

VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD

Proyecto: Plan de Social
Media para el Complejo
Patrimonial Todosantos

1 DATOS INFORMATIVOS DEL PROYECTO

1.1 Programa de Vinculación: Trabajo decente y crecimiento económico.

1.2 Campo amplio: 04 Administración de empresas y derecho

1.3 Campo específico: 041 Negocios y Administración

1.4 Campo detallado: 0414 Marketing y publicidad

1.5 Línea de acción:

Asistencia comunitaria

Educación continua

Servicios de apoyo de las estructuras académicas

Difusión y promoción cultural

Servicios y asesoramiento

1.6 Nombre del proyecto:

PLAN DE SOCIAL MEDIA COMPLEJO PATRIMONIAL TODOSANTOS

1.7 Carrera o unidad académica:

Marketing

1.8 Equipo de Trabajo

Marco Antonio Ríos Ponce 0103906814, Juan Francisco Álvarez Valencia 0103902094, con 192 horas y 288 horas respectivamente.

DOCENTES PARTICIPANTES

Nombres y Apellidos	No. Cédula	Carrera	Número total de horas de Vinculación
Marco Antonio Ríos Ponce	0103906814	Marketing	4h/semana por 12 meses= 192h de vinculación
Juan Francisco Álvarez Valencia	0103902094	Marketing	6h/semana por 12 meses= 288h de vinculación

ESTUDIANTES PARTICIPANTES

Nombres y apellidos	No. Cédula	Código de Estudiante	Carrera	Número total de horas de Vinculación
Camila Monserrath	Pozo Valarezo	90164	Marketing	160h.
Mónica Gabriela	Contreras a Palacios	88617	Marketing	160h.
Sofía Betzabe	Reyes Avecillas	88927	Marketing	160h.

1.9 Beneficiarios Directos e Indirectos

Directo/Indirecto	Cantidad	Descripción de persona/Grupo de Personas/Entidad	Beneficio Generado
Indirecto		Unidad Educativa Sagrado Corazón	Visibilidad en redes sociales

Directo		Complejo Patrimonial Todosantos	Visibilidad en redes sociales
Indirecto		Jardín Botánico de Cuenca	Visibilidad en redes sociales

1.10 Plazo de Ejecución del Proyecto

12 meses

Fecha de inicio de Proyecto: 01/04/2022

Fecha de fin planeado: 31/03/2023

Fecha de fin real: 10/04/2023

2 RESUMEN DEL PROYECTO

2.1 Alcance territorial del proyecto

- Nacional
- Provincial
- Cantonal
- Parroquial
- Institucional
- Internacional

2.2 Objetivo General

Implementar un plan de social media para el Complejo Patrimonial de Todosantos para el año 2022.

2.3 Objetivos Específicos

Analizar la situación actual de las redes sociales de la organización.

Identificar las redes sociales más eficientes.

Planificar el contenido en redes sociales.

Monitorear el contenido en las distintas redes sociales de la organización.

2.4 Situación al inicio de la ejecución del proyecto

El complejo Patrimonial Todosantos viene manejando redes sociales desde el año 2016, de una manera empírica y con publicaciones particulares en un perfil personal, meses después abre otro perfil en formato de fanpage, donde se dio más énfasis al contenido, sin embargo, la publicaciones no son manejadas de una manera profesional persiguiendo un objetivo y una planificación por parte del Complejo Patrimonial Todosantos, para que de esta manera se visibilice el trabajo de cada una de las organizaciones que mancomunadamente generan actividades con el complejo, dando así un impacto real en la sociedad cuencana.

2.5 Situación actual de los beneficiarios

El Complejo Patrimonial Todosantos ha sufrido cambios de administradores en los últimos años, sin embargo, logramos generar un cambio en los contenidos que se publican, visualizando de mejor manera las actividades generadas por la organización, y por las empresas que se integradas a la gestión del Complejo Patrimonial Todosantos.

2.6 Descripción de las actividades realizadas durante la ejecución del proyecto

Actividad Planificada	Porcentaje de Cumplimiento	Fecha de Ejecución	Responsable de la Ejecución	Documento de Evidencia	Observaciones
FODA para redes sociales	100%	01 de Abril.	Fran cisco Alvar ez	https://docs.google.com/document/d/1CBdhFrB7WbFknBAeLwwsL3PYTIIWb7_/edit?usp=share_link&oid=117575726427633727377&rtpof=true&sd=true	
Análisis de la competencia	100%	16 de Abril	Fran cisco Alvar ez	https://docs.google.com/document/d/1ASB6RdhfJ-9LPT51zSfkwjvhkpOuOgag/edit?usp=share_link&oid=117575726427633727377&rtpof=true&sd=true	
Conclusiones	100%	01 de Mayo	Fran cisco Alvar ez	https://docs.google.com/document/d/152-ZFCOvtf-4GA7yPyuOoDfnOLmpoQ9s/edit?usp=share_link&oid=117575726427633727377&rtpof=true&sd=true	
Análisis de tendencias en redes sociales	100%	16 de Mayo	Fran cisco Alvar ez	https://docs.google.com/document/d/1ASB6RdhfJ-9LPT51zSfkwjvhkpOuOgag/edit?usp=share_link&oid=117575726427633727377&rtpof=true&sd=true	
Identificar los públicos con las distintas redes	100%	01 de Junio	Fran cisco Alvar ez	https://docs.google.com/document/d/152-ZFCOvtf-4GA7yPyuOoDfnOLmpoQ9s/edit?usp=share_link&oid=117575726427633727377&rtpof=true&sd=true	

Planificación	100%	16 de Junio	Fran cisco Alvar ez	https://docs.google.com/document/d/1qG2hcZNhSv5ufHHUurKdyY6qnbETY41G/edit?usp=share_link&oid=117575726427633727377&rtpof=true&sd=true	
Generación de contenidos	100%	01 de Julio	Fran cisco Alvar ez	https://docs.google.com/document/d/1fhr-IAwE5Ed6OUK2StZ8IA9U5kwdZ7Qd/edit?usp=share_link&oid=117575726427633727377&rtpof=true&sd=true	
Calendarización de los contenidos	100%	08 de Julio	Fran cisco Alvar ez	https://docs.google.com/document/d/1fhr-IAwE5Ed6OUK2StZ8IA9U5kwdZ7Qd/edit?usp=share_link&oid=117575726427633727377&rtpof=true&sd=true	

3 VERIFICACIÓN DE RESULTADOS

3.1 Impacto Generado

- Impacto Social
- Impacto Científico
- Impacto Económico
- Impacto Político
- Otro Impacto

3.2 Descripción de Impacto Generado

El impacto generado por la ejecución del proyecto está dado en la socialización del Complejo Patrimonial Todosantos en redes sociales, y posicionamiento en los turistas que lo visitan.

3.3 Indicadores de Impacto - Métodos/Criterios de Medición

Nro. De Indicador	Descripción	Tipo	Método
1	Redes sociales utilizadas	Cuantitativo	Efectividad de la red
2	Interacción con el público objetivo	Cuantitativo	Medición del <i>engagement</i> de los contenidos publicados en las distintas redes
3	Contenido publicado en redes sociales	Cuantitativo	Frecuencia de publicaciones en la redes sociales

3.4 Resultados de los Indicadores de Impacto

Los resultados de los indicadores para el proyecto de social media para el Complejo Patrimonial Todosantos se cumplieron, no todos en las fechas contempladas en la planificación, por asuntos internos de parte de la coordinación de Todosantos, sin embargo, se pudo trabajar la a cabalidad los objetivos propuestos como lo demuestran los anexos del documento.

3.5 Matriz de verificación de indicadores de objetivos

Objetivo Específico	Indicador	Verificación		
		Resultado Planificado	Resultado Obtenido	Observaciones

Analizar la situación actual de las redes sociales de la organización.	Redes sociales utilizadas	Analizar el estado de las redes sociales	Informe	
Identificar las redes sociales más eficientes	Redes sociales utilizadas	Validar las redes sociales más efectivas	Informe	
Planificar el contenido en redes sociales.	Contenido publicado en redes sociales	Calendarización de la redes sociales	Informe	
Monitorear el contenido en las distintas redes sociales de la organización.	Analizar los contenidos con mayor interacción con la comunidad	Alcance de las publicaciones	Informe	

3.6 Resultados alcanzados / Productos obtenidos:

El Complejo Patrimonial Todosantos, manejaba sus redes sociales de una manera empírica generando así, cierto grado de desconfianza con la pequeña comunidad generada en redes sociales, al punto de duplicar sus perfiles dentro de la misma red, recomendación que se les hizo de eliminar el perfil que menos interacción les dé, y de cambiar el contenido subido a las redes, identificar las mismas fotos de perfil en las redes utilizadas.

Se logró identificar qué redes son las que más impacto generan al complejo, y se identificó una línea gráfica acorde a la imagen de la iglesia generando así un mayor apego a la realidad del complejo con sus seguidores en redes.

Las redes sociales se complementarán para llegar a un segmento de mercado completo, tanto a personas adultas como a personas jóvenes.

También podemos destacar que los intereses de estas personas están direccionados a la cultura de la ciudad, la gastronomía, la fotografía, el tiempo de calidad, entre otros, por lo tanto, podemos realizar una segmentación de mercados en la cual destaquemos a personas con intereses en estas actividades.

Es importante que la segmentación de ambas redes sociales (Facebook e Instagram) sea distinta y se dirija a personas adultas y jóvenes según el uso de cada red social, de esta forma podremos tener mejores alcances y mayor aceptación por parte del público objetivo y de esta forma reducir las pérdidas que podamos tener al hacer promociones pagadas dentro de cada red social.

En la planificación de contenidos, se generó una plantilla que apoyó a subir contenido fácilmente por parte del Complejo Patrimonial Todosantos, sin distorsionar la imagen en redes, armonizando el contenido, en casos de que no tenga tiempo de coordinar con nosotros el mismo.

4 EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA

RESUMEN EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA DEL PROYECTO								
PRESUPUESTO REFERENCIAL			EGRESOS REALIZADOS					
N°	RUBROS	PRESUPUESTO	EGRESOS 2022	EGRESOS 2023	EGRESOS 2024	TOTAL EGRESOS	SALDO EJECUTADO	%
1	HONORARIOS	\$ 9.231,36	\$ 6.923,52	\$ 2.307,84	\$ 0,00	\$ 9.231,36	\$ 0,00	100,00%
2	VIAJES TÉCNICOS	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	-
3	MAQUINARIA Y EQUIPOS	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	-
4	MATERIALES Y SUMINISTROS	\$ 96,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 96,00	-
5	SUBCONTRATOS Y SERVICIOS	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	-
TOTAL COSTOS DIRECTOS		\$ 9.327,36	\$ 6.923,52	\$ 2.307,84	\$ 0,00	\$ 9.231,36	\$ 96,00	98,97%
COSTOS INDIRECTOS		\$ 2.331,84	\$ 1.730,88	\$ 576,96	\$ 0,00	\$ 2.307,84	\$ 24,00	98,97%
TOTAL EGRESOS		\$ 11.659,20	\$ 8.654,40	\$ 2.884,80	\$ 0,00	\$ 11.539,20	\$ 120,00	98,97%

5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

Trabajar en las redes sociales del Complejo Patrimonial Todosantos fue una experiencia interesante, con los chicos tuvimos que analizar empresas similares en nuestro medio para generar un benchmarking y poder mejorar así el perfil de cada una de sus redes.

Las redes sociales son para las empresas una herramienta para llegar al público y conseguir maximizar las ventas y generar mayor confianza para el público y con Todosantos esto no estaba funcionando, su comunidad es pequeña, tiene disonancias en cuanto a la duplicidad de perfiles dentro de la misma red, y esto genera confusión dentro de su público objetivo.

Actualmente, la mayoría de las empresas y marcas cuentan con presencia en las redes sociales, por lo cual, no contar con esta puede dejarte con un margen de desventaja increíble, redes como Tik Tok se han vuelto tendencia en los últimos periodos y para las empresas un aliado más para comunicar su día a día.

Pero no solo se trata de tener una Fan Page y publicar diariamente, sino de contar con un buen plan de Social Media Marketing que te permita crecer diariamente, dicho plan te ayudará a coordinar de mejor manera el contenido subido y por subir a redes, eliminando así la improvisación de contenidos en redes que causan una imagen negativa al Complejo Patrimonial Todosantos, si bien una estrategia de social media puede llegar a ser creada por una persona con conocimiento intermedio, también podría afectar de manera negativa a la imagen de la empresa o marca.

Es por esto, que una de las mejores maneras de manejar las redes sociales es dejárselo a los community manager o social media, los cuales se encargarán de crear un buen plan de social media marketing.

5.2 Recomendaciones

El Complejo Patrimonial Todosantos debería eliminar o fusionar los perfiles duplicados en Facebook, para no generar confusión entre el público objetivo, teniendo como fin una mejor y más efectiva comunicación dando mayor confianza en redes.

Actualizar constantemente el buyer persona, ya que sus intereses cambian con el tiempo e identificar el tipo de contenido correcto les generará más interacción en sus publicaciones, siendo beneficioso para el Complejo Patrimonial Todosantos.

Administrar y promocionar el contenido en las fechas claves para el Complejo Patrimonial Todosantos, hará que impacte mejor en la sociedad y el turismo local, generando así mayor tráfico en su complejo, mediante el alcance inorgánico que generen en redes, nos dará la notoriedad que necesitan para darse a conocer en el ámbito turístico en la ciudad de Cuenca.

6 ANEXOS

Anexo 1:

EVALUACIÓN A LOS ESTUDIANTES DEL PROYECTO							
(Debe ser llenada por el docente responsable - evaluar a los estudiantes)							
Nomenclatura empleada: Excelente = 5 Muy bien = 4 Bien = 3 Regular = 2 Mal = 1							
Valoración		5	4	3	2	1	Observaciones
Asistencia	La asistencia de los alumnos fue:	X					
Programación	Cumplimiento de las fechas programadas	X					
	Cumplimiento con los horarios programados	X					
	Disponibilidad de tiempo para desarrollar las actividades	X					
Nivel de satisfacción	Calidad de las actividades desarrolladas	X					
	Cumplimiento de sus necesidades o expectativas	X					
	Satisfacción de la organización con la implementación del proyecto.	X					
	Comportamiento de los alumnos	X					



Firma Director proyecto: _____

Anexo 2:

EVALUACIÓN DE LOS BENEFICIARIOS DEL PROYECTO							
(Debe ser llenada por el representante o directivo de la organización o institución beneficiaria del proyecto)							
Nomenclatura empleada: Excelente = 5 Muy bien = 4 Bien = 3 Regular = 2 Mal = 1							
Valoración		5	4	3	2	1	Observaciones
Asistencia	La asistencia fue:						
Programación	Cumplimiento de las fechas programadas	✓					
	Cumplimiento con los horarios programados	✓					
	Disponibilidad de tiempo para desarrollar las actividades	✓					
Nivel de satisfacción	Calidad de las actividades desarrolladas	✓					
	Cumplimiento de sus necesidades o expectativas	✓					
	Satisfacción de la organización con la implementación del proyecto.	✓					
	Comportamiento de los alumnos	✓					

Nombre: Hna Lorena Patricia Guafes C.

F: [Firma]

Cargo: Evaluador de Administración

Lugar y Fecha: 20 de Abril de 2023



Anexo 3:

COMPLEJO PATRIMONIAL TODOSANTOS

RED SOCIAL: INSTAGRAM

- **Vamos a revisar este documento y a sacar 4 indicadores que identifiquemos**
 1. Como punto número 1 el usuario de la página de Instagram está en minúsculas todo unido y visualmente no se ve bien, no se puede entender para algunas personas y no tiene diferencia entre mayúsculas y minúsculas.



2. Es un usuario aburrido, no tiene contenido ni publicidad.



3. Por lo que no tiene muchos seguidores por lo mismo que es una página vacía.



4. Como podemos ver han realizado una historia en su perfil, pero no sirve de nada ya que solo va a llegar a 30 personas que son sus seguidores por lo que no sirve.



- **Identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de tu empresa. Esto te permitirá establecer acciones más centradas en satisfacer las necesidades de tus usuarios en las distintas redes sociales, a mejorar los aspectos negativos de tu estrategia actual y, por supuesto, a potenciar los positivos.**

En las métricas de Instagram Business lo principal es que hay que tener el perfil de instagram conectado a una página de Facebook, lo cual el perfil del Complejo Patrimonial Todosantos no tiene.

Lo mejor para este perfil sería cambiarle del perfil personal a un perfil empresarial ya que ese perfil tiene un completo acceso a la participación con las personas más directa, el análisis, las publicaciones con más alcance hacia las personas, se pueden ver las publicaciones programadas para el perfil, se puede ver los hashtags más relevantes para el negocio ordenados de los más recientes a los más populares, tiene acceso a la analítica de instagram, las imágenes se muestran para las personas que sea no tiene ningún tipo de privacidad. Mientras que el perfil personal el que está ahora el usuario del Complejo Patrimonial Todosantos tiene un acceso limitado a las funciones de instagram, no se puede entrar a la analítica de instagram, no hay como ver hashtags y las imágenes de perfil no están disponibles.

¿Qué debes tener en cuenta para un análisis DAFO?

Tu producto o servicio (de ahí que sea necesario revisar tu estrategia de branding).

Tu público objetivo o buyer personas (de lo que hablaremos a continuación).

La actividad de la empresa hasta el momento (online y offline).

Qué hace la competencia mejor y peor que tú y tu pyme.

Análisis DAFO

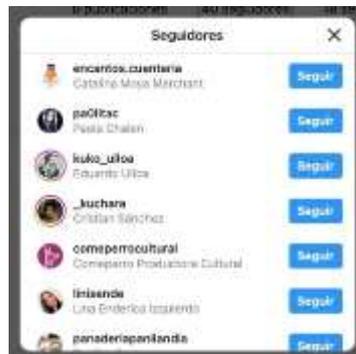
DEBILIDADES

- No tiene muchos seguidores
- No tiene ninguna publicación
- No está conectada con una cuenta de Facebook
- Se requiere mucha creatividad visual
- La publicidad puede ser gratis, pero si quiere llegar a más personas hay que pagarla.



AMENAZAS

- No tener al grupo objetivo como seguidores
- Pueden hackear el perfil



FORTALEZAS

- Tener creada la página de instagram
- Nos permite entrar por los ojos (visual) y llegar hasta el corazón de los clientes
- Es la red social más usada en la actualidad
- Tiene variedad para hacer publicidad, hacer lives, subir historias, etc.
- Se puede revisar en la analítica todas las estadísticas diarias
- Se pueden subir varias fotos y videos en un solo post.



OPORTUNIDADES

- Hacer conocer todo sobre la empresa
- Subir horarios de atención, eventos y cosas importantes
- Creación de publicaciones e impulso de la marca
- Dar a conocer en todos los tipos de personas de diferentes Targets o al que estemos dirigidos.

- **Como crear el Buyer persona para tu negocio:**

Los buyer personas son representaciones ficticias del cliente ideal, ayudan a entender las necesidades de los clientes, de esta forma es más fácil customizar el contenido, comportamiento y preferencias de los consumidores a los que va dirigido el producto o servicio. Se basan en la investigación (entrevistas, encuestas) que se haya realizado de tu mercado, es importante tener datos ya que nos son muy útiles para tener información precisa. Dependiendo de tu negocio se puede tener entre 1 – 10 buyer personas.

Lo que se necesita saber de un buyer persona es su nombre como principal, antecedentes, demografía, identificadores, metas, retos, comentarios, objeciones habituales, argumento de venta.

Tenemos que definir bien a los buyer personas ya que es algo esencial, ya que con eso podemos segmentar y dirigirnos al contenido adecuado, ya que esto nos beneficiará a las estrategias del contenido de marketing online.

En el Complejo Patrimonial Todosantos se puede crear buyer personas según el mercado al que nos enfoquemos.

- **Tema Contenidos**

El contenido del Complejo Patrimonial Todosantos, tiene que ser eficaz en las etapas de atracción de clientes potenciales en la web, ya que se necesita generar contenido adecuado para las personas adecuadas en el momento adecuado, es decir el objetivo es dirigir el contenido de acuerdo a las características de tus consumidores, ya que cada vez va variando el tipo de contenido existen tres etapas:

Etapas de exploración: es cuando el potencial cliente tiene un problema y oportunidad y busca información para contextualizar la situación.

Etapas de consideración: es cuando una vez informado ya conoce los enfoques y métodos para resolver la situación.

Etapas de decisión: es cuando se opta por una solución o estrategia y luego se procede a realizar la compra

- **Planificación**

Se debe tener una buena planificación de todas las campañas de contenido que se realizarán, es mucho más fácil si se tiene en cuenta la oferta de keywords, haciendo redacción y programación del post y su fecha de publicación es muy importante, se debe realizar una plantilla para saber cuándo se publicará, puede dividirse en colores según las necesidades de la organización para que se facilite la visualización. También existe la posibilidad de publicar semanalmente usando un listado de todas las publicaciones que ha generado en la sección de blog.

Anexo 4

Identificar los públicos con las distintas redes

Datos generales

Facebook

La mayoría de sus usuarios son hombres, 56% frente al 44% de ellas. A su favor está que es la red social con mayor cantidad de usuarios, 2.740 millones de usuarios que dedican un promedio de 19 horas y media al mes a utilizarla.

Instagram

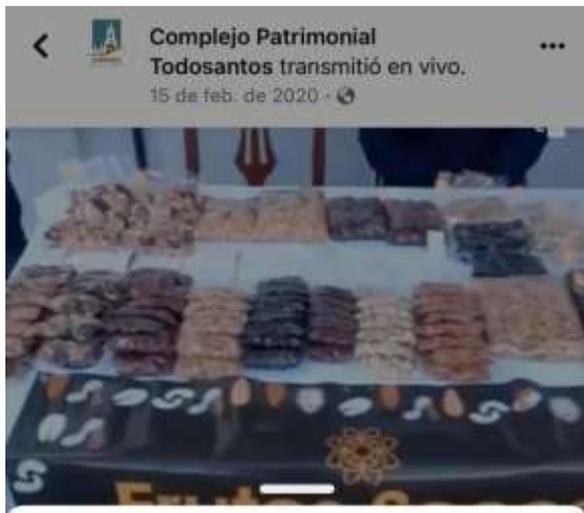
Esta plataforma cuenta con un 50,8% de usuarios. Es una plataforma con un enfoque para promocionar contenido más liviano: moda, gastronomía, tendencias, viajes, etc. Es más visual y amable, invita a la interacción. En total cuenta con 1,221 millones de usuarios que dedican un promedio de 10,3 horas al mes a interactuar con ella.

Datos basados en la redes sociales del Complejo Patrimonial Todos Santos

Facebook

Esta red social en la actualidad está más dirigida a un público adulto aunque es usada por personas de todas las edades ya sean hombres o mujeres.

Analizando la página y las publicaciones de la red social de Facebook podemos observar entre las interacciones a usuarios que siguen a la página y que nos pueden dar una idea del público al que podemos dirigirnos en base a los gustos de estos usuarios.



👍 4

-  Daniel Durán
-  Claudio Scista
-  Mayra Alex
-  Carchi Mary



-  Daniel Durán
-  Rosa Cordero
1 amigo en común [Agregar a amigos](#)
-  Olga Maldonado Suarez
-  Alexandra Cisalima
-  Maria Tapia
-  Olga Gonzalez
-  Patricia Montesinos
-  Teresita Meza
-  Viviana Calle
-  Patty Torres
1 amigo en común [Agregar a amigos](#)



👍 1

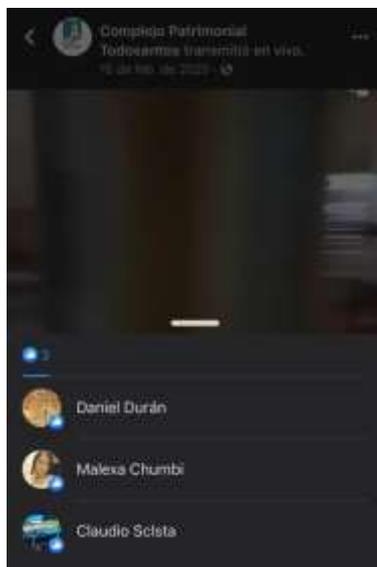
-  Daniel Durán

Un usuario frecuente de esta red social es: Daniel Durán, por lo tanto analizaremos su perfil y sus intereses para de esta forma tener una idea más clara de los gustos y preferencias que puede tener nuestro público objetivo:

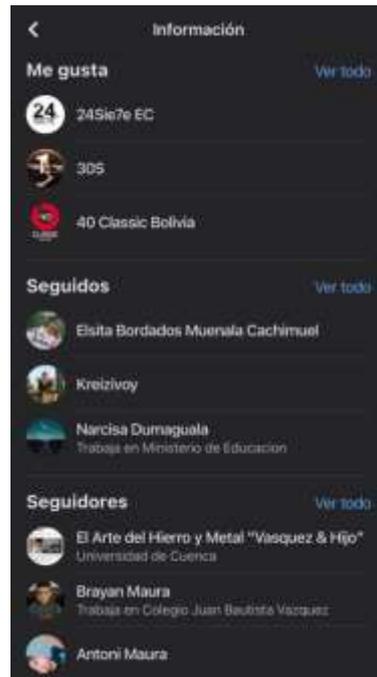


Podemos observar que entre la información que tiene Daniel agregada a su perfil y que sería de interés para nosotros se destaca:

- La comida
- La meditación
- La panadería
- La recreación histórica
- La fotografía
- El arte
- La herrería



Otro perfil que ha tenido interacciones con la página es: Claudio Scista que entre su información encontramos que tiene interés por los siguientes temas:



Según la información de este perfil podemos ver que tiene interés por deportes, películas, temas de la vida cotidiana, etc

Según esta información podemos destacar que el estilo de vida que llevan estas personas se apega a la cultura de la ciudad de Cuenca, son personas adultas con interés en la cultura y por lo tanto este sería el público más óptimo para dirigirnos en la red social de Facebook y crear un mayor alcance al público en esta red social.

Instagram

En la página de Instagram revisaremos a los seguidores de la cuenta y algunos de los perfiles de estas personas para poder evaluar sus intereses y el tipo de público al que nos podemos dirigir en esta red social.

complejopatrimonialtodosantos

45 Seguidores 18 Seguidos

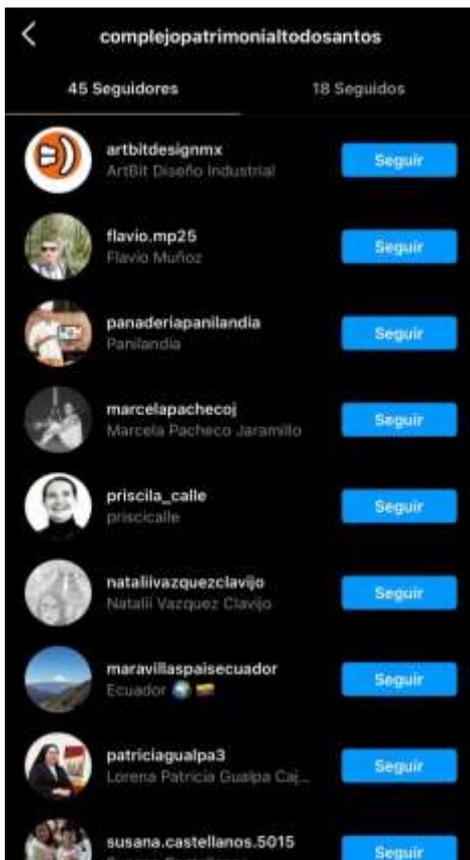
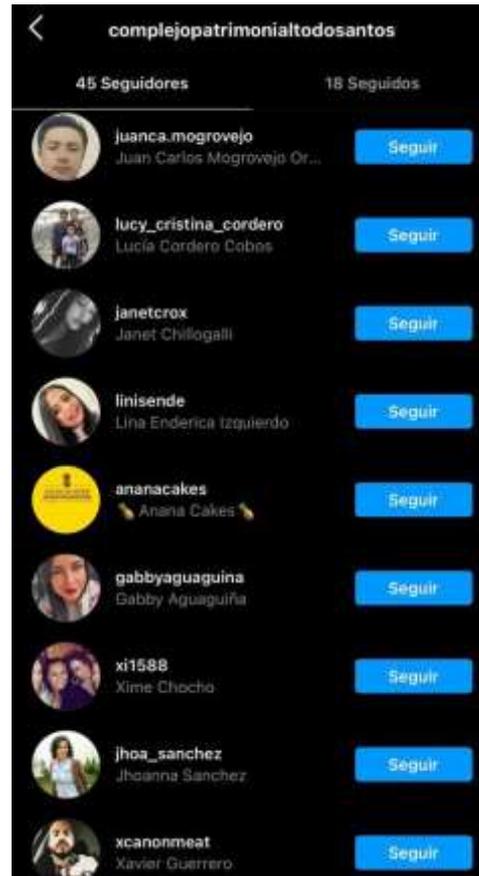
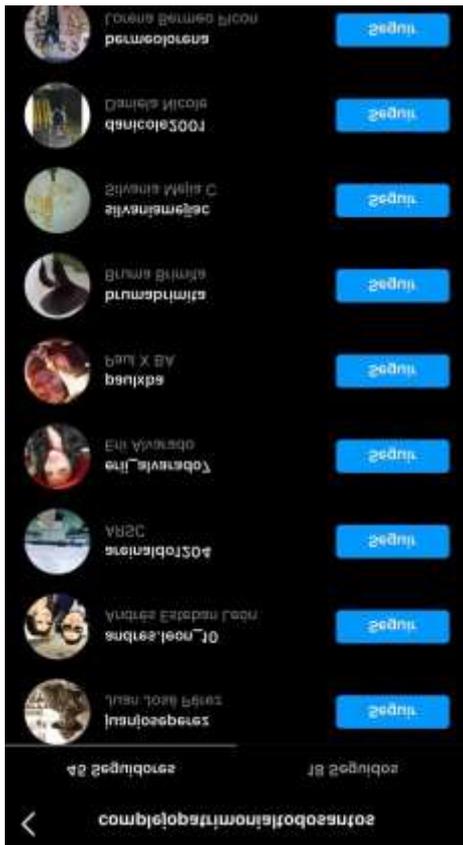
Buscar

- 
kuko_ulloa
 Eduardo Ulloa [Seguir](#)
- 
_kuchara
 Cristian Sánchez [Seguir](#)
- 
encantos.cuenteria
 Catalina Moya Marchant [Seguir](#)
- 
coellofermanda
 Fernanda Coello [Seguir](#)
- 
comeperrocultural
 Comeperro Productora Cu... [Seguir](#)
- 
botanica_andina
 Botanica_andina [Seguir](#)
- 
pa0litac
 Paola Chalen [Seguir](#)
- 
mariajoseolivera
 Maria Jose [Seguir](#)

complejopatrimonialtodosantos

45 Seguidores 18 Seguidos

- 
zuccheroec
 Zucchero Caffetteria [Seguir](#)
- 
recepciontodosantos
 Recepcion TodoSantos [Seguir](#)
- 
marionhuanga
 Marion Patricio Huanga Ar... [Seguir](#)
- 
erigutierrez22
 Eri Gutierrez [Seguir](#)
- 
alejandra_bethsabe
 Betsabé Poveda Pulla [Seguir](#)
- 
karlitaups21
 Karlita Salas [Seguir](#)
- 
gonzalobolivarh
 Gonzalo Herrera [Seguir](#)
- 
fabysita1990
 Fabiola FL [Seguir](#)
- 
eemetafisica
 Enseñanza Metafisica Ecu... [Seguir](#)



La página cuenta con 45 seguidores, su gran mayoría son personas jóvenes que tienen interés por la fotografía, cultura, y gastronomía. Entre los seguidores de la página también tenemos a páginas de cafeterías, algunos restaurantes y emprendimientos y de actividades turísticas de la ciudad de Cuenca.

En conclusión podría decirse que ambas redes sociales se complementarían para llegar a un segmento de mercado completo, tanto a personas adultas como a personas jóvenes. También podemos destacar que los intereses de estas personas están direccionados a la cultura de la ciudad, la gastronomía, la fotografía, el tiempo de calidad, entre otros, por lo tanto podemos realizar una segmentación de mercados en la cual destaquemos a personas con intereses en estas actividades.

Es importante que la segmentación de ambas redes sociales sea distinta y se dirija a personas adultas y jóvenes según el uso de cada red social, de esta forma podremos tener mejores alcances y mayor aceptación por parte del público objetivo y de esta forma reducir las pérdidas que podamos tener al hacer promociones pagadas dentro de cada red social.

Anexo 5

Benchmarking Complejo patrimonial todos santos

Dadas las actividades a las cuales se dedica el complejo patrimonial, se ha podido determinar 3 competencias que resaltan y pueden ser tomadas como eje importante, en lo local tenemos al Club Rotario, y en lo nacional a Fundación Ecuador y CRISFE, a continuación, una introducción y descripción de dichas organizaciones:

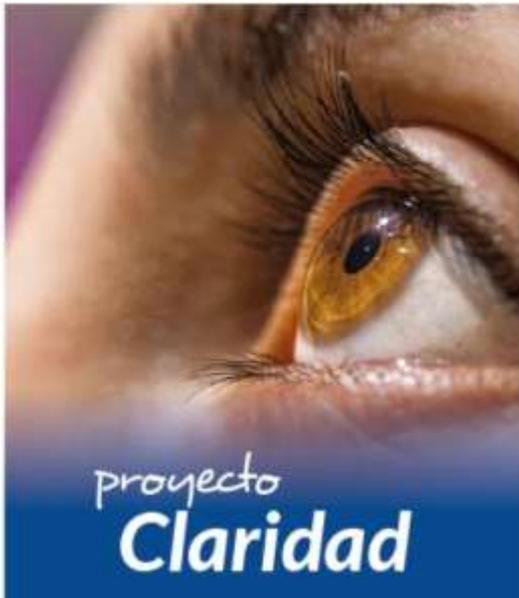
Club Rotario (Nivel Local)

Esta organización sin fines de lucro, con sede en varios países del mundo, fue fundada en 1973 por un grupo de líderes voluntarios que buscan contribuir en proyectos sustentables y sostenibles en apoyo a las necesidades de las personas más vulnerables.

Su misión es brindar servicio a los demás, promover la integridad y fomentar la comprensión, la buena voluntad y la paz entre las naciones a través de las actividades de compañerismo de nuestros líderes empresariales, profesionales y cívicos.

Cuentan con varios proyectos ya realizados, así como en marcha, como:

- Proyecto Misión Claridad, dicho proyecto busca la realización de operaciones de Cataratas para personas de bajos recursos.



- Traje para un héroe, proyecto cuyo objetivo fue dotar de equipos de monitoreo de signos vitales, temperatura, respiración, monitoreo electrocardiográfico, además de la entrega de trajes de bioseguridad, gafas protectoras, mascarillas y protectores faciales, en los hospitales

Actualmente el Club Rotario Tomebamba cuenta con una página web: www.rotarytomebamba.org en la cual se puede encontrar información sobre la organización, sus proyectos, un poco de su historia y su directorio.



Pronto podrás realizar tus donaciones mediante PayPhone



PayPhone

Proyectos Ejecutados



Han también abierto su comunicación, teniendo presencia en redes sociales, podemos encontrarla en Facebook, red en la cual comparten parte de la ayuda brindada y así involucran a la comunidad en sus acciones.

The image shows a Facebook page for "Club Rotario Tomebamba". At the top is a blue banner with the Rotary International logo on the left and a quote in white text: "VIDA FELIZ ES LA DEDICADA AL SERVICIO DE NUESTROS SEMEJANTES" followed by "-PAUL HARRIS". Below the banner is the club's profile picture, name, and handle. A blue button for "Enviar mensaje" is visible. The page includes navigation tabs for "Inicio", "Información", "Fotos", "Opiniones", and "Más". At the bottom, there is an "Información" tab, a "Ver todo" link, a profile picture, and a "Crear publicación" button.

Club Rotario Tomebamba
11 de octubre de 2021

Como todos los años El Club Rotario Tomebamba realiza un evento para beneficiar a difentes programas de la comunidad. Este año queremos invitarle a ser parte de nuestro **BINGO VIRTUAL SOLIDARIO** a realizarse este sábado 16 de octubre a partir de las 16h00.
 ¡Se estarán entregando \$3.000 en premios! Contáctenos al 099 960 0103 para adquirir su tabla de juego.
 ¡Esperamos contar con su participación!

Club Rotario Tomebamba 

BINGO VIRTUAL
SOLIDARIO

TE INVITAMOS
ESTE SÁBADO 16 DE OCTUBRE A LAS 16H00

¡SE ENTREGARÁN \$3.000 EN PREMIOS!

TRANSMISIÓN DEL BINGO POR
 **LIVE** Y  **YouTube**
 DE COMPU-BINGO ECUADOR

ADQUIERE TU TABLA POR \$ 5
 ¡ESPERAMOS CONTAR CON TU PARTICIPACIÓN!



CONTÁCTANOS AL 099 960 0103

API.WHATSAPP.COM
Share on WhatsApp
 WhatsApp Messenger: More than 2 billion people in over 180 countries use WhatsApp... Comprar

También podemos encontrarlos en Instagram, pese a que su presencia en esta red no es fuerte, tratan de cubrir y estar presentes donde se encuentre el público.

Fundación Ecuador

Dentro de este análisis de competencia se ha considerado también a una organización nacida en el país y con varios propósitos que cubren los diferentes ámbitos sociales.

Fue formada hace 30 años por un grupo de empresarios y profesionales de diferentes regiones de Ecuador, con la intención de formar una institución que -sin tener fines políticos- privilegie el concepto de economía de mercado, el fomento a las exportaciones, la inversión y las reformas necesarias para la modernización del Estado, con el propósito de alcanzar un incremento en el estándar de vida de los ecuatorianos, tras varios años la institución, decidió concentrar sus objetivos en la educación y capacitación, buscando que el desarrollo humano precediera al crecimiento.

Sus proyectos van desde iniciativa propia, hasta convenios con empresas capaces de dotar de conocimiento a los jóvenes.

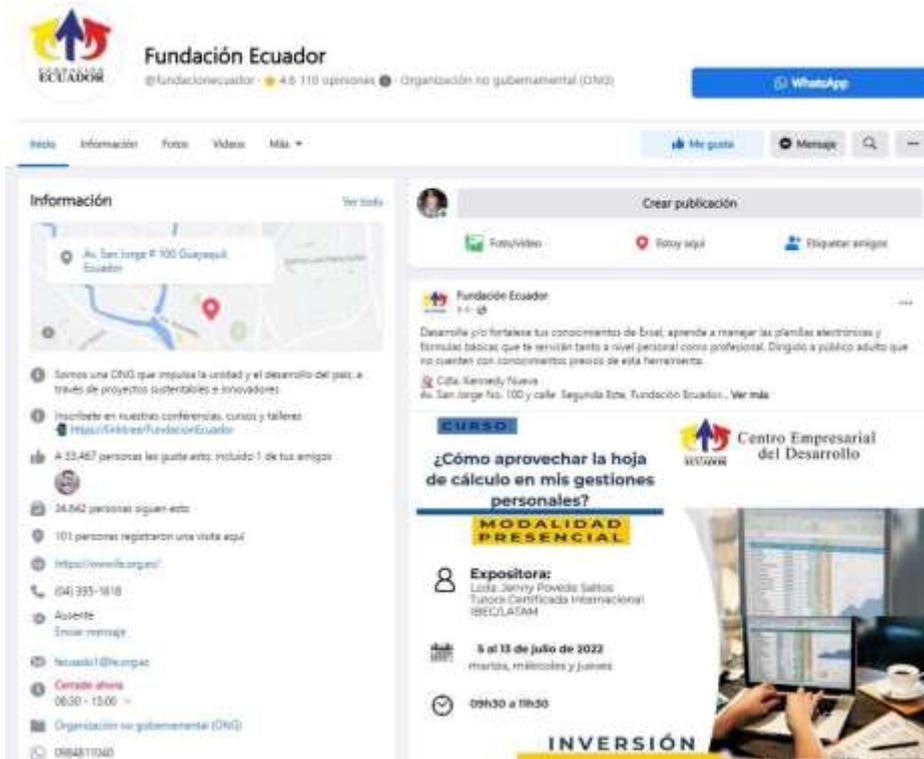
- Jóvenes con futuro, tiene como propósito empoderar a jóvenes bachilleres de escasos recursos económicos, de barrios populares del país, brindándoles herramientas en Formación Humana, Tecnología y Laboral, con el fin de aprovechar las oportunidades de empleo, emprendimiento e ingreso a la universidad.



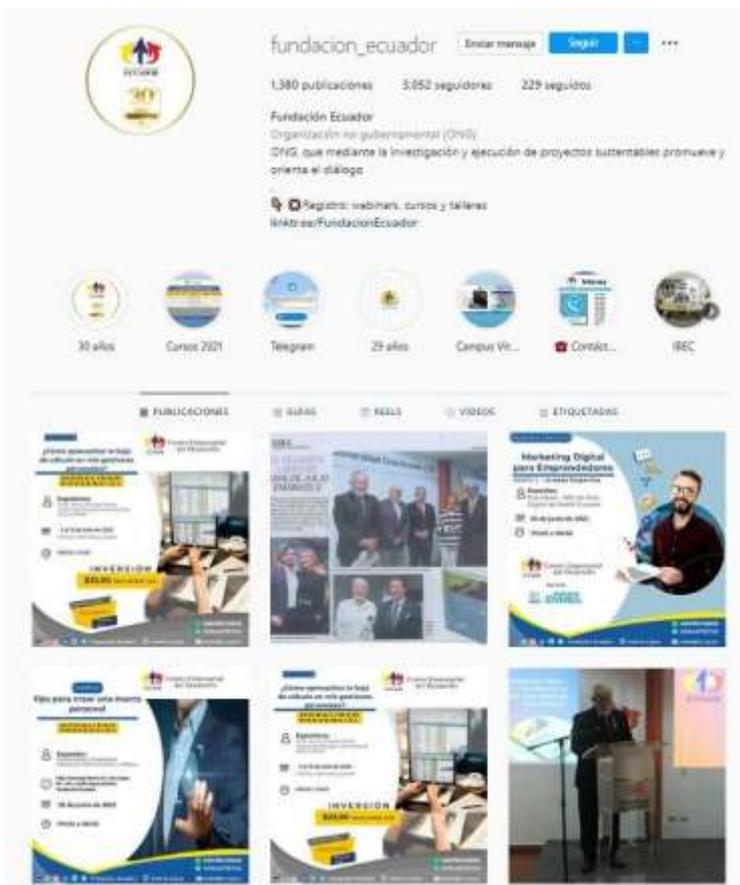
Ellos también cuentan con una página web, www.fe.org.ec en la cuál se podrá leer a detalle las actividades en las que están tomando acción.



Su presencia en redes sociales va desde Facebook, red que es utilizada para promover sus talleres y capacitaciones.



También cuenta con Instagram:



Y por último también es posible encontrarlos en redes como Twitter y LinkedIn, lo que les permite tener un amplio alcance.



The image shows the Twitter profile of Fundación Ecuador. At the top, the name "Fundación Ecuador" is displayed with a back arrow and "3.525 Tweets". The profile picture features a grid of logos, including a central "30 AÑOS ANIVERSARIO" badge and the Fundación Ecuador logo. Below the profile picture is the bio: "Somos una organización no-gubernamental (ONG) que impulsa la unidad y el desarrollo del país, a través de proyectos sustentables e innovadores". It also lists the location as Ecuador, the website as fe.org.ec, and the founding date as February 2011. There are 320 people following and 1,183 followers. The "Tweets" tab is selected, showing a pinned tweet from February 14th: "Te presentamos nuestro Programa de Inclusión Digital para Personas Mayores de 50 años".



The image shows the LinkedIn profile of Fundación Ecuador. The header includes the LinkedIn logo, filters for "Personas", "Fundación", and "Ecuador", and a search icon. The profile picture is the Fundación Ecuador logo. The bio states: "Somos una organización no gubernamental (ONG) que impulsa la unidad y el desarrollo del país, a través de proyectos sustentables e innovadores". It lists the email as cedfe@fe.org.ec, the location as Guayaquil, Guayas, Ecuador, and notes "Más de 500 contactos". A blue button labeled "Únete para seguir" is visible.

Acerca de

Somos una organización no gubernamental (ONG) que impulsa la unidad y el desarrollo del país, a través de proyectos sustentables e innovadores.

CRISFE

Con más de 28 años de experiencia, esta organización privada sin fines de lucro, con presencia en todo el Ecuador, realiza intervención social a través de ejes de: Educación, Desarrollo Territorial y Emprendimiento.

CRISFE busca mejorar las condiciones de vida de los ecuatorianos en situación de vulnerabilidad, por medio de la articulación de servicios y proyectos replicables y sostenibles que permitan impactar a un mayor número de personas.

Como parte de sus proyectos podemos observar:

- Programa de voluntariado, se ejecuta a través de un modelo de apadrinamiento a comunidades y organizaciones consideradas de atención prioritaria, para su fortalecimiento.



Actualmente cuenta con su propia página web, www.crisfe.org un portal completo, en la cual cualquier persona puede unirse a sus programas.

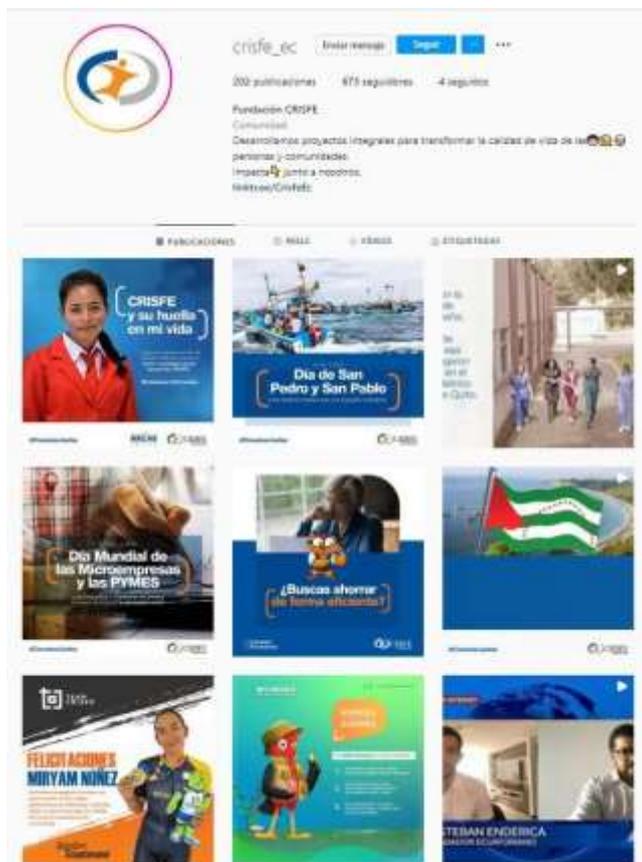


Cuenta con presencia en las redes sociales principales como son Facebook e Instagram:



En Facebook al logrado generar una comunidad de seguidores muy grande, lo cuál resulta beneficioso para la organización.

En Instagram están creciendo, pero su organización y publicación de contenido la hace muy llamativa para el sector.



Cuadro comparativo competencia

Entidad	Seguidores Facebook	Seguidores Instagram	Seguidores Twitter	Tipología de comunicación	Publicidad Pagada
Club Rotario Tomebamba	2,398	246	No	Informativa, Educativa	No
Fundación Ecuador	33.467	3052	320	Informativa Educativa	No
CRISFE	83.380	665	No	Informativa Educativa	Si

Conclusiones

El Complejo Patrimonial pese a tener bases de funcionamiento y objetivos estructurados, aún no ha logrado establecer pilares de contenido que permitan generar una comunicación fluida en las redes sociales en las cuáles ya tienen presencia.

Existen varias referencias de fundaciones y organizaciones que pueden ser tomadas como ejemplo para la generación de un fuerte posicionamiento en la ciudad.

Anexo 6

Análisis FODA para el Complejo Patrimonial Todos Santos

Producto o servicio: el Complejo Patrimonial Todos Santos es un Lugar histórico de la ciudad de Cuenca, ofrece servicios como cafetería, recorridos turísticos, alquiler de terraza o mirador para eventos, entre otros.

Público objetivo: personas que busquen realizar actividades de carácter turísticas en la Ciudad de Cuenca, basándonos en la investigación de mercado realizada anteriormente, nos enfocaremos en el grupo de 25 a 34 años ya que fueron los que presentaron mayor interés.

Actividad de la empresa: por el momento la empresa no lleva una actividad frecuente en la red social de Facebook para lo cual se implementará un planificador con el cual mejoraremos esta actividad.

Competencia: otros complejos patrimoniales ya han implementado planificadores para sus redes sociales y presentan una página de Facebook con mejores artes que llaman la atención de las personas, sin embargo, estamos realizando este análisis para poder implementar mejorar en nuestras redes sociales y estar al nivel de nuestra competencia.

Análisis FODA

<p>Fortalezas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Se realizó una investigación de mercado anteriormente con la cual podemos trabajar de mejor manera en el público objetivo al que nos dirigiremos y a las preferencias del mismo. ● Crearemos un planificador con el cual organizar de mejor manera las publicaciones de la página y de esta forma tener mejores resultados. ● Este medio permite mantener una comunicación constante con los usuarios. ● Este medio está al alcance de todo el segmento de mercado establecido. 	<p>Oportunidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Podemos tomar como referencia el trabajo de otros complejos patrimoniales o lugares culturales para hacer un seguimiento y tener una mejor idea de horarios para publicaciones y artes llamativas. ● Podemos adaptarnos a los requerimientos de los posibles clientes. ● Podemos implementar nuevas herramientas de contenido para mejorar la página web. ● Podemos crear un vínculo con la página de instagram de la empresa y así mejorar el alcance de nuestra página.
<p>Debilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Las publicaciones de la red social del Complejo Patrimonial de Todos Santos son de baja calidad y los artes no tienen un diseño llamativo para 	<p>Amenazas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● La competencia tiene más experiencia en relación al manejo de redes sociales ya que posiblemente cuenten con una persona que maneje su marketing.

las personas lo cual no genera atracción hacia el público objetivo.

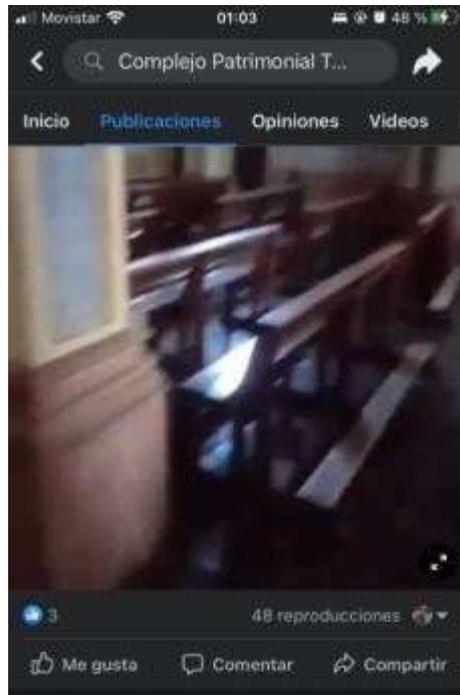
- Necesitamos conocer mejor a nuestro público objetivo para dirigirnos de mejor forma a ellos.
- Bajo alcance de las publicaciones.
- Baja interacción en las publicaciones.

- Pueden existir cambios en las restricciones del complejo por lo cual debemos adaptarnos a ello.
- Al ser una cuenta pública estamos expuestos a comentarios negativos de personas que quieran dañar nuestra imagen.
- Falta de recursos económicos para mejorar el alcance de la página.

Seguidores de la cuenta:



Interacciones con la página y baja calidad de las publicaciones:



Publicaciones de la página sin un cronograma:



Buyer persona:

Un buyer persona hace referencia al perfil de tu cliente ideal, con esta información podemos conocer la demografía, los antecedentes, los objetivos, los desafíos y los identificadores de su persona clave como cliente. El resultado, nos ayudará a realizar campañas de marketing que sean más eficaces y que lleguen de mejor manera a nuestros clientes.

Tener un buyer persona nos brinda varios beneficios como los siguientes:

- **Comprender mejor el comportamiento del comprador.** Crear una personalidad de comprador te ayuda a entender mejor cómo se comportan tus clientes y por qué actúan de cierta manera. Puedes entrar en los detalles detrás de cómo se comportan, lo que te ayuda a entenderlos como personas. Como resultado, estás en una posición mucho mejor para promocionar eficazmente tu producto o servicio para ellos.
- **Adaptar la actividad a las necesidades del comprador.** Cuando sepas quiénes son tus clientes y qué están buscando, puedes adaptar todos tus esfuerzos de marketing y promoción en consecuencia. Sin saber lo que quieren tus clientes, no podrás dirigirte a ellos de la misma manera.
 - **Visualiza el recorrido del cliente.** Comprende cómo se mueven tus clientes a través del recorrido del cliente con una persona compradora. Desde entrar en la parte superior del embudo de ventas hasta la conversión, podrás ver cómo y por qué los clientes pasan de una etapa a otra.
 - **Ofrecer a los clientes una mejor experiencia.** Saber quiénes son tus clientes y cómo se comportan significa que puedes ofrecerles una experiencia única. Sabemos que los clientes valoran una experiencia personalizada de las marcas, por lo que podrás mantenerlos felices mientras los mueves a través del recorrido del cliente.

Algunos consejos para utilizar la plantilla de buyer persona:

- **Ve a tus personajes como personas reales.** Para ver un cambio cultural en su empresa, comience a ver a las personas como personas reales afectadas por sus decisiones. Pueden ser representaciones semi ficticia, pero es útil tratarlas como si fueran clientes reales. Empieza a mencionarlos en reuniones, correos electrónicos y llamadas como punto de referencia para las motivaciones de los clientes y los puntos débiles.
- **Iterar a medida que cambia el mercado o su negocio.** Un personaje de cliente es un documento para que los equipos lo consulten siempre que necesiten orientación sobre la estrategia y el desarrollo de productos. Debe reiterarse cuando sea necesario a medida que cambie el panorama del mercado.
- **Actualiza tus personajes cuando lo necesites.** Es probable que las personas de tus clientes cambien con el tiempo. Por ejemplo, cuando los clientes quieren cosas nuevas o pasan a una etapa de vida diferente. A

medida que pase el tiempo, tendrás que revisar tus personajes y actualizarlos en consecuencia. Con Miro, es fácil hacer estos cambios. Usando la plantilla de personaje del comprador, puede actualizar sus personajes en cualquier momento, sus cambios aparecerán instantáneamente a todos los que tengan acceso a la plantilla.

Aplicación del buyer persona a nuestra empresa:

Para aplicar este concepto a nuestra página de facebook, analizaremos a algunos de nuestros seguidores, incluyendo a personas que han interactuado con nuestra página, esto nos ayudará para crear un buyer persona con el perfil más adecuado para nuestra página de facebook, también podemos analizar a los seguidores de otras páginas similares y sus intereses, con lo cual podremos perfilar de mejor manera nuestras publicaciones y que sean más llamativos para nuestro público objetivo.

Podremos analizar varias plantillas y usar la más adecuada para nuestro perfil de buyer persona en base a nuestras necesidades y como direccionamos nuestra página.

Anexo 5

PLANIFICACIÓN

Posteriormente a la indagación sobre el público objetivo, el cual fue definido como: “hombres y mujeres, de una edad joven hasta adultos sin límite de edad, con intereses direccionados a la cultura de la ciudad, la gastronomía, la fotografía, el tiempo de calidad, entre otro.”, se procedió a la planificación del contenido en las redes sociales Facebook e Instagram.

La planificación de las redes sociales para la organización, nos permitirá cumplir con los objetivos propuestos por la misma, de tal manera que generemos contenidos de calidad y previamente validados para encontrar la manera más eficiente de llegar a nuestro público objetivo.

La estrategia dependerá siempre de la organización en función de los objetivos propuestos, teniendo en cuenta que en los primeros meses se tendrá que construir una comunidad que nos permita integrar nuestros mensajes e interactuar para así tener un crecimiento sostenido con el pasar de los meses, e ir integrando publicidad paga, dentro de las publicaciones que se vayan generando,

identificando qué publicaciones tienen mayor aceptación con la comunidad generada de manera orgánica.

En el año se prevé realizar 2 publicaciones semanales, sin embargo, para cumplir con el formato del feed de instagram existirán ciertas semanas con un mayor número de publicaciones, las mismas estarán enfocadas al manual de marca de “Todosantos” y tendrán como objetivo el aumentar el tráfico digital y a su vez aumentar las visitas al complejo patrimonial.

Para la realización se visitó el complejo y se desarrollaron la toma de fotografías de las instalaciones, además de reuniones con los encargados de la parte digital, para obtener mayor información acerca del contenido y de los objetivos que tienen propuestos como organización.

GENERACIÓN DE CONTENIDOS

Nos encontramos con un perfil en redes sociales del Complejo Patrimonial Todosantos llevado de una manera empírica, con poca interacción con su comunidad, con intervalos largos entre publicación y publicación. Esta forma de llevar las redes sociales provoca una baja interacción y una mala imagen para la organización, generando un desinterés por parte de su comunidad y un crecimiento limitado de la misma.

Para la generación de contenidos se recomienda definir un formato para el feed de instagram, ya que es una red en la que se puede manejar una estética en conjunto de las publicaciones. para esto se recomienda un formato vertical como el siguiente:

amr_digital 1+

<p>HAPPINESS IS NOT HAVING TO SET AN ALARM FOR THE NEXT DAY.</p> <p>AMR</p>		<p>No other people are working hard at the wrong thing. Working on the right thing is probably what separates them (working hard).</p> <p>AMR</p>
<p>10x</p> <p>starting company. Missing information. unexpected opportunities. up to 10x.</p> <p>AMR</p>		<p>To survive walking with MENTAL ILLNESS</p> <p>AMR</p>
<p>IF YOU'VE EVER BEEN LATE TO WORK FOR ANY REASON</p> <p>IF YOU'VE EVER BEEN LATE TO WORK FOR ANY REASON</p> <p>IF YOU'VE EVER BEEN LATE TO WORK FOR ANY REASON</p> <p>AMR</p>		<p>I HATE WHEN PEOPLE ACCUSE ME OF LOLLYGAGGING WHEN I'M QUITE CLEARLY DILLY-DALLYING</p> <p>AMR</p>
<p>Not trying to make it to the office</p> <p>headed for Forties</p> <p>AMR</p>		<p>When you have so much to do that you just decide to lay on the floor for a long time and call it meditation</p> <p>AMR</p>
<p>HOW TO TURN YOUR INSTAGRAM POSTS INTO HUGE SALES LEADS</p> <p>AMR</p>		<p>SOUND TOO HARD ON CHITS AND SALSA BEFORE GETTING MY FOOD IS MY BIGGEST FLAW</p> <p>AMR</p>

Una vez definido el formato del feed, se debe definir un color para las imágenes con texto que se van a publicar y una tonalidad o tema para las fotos, es decir un ajuste preestablecido en una aplicación como la de lightroom, por ejemplo:





En este caso las tonalidades que se recomiendan para las son cálidas, como las siguientes:



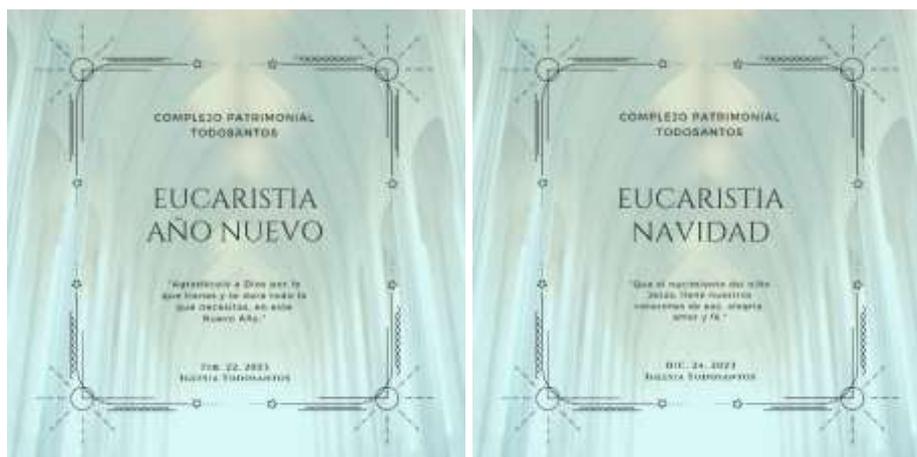
Para las imágenes con texto que se van a publicar es necesario seguir el manual de marca preexistente, por lo que se recomienda una paleta de colores como la siguiente:



Aplicando estos colores para las imágenes con texto serían de esta manera:



En el caso de eucaristías y siguiendo el mismo formato de colores, se podría manejar de la siguiente manera:



Por último, para publicaciones de días festivos se recomienda un formato similar, como:



En el copy para el caso de las fotografías se recomiendan datos interesantes o curiosos del complejo patrimonial, de esta manera se genera interés en la audiencia de la página. En el caso de las imágenes se incluirá una frase corta dentro de la misma, por lo que se incluyen únicamente hashtags en el copy de las mismas.

Organizando con estos consejos el feed de instagram, quedaría de la siguiente manera:



CALENDARIZACIÓN DE CONTENIDOS

Enero

1
Sun



10:20

#añonuevo #felizaño #añoviejo
#cuenca #ecuador #tpropositos
#todosantos #complej...

[Abrir](#)



11:01

#añonuevo #felizaño #añoviejo
#cuenca #ecuador #tpropositos
#todosantos #complej...

[Abrir](#)

3
Tue



18:24

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

5
Thu



18:26

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

6
Fri



18:27

#diadereyes #viernesdereyes
#reyes #cuenca #ecuador
#todosantos #complejopatrimo...

[Abrir](#)

10
Tue



18:29

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

14
Sat



18:29

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

18
Wed



08:31

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

22
Sun



07:32

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

26
Thu



10:33

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

28
Sat



07:34

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

Febrero:

5
Sun



08:36

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

7
Tue



08:38

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

11
Sat



08:39

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

14
Tue



09:40

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

16
Thu



07:42

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

18
Sat



07:43

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

20
Mon



07:44

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

22
Wed



06:45

#miercolesdeceniza #ceniza
#misa #misadeceniza
#misamiercoles #cuenca
#ecuador #...

[Abrir](#)

Marzo:

1
Wed



08:46

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

5
Sun



06:48

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

8
Wed



08:09

#diadelamujer #mujer #misa
#mujerecuatoriana #cuenca
#ecuador #todosantos #compl...

[Abrir](#)

12
Sun

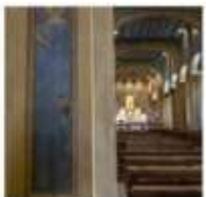


08:11

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

15
Wed



07:14

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

17
Fri



07:15

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

21
Tue



08:17

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

24
Fri



07:18

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

28
Tue



08:21

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

30
Thu



09:22

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

31
Fri



08:25

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

Abril:

2
Sun



06:28

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

4
Tue



19:29

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

5
Wed



19:29

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

6
Thu



07:30

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)



19:39

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)



19:40

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

7
Fri



07:00

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

8
Sat



07:46

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)



13:47

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

9
Sun



06:48

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

15
Sat



08:50

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

20
Thu



08:51

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

25
Tue



07:52

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

30
Sun



08:53

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

Mayo:

2
Tue



08:55

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

7
Sun



08:56

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

10
Wed



07:57

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

11
Thu



08:06

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

14
Sun



07:08

#mamá #maría #felizdiamama
#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todos...

[Abrir](#)



16:09

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)



22:13

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#compleiopatrimonial ...

[Abrir](#)

15
Mon



07:00

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

21
Sun



09:15

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

26
Fri



10:18

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

Junio:

1
Thu



09:21

#díadelniño #patrimonio #cuenca
#ecuador #turismo #cultura
#todosantos #complejo...

[Abrir](#)

7
Wed



08:17

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

12
Mon



21:28

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

15
Thu



21:43

#diadelpadre #patrimonio
#cuenca #ecuador #turismo
#cultura #todosantos #complej...

[Abrir](#)

16
Fri



07:44

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

17
Sat



21:45

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

18
Sun



21:45

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

24
Sat



09:48

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial

[Abrir](#)

28
Wed



09:50

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

30
Fri



09:19

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

Julio:

1
Sat



09:52

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

5
Wed



09:52

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

9
Sun



09:57

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

13
Thu



09:13

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

17
Mon



09:14

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

21
Fri



22:15

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

25
Tue



09:15

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

29
Sat



09:17

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

Agosto:

2
Wed



09:18

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

6
Sun



09:19

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

10
Thu



09:20

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

15
Tue



09:21

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

18
Fri



09:22

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

22
Tue



09:24

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

26
Sat



09:24

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

30
Wed



09:25

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

Septiembre:

- | | | | |
|-----------|-------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|
| 1
Fri |  | 09:29
#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ... | Abrir |
| 5
Tue |  | 09:30
#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ... | Abrir |
| 9
Sat |  | 09:31
#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ... | Abrir |
| 13
Wed |  | 09:32
#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ... | Abrir |
| 17
Sun |  | 09:33
#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ... | Abrir |
| 21
Thu |  | 09:34
#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ... | Abrir |
| 26
Tue |  | 09:35
#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ... | Abrir |

Octubre:

1
Sun



09:36

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

5
Thu



09:37

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

8
Sun



09:39

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

11
Wed



09:40

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

14
Sat

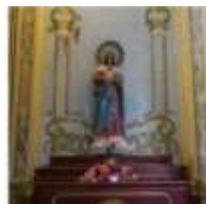


09:41

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

17
Tue



09:43

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

21
Sat



09:43

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

25
Wed



09:44

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

29
Sun



09:45

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

Noviembre:

2
Thu



09:46

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

7
Tue



09:47

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

12
Sun



09:50

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

17
Fri



22:52

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

22
Wed



09:52

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

27
Mon



09:54

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

30
Thu



09:56

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

Diciembre:

2
Sat



09:57

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

5
Tue



09:58

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

9
Sat



09:59

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

13
Wed



09:02

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

17
Sun



09:02

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)

24
Sun



07:04

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)



11:05

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)



16:07

#patrimonio #cuenca #ecuador
#turismo #cultura #todosantos
#complejopatrimonial ...

[Abrir](#)



VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD

Informe de Seguimiento y Evaluación del Proyecto

25 Mon		09:13 #patrimonio #cuenca #ecuador #turismo #cultura #todosantos #complejopatrimonial ...	Abrir
27 Wed		09:14 #patrimonio #cuenca #ecuador #turismo #cultura #todosantos #complejopatrimonial ...	Abrir
29 Fri		10:15 #patrimonio #cuenca #ecuador #turismo #cultura #todosantos #complejopatrimonial ...	Abrir
31 Sun		09:16 #patrimonio #cuenca #ecuador #turismo #cultura #todosantos #complejopatrimonial ...	Abrir
		12:17 #patrimonio #cuenca #ecuador #turismo #cultura #todosantos #complejopatrimonial ...	Abrir

ALCANCE DE PUBLICACIONES

Para controlar e incrementar el alcance de las publicaciones es necesario analizar las estadísticas de las mismas, de esta manera podremos saber qué publicaciones están

dando mejores resultados para seguir generando esta clase de contenido y en caso de no obtener las estadísticas esperadas se debe analizar nuevo

contenido, sin perder el público objetivo al que queremos llegar o el mensaje que queremos transmitir.

Con esto podremos retroalimentar el proceso, mejorar los contenidos, el mensaje y la interacción que tengamos con nuestro público, sin perder de vista los objetivos propuestos por la organización.

La mejora continua en este proceso, permitirá encontrar la mejor manera de llegar a nuestra comunidad, enfatizando nuestro mensaje y generando un mayor alcance con nuestras publicaciones.

RECOMENDACIONES PARA LOS CONTENIDOS

Para la finalización del presente informe, se recomienda utilizar una gama de colores predeterminadas para el diseño de contenidos, también ampliar la cantidad de historias posteadas por semana, realizar pequeños concursos y actividades que incrementen la interacción del público con la marca, generar mayor tráfico y a su vez mayor número de visitantes al complejo patrimonial.

Eliminar los perfiles duplicados que están generando confusión a los seguidores de las páginas oficiales, dando una mala imagen de la organización, dando lugar a la incertidumbre y baja credibilidad del complejo.

Se recomienda realizar contenidos que incentiven a la participación del público, incentivarlos a comentar, compartir y seguir a la página, también fidelizar y recompensar a las personas que ya los siguen por redes sociales, de esta manera

conseguirá ser una marca más relevante y sobresalir de la competencia.

Unificar las fotos de perfil de las distintas redes sociales que utilizan, van a ayudar a una mejor imagen corporativa de la organización, generando más confianza a los potenciales seguidores en redes sociales.

Evalúa el contenido generado con anterioridad, buscando la mejor voz para la organización y el que mejor resultado que podamos obtener, con esto implementaremos para las siguientes publicaciones, mejorando el contenido, interacción y el mensaje entregado será cada vez más asertivo al público seleccionado.

Seguir la planificación permitirá encontrar de una mejor manera de comunicar las acciones que genere el Complejo Patrimonial Todosantos, teniendo un mejor feedback por parte de su comunidad.

Anexo 6: Fotografías











Elaborado por: Francisco Álvarez



Firmado electrónicamente por:
MARIA XIMENA
MOSCOSO SERRANO

Revisado por: Ximena Moscoso.

Fecha de Entrega: 21/04/2023