	Asignatura (s) que aportan al proyecto	Resultados de aprendizaje (sílabos)
Escasa gestión del marketing digital en los emprendimientos turísticos en el cantón Quero, Mocha y Tisaleo	Diagnosticar la gestión del marketing digital en los emprendimientos turísticos del cantón Quero, Mocha y Tisaleo	1. Sociología del ocio y del consumo 2. Marketing Turístico 3. Emprendimiento 4. Administración de servicios turísticos 5. Turismo y sostenibilidad	1. Asocia los fundamentos de la ciencia de la sociología del ocio y del consumo aplicada al turismo. 2. Utiliza información referente a las estrategias de promoción que permitan el posicionamiento de la amplia gama de servicios que se ofertan en la industria turística. 3. Determina la factibilidad de un emprendimiento turístico. 4. Explica procesos turísticos para garantizar la calidad de los servicios que se ofrecen a través de indicadores de gestión. 5. Aplica metodologías sostenibles de turismo
	Estructurar el modelo de gestión del marketing digital en conjunto con los estudiantes de la carrera de Turismo.		
	3. Ejecutar el modelo de gestión del marketing digital en los emprendimientos turísticos del cantón Quero, Mocha y Tisaleo		

ENCUESTA DE IMPACTO DEL PROYECTO

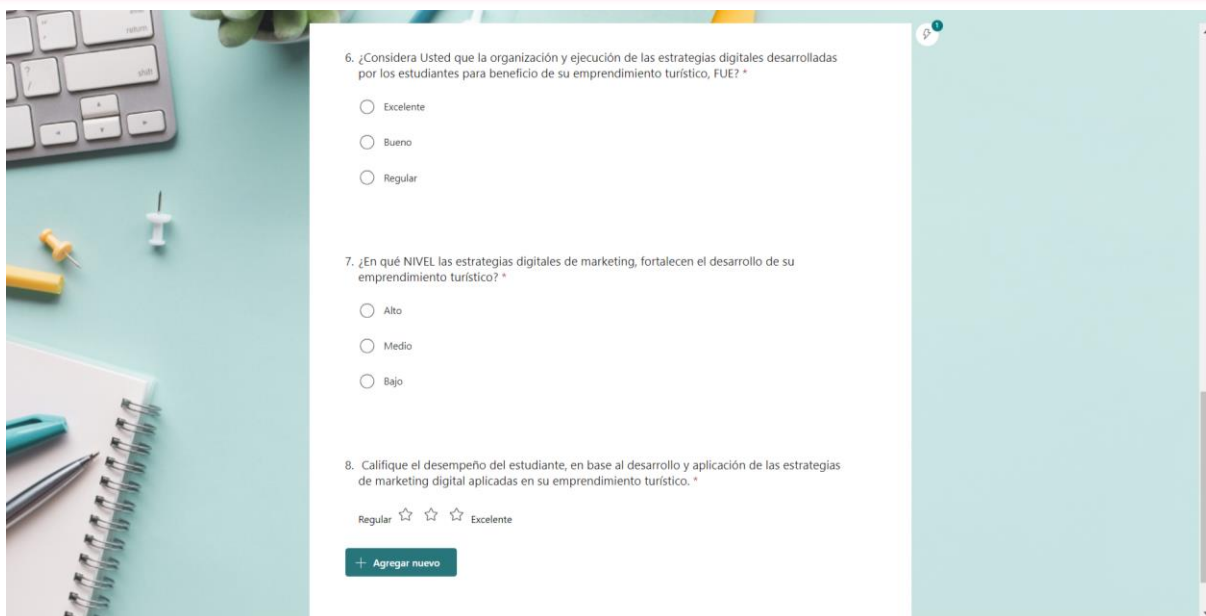
La encuesta de impacto del proyecto denominado: Fortalecimiento en la gestión del marketing digital en los emprendimientos turísticos de la provincia de Tungurahua: Fase II – Cantones: Mocha, Quero y Tisaleo, fue aplicado a los 7 propietarios y/o administrativos de los emprendimientos turísticos, quienes aceptaron ser parte de la planificación, ejecución y monitoreo de un modelo de marketing digital, recurso que ha permitido impulsar la comercialización de cada emprendimiento. En este sentido, se diseñó una encuesta para medir el impacto causado en cada servidor turístico mediante la intervención del trabajo de los estudiantes de sexto semestre de la Carrera de Turismo de la Universidad Técnica de Ambato.

MODELO DE ENCUESTA DE MEDICIÓN DE IMPACTO



The image shows a screenshot of a Google Forms survey. The title is "ENCUESTA DE SATISFACCIÓN PARA LOS EMPRENDEDORES TURÍSTICOS - QUERO Y MOCHA". The objective is to identify the levels of satisfaction of beneficiaries (Tourist Entrepreneurs of the cantons Quero and Mocha) according to the execution of the Academic Project of Community Service of Vinculation with Society. The survey contains five questions:

- Usted como beneficiario, ¿Qué tan de acuerdo está en que el proyecto de vinculación (**gestión del marketing digital**) cumplió con sus expectativas? *
Bajo ☆ ☆ ☆ Alto
- Bajo su percepción qué tan de acuerdo está usted, en que la calidad de la **gestión del marketing digital** del proyecto de vinculación, mejorará la comercialización de su emprendimiento turístico? *
 Totalmente de acuerdo
 Ni de acuerdo - ni en desacuerdo
 Poco de acuerdo
- ¿Cómo beneficiario del proyecto de vinculación, en qué nivel usted cree que su emprendimiento ha mejorado en la transferencia y uso de la tecnología, en el último mes? *
Nada ☆ ☆ ☆ Mucho
- ¿Cómo calificaría usted los productos y/o resultados entregados por el estudiante, en beneficio de su emprendimiento turístico? *
 Excelente
 Bueno
 Regular
- Bajo su percepción, ¿el tiempo empleado para el desarrollo del proyecto de vinculación fue? *
 Excelente
 Bueno
 Regular



6. ¿Considera Usted que la organización y ejecución de las estrategias digitales desarrolladas por los estudiantes para beneficio de su emprendimiento turístico, FUE? *

Excelente
 Bueno
 Regular

7. ¿En qué NIVEL las estrategias digitales de marketing, fortalecen el desarrollo de su emprendimiento turístico? *

Alto
 Medio
 Bajo

8. Califique el desempeño del estudiante, en base al desarrollo y aplicación de las estrategias de marketing digital aplicadas en su emprendimiento turístico. *

Regular ☆ ☆ ☆ Excelente

+ Agregar nuevo

Análisis de Resultados

Encuesta aplicada a los beneficiarios del proyecto:

Pregunta N°1: Usted como beneficiario, ¿Qué tan de acuerdo está usted en que el proyecto de vinculación (gestión del marketing digital) cumplió con sus expectativas?

Tabla 1. Pregunta N°1:

NIVEL DE EXPECTATIVA	Frecuencia	Porcentaje
Alta	4	57%
Medio	3	43%
Bajo	0	0%
TOTAL	7	100%

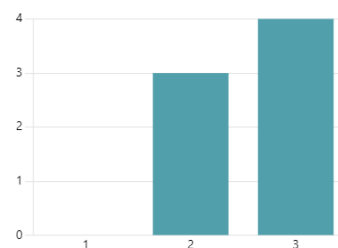


Gráfico 1

Análisis e interpretación:

De acuerdo a los resultados obtenidos mediante la aplicación de la encuesta a 7 administradores y/o propietarios de 7 emprendimientos turísticos ubicados en el cantón Mocha, Quero y Tisaleo, se identificó que el cumplimiento de las expectativas acerca de las estrategias de marketing planificadas y puestas en marcha por los estudiantes en beneficio de sus emprendimientos se cumplió con un nivel de expectativa alto el 57%; mientras que 43% mencionó que cumplieron con sus expectativas en un nivel medio.



Pregunta N°2: Bajo su percepción qué tan de acuerdo está usted, en que la calidad de la gestión del marketing digital del proyecto de vinculación, mejorará la comercialización de su emprendimiento turístico?

Tabla 2. Pregunta N°2:

NIVEL DE PERCEPCIÓN	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	7	100%
Ni de acuerdo – ni en desacuerdo	0	0%
Poco de acuerdo	0	0%
TOTAL	7	100%

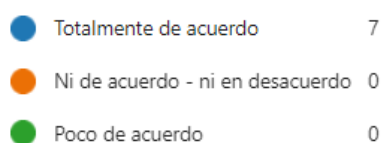


Gráfico 2

Análisis e interpretación:

De acuerdo a los resultados obtenidos se identifica que 7 administradores y/o propietarios es decir el 100% se encuentra totalmente de acuerdo que la calidad de la gestión del marketing digital planificada y desarrollada en las redes sociales por los estudiantes como proyecto de vinculación, sí ha mejorado la comercialización de su emprendimiento turístico.

Pregunta N°3: ¿Cómo beneficiario del proyecto de vinculación, en qué nivel usted cree que su emprendimiento ha mejorado en la transferencia y uso de la tecnología, en el último mes?

Tabla 3. Pregunta N°3:

NIVEL DE MEJORAMIENTO	Frecuencia	Porcentaje
Alta	4	57%
Medio	3	43%
Bajo	0	0%
TOTAL	7	100%

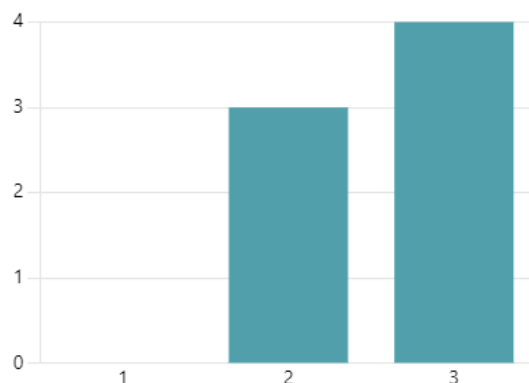


Gráfico 3

Análisis e interpretación:

De acuerdo a los datos proyectados, se identifica que de acuerdo a los 7 administradores y/o propietarios de los emprendimientos turísticos ubicados en el cantón Mocha, Quero y Tisaleo, se identificó que 57% considera que altamente se ha mejorado las capacidades y transferencia de tecnología para beneficio de su emprendimiento turístico en el último mes; mientras que el 43% menciona que medianamente ha mejorado.

Pregunta N°4: ¿Cómo calificaría usted los productos y/o resultados entregados por el estudiante, en beneficio de su emprendimiento turístico?

Tabla 4. Pregunta N°4:

EVALUACIÓN	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	2	29%
Bueno	5	71%
Regular	0	0%
TOTAL	7	100%

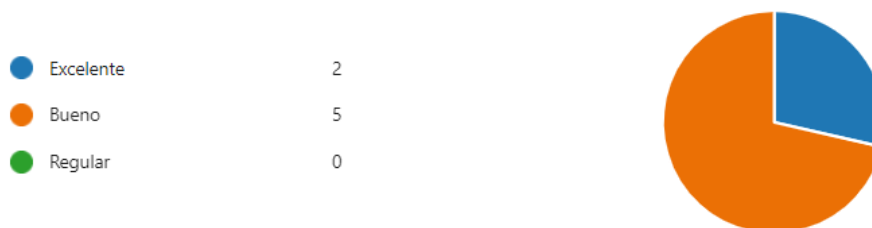


Gráfico 4

Análisis e interpretación:

De acuerdo a los resultados obtenidos se identifica que 2 emprendimientos turísticos califican como excelente los productos y/o resultados entregados por el estudiante, en beneficio de su emprendimiento turístico; y el 71% es decir 5 emprendimientos evalúan como bueno a los resultados entregados, es decir al modelo de marketing digital.

Pregunta N°5: Bajo su percepción, ¿el tiempo empleado para el desarrollo del proyecto de vinculación fue?

Tabla 5. Pregunta N°5:

EVALUACIÓN	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	2	29%
Bueno	5	71%
Regular	0	0%
TOTAL	7	100%

● Excelente	2
● Bueno	5
● Regular	0



Gráfico 5

Análisis e interpretación:

En base a los resultados alcanzados con la aplicación de una encuesta a 7 administradores y/o propietarios de 2 emprendimientos turísticos ubicados en el cantón Mocha, Quero y/o Tisaleo, se analiza que el 29% califica como excelente al tiempo empleado para el desarrollo del proyecto de vinculación, mientras que 5 administradores, es decir el 71% manifiestan que el tiempo es bueno para la planificación y desarrollo de las estrategias digitales.

Pregunta N°6: ¿Considera Usted que la organización y ejecución de las estrategias digitales desarrolladas por los estudiantes para beneficio de su emprendimiento turístico, FUE?

Tabla 6. Pregunta N°6:

EVALUACIÓN	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	3	43%
Bueno	4	57%
Regular	0	0%
TOTAL	7	100%



● Excelente	3
● Bueno	4
● Regular	0



Gráfico 6

Análisis e interpretación:

Conforme a los resultados alcanzados, se identifica que de los 7 emprendimientos turísticos, el 43% califica como excelente a la organización y ejecución de las estrategias digitales desarrolladas por los estudiantes para beneficio de su emprendimiento turístico; no obstante el 57% de los emprendimientos, califica como bueno.

Pregunta N°7: ¿En qué nivel de las estrategias digitales de marketing, fortalecen el desarrollo de su emprendimiento turístico?

Tabla 7. Pregunta N°7:

NIVEL DE EXPECTATIVA	Frecuencia	Porcentaje
Alta	4	57%
Medio	3	43%
Bajo	0	0%
TOTAL	7	100%

● Alto	4
● Medio	3
● Bajo	0



Gráfico 7

Análisis e interpretación:

De acuerdo a los resultados obtenidos de 7 emprendimientos turísticos ubicados en el cantón Mocha, Quero y/o Tisaleo, se identificó que el 57% evalúan con un nivel alto al planteamiento de las estrategias digitales de marketing, mismas que han permitido fortalecer el desarrollo del emprendimiento turístico, considerando que ahora muchos de ellos ya tienen presencia en redes sociales y por consecuencia su proceso de comercialización está llegando con mayor facilidad al público. Por otro lado, el 43% de los encuestados manifestó que el trabajo desarrollado por los estudiantes ha medianamente ha fortalecido a su emprendimiento turístico.

Pregunta N°8: Califique el desempeño del estudiante, en base al desarrollo y aplicación de las estrategias de marketing digital aplicadas en su emprendimiento turístico

Tabla 8. Pregunta N°8:

NIVEL DE DESEMPEÑO	Frecuencia	Porcentaje
Alta	6	86%
Medio	1	14%
Bajo	0	0%
TOTAL	7	100%

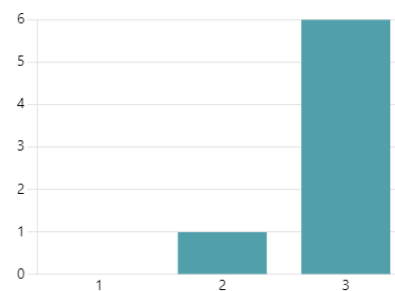


Gráfico 8

Análisis e interpretación:

De acuerdo a los resultados obtenidos de 7 emprendimientos turísticos se identificó que el desempeño del estudiante, en base al desarrollo y aplicación de las estrategias de marketing digital aplicadas en su emprendimiento turístico, el 86% de los administradores mencionan que el desempeño de los estudiantes fue alto, mientras que el 14% indicó que fue medio.

Conclusión

En base a la encuesta de impacto del proyecto denominado: Fortalecimiento en la gestión del marketing digital en los emprendimientos turísticos de la provincia de Tungurahua: Fase II – Cantones: Mocha, Quero y Tisaleo, aplicado a 7 propietarios y/o administrativos de los emprendimientos turísticos, se identificó que la planificación, ejecución y monitoreo del modelo de marketing digital, propuesto por los estudiantes de sexto semestre de la Carrera de Turismo de la Universidad Técnica de Ambato, ha sido evaluado como excelente por 3 emprendimientos, mientras que 4 lo califican como bueno, considerando que el diseño de cada una de las estrategias de marketing digital se construyó en base a la realidad de cada emprendimiento, y por factores de tiempo académico se ejecutó a corto tiempo; en este sentido, se logró tener presencia on-line, a través de las redes sociales, y como efecto positivo se impulsó la comercialización turística de cada emprendimiento, afirmación que es sostenida por el 71% de los administradores evaluados, quienes han indicado que las estrategias digitales planteadas por los estudiantes tienen un nivel medio - alto.

Recomendación

En base a las conclusiones obtenidas del impacto causado por la planificación, ejecución y monitoreo del modelo de marketing digital en 7 emprendimientos turísticos del cantón Mocha, Quero y Tisaleo, se recomienda ampliar el número de beneficiarios en pro del turismo de cada cantón, así como también permitiendo que más estudiantes fortalezcan sus conocimientos en la construcción y diseños de estrategias de marketing turístico digital, y como efecto logren tener presencia en el campo preprofesional y a su vez, contribuyan en el anhelado sueño de ser un cantón referente del turismo sostenible y sustentable.



3.2 MATRIZ DE ENFOQUE DE IGUALDAD Y ENFOQUE TERRITORIAL - BENEFICIARIOS

PROYECTO: Fortalecimiento en la gestión del marketing digital en los emprendimientos turísticos de la provincia de Tungurahua: Fase II – Cantones: Mocha, Quero y Tisaleo		
ENTIDAD COOPERANTE Y/O BENEFICIARIA: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Mocha, Quero y Tisaleo		
PROVINCIA: Tungurahua	CANTONES: Mocha, Quero y Tisaleo	PARROQUIA(S): Pinguili, Mocha La Estación; La Matriz de Quero, 10 de Agosto, Comuna San Diego; Comuna La Florida; Comuna Santa Lucia
ENFOQUE	DESCRIPCIÓN	BENEFICIARIOS
SEXO	HOMBRE	4
	MUJER	3
	SUBTOTAL	7
ETARIO	MENORES DE 15 AÑOS	0
	DE 15 A 29 AÑOS	1
	DE 30 A 64 AÑOS	6
	DE 65 Y MAS AÑOS	0
	SUBTOTAL	7
DISCAPACIDADES	FÍSICA	0
	PSICOLÓGICA	0
	MENTAL	0
	AUDITIVA	0
	VISUAL	0
	SUBTOTAL	0
PUEBLOS Y NACIONALIDADES	INDÍGENAS	0
	MESTIZOS	7
	BLANCOS	0
	AFROAMERICANOS	0
	MONTUBIOS	0
	OTROS	0
	SUBTOTAL	7
MOVILIDAD	ECUATORIANO EN EL EXTRANJERO	0
	EXTRANJERO EN EL ECUADOR	0
	SUBTOTAL	0

FUENTE: oficio DIPLEG-061-2011, julio 11,2011. SENPLADES

3.3 INFORME DEL PROYECTO PLANIFICADO, MONITOREADO, EJECUTADO Y EVALUADO.

FACULTAD: Ciencias Humanas y de la Educación					
CARRERA: Turismo					
PROYECTO DE PRÁCTICAS DE SERVICIO COMUNITARIO DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD: Fortalecimiento en la gestión del marketing digital en los emprendimientos turísticos de la provincia de Tungurahua: Fase II – Cantones: Mocha, Quero y Tisaleo					
ENTIDAD(ES) COOPERANTE(S) Y SU(S) COORDINADOR(ES)		TIEMPO PLANIFICADO		PRESUPUESTO EJECUTADO DEL PROYECTO	
1. Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Quero 2. Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Mocha 3. Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Tisaleo		DESDE 03/04/2023	HASTA 28/07/2023	TOTAL: 0,00 USD	
NÚMERO DE BENEFICIARIOS: 7 emprendimientos turísticos					
DISTRIBUTIVO DE DOCENTES PARTICIPANTES			DISTRIBUTIVO DE ESTUDIANTES PARTICIPANTES		
DOCENTE(S)-TUTOR(ES) DEL PROYECTO	HORAS SEMESTRALES PARA PROYECTOS DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD ASIGNADAS EN DISTRIBUTIVO DOCENTE	APELLIDOS Y NOMBRES (ESTUDIANTES)	CÉDULA	HORAS CUMPLIDAS	APRUEBA/ REPRUEBA
1. Lic. Johanna Gabriela Monge Martínez Mg. CI: 1803149614	85 HORAS	1. Castro Zúñiga Andrea Rebeca	1805146158	96 horas	APRUEBA
		2. Chipantiza Ortiz Jessica Katherine	1850673987	96 horas	APRUEBA
		3. Cruz Lalaleo Domenica Guadalupe	1805784152	96 horas	APRUEBA
		4. Fiallos Saquina Angel Ignacio	1805510003	96 horas	APRUEBA
		5. Freire Caisaguano John Jairo	1805383070	96 horas	APRUEBA
		6. Guamán Mena Lissette Vanessa	1850279751	96 horas	APRUEBA
		7. León Jiménez Kevin Alexander	0550039051	96 horas	APRUEBA
2. Ing. Angélica María González Sánchez, Mg. CI: 1713482352	34 HORAS	8. Morales Centeno Ivania Marabexi	0803538172	96 horas	APRUEBA
		9. Naranjo Tenelema Jeancarlo Manuel	0202484663	96 horas	APRUEBA
		10. Osorio Valarezo Karla Lilibeth	2100183983	96 horas	APRUEBA
		11. Poquiza Sigcha Silvia Ermelinda	0504676651	96 horas	APRUEBA
		12. Urgilés Lara Nicole Stephanie	1804384491	96 horas	APRUEBA
		13. Vaca Villacrés Andrea Monserrath	1805070412	96 horas	APRUEBA
PRESENTADO POR:					
<p>.....</p> <p><i>Lcda. Johanna Monge Mg.</i> Docente Coordinadora del Proyecto</p>			<p>.....</p> <p><i>Ing. Angélica González Mg.</i> Docente Tutor del Proyecto</p>		

REVISADO POR:	INFORME FAVORABLE:
<p>..... <i>Ing. Angélica María González Sánchez, Mg.</i> Coordinadora de la Unidad de Vinculación Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación</p>	<p>..... <i>Ing. Danilo Javier Altamirano Analuisa, PhD</i> Director de Vinculación con la Sociedad Universidad Técnica de Ambato</p>