



DIRECCIÓN DE  
**Vinculación  
con la Sociedad**

# "Gestión de marketing digital informativo para el posicionamiento de la parroquia Quinchicoto. Fase II"

**Código: 3.6**

**Facultad: Ciencias Administrativas**

**Carrera: Mercadotecnia**

**Período Académico**

Septiembre 2023 - Febrero 2024

**Nombre del proyecto:** Gestión de marketing digital informativo para el posicionamiento de la parroquia Quinchicoto. Fase II

**Código del proyecto:** 3.6

**Facultad:** Ciencias Administrativas

**Carrera:** Mercadotecnia

ITEM A REVISAR	Cumple	No cumple	Observación
<b>FICHA TÉCNICA</b> (firmas)			
<b>PLANIFICACIÓN</b>			
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 prácticas de servicio comunitario con las asignaturas de la malla curricular			
1.5 Presupuesto Planificado del Proyecto			
1.6 Cronograma por objetivo y actividades. (firmas)			
<b>EJECUCIÓN Y MONITOREO DEL PROYECTO</b>			
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)			
<b>EVALUACIÓN DEL PROYECTO</b>			
3.1 Evaluación del cumplimiento objetivos, productos verificables e impacto del proyecto de vinculación con la sociedad implementado en el período académico			
3.1.1. Evaluación-Indicadores de Resultados			
3.1.2. Evaluación- Articulación del proyecto prácticas de servicio comunitario - 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)			
<b>PRODUCTOS</b>			
Productos del proyecto claramente identificados			
<b>ANEXOS</b>			
Anexo 1. Solicitud o documento de requerimiento de necesidad de la entidad beneficiara para la ejecución del proyecto.			
Anexo 2. Informe de actividades de estudiantes participantes en el proyecto			
Anexo 3. Registro de beneficiarios			
Anexo 4. Convenio o carta compromiso suscrita			
Anexo 5. Certificado de la entidad cooperante para verificación de cumplimiento			
Anexo 6. Acta de entrega de productos			
Anexo 7. Artículo para Revista Impactos Sociales			
Anexo 8. Formatos para productos de eventos de capacitación (en caso de existir)			

**Firma:** .....

Ing. Mg. Beltrán Avalos Carlos Javier

**Coordinador de la Unidad de Vinculación con la Sociedad de Facultad**

## FICHA TÉCNICA POR PROYECTO

<b>Facultad:</b> Ciencias Administrativas		<b>Carrera:</b> Mercadotecnia	
<b>Nombre del Programa:</b> Desarrollo Económico y Empresarial		<b>N°. Programa:</b>	3
<b>Nombre del Proyecto:</b> Gestión de Marketing digital informativo para el posicionamiento de la parroquia Quinchicoto. Fase II		<b>Código Proyecto:</b>	3.6
<b>Sector de acción del proyecto:</b> Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Quinchicoto			
<b>Objetivo General:</b> Desarrollar nuevas estrategias del plan de marketing digital informativo para el posicionamiento del Gobierno Autónomo Descentralizado parroquial Quinchicoto del cantón Tisaleo			
<b>Objetivos Específicos:</b>			
1. Realizar una evaluación de la aplicación del plan de marketing organizativo y administrativo de marketing digital informativo del GAD parroquial de Quinchicoto			
2. Desarrollo de nuevas Estrategias del plan de Marketing informativo del GAD parroquial de Quinchicoto.			
3. Implementar las nuevas Estrategias del plan de Marketing Digital informativo del GAD parroquial de Quinchicoto			
<b>Productos del proyecto:</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informe de la evaluación de la aplicación del plan de marketing organizativo y administrativo de marketing digital informativo del GAD parroquial de Quinchicoto.</li> <li>• Desarrollo de las nuevas Estrategias del plan de Marketing digital informativo del GAD parroquial de Quinchicoto. Informe del impacto la implementación del Plan de las Estrategias de Marketing Digital informativo del GAD parroquial de Quinchicoto</li> </ul>			
<b>Impacto del proyecto:</b> La integración de los emprendimientos en diversas actividades y el GAD parroquial de Quinchicoto con su entorno que deben integrarse a la aplicación de estrategias de institucional, en áreas de marketing digital que ayudará a promocionar y dar a conocer productos y servicios en página web, TikTok, manejo de redes sociales, tarjetas de presentación de los emprendedores.			
<b>Relevancia del proyecto:</b> Es relevante ya que comparte conocimientos actuales de los estudiantes de la carrera de mercadotecnia y ayuda a mejorar al GAD Quinchicoto y los emprendedores que se vinculan al manejo de estrategias digitales con la sociedad con una alta aceptación.			
<b>LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO</b>		<b>POBLACIÓN BENEFICIARIA (DIRECTOS)</b>	
<b>Provincia:</b>	Tungurahua	<b>Hombres:</b>	5
<b>Cantón:</b>	Tisaleo	<b>Mujeres:</b>	5
<b>Parroquia:</b>	Quinchicoto	<b>Total:</b>	<b>10</b>
<b>Entidad Beneficiaria:</b> CONAGOPARE, Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Quinchicoto			
<b>Período Académico:</b>	Sep. 2023 – feb. 2024	<b>REPRESENTANTE DE LA INSTITUCIÓN BENEFICIARIA</b>	
<b>Fecha Inicio:</b>	25/sep/2023	<b>Nombre:</b>	Eco. Amable Chalus
<b>Fecha Fin:</b>	19/enero/2024	<b>Cargo:</b>	Presidente CONAGURAPE
		<b>Teléfono</b>	0991000274
		<b>Correo electrónico</b>	conagoparetungurahua3@gmail.com
<b>SUSCRIPCIÓN DE CONVENIO O CARTA COMPROMISO</b>			
<b>Razón Social:</b>		GAD Parroquial	
<b>Fecha de suscripción:</b>	25/05/2023	<b>Fecha de finalización:</b>	25/05/2024
<b>ESTADO DEL PROYECTO</b>			
Nuevo	<b>X</b>	Continúa	Cierre
<b>PRESUPUESTO</b>			
<b>PRESUPUESTO EJECUTADO UTA</b>		<b>APORTES ENTIDAD COOPERANTE</b>	
<b>Nombre y Descripción</b>		<b>Valor</b>	<b>Nombre y Descripción</b>
Materiales de Oficina		\$ 63,84	
Materiales de Impresión, Fotografía, Reproducción y Publicaciones		\$ 152,50	
<b>Total:</b>		<b>\$ 216,34</b>	<b>Total:</b>
<b>PERSONAL DE COORDINACIÓN Y EJECUCIÓN DEL PROYECTO</b>			
<b>Docente Coordinador del Proyecto:</b>		Dr. C. Mg. Mario Padilla M. PhD	
<b>Correo institucional</b>	mp.padilla@uta.edu.ec	<b>Teléfono</b>	0998356915
<b>Docente(s) Tutor(es) Participante(s):</b>		Dr. C. Mg. Mario Padilla M. PhD	
<b>Correo institucional</b>	mp.padilla@uta.edu.ec	<b>Teléfono</b>	0998356915
<b>Coordinador de Vinculación de Facultad:</b>		Ing. Mg. Carlos Javier Beltrán Ávalos	
<b>Correo institucional</b>	cj.beltran@uta.edu.ec	<b>Teléfono</b>	0992524006
<b>DOCENTES PARTICIPANTES</b>		<b>ESTUDIANTES PARTICIPANTES</b>	
<b>Hombres:</b>	1	<b>Hombres:</b>	7
<b>Mujeres:</b>	0	<b>Mujeres:</b>	8
<b>Total:</b>	<b>1</b>	<b>Total:</b>	<b>15</b>
Realizado por:		Revisado por:	
..... <b>Docente Coordinador/Tutor</b>		..... <b>Coordinador(a) de Vinculación de Facultad</b>	

## UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO



### DIRECCIÓN DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD “DIVISO”

#### PLAN DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD 2021-2025

**ÁREA DEL CONOCIMIENTO:** Ciencias Económicas y Empresariales

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN – VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD:** Desarrollo Empresarial.

**DOMINIO INSTITUCIONAL:** Dominio Económico, Productivo y sostenible en Pymes y Macro Pymes.

**PROGRAMA DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD N°.- 3**  
“Gestión territorial, financiera y empresarial”

#### PROYECTO DE PRÁCTICAS DE SERVICIO COMUNITARIO N°.- 6

“Gestión de Marketing digital informativo para el posicionamiento de la parroquia Quinchicoto.  
Fase II”

#### ETAPAS: PLANIFICACIÓN, EJECUCIÓN, MONITOREO Y EVALUACIÓN

**FACULTAD(ES) EJECUTORA(S):** Ciencias Administrativas

**CARRERA(S) EJECUTORA(S):** Mercadotecnia

**DOCENTE COORDINADOR DEL PROYECTO:** Dr. C. Mg. Mario Padilla M. PhD

**DOCENTE(S) TUTOR(ES) DEL PROYECTO:** Dr. C. Mg. Mario Padilla M. PhD

**ENTIDAD(ES) COOPERANTE(S):** CONAGOPARE, Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Quinchicoto

**COORDINADOR(ES) ENTIDAD(ES) COOPERANTE(S):** Eco. Amable Chaluis  
CONAGORARE

**CÓDIGO DEL PROYECTO:** 3.6

*Septiembre 2023 – Febrero 2024*

## 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 prácticas de servicio comunitario para el período académico: **septiembre 2023 – febrero 2024**
- 1.4 Descripción del proyecto.
  - 1.4.1 Articulación del proyecto de prácticas de servicio comunitario 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 (*25 de septiembre al 17 de noviembre de 2023*).
- 2.2 Matriz de monitoreo por objetivos y actividades (*20 de noviembre de 2023 al 19 de enero de 2024*)
- 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 prácticas de servicio comunitario en el período académico: **septiembre 2023 – enero 2024**
  - 3.1.1 Evaluación - Indicadores de resultados.
  - 3.1.2 Evaluación - Articulación del proyecto de prácticas de servicio comunitario - 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 para la ejecución del proyecto.
- 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 la entidad beneficiaria para verificación del cumplimiento.
- Anexo 6. Acta de entrega de productos.
- Anexo 7. Artículo para Revista Impactos Sociales.
- Anexo 8. Formatos para productos de eventos de capacitación (*Aplica solo a proyectos que justifican el desarrollo de capacitaciones como parte de sus objetivos*)

## ETAPA I: PLANIFICACIÓN DEL PROYECTO

### 1.1 DATOS GENERALES DEL PROYECTO

<p><b>POLÍTICA INSTITUCIONAL DE VINCULACIÓN:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 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.</li> <li>✓ 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.</li> <li>✓ 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.</li> <li>✓ 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.</li> </ul>
<p><b>COBERTURA Y LOCALIZACIÓN:</b> Cantón Tisaleo</p>
<p><b>PRESUPUESTO PLANIFICADO:</b> \$221.74 USD</p>
<p><b>PLAZO DE EJECUCIÓN:</b> Fase I: Abril-septiembre 2023 <b>Fase II: septiembre 2023 – febrero 2024</b> Fase III: Abril-septiembre 2024</p>
<p><b>SECTOR DEL PROYECTO:</b> Gobierno Autónomo Descentralizado parroquial de Quinchicoto</p>
<p><b>NÚMERO DE DOCENTE(S) TUTOR(ES):</b> 1 (Uno)</p>
<p><b>NÚMERO DE ESTUDIANTES PARTICIPANTES:</b> 15</p>
<p><b>ENTIDAD(ES) COOPERANTE(S):</b> CONAGOPARE, Gobierno Autónomo Descentralizado de Parroquial de Quinchicoto.</p>
<p><b>NÚMERO DE BENEFICIARIOS DIRECTOS:</b> Miembros Junta parroquial Quinchicoto</p>

## 1.2 REQUERIMIENTOS DE LA SOCIEDAD Y PROYECTOS POR PROGRAMA DE VINCULACIÓN PLANIFICADOS PARA EL DOMINIO: *Desarrollo Económico, Productivo Empresarial*

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
Asociación de Calzado Juan Cajas	Apoyo al fortalecimiento social y comercial	3.1. Estrategias de Comercio Electrónico para impulsar los emprendimientos de la Asociación de Productores y Comerciantes de Calzado de Juan Cajas para reactivar la economía de la provincia de Tungurahua. Fase II.	<b>Facultad:</b> Ciencias Administrativas <b>Carrera:</b> Administración de Empresas	Desarrollo Económico y Empresarial	Desarrollo Empresarial	Ciencias Económicas y Empresariales
Asociación de Calzado 5 de junio.	Fortalecer los emprendimientos	3.2. Diagnóstico situacional para el manejo del comercio electrónico en la Asociación de Productores y Comerciantes de Calzado 5 de junio. Fase II.	<b>Carrera:</b> Administración de Empresas	Desarrollo Económico y Empresarial	Desarrollo Empresarial	Ciencias Económicas y Empresariales
CONAGOPARE	Posicionamiento Integral	3.3. Vinculación Transformadora: Posicionamiento integral de las Unidades de Producción de la Universidad Técnica de Ambato. – Carta de Servicios. Fase II.	<b>Carrera:</b> Administración de Empresas	Desarrollo Económico y Empresarial	Desarrollo Empresarial	Ciencias Económicas y Empresariales
GAD Parroquial Pasa	Marca Turística	3.4. Diseño de una marca de un destino turístico del GAD Parroquial de San Antonio de Pasa.: Control y Evaluación de la Marca. Identidad de marca. Fase IV.	<b>Carrera:</b> Mercadotecnia	Desarrollo Económico y Empresarial	Desarrollo Empresarial	Ciencias Económicas y Empresariales
CONAGPRARE	Posición Digital.	3.5. Gestión del contenido visual para el posicionamiento digital de la parroquia Salasaka. Fase II.	<b>Carrera:</b> Mercadotecnia	Desarrollo Económico y Empresarial	Desarrollo Empresarial	Ciencias Económicas y Empresariales
CONAGOPARE	Emprendimientos Asociativos y su Reactivación Económica Productiva	3.6. Gestión de marketing digital informativo para el posicionamiento de la parroquia Quinchicoto. Fase II.	<b>Carrera:</b> Mercadotecnia	Desarrollo Económico y Empresarial	Desarrollo Empresarial	Ciencias Económicas y Empresariales
Pushak Kawsay Corporación	Marketing Digital	3.7 Prospección de marketing de contenido digital a través de una	<b>Carrera:</b> Mercadotecnia	Desarrollo Económico y Empresarial	Desarrollo Empresarial	Ciencias Económicas y Empresariales



Agroproductiva Tungurahua Ecuador		investigación de mercado para la corporación de producción, transformación y comercialización interna y externa Pushak Kawsay, llevando vida – Copuka en el sector de Quisapincha. Fase II				
Servicio de Rentes Internas	Apoyo contable y fiscal	3.8 Núcleo de Apoyo Contable y Fiscal (NAF). Fase XII.	<b>Facultad:</b> Contabilidad y Auditoría <b>Carrera:</b> Contabilidad y Auditoría	Desarrollo Económico y Empresarial	Desarrollo Empresarial	Ciencias Económicas y Empresariales
H. Gobierno Provincial de Tungurahua MAG Federación Provincial de Artesanos Profesionales de Tungurahua	Asesoría contable y financiera, Plan de negocios.	3.9. Asesoría Contable y Financiera para emprendedores, artesanos, pequeños productores y grupos vulnerables de la provincia de Tungurahua. Fase III.	<b>Carreras:</b> Contabilidad y Auditoría Economía	Desarrollo Económico y Empresarial	Desarrollo Territorial	Ciencias Económicas y Empresariales
Ministerio del Ambiente Agua y Transición Ecológica	Fortalecimiento en procesos de control	3.10. Fortalecimiento del control interno contable, financiero, o administrativo en las Juntas de Agua potable o de riego rurales de la provincia de Tungurahua. Fase V.	<b>Carreras:</b> Contabilidad y Auditoría	Desarrollo Económico y Empresarial	Desarrollo Territorial	Ciencias Económicas y Empresariales
Sociedad de Lucha contra el Cáncer SOLCA - Núcleo de Tungurahua	Apoyo en gestión administrativo-financiera	3.11. Evaluación del control interno de los procesos administrativos financieros de SOLCA Núcleo de Tungurahua	<b>Carreras:</b> Contabilidad y Auditoría	Desarrollo Económico y Empresarial	Desarrollo Territorial	Ciencias Económicas y Empresariales
Asociación “Flor Andina”	Determinación de costos de producción	3.12. Diseño de un sistema de costos para la Asociación Flor Andina - Deshidratación de Plantas – Parroquia Quisapincha	<b>Carreras:</b> Contabilidad y Auditoría	Desarrollo Económico y Empresarial	Desarrollo Territorial	Ciencias Económicas y Empresariales
Unidad Educativa "Fray Bartolomé de las Casas	Fortalecimiento para jóvenes emprendedores	3.13. Talleres de emprendimiento para los estudiantes de la Unidad Educativa "Fray Bartolomé de las Casas – Salasaca” Fase II	<b>Carreras:</b> Contabilidad y Auditoría	Desarrollo Económico y Empresarial	Desarrollo Territorial	Ciencias Económicas y Empresariales
H. Gobierno Provincial de Tungurahua	Estudio económico del sector Textil y confecciones; y, Avícola	3.14. Boletín económico de apoyo a la producción de la provincia de Tungurahua. Fase II.	<b>Carrera:</b> Economía	Desarrollo Económico y Empresarial	Desarrollo Territorial	Ciencias Económicas y Empresariales
Fundación Rompiendo Barreras	Identificación de línea base de actores y niveles de pobreza y pobreza extrema en la parroquia Izamba.	3.15. Estudio socioeconómico para la determinación de niveles y actores en pobreza y pobreza extrema en la parroquia rural de Izamba”	<b>Carrera:</b> Economía	Desarrollo Económico y Empresarial	Desarrollo Territorial	Ciencias Económicas y Empresariales



### 1.3 RESULTADOS Y PRODUCTOS PLANIFICADOS DEL PROYECTO DE PRÁCTICAS DE SERVICIO COMUNITARIO PARA EL PERÍODO ACADÉMICO: *septiembre 2023 – febrero 2024*

<b>Fin:</b> : Fomentar estrategias de marketing digital informativo para el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Quinchicoto.	
<b>Objetivo General:</b> Desarrollar nuevas estrategias del plan de marketing digital informativo para el posicionamiento del Gobierno Autónomo Descentralizado parroquial Quinchicoto del cantón Tisaleo.	
<b>Meta:</b> Mejorar la imagen corporativa del GAD Parroquial de Quinchicoto a través de estrategias de marketing digital informativo.	
<b>Indicador:</b> Número de actividades realizadas de marketing digital / Total de actividades planificadas del GAD) x 100%	
<b>Medio de Verificación:</b> Cumplimiento de satisfacción de las necesidades del GAD con la aplicación de estrategias de marketing digital.	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	PRODUCTOS VERIFICABLES
1. Realizar una evaluación de la aplicación del plan de marketing organizativo y administrativo de marketing digital informativo del GAD parroquial de Quinchicoto	<ul style="list-style-type: none"> <li>Informe de la evaluación de la aplicación del plan de marketing organizativo y administrativo de marketing digital informativo del GAD parroquial de Quinchicoto</li> </ul>
<b>Meta:</b> Realizar reuniones con los integrantes del GAD parroquial para evaluar la aplicación del Marketing Digital informativo aplicado.	
<b>Indicador:</b> (Reuniones ejecutadas/ reuniones planificadas) x 100%	
2. Desarrollo de nuevas Estrategias del plan de Marketing informativo del GAD parroquial de Quinchicoto.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Desarrollo de las nuevas Estrategias del plan de Marketing digital informativo del GAD parroquial de Quinchicoto.</li> </ul>
<b>Meta:</b> Análisis de nuevas Estrategias del plan de Marketing informativo del GAD parroquial de Quinchicoto.	
<b>Indicador:</b> (Total de estrategias analizadas /Total de estrategias sugeridas) x 100.	
3. Implementar las nuevas Estrategias del plan de Marketing Digital informativo del GAD parroquial de Quinchicoto.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Informe del impacto la implementación del Plan de las Estrategias de Marketing Digital informativo del GAD parroquial de Quinchicoto.</li> </ul>
<b>Meta:</b> Implementación del Plan de las Estrategias de Marketing Digital informativo del GAD parroquial de Quinchicoto.	
<b>Indicador:</b> (Número de estrategias aplicadas / Total de estrategias planificadas) x 100% <b>Indicador:</b>	

## 1.4 DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

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

El cantón Tisaleo ubicado en la provincia de Tungurahua, conocido como el "Alegre paraíso cultural" posee hermosos paisajes andinos de invaluable riqueza ecológica, se localiza al suroeste de la ciudad de Ambato, en la vía hacia Riobamba, a 3.280 msnm. Quinchicoto, parroquia rural de Tisaleo, tiene significado especial, el nombre escrito en kitchwa antiguo se interpreta de dos maneras 'Monte de los espías' o 'Colina de los árboles', La parroquia resalta por su hermoso paisaje. En sus terrenos destacan la producción agrícola de tuberculoso, granos, cereales, legumbres. Además, varias personas se dedican a la crianza de animales.

Según el portal Tungurahua Turismo, el Valle de Quinchicoto fue un pueblo importante donde se establecieron familias españolas. El lugar está ubicado bajo el Cerro Puñalica, que está sobre los 3.996 metros sobre el nivel del mar en las faldas del Carihuairazo.

*b) Características y condiciones que describen el problema.*

El crecimiento turístico en sus diferentes niveles ayuda a los distintos sectores económico a mejorar la calidad de vida de las personas, el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Quinchicoto como organismo gubernamental tiene la obligación de mejorar esas condiciones de sus habitantes.

La problemática radica que la información digital del GAD parroquial debe ser visible en todos sus niveles y no está actualizada en su imagen corporativa, su plan estratégico, objetivos, estrategias de marketing digital informativo, es por esta razón debemos realizar desarrollar estrategias de marketing digital informativo para el posicionamiento del Gobierno Autónomo Descentralizado parroquial Quinchicoto del cantón Tisaleo.

La información recabada del entorno a nivel macro y micro, se puede crear estrategias que contribuyan adaptarse a la realidad actual, es importante que las estrategias a desarrollar y aplicar sean de conocimiento de los miembros del GAD parroquial de Quinchicoto, en la investigación por medio de la siguiente interrogante ¿Cómo influyen las estrategias de marketing digital en la reactivación económica de los sectores económicos del GAD parroquial?

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

Con la implantación del plan de las Estrategias de Marketing Digital informativo del GAD parroquial de Quinchicoto con el sistema de gestión de calidad de la información con la medición en los estándares de calidad, se podrá evidenciar en la practicas como puede mejorar su imagen en el entorno.

Hay aspectos que han sido relegados por falta de asesoría adecuada, dirección o descuido, quienes tendrán la oportunidad de aplicarlos y así fortalecer sus procesos para una mejora continua, donde los aspectos ambientales, socio culturales y económicos, para poder brindar un mejor servicio y poder cubrir las expectativas, requerimientos y necesidades de la población

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

En base a la realidad la Universidad Técnica de Ambato y la Dirección de Vinculación con la Sociedad DIVISO a través Facultad de Ciencias Administrativas de la Carrera de Mercadotecnia proyecta con los programas, proyectos de vinculación con la sociedad turísticos con hospedaje y

de alimentos & bebidas y con la medición en los estándares de calidad, con la aplicación del tema estrategias de marketing sensorial y digital en la reactivación.

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)*

Los proyectos están alineados a PEDI, Los proyectos están alineados al Plan Nacional de Desarrollo(Toda Una Vida), el proyecto se caracteriza por estar alineado al **Eje 2**; Economía al Servicio de la Sociedad; **Objetivo 5**; Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible, de manera redistributiva y solidaria, **Política 5,6** Promover la investigación, la formación, la capacitación, el desarrollo y la transferencia tecnológica, la innovación y el emprendimiento, la protección de la propiedad intelectual , para impulsar el cambio de la matriz productiva mediante la vinculación entre el sector público, productivo y de las universidades; para integrar como un eje transversal en el desarrollo de las parroquias alineadas también al **Eje 3**; Mas sociedad mejor estado; **Objetivo 7** Incentivar una sociedad participativa, con un estado cercano al servicio de la sociedad; **Política 7.3** Fomentar y fortalecer la auto- organización social, la vida asociativa y la construcción de una ciudadanía activa y corresponsable, que valore y promueva el bien común.

La caracterización de las agendas municipales se realizará mediante una investigación de campo y la metodología para el proceso de la investigación estadística será descriptiva, mediante el software SPSS, para validar y correlacionar la información.

#### 1.4.1 ARTICULACIÓN DEL PROYECTO DE PRÁCTICAS DE SERVICIO COMUNITARIO CON LA(S) ASIGNATURA(S) DE LA MALLA CURRICULAR

Problema por solucionar	Objetivos del Proyecto	Asignatura(s) que aportan al proyecto
<p>Un inadecuado planteamiento de necesidades de las microempresas para poder determinar estrategias de marketing sensorial y digital para su reactivación económica con la innovación de nuevos servicios</p> <p>Desconocimiento en los estándares de calidad de las microempresas para el mejoramiento de parte organizativa y administrativa.</p> <p>Desconocimiento de la estrategia de marketing (digital) para impulsar la venta de sus productos y su crecimiento económico.</p>	<p><b>Objetivo General:</b></p> <p>Desarrollar nuevas estrategias del plan de marketing digital informativo para el posicionamiento del Gobierno Autónomo Descentralizado parroquial Quinchicoto del cantón Tisaleo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicación de la Administración Básica I y II.</li> <li>• Aplicación de Contabilidad Básica I y II.</li> <li>• Gestión de proyectos socio-productivos.</li> <li>• Aplicación de desarrollo de nuevos productos.</li> <li>• Aplicación de métodos de análisis estadísticos.</li> <li>• Aplicación mercadotecnia I y II</li> <li>• Desarrollo de emprendimiento</li> <li>• Derecho mercantil</li> <li>• Comunicación Comercial</li> <li>• Optativa II (Diseño gráfico).</li> <li>• Gestión Financiera.</li> <li>• Desarrollo de Habilidades Gerenciales.</li> </ul>
	<p><b>Objetivo Especifico 1:</b></p> <p>Realizar una evaluación de la aplicación del plan de marketing organizativo y administrativo de marketing digital informativo del GAD parroquial de Quinchicoto.</p>	
	<p><b>Objetivo Especifico 2:</b></p> <p>Desarrollo de nuevas Estrategias del plan de Marketing informativo del GAD parroquial de Quinchicoto.</p>	
	<p><b>Objetivo Especifico 3:</b></p> <p>Implementar las nuevas Estrategias del plan de Marketing Digital informativo del GAD parroquial de Quinchicoto.</p>	



<b>1.5 PRESUPUESTO PLANIFICADO DEL PROYECTO</b>			
<b>APORTES UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO</b>			
<b>Código presupuestario</b>	<b>Nombre y Descripción</b>	<b>Valor (\$)</b>	<b>Subtotal (\$)</b>
530804	Materiales de Oficina	\$69.24	\$ 221.74 USD
530807	Materiales de Impresión, Fotografía, Reproducción y Publicaciones	\$152.50	
<b>APORTES ENTIDAD COOPERANTE</b>			
<b>Concepto</b>		<b>Valor (\$)</b>	<b>Subtotal (\$)</b>
<b>TOTAL DEL PROYECTO (\$):</b>			<b>\$ 221.74 USD</b>

### 1.6. CRONOGRAMA POR OBJETIVOS Y ACTIVIDADES

**FACULTAD(ES):** Ciencias Administrativas

**CARRERA(S):** Mercadotecnia

**PROYECTO DE PRÁCTICAS DE SERVICIO COMUNITARIO DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD:** “Gestión de marketing digital informativo para el posicionamiento de la parroquia Quinchicoto.”

OBJETIVO/ ACTIVIDADES	TIEMPO ESTIMADO			RESPONSABLES		RECURSOS NECESARIOS	
	DESDE	HASTA	# HORAS	NOMBRE DE DOCENTES TUTORES	NOMBRE DE ESTUDIANTES PARTICIPANTES		
<b>Objetivo 1. Realizar una evaluación de la aplicación del plan de marketing organizativo y administrativo de marketing digital informativo del GAD parroquial de Quinchicoto</b>	<b>25-09-2023</b>	<b>03-11-2023</b>	<b>36 horas</b>	Dr. Mg. Mario Padilla Martinez PhD.	1. Ayala Pastuña Milton Fabian	Computadora, proyector, papelotes, esferos, hojas, Marcadores, borradores, pizarra	
<b>Actividad 1.1.</b> Presentación de la primera fase del proyecto.	25-09-2023	29-09-2023	6 horas		2. Bombon Tite Jonathan Mauricio		
<b>Actividad 1.2</b> Planificación de las actividades que los estudiantes desarrollarán para el GAD de la parroquia Quinchicoto.	02-10-2023	06-10-2023	6 horas		3. Cárdenas Freire Karen Leslie		
<b>Actividad 1.3</b> Presentación de los estudiantes encargados de la segunda fase del proyecto.	09-10-2023	13-10-2023	6 horas		4. Cedeño Portero Christian Gonzalo		
<b>Actividad 1.4.</b> Reunión para definir todas las actividades que se van a realizar y la actividad que cada estudiante efectuará	16-10-2023	20-10-2023	6 horas		5. Fiallos Velastegui Luis Josué		
<b>Actividad 1.5.</b> Reunión de los estudiantes con las personas del CONAGUPARE y del GAD	23-10-2023	27-10-2023	6 horas		6. Masaquiza Pilla Jennifer Cecilia		
<b>Actividad 1.6.</b> Reunión para establecer las nuevas herramientas que se prevé presentar en relación con los emprendedores que cursan su segunda fase dentro del proyecto	30-10-2023	03-11-2023	6 horas		7. López Aguilar Stephanie Nathaly		
<b>Objetivo 2. Aplicación de nuevas Estrategias del plan de Marketing informativo del GAD parroquial de Quinchicoto.</b>	<b>06-11-2023</b>	<b>08-12-2023</b>	<b>30 horas</b>		8. Ortega Moreira Peter Sebastian		Computadora, proyector, papelotes, esferos, hojas, Marcadores, borradores, pizarra
<b>Actividad 2.1</b> Socialización las nuevas herramientas de marketing digital informativo del GAD parroquial de Quinchicoto a sus autoridades.	06-11-2023	10-11-2023	6 horas		9. Ortiz Oñate Yadira Monserratte		
<b>Actividad 2.2</b> Elaboración del plan de marketing digital informativo del GAD parroquial.	13-11-2023	17-11-2023	6 horas		10. Paredes Rumazo Silvia Judith		
<b>Actividad 2.3</b> Desarrollo de las estrategias del plan de marketing a ser aplicadas acorde a sus necesidades de cada evento aplicar.	20-11-2023	24-11-2023	6 horas				
<b>Actividad 2.4</b> Intervención de los estudiantes en el desarrollo del plan de marketing digital.	27-11-2023	01-12-2023	6 horas				

<b>Actividad 2.5</b> Intervención de los empleados y estudiantes en el desarrollo del plan de marketing digital.	04-12-2023	08-12-2023	6 horas	11. Robalino Velin Kevin Joao 12. Sancho Soria Adrian Matias 13. Sasintuña Chicaiza Anahi Monserrath 14. Sayay Masaquiza Daniela Fernanda 15. Torres Torres Sara Erlinda	Computadora, proyector, papelotes, esferos, hojas, Marcadores, borradores, pizarra
<b>Objetivo 3. Implementar las nuevas Estrategias del plan de Marketing Digital informativo del GAD parroquial de Quinchicoto.</b>	<b>11-12-2023</b>	<b>19-01-2024</b>	<b>30 horas</b>		
<b>Actividad 3.1</b> Implementación del plan de marketing digital informativo en el GAD parroquial.	11-12-2023	15-12-2023	6 horas		
<b>Actividad 3.2</b> Monitoreo de la aplicación del plan marketing digital informativo del GAD.	18-12-2023	22-12-2023	6 horas		
<b>Actividad 3.1</b> Aplicación de las encuestas de impacto de vinculación a las autoridades del GADParroquial	02-01-2024	05-01-2024	6 horas		
<b>Actividad 3.2</b> Desarrollo del articulo científico para la presentación del informe final	08-01-2024	12-01-2024	6 horas		
<b>Actividad 3.3</b> Desarrollo del informe final “Gestión de marketing digital informativo para el posicionamiento de la parroquia Quinchicoto.”	15-01-2024	19-01-2024	6 horas		
<b>TOTAL HORAS:</b>			<b>96 horas</b>		
<b>PRESENTADO POR:</b>					
<p>.....</p> <p><i>Dr. Mg. Mario Padilla, PhD</i></p> <p><b>Docente Coordinador del Proyecto</b></p>					
<b>REVISADO POR:</b>			<b>INFORME FAVORABLE:</b>		
<p>.....</p> <p><i>Ing. Mg. Beltrán Avalos Carlos Javier</i></p> <p><b>Coordinador de Vinculación de Facultad</b></p>			<p>.....</p> <p><i>Ing. Danilo Altamirano Analuisa, PhD</i></p> <p><b>Director de Vinculación de la Universidad Técnica de Ambato</b></p>		

## ETAPA II: EJECUCIÓN Y MONITOREO DEL PROYECTO

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

<b>PRIMER PARCIAL:</b>	Del 25 de septiembre al 17 de noviembre de 2023	<b>PERÍODO ACADÉMICO:</b>	Septiembre 2023 - febrero 2024	
<b>NOMBRE DEL PROGRAMA:</b>	“Gestión territorial, financiera y empresarial.”	<b>NOMBRE DEL PROYECTO:</b> “Gestión de marketing digital informativo para el posicionamiento de la parroquia Quinchicoto.”	<b>CÓDIGO:</b> 3.6	
<b>DOCENTE COORDINADOR:</b>	<b>DOCENTE(S) TUTOR(ES)</b>	<b>ESTUDIANTE(S) PARTICIPANTE(S)</b>		
Dr. Mg. Mario Padilla Martínez		Ayala Pastuña Milton Fabian	Ortiz Oñate Yadira Monserratte	
		Bombón Tite Jonathan Mauricio	Paredes Rumazo Silvia Judith	
		Cárdenas Freire Karen Leslie	Robalino Velin Kevin Joao	
		Cedeño Portero Christian Gonzalo	Sancho Soria Adrian Matias	
		Fiallos Velastegui Luis Josué	Sasintuña Chicaiza Anahi Monserrath	
		Masaquiza Pilla Jennifer Cecilia	Sayay Masaquiza Daniela Fernanda	
		López Aguilar Stephanie Nathaly	Torres Torres Sara Erlinda	
		Ortega Moreira Peter Sebastian		
<b>CUADRO DE AVANCE</b>				
OBJETIVOS / ACTIVIDADES	TIEMPO			OBSERVACIONES
	DESDE	HASTA	Nº HORAS	
<b>Objetivo 1.</b> Realizar una evaluación de la aplicación del plan de marketing organizativo y administrativo de marketing digital informativo del GAD parroquial de Quinchicoto	<b>25-09-2023</b>	<b>03-11-2023</b>	<b>36 horas</b>	
<b>Actividad 1.1.</b> Presentación de la primera fase del proyecto.	25-09-2023	29-09-2023	6 horas	
<b>Actividad 1.2</b> Planificación de las actividades que los estudiantes desarrollarán para el GAD de la parroquia Quinchicoto.	02-10-2023	06-10-2023	6 horas	
<b>Actividad 1.3</b> Presentación de los estudiantes encargados de la segunda fase del proyecto.	09-10-2023	13-10-2023	6 horas	
<b>Actividad 1.4.</b> Reunión para definir todas las actividades que se van a realizar y la actividad que cada estudiante efectuará	16-10-2023	20-10-2023	6 horas	
<b>Actividad 1.5.</b> Reunión de los estudiantes con las personas del CONAGUPARE y del GAD	23-10-2023	27-10-2023	6 horas	
<b>Actividad 1.6.</b> Reunión para establecer las nuevas herramientas que se prevé presentar en relación con los emprendedores que cursan su segunda fase dentro del proyecto	30-10-2023	03-11-2023	6 horas	
<b>Objetivo 2.</b> Aplicación de nuevas Estrategias del plan de Marketing informativo del GAD parroquial de Quinchicoto.	<b>06-11-2023</b>	<b>08-12-2023</b>	<b>12 horas</b>	
<b>Actividad 2.1</b> Socialización las nuevas herramientas de marketing digital informativo del GAD parroquial de Quinchicoto a sus autoridades.	06-11-2023	10-11-2023	6 horas	
<b>Actividad 2.2</b> Elaboración del plan de marketing digital informativo del GAD parroquial.	13-11-2023	17-11-2023	6 horas	
<b>AVANCE DEL PROYECTO EN PORCENTAJE: 60%</b>				
<b>COMENTARIOS</b>				
<b>Elaborado por:</b>				



.....  
*Dr. Mg Padilla Martínez Mario Patricio*  
**Docente Coordinador – Tutor del Proyecto**

**Revisado por:**

.....  
*Ing. Mg. Beltrán Avalos Carlos Javier*  
**Coordinador(a) de la Unidad de Vinculación con la Sociedad de Facultad**

## ETAPA II: EJECUCIÓN Y MONITOREO DEL PROYECTO

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

<b>PRIMER PARCIAL:</b>	Del 20 de noviembre de 2023 al 19 de enero de 2024	<b>PERÍODO ACADÉMICO:</b>	Septiembre 2023- febrero 2024	
<b>NOMBRE DEL PROGRAMA:</b>	“Gestión territorial, financiera y empresarial.”	<b>NOMBRE DEL PROYECTO:</b> Gestión de marketing digital informativo para el posicionamiento de la parroquia Quinchicoto.”	<b>CÓDIGO:</b> 3.6	
<b>DOCENTE COORDINADOR:</b>	<b>DOCENTE(S) TUTOR(ES)</b>		<b>ESTUDIANTE(S) PARTICIPANTE(S)</b>	
Dr. Mg. Mario Padilla Martínez			Ayala Pastuña Milton Fabian	Ortiz Oñate Yadira Monserrate
			Bombón Tite Jonathan Mauricio	Paredes Rumazo Silvia Judith
			Cárdenas Freire Karen Leslie	Robalino Velin Kevin Joao
			Cedeño Portero Christian Gonzalo	Sancho Soria Adrian Matias
			Fiallos Velastegui Luis Josué	Sasintuña Chicaiza Anahi Monserrath
			Masaquiza Pilla Jennifer Cecilia	Sayay Masaquiza Daniela Fernanda
			López Aguilar Stephanie Nathaly	Torres Torres Sara Erlinda
			Ortega Moreira Peter Sebastian	
<b>CUADRO DE AVANCE</b>				
OBJETIVOS / ACTIVIDADES	TIEMPO			OBSERVACIONES
	DESDE	HASTA	Nº HORAS	
<b>Actividad 2.3</b> Desarrollo de las estrategias del plan de marketing a ser aplicadas acorde a susnecesidades de cada evento aplicar.	20-11-2023	24-11-2023	6 horas	
<b>Actividad 2.4</b> Intervención de los estudiantes en el desarrollo del plan de marketing digital.	27-11-2023	01-12-2023	6 horas	
<b>Actividad 2.5</b> Intervención de los empleados y estudiantes en el desarrollo del plan de marketing digital.	04-12-2023	08-12-2023	6 horas	
<b>Objetivo 3.</b> Implementar las nuevas Estrategias del plan de Marketing Digital informativo delGAD parroquial de Quinchicoto.	<b>11-12-2023</b>	<b>19-01-2024</b>	<b>30 horas</b>	
<b>Actividad 3.1</b> Implementación del plan de marketing digital informativo en el GAD parroquial.	11-12-2023	15-12-2023	6 horas	
<b>Actividad 3.2</b> Monitoreo de la aplicación del plan marketing digital informativo del GAD.	18-12-2023	22-12-2023	6 horas	
<b>Actividad 3.1</b> Aplicación de las encuestas de impacto de vinculación a las autoridades del GADParroquial	02-01-2024	05-01-2024	6 horas	
<b>Actividad 3.2</b> Desarrollo del articulo científico para la presentación del informe final.	08-01-2024	12-01-2024	6 horas	

<b>Actividad 3.3</b> Desarrollo del informe final “Gestión de marketing digital informativo para el posicionamiento de la parroquia Quinchicoto.”	15-01-2024	19-01-2024	6 horas	
<b>AVANCE DEL PROYECTO EN PORCENTAJE: 100%</b>				
<b>COMENTARIOS</b>				
<b>Elaborado por:</b>				
<p>.....</p> <p><i>Dr. Mg Padilla Martínez Mario Patricio</i></p> <p><b>Docente Coordinador del Proyecto</b></p>				
<b>Revisado por:</b>				
<p>.....</p> <p><i>Ing. Mg. Beltrán Avalos Carlos Javier</i></p> <p><b>Coordinador(a) de la Unidad de Vinculación con la Sociedad de Facultad</b></p>				

**2.3 RESUMEN DE ACTIVIDADES CUMPLIDAS POR CADA DOCENTE COORDINADOR Y/O TUTOR EN LA PLANIFICACIÓN, EJECUCIÓN, MONITOREO Y EVALUACIÓN DEL PROYECTO.**

**NOMBRE DEL DOCENTE COORDINADOR Y/O TUTOR DEL PROYECTO:** Dr. Mg. Mario Padilla M. PhD

SEMANA	FECHA INICIO	FECHA FIN	# DE HORAS	ACTIVIDADES CUMPLIDAS	OBSERVACIONES
1	25-09-2023	29-09-2023	6 horas	Presentación de la primera fase del proyecto	
2	02-10-2023	06-10-2023	6 horas	Planificación de las actividades que los estudiantes desarrollarán para el GAD de la parroquia Quinchicoto.	
3	09-10-2023	13-10-2023	6 horas	Presentación de los estudiantes encargados de la segunda fase del proyecto.	
4	16-10-2023	20-10-2023	6 horas	Reunión para definir todas las actividades que se van a realizar y la actividad que cada estudiante efectuará	
5	23-10-2023	27-10-2023	6 horas	Reunión de los estudiantes con las personas del CONAGUPARE y del GAD	
6	30-10-2023	03-11-2023	6 horas	Reunión para establecer las nuevas herramientas que se prevé presentar en relación con los emprendedores que cursan su segunda fase dentro del proyecto	
7	06-11-2023	10-11-2023	6 horas	Socialización las nuevas herramientas de marketing digital informativo del GAD parroquial de Quinchicoto a sus autoridades.	
8	13-11-2023	17-11-2023	6 horas	Elaboración del plan de marketing digital informativo del GAD parroquial	
9	20-11-2023	24-11-2023	6 horas	Desarrollo de las estrategias del plan de marketing a ser aplicadas acorde a sus necesidades de cada evento aplicar	
10	27-11-2023	01-12-2023	6 horas	Intervención de los estudiantes en el desarrollo del plan de marketing digital	
11	04-12-2023	08-12-2023	6 horas	Intervención de los empleados y estudiantes en el desarrollo del plan de marketing digital	
12	11-12-2023	15-12-2023	6 horas	Implementación del plan de marketing digital informativo en el GAD parroquial.	
13	18-12-2023	22-12-2023	6 horas	Monitoreo de la aplicación del plan marketing digital informativo del GAD	
14	02-01-2024	05-01-2024	6 horas	Aplicación de las encuestas de impacto de vinculación a las autoridades del GAD Parroquial	
15	08-01-2024	12-01-2024	6 horas	Desarrollo del artículo científico para la presentación del informe final	
16	15-01-2024	19-01-2024	6 horas	Desarrollo del informe final "Gestión de marketing digital informativo para el posicionamiento de la parroquia Quinchicoto."	
<b>TOTAL HORAS</b>			<b>96 Horas</b>		

F \_\_\_\_\_

Dr. Mg. Mario Padilla M. PhD

**DOCENTE COORDINADOR Y/O TUTOR DEL PROYECTO**

### ETAPA III: EVALUACIÓN DEL PROYECTO

#### 3.1 EVALUACIÓN DEL CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS, PRODUCTOS VERIFICABLES E IMPACTO DEL PROYECTO DE PRÁCTICAS DE SERVICIO COMUNITARIO IMPLEMENTADO EN EL PERÍODO ACADÉMICO: *septiembre 2023- febrero 2024*

<b>OBJETIVO GENERAL:</b> Desarrollar nuevas estrategias del plan de marketing digital informativo para el posicionamiento del Gobierno Autónomo Descentralizado parroquial Quinchicoto del cantón Tisaleo		<b>NIVEL DE CUMPLIMIENTO DEL PROYECTO</b>	
<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	<b>PRODUCTOS PLANIFICADOS DEL PROYECTO PARA LOS OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	<b>PRODUCTOS VERIFICABLES OBTENIDOS DE LOS OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	<b>NIVEL DE CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS ESPECÍFICOS: (%)</b>
1. Realizar una evaluación de la aplicación del plan de marketing organizativo y administrativo de marketing digital informativo del GAD parroquial de Quinchicoto	Informe de la evaluación de la aplicación del plan de marketing organizativo y administrativo de marketing digital informativo del GAD parroquial de Quinchicoto	Informe de la evaluación de la aplicación del plan de marketing organizativo y administrativo de marketing digital informativo del GAD parroquial de Quinchicoto	$\frac{1}{1} \times 100 = 100\%$
2. Desarrollo de nuevas Estrategias del plan de Marketing informativo del GAD parroquial de Quinchicoto.	Desarrollo de las nuevas Estrategias del plan de Marketing digital informativo del GAD parroquial de Quinchicoto.	Desarrollo de las nuevas Estrategias del plan de Marketing digital informativo del GAD parroquial de Quinchicoto.	$\frac{1}{1} \times 100 = 100\%$
3. Implementar las nuevas Estrategias del plan de Marketing Digital informativo del GAD parroquial de Quinchicoto.	Informe del impacto la implementación del Plan de las Estrategias de Marketing Digital informativo del GAD parroquial de Quinchicoto.	Informe del impacto la implementación del Plan de las Estrategias de Marketing Digital informativo del GAD parroquial de Quinchicoto.	$\frac{1}{1} \times 100 = 100\%$
<b>TOTAL</b>	3	3	$\frac{3}{3} \times 100 = 100\%$

3.1.1 EVALUACIÓN – INDICADORES DE RESULTADOS	
<b>Indicador de Impacto</b>	
<b>OBJETIVO GENERAL:</b> Desarrollar nuevas estrategias del plan de marketing digital informativo para el posicionamiento del Gobierno Autónomo Descentralizado parroquial Quinchicoto del cantón Tisaleo.	
<b>Meta:</b> Mejorar la imagen corporativa del GAD Parroquial de Quinchicoto a través de estrategias de marketing digital informativo.	
INDICADOR	<b>Nombre:</b> Emprendedores Satisfechas y GAD parroquial Quinchicoto.
	<b>Definición del indicador:</b> Total de emprendedores y funcionarios del GAD Quinchicoto, este indicador mostrara el porcentaje de aplicación de actividades.
	<b>Método de cálculo:</b>
	$\frac{\text{Número de actividades realizadas de marketing digital}}{\text{Total de actividades planificadas del GAD}} \times 100$ $\frac{16}{16} \times 100 = 100\%$
<b>Línea base:</b> GAD parroquial Quinchicoto y emprendedores.	
<b>Análisis del Indicador:</b> Del total de actividades realizadas e intervenidas con el GAD parroquial, se encuentra satisfechos con la vinculación de la Universidad, ya que se han aplicado estrategias del Marketing Digital en un 100%.	
<b>Indicador de Logros</b>	
<b>OBJETIVO ESPECÍFICO 1:</b> Realizar una evaluación de la aplicación del plan de marketing organizativo y administrativo de marketing digital informativo del GAD parroquial de Quinchicoto.	
<b>META:</b> Realizar reuniones con los integrantes del GAD parroquial para evaluar la aplicación del Marketing Digital informativo aplicado.	
INDICADOR	<b>Nombre:</b> Actividades ejecutadas con la aplicación del plan de vinculación.
	<b>Definición del indicador:</b> Del total de actividades planificadas con los emprendedores y el GAD parroquial intervienen en el diagnóstico organizativo y administrativo con la gestión integral para identificar un análisis y normas de cumplimiento de administración.
	<b>Método de cálculo:</b>
	$\frac{\text{Reuniones ejecutadas}}{\text{Reuniones planificadas}} \times 100$ $\frac{6}{6} \times 100 = 100\%$
<b>Línea base:</b> Planificaciones de reuniones en el proyecto de vinculación	
<b>Análisis del Indicador:</b> Del total de reuniones planificadas en proyectos se han ejecutado al 100% de las misma en el transcurso del periodo.	
<b>OBJETIVO ESPECÍFICO 2:</b> Desarrollo de nuevas Estrategias del plan de Marketing informativo del GAD parroquial de Quinchicoto.	
<b>META:</b> Análisis de nuevas Estrategias del plan de Marketing informativo del GAD parroquial de Quinchicoto.	
INDICADOR	<b>Nombre:</b> Desarrollo de estrategias de marketing digital
	<b>Definición del indicador:</b> Con el análisis del indicadore se va a determinar el porcentaje de estrategias a ser ejecutadas.
	<b>Método de cálculo:</b>
$\frac{\text{Reuniones ejecutadas}}{\text{Reuniones planificadas}} \times 100$	

	$\frac{10}{10} \times 100 = 100\%$
	<b>Línea base:</b> 10 estrategias.
<b>Análisis del Indicador:</b> Del total de emprendedores y funcionarios del GAD se aplicaron el 100% de estrategias las mismas que fueron analizadas y por consenso en acuerdo con los beneficiarios y los estudiantes del proyecto.	
<b>OBJETIVO ESPECÍFICO 3:</b> Implementar las nuevas Estrategias del plan de Marketing Digital informativo del GAD parroquial de Quinchicoto.	
<b>META:</b> Implementación del Plan de las Estrategias de Marketing Digital informativo del GAD parroquial de Quinchicoto.	
INDICADOR	<b>Nombre:</b> Aplicación de estrategias de Marketing digital.
	<b>Definición del indicador:</b> Aplicación de las estrategias de marketing digital.
	<b>Método de cálculo:</b> $\frac{\text{Número de estrategias aplicadas}}{\text{Total de estrategias planificadas}} \times 100$ $\frac{10}{10} \times 100 = 100\%$
	<b>Línea base:</b> 10 estrategias.
<b>Análisis del Indicador:</b> Del total de la aplicación del plan de marketing digital a los emprendedores y el GAD parroquial se ejecutaron en su totalidad el 100%	

<b>EVALUACIÓN – INDICADORES DE GESTIÓN</b>	
<i>Indicadores de Eficiencia</i>	
INDICADOR	<b>Nombre:</b> Porcentaje de Cobertura (a)
	<b>Definición del Indicador:</b> 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.
	<b>Método de Cálculo:</b> $C = \frac{\text{Número de personas atendidas}}{\text{Número de personas Objetivo}} \times 100$ $C = \frac{11}{11} \times 100 = 100\%$
	<b>Unidad de Medida:</b> Porcentaje
	<b>Frecuencia de Medición:</b> Anual / Semestral
<b>Meta:</b> Lograr cubrir el 100% de la población beneficiaria mediante la ejecución del proyecto y los productos generados.	
INDICADOR	<b>Nombre:</b> Porcentaje de Cumplimiento de Actividades (b)
	<b>Definición del Indicador:</b> 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
	<b>Método de Cálculo:</b> $GCA = \frac{\text{Número de actividades ejecutadas}}{\text{Número de actividades programadas}} \times 100$



	$GCA = \frac{16}{16} \times 100 = 100\%$
	<b>Unidad de Medida:</b> Porcentaje
	<b>Frecuencia de Medición:</b> Anual / Semestral
	<b>Meta:</b> Lograr cumplir el 100% de las actividades programadas
<b>INDICADOR</b>	<b>Nombre:</b> Porcentaje de Cumplimiento de Objetivos (c)
	<b>Definición del Indicador:</b> Del total de objetivos planteadas para orientar el proyecto, este indicador mostrará el porcentaje de cumplimiento de estos mediante la ejecución del proyecto.
	<b>Método de Cálculo:</b> $GCO = \frac{\text{Número de objetivos alcanzados}}{\text{Número de objetivos planificados}} \times 100$ $GCO = \frac{4}{4} \times 100 = 100\%$
	<b>Unidad de Medida:</b> Porcentaje
	<b>Frecuencia de Medición:</b> Anual / Semestral
	<b>Meta:</b> Lograr cumplir el 100% de los objetivos programadas
<b>EFICIENCIA TOTAL</b> <b>ET= a+b+c/3</b> <b>ET= a+b+c/3</b> <b>ET= 100+100+100/3</b> <b>ET= 300/3</b> <b>ET= 100%</b>	

<i>Indicadores de Efectividad</i>	
<b>INDICADOR</b>	<b>Nombre:</b> Índice financiero
	<b>Definición del Indicador:</b> 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.
	<b>Método de Cálculo:</b>
	$IF = \frac{\text{Recursos financieros ejecutados}}{\text{Recursos financieros programados}} \times 100$ $IF = \frac{216,34}{221,74} \times 100 = 97,56\%$
	<b>Unidad de Medida:</b> Porcentaje
<b>Frecuencia de Medición:</b> Anual / Semestral	
<b>Meta:</b> Lograr cumplir el 100% del presupuesto asignado en la ejecución del proyecto	
<b>EFFECTIVIDAD</b> EF= (Eficiencia Total + Índice Financiero) /2 EF= (ET+IF) /2 EF= (100+97,56) /2 EF= <b>98,78 %</b>	



### 3.1.2 EVALUACIÓN - ARTICULACIÓN DEL PROYECTO DE PRÁCTICAS DE SERVICIO COMUNITARIO - RESULTADOS DEL APRENDIZAJE.

Problema para solucionar	Objetivos del Proyecto	Asignatura (s) que aportan al proyecto	Resultados de aprendizaje (sílabos)
<p>Un inadecuado planteamiento de necesidades de las microempresas para poder determinar estrategias de marketing sensorial y digital para su reactivación económica con la innovación de nuevos servicios</p> <p>Desconocimiento en los estándares de calidad de las microempresas para el mejoramiento de parta organizativa y administrativa.</p> <p>Desconocimiento de la estrategia de marketing (digital) para impulsar la venta de sus productos y su crecimiento económico.</p>	<p><b>Objetivo General:</b></p> <p>Desarrollar nuevas estrategias del plan de marketing digital informativo para el posicionamiento del Gobierno Autónomo Descentralizado parroquial Quinchicoto del cantón Tisaleo.</p> <p><b>Objetivo Especifico 1:</b></p> <p>Realizar una evaluación de la aplicación del plan de marketing organizativo y administrativo de marketing digital informativo del GAD parroquial de Quinchicoto.</p> <p><b>Objetivo Especifico 2:</b></p> <p>Desarrollo de nuevas Estrategias del plan de Marketing informativo del GAD parroquial de Quinchicoto.</p> <p><b>Objetivo Especifico 3:</b></p> <p>Implementar las nuevas Estrategias del plan de Marketing Digital informativo del GAD parroquial de Quinchicoto.</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Aplicación de la Administración Básica I y II.</li><li>• Aplicación de Contabilidad Básica I y II.</li><li>• Gestión de proyectos socio-productivos.</li><li>• Aplicación de desarrollo de nuevos productos.</li><li>• Aplicación de métodos de análisis estadísticos.</li><li>• Aplicación mercadotecnia I y II</li><li>• Desarrollo de emprendimiento</li><li>• Derecho mercantil</li><li>• Comunicación Comercial</li><li>• Optativa II (Diseño gráfico).</li><li>• Gestión Financiera.</li></ul> <p>Desarrollo de Habilidades Gerenciales.</p>	<p>El desarrolla el proceso Administrativo para el manejo administrativo.</p> <p>Aplica el proceso contable de una empresa de servicios para conocer sus costos.</p> <p>Desarrolla estudio de mercado para promocionar nuevos productos.</p> <p>Investiga e innova el desarrollo de nuevo producto al mercado.</p> <p>Aplica marketing digital al desarrollo de nuevos productos para obtener nuevos clientes.</p> <p>Busca nuevos emprendimientos con estudio de negocios para artesanías.</p> <p>Aplica el conocimiento de la parte legal en la organización de empresa.</p> <p>Aplica las proyecciones financieras de la empresa para la toma de decisiones.</p> <p>Verifica las habilidades gerenciales de los integrantes de la comunidad para manejo de una empresa de servicios.</p>



## ENCUESTA DE IMPACTO DEL PROYECTO

### MODELO DE ENCUESTA DE MEDICIÓN DE IMPACTO

**PROGRAMA DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD:** Desarrollo Económico y Empresarial

**PROYECTO:** Gestión de Marketing digital informativo para el posicionamiento de la parroquia Quinchicoto. Fase II

**OBJETIVO:** Recabar información en cuanto a los niveles de satisfacción de los beneficiarios fundamentados en la ejecución del Proyecto Académico de Servicio Comunitario de Vinculación con la Sociedad.

**INSTRUCCIONES:** Marque con una X en la opción que considere pertinente.

#### PREGUNTAS:

1. **Usted como beneficiario del proyecto. ¿Considera que el proyecto cumplió con los requerimientos solicitados?**

Alto ( )                      Medio ( )                      Bajo ( )

2. **Usted como beneficiario del proyecto. ¿En qué fases ha participado?**

Diagnóstico	Si ( )	No ( )
Planificación	Si ( )	No ( )
Implementación	Si ( )	No ( )

3. **Bajo su percepción ¿Ha mejorado la calidad de vida de la población posterior a la aplicación del proyecto?**

Si ( )                      No ( )

4. **¿La comunidad ha mejorado las capacidades a través de los procesos de formación y transferencia de ciencia - tecnología de modo sostenible?**

Si ( )                      No ( )

5. **¿La comunidad se ha interesado en las actividades realizadas?**

Si ( )                      No ( )

6. **¿Cómo calificaría Usted los productos y/o resultados entregados en base al desarrollo del proyecto?**

Excelente ( )                      Bueno ( )                      Regular ( )

7. **Bajo su percepción ¿Cómo fue el tiempo empleado para el desarrollo del proyecto?**

Excelente ( )                      Bueno ( )                      Regular ( )



8. ¿Cómo considera Usted la organización de las actividades desarrolladas en el proyecto?

Excelente ( )      Bueno ( )      Regular ( )

9. ¿En qué grado los productos y/o resultados entregados al finalizar el proyecto fortalecen el desarrollo de su trabajo?

Alto ( )      Medio ( )      Bajo ( )

10. ¿En cuál de las siguientes áreas, la ejecución del proyecto generó un aporte significativo?

Social ( )      Productivo ( )      Ambiental ( )      Otro ... ( )

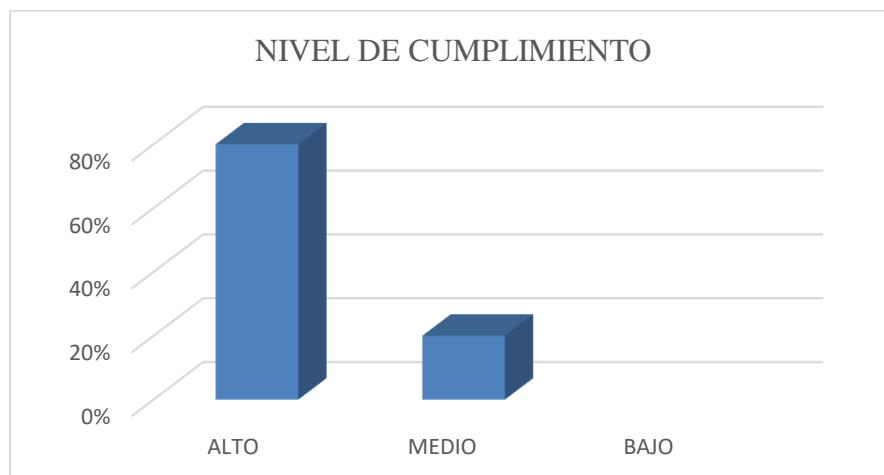
11. En un futuro participaría en nuevos proyectos de vinculación con la sociedad desarrollados por la UTA.

Si ( )      No ( )

## ANÁLISIS DE RESULTADOS

1. Usted como beneficiario del proyecto. ¿Considera que el proyecto cumplió con los requerimientos solicitados?

NIVEL DE CUMPLIMIENTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ALTO	8	80%
MEDIO	2	20%
BAJO	0	
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

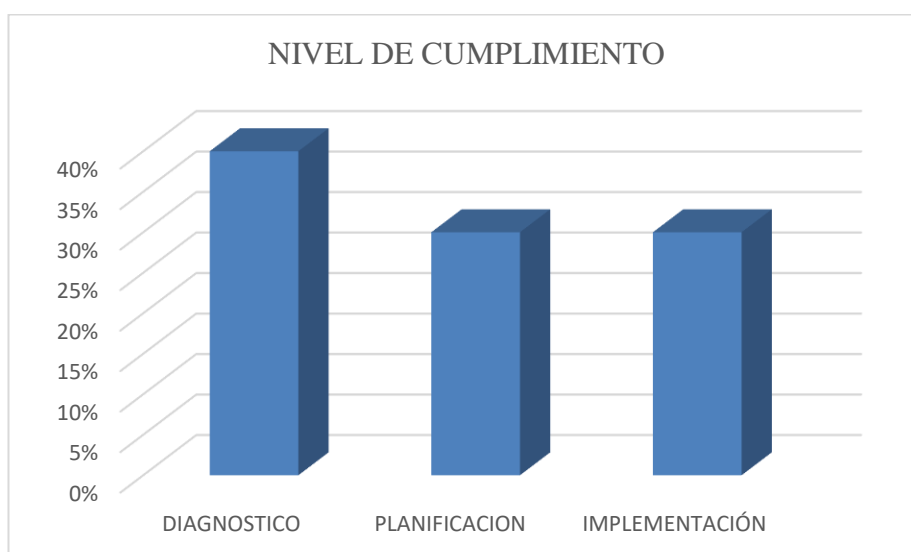


**Análisis:** De las seis encuestas realizadas al preguntar sobre el cumplimiento de los requerimientos solicitados en el proyecto, se tuvo una alta aceptación con un 80%, mientras que el 20% respondió estar a la mitad del nivel de cumplimiento de los requerimientos solicitados.

**Interpretación:** El resultado es favorable con un 80%, sin embargo, el 20% al no estar completamente conformes, es importante realizar más actividades para que lo emprendimientos estén en conformidad total con el proyecto.

2. Usted como beneficiario del proyecto. ¿En qué fases ha participado?

NIVEL DE CUMPLIMIENTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DIAGNOSTICO	4	40%
PLANIFICACION	3	30%
IMPLEMENTACIÓN	3	30%
TOTAL	10	100%

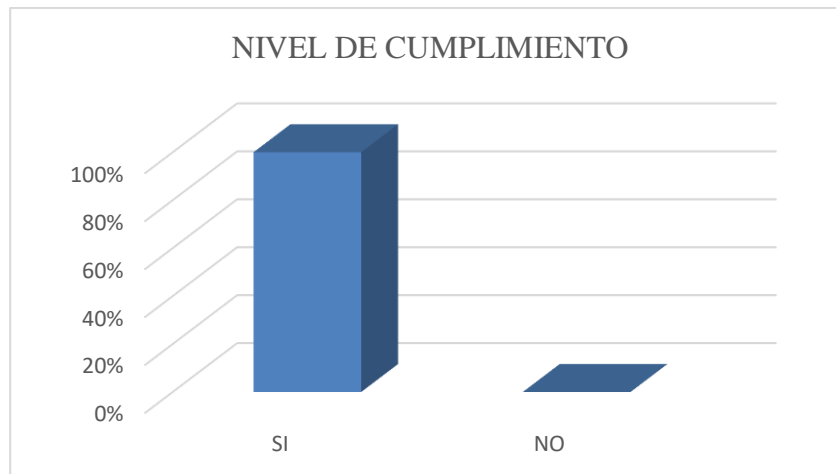


**Análisis:** Según los resultados de las encuestas realizadas acerca de las distintas etapas de participación en el proyecto, se destacó una notable implicación de los encuestados durante las fases de diagnóstico y planificación, alcanzando una participación del 100% de implicación de los participantes. En contraste, en la fase de implementación, el porcentaje de participación disminuyó al 30% del total de encuestados.

**Interpretación:** Aunque el resultado es positivo con la participación del 100% del total de los encuestados dentro de la fase de diagnóstico fue mayor con 40%, planificación, e implementación el 33% es aún más importante ya que es la fase de implementación donde el proyecto se ejecuta.

3. Bajo su percepción ¿Ha mejorado la calidad de vida de la población posterior a la aplicación del proyecto?

NIVEL DE CUMPLIMIENTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	10	100%
NO		0%
<b>TOTAL</b>	10	100%



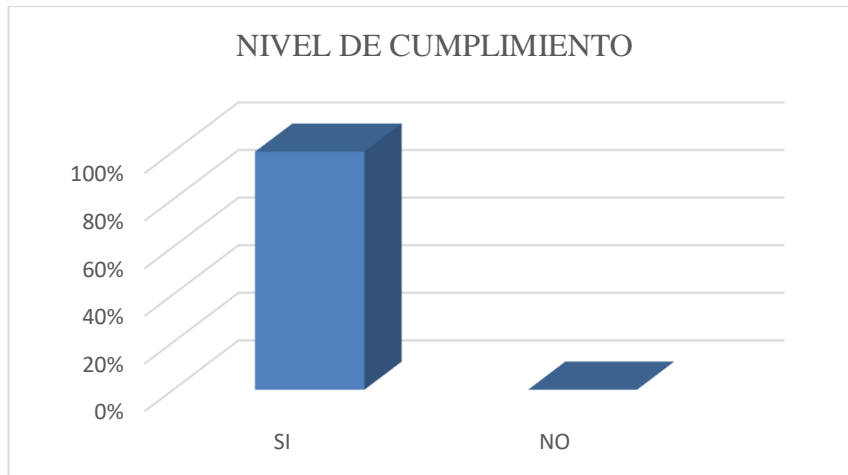
**Análisis:** La encuesta dirigida a los beneficiarios del proyecto para evaluar si la calidad de vida de la población ha mejorado después de la implementación del proyecto fue ampliamente aceptada, registrando una participación del 100% de los encuestados.

**Interpretación:** El resultado en su totalidad es favorable con un 100% este alto nivel de participación sugiere que la población beneficiaria del proyecto considera que la calidad de vida es un tema importante y que percibe que el proyecto puede haber tenido un impacto significativo en su bienestar.

4. ¿La comunidad ha mejorado las capacidades a través de los procesos de formación y transferencia de ciencia - tecnología de modo sostenible?

NIVEL DE CUMPLIMIENTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	10	100%
NO	0	0%
<b>TOTAL</b>	10	100%



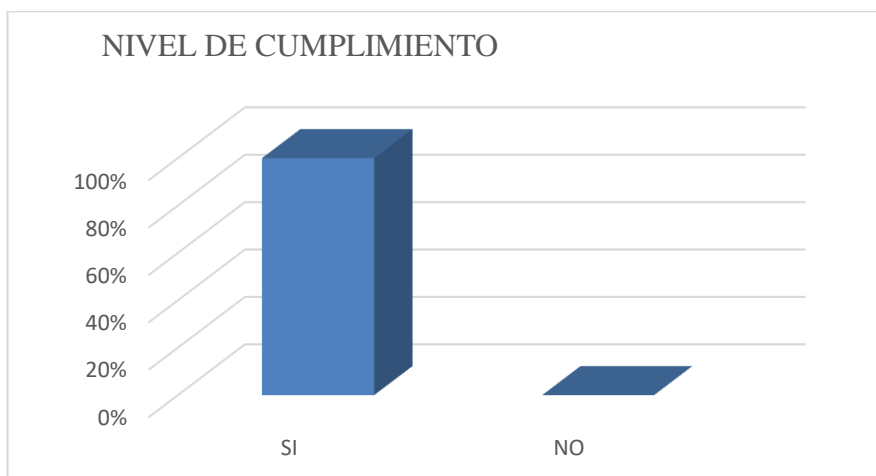


**Análisis:** La encuesta es 100% positiva ante esta pregunta con una aceptación total.

**Interpretación:** El resultado en su conjunto es satisfactorio al alcanzar un 100%, lo que indica que la comunidad ha mejorado sus habilidades de manera sostenible mediante las estrategias implementadas y transferencia de tecnología.

5. ¿La comunidad se ha interesado en las actividades realizadas?

NIVEL DE CUMPLIMIENTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	10	100%
NO	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

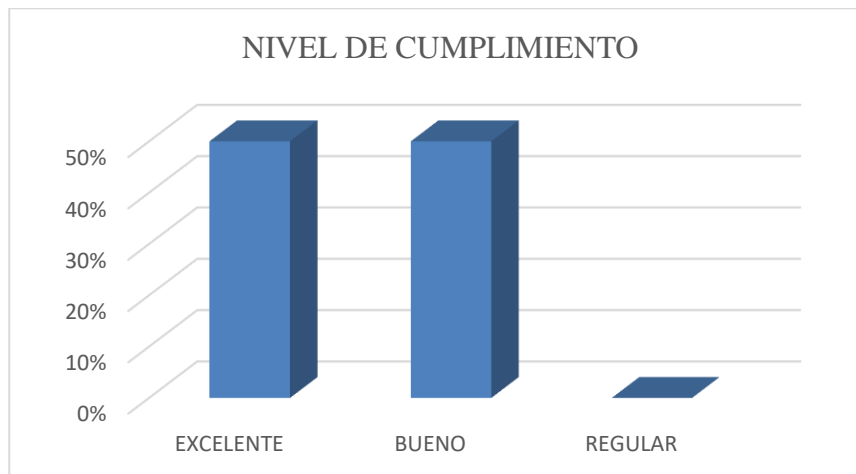


**Análisis:** La encuesta es 100% positiva ante esta pregunta con una aceptación total.

**Interpretación:** El nivel de satisfacción de los encuestados con respecto a las actividades realizadas es muy positivo, ya que alcanzó un 100%. Esto sugiere que los emprendimientos y GAD han mostrado un fuerte interés y una alta aprobación hacia el proyecto.

6. ¿Cómo calificaría Usted los productos y/o resultados entregados en base al desarrollo del proyecto?

NIVEL DE CUMPLIMIENTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EXCELENTE	5	50%
BUENO	5	50%
REGULAR	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

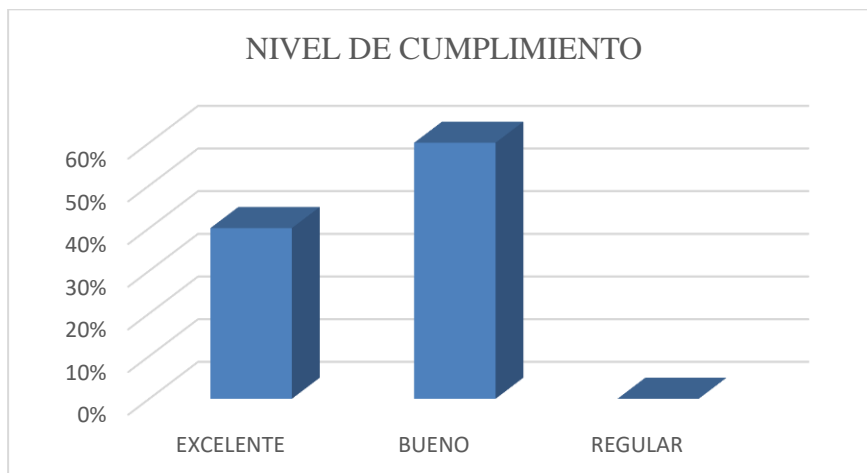


**Análisis:** La encuesta es 100% positiva ante esta pregunta con una aceptación total.

**Interpretación:** El nivel de satisfacción de los encuestados con respecto a las actividades realizadas es muy positivo, ya que alcanzó un 100%. Esto sugiere que los emprendimientos han mostrado un fuerte interés y una alta aprobación hacia el proyecto.

7. Bajo su percepción ¿Cómo fue el tiempo empleado para el desarrollo del proyecto?

NIVEL DE CUMPLIMIENTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EXCELENTE	4	40%
BUENO	6	60%
REGULAR	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

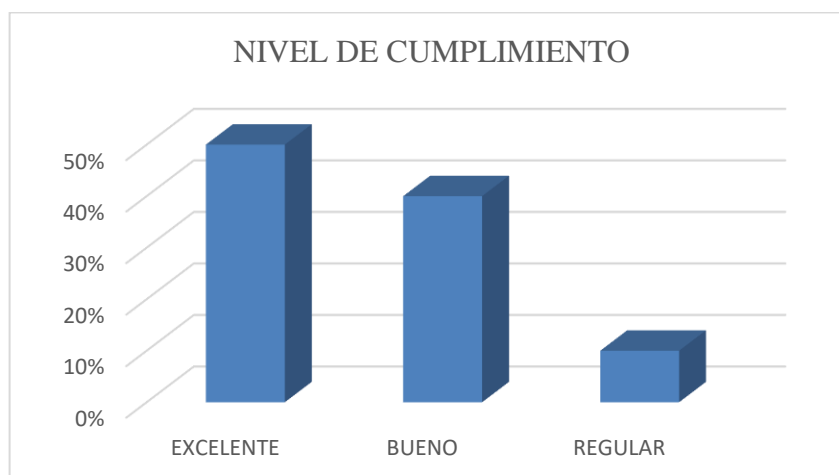


**Análisis:** La encuesta recopilada para evaluar la percepción del tiempo empleado en el desarrollo del proyecto tiene una aceptación moderada, ya que las respuestas están divididas en un 40% de "excelente" y un 60% de "bueno".

**Interpretación:** El hecho de que las respuestas estén divididas en un 40% para "excelente" y otro 60% para "bueno" sugiere que hay una buena percepción del tiempo empleado en el desarrollo del proyecto. Esto podría indicar que algunas personas tienen una visión muy positiva.

8. ¿Cómo considera Usted la organización de las actividades desarrolladas en el proyecto?

NIVEL DE CUMPLIMIENTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EXCELENTE	5	50%
BUENO	4	40%
REGULAR	1	10%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

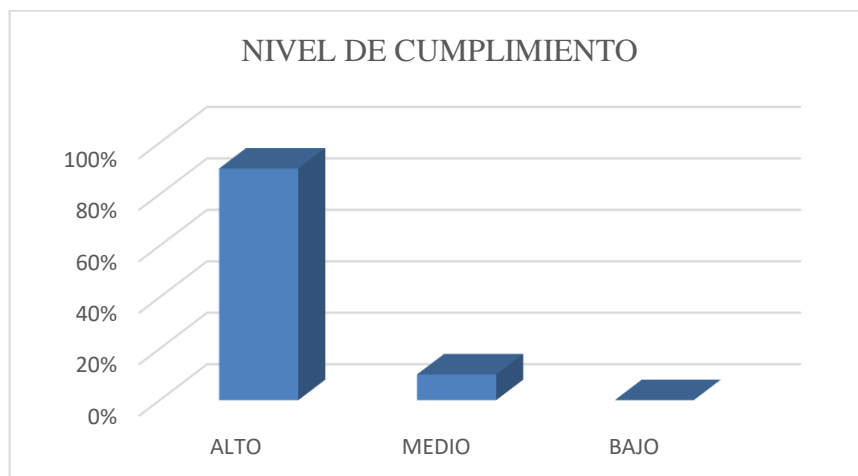


**Análisis:** El 40% de los encuestados calificaron la organización como "bueno", mientras que el 50% la calificaron como "excelente".

**Interpretación:** Es notable que la mitad de los encuestados con el 40% consideraron que la organización de las actividades fue "buena". Esto sugiere que una parte significativa de los participantes quedó muy satisfecha con la forma en que se planificaron y llevaron a cabo las actividades dentro del proyecto. A pesar de la mayoría de las respuestas positivas, el hecho de que el 50% calificara la organización como "excelente" indica que hay margen para mejoras.

9. ¿En qué grado los productos y/o resultados entregados al finalizar el proyecto fortalecen el desarrollo de su trabajo?

NIVEL DE CUMPLIMIENTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ALTO	9	90%
MEDIO	1	10%
BAJO	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>



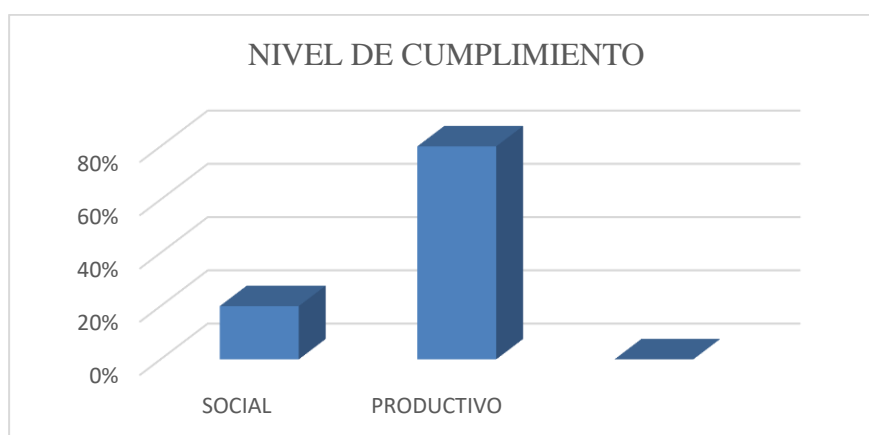
**Análisis:** Se menciona que el 90% de los encuestados respondió de manera positiva, indicando que consideran que los resultados entregados fortalecen su desarrollo laboral. El 10% restante respondió que se encuentra a la mitad del nivel de cumplimiento.

**Interpretación:** Las encuestas sugieren que la mayoría de los encuestados perciben que los resultados entregados al finalizar el proyecto tienen un impacto positivo en el desarrollo de su trabajo. Sin embargo, hay un grupo minoritario que se encuentra en un nivel medio de cumplimiento, lo que indica que podría ser útil investigar más a fondo

sus necesidades y preocupaciones para mejorar la efectividad de los resultados del proyecto.

10. ¿En cuál de las siguientes áreas, la ejecución del proyecto generó un aporte significativo?

NIVEL DE CUMPLIMIENTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SOCIAL	2	20%
PRODUCTIVO	8	80%
OTRO	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

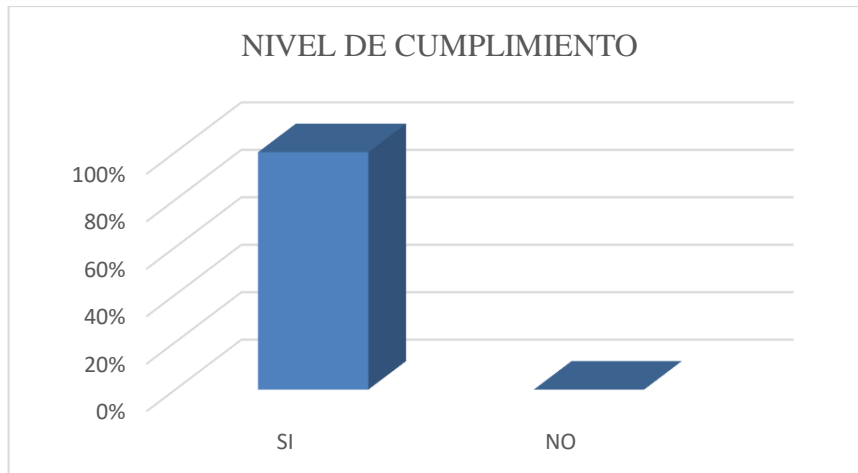


**Análisis:** Al preguntar a los encuestados si la ejecución del proyecto generó un aporte significativo, se observó una aceptación diversa en diferentes áreas. Concretamente, el 80% de los participantes expresó su satisfacción en el ámbito productivo, el 20% lo hizo en el ámbito social.

**Interpretación:** El proyecto ha tenido un impacto significativo en el área productivo, seguido por el área social. Estos resultados pueden servir como base para identificar áreas de mejora y ajustar futuros proyectos para abordar las necesidades y expectativas de manera más efectiva en cada uno de estos ámbitos.

11. En un futuro participaría en nuevos proyectos de vinculación con la sociedad desarrollados por la UTA.

NIVEL DE CUMPLIMIENTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	10	100%
NO	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>



**Análisis:** La encuesta es 100% positiva ante esta pregunta con una aceptación total.

**Interpretación:** En su conjunto, los resultados son altamente positivos, con un 100% de aceptación. Esto indica claramente que los emprendimientos están dispuestos a participar en futuros proyectos de Vinculación con la Sociedad desarrollados por la UTA.

### Conclusiones

- La retroalimentación general obtenida de las encuestas es extremadamente positiva. No obstante, es claro que es esencial seguir enfocándose en mejorar la eficiencia en la implementación del proyecto para beneficio de los emprendimientos. Esto implica un esfuerzo continuo en optimizar el proceso de ejecución y garantizar que se cumplan las expectativas y necesidades de manera más efectiva y eficiente.
- Los datos recabados reflejan no solo el grado de satisfacción de los beneficiarios, sino también la efectividad del proyecto en el cumplimiento de sus objetivos de contribuir positivamente a la comunidad. Estas conclusiones pueden servir como una valiosa guía para adaptar y perfeccionar futuros proyectos de servicio comunitario, garantizando así un impacto más significativo y una mayor satisfacción de los beneficiarios.
- Al determinar la vinculación de la universidad a los beneficiarios del sector es beneficioso, pero el poco conocimiento y manejo de mercadotecnia digital para promocionar sus productos y servicios es beneficioso, la facultad les ayudó a mejorar sus conocimientos.

### Recomendaciones

Establecer un mecanismo de retroalimentación constante con los beneficiarios a lo largo del proyecto puede ser beneficioso. Esto permite identificar problemas o preocupaciones a medida que surgen y tomar medidas correctivas de manera oportuna.

- Para obtener información más detallada y precisa sobre la satisfacción de los beneficiarios, es recomendable diseñar preguntas específicas que aborden aspectos

clave del proyecto, como la calidad de los servicios brindados, el impacto percibido en la comunidad y las áreas en las que se pueden realizar mejoras.

- La implementación de la mercadotecnia en su aplicación les ayudará en forma positiva, siempre y cuando se siga aplicando en los aspectos recomendados y con el seguimiento en la etapa dos del proyecto.

### 3.2 MATRIZ DE ENFOQUE DE IGUALDAD Y TERRITORIAL DE LOS BENEFICIARIOS.

<b>PROYECTO DE PRÁCTICAS DE SERVICIO COMUNITARIO:</b> Gestión de Marketing digital informativo para el posicionamiento de la parroquia Quinchicoto. Fase II		
<b>ENTIDAD COOPERANTE Y/O BENEFICIARIA:</b> CONAGOPARE, Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Quinchicoto		
<b>PROVINCIA(S):</b>	<b>CANTÓN(ES):</b>	<b>PARROQUIA(S):</b>
<b>ENFOQUE</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>BENEFICIARIOS</b>
<b>SEXO</b>	HOMBRE	5
	MUJER	5
	<b>SUBTOTAL</b>	<b>10</b>
<b>ETARIO</b>	MENORES DE 15 AÑOS	
	DE 15 A 29 AÑOS	2
	DE 30 A 64 AÑOS	8
	DE 65 Y MAS AÑOS	
	<b>SUBTOTAL</b>	<b>10</b>
<b>DISCAPACIDADES</b>	FÍSICA	
	PSICOLÓGICA	
	MENTAL	
	AUDITIVA	
	VISUAL	
	<b>SUBTOTAL</b>	
<b>PUEBLOS Y NACIONALIDADES</b>	INDÍGENAS	
	MESTIZOS	10
	BLANCOS	
	AFROAMERICANOS	
	MONTUBIOS	
	OTROS	
	<b>SUBTOTAL</b>	<b>10</b>
<b>MOVILIDAD</b>	ECUATORIANO EN EL EXTRANJERO	2
	EXTRANJERO EN EL ECUADOR	
	<b>SUBTOTAL</b>	<b>2</b>

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

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

<b>FACULTAD(ES):</b> Facultad de Ciencias Administrativas						
<b>CARRERA(S):</b> Mercadotécnica						
<b>PROYECTO DE PRÁCTICAS DE SERVICIO COMUNITARIO DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD:</b> “Gestión de marketing digital informativo para el posicionamiento de la parroquia Quinchicoto. Fase II”						
<b>ENTIDAD(ES) COOPERANTE(S) Y SU(S) COORDINADOR(ES)</b>		<b>TIEMPO PLANIFICADO</b>		<b>PRESUPUESTO EJECUTADO DEL PROYECTO</b>		
I. Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Quinchicoto		<b>DESDE</b>  25-09-2023	<b>HASTA</b>  19-01-2024	<b>TOTAL:</b> \$ 216,34 USD		
II. ....						
<b>NÚMERO DE BENEFICIARIOS: (#)</b> 9						
<b>DISTRIBUTIVO DE DOCENTES PARTICIPANTES</b>			<b>DISTRIBUTIVO DE ESTUDIANTES PARTICIPANTES</b>			
<b>DOCENTE(S)-TUTOR(ES) DEL PROYECTO</b>	<b>HORAS SEMESTRALES PARA PROYECTOS DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD ASIGNADAS EN DISTRIBUTIVO DOCENTE</b>	<b>APELLIDOS Y NOMBRES (ESTUDIANTES)</b>		<b>CÉDULA</b>	<b>HORAS CUMPLIDAS</b>	<b>APRUEBA/ REPRUEBA</b>
Dr. C. Mg. Mario Padilla, PhD CI: 0501298269	96	1. Alaya Pastuña Milton Fabian		0503928715	96	APRUEBA
		2. Bombón Tite Jonathan Mauricio		1850292366	96	APRUEBA
		3. Cárdenas Freire Karen Leslie		1805014154	96	APRUEBA
		4. Cedeño Portero Christian Gonzalo		1804720363	96	APRUEBA
		5. Fiallos Velastegui Luis Josué		1805132154	96	APRUEBA
		6. Masaquiza Pilla Jennifer Cecilia		1850294370	96	APRUEBA
		7. López Aguilar Stephanie Nathaly		1805784855	96	APRUEBA
		8. Ortega Moreira Peter Sebastián		1727126680	96	APRUEBA
		9. Ortiz Oñate Yadira Monserrate		1804403929	96	APRUEBA
		10. Paredes Rumazo Silvia Judith		1850460450	96	APRUEBA
		11. Robalino Velín Kevin Joao		1600625907	96	APRUEBA
		12. Sancho Soria Adrián Matías		1803874641	96	APRUEBA
		13. Sasintuña Chicaiza Anahi Monserrath		1850785096	96	APRUEBA
		14. Sayay Masaquiza Daniela Fernanda		1805765524	96	APRUEBA
		15. Torres Torres Sara Erlinda		1850917970	96	APRUEBA
<b>PRESENTADO POR:</b>						
<p>.....</p> <p><i>Dr. C. Mg. Mario Padilla, PhD</i></p> <p><b>Docente Coordinador del Proyecto</b></p>						



<b>REVISADO POR:</b>	<b>INFORME FAVORABLE:</b>
<p>..... <i>Ing. Mg. Beltrán Avalos Carlos Javier</i> <b>Coordinador de la Unidad de Vinculación con la Sociedad de Facultad</b></p>	<p>..... <i>Dr. Mg. Danilo Altamirano Analuisa, PhD</i> <b>Director de Vinculación de la Universidad Técnica de Ambato</b></p>