

2022

PRESENTACIÓN DE PROYECTO

VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD

**PROYECTO: PLAN DE SOCIAL MEDIA PARA EL COMPLEJO
PATRIMONIAL TODOSANTOS**

UNIVERSIDAD DEL AZUAY | Cuenca - Ecuador

1. INFORMACIÓN GENERAL

- 1.1 PROGRAMA: Trabajo decente y crecimiento económico.
- 1.2 CAMPO AMPLIO: 04 Administración, Negocios y Legislación
- 1.3 CAMPO ESPECÍFICO: 041 Negocios y Administración
- 1.4 CAMPO DETALLADO: 0414 Marketing y publicidad
- 1.5 LINEA DE ACCIÓN: Servicios y asesoramiento
- 1.6 FACULTAD / UNIDAD ACADÉMICA 1: Facultad de Ciencias de la Administración
FACULTAD / UNIDAD ACADÉMICA 2: Facultad de Ciencias de la Administración
- 1.7 CARRERA 1: Marketing
CARRERA 2: Diseño Gráfico
CARRERA 3: Elija un elemento.
- 1.8 NOMBRE DEL PROYECTO: PLAN DE SOCIAL MEDIA COMPLEJO PATRIMONIAL TODOSANTOS

1.9 POBLACIÓN OBJETIVO:

Directos: Visitantes de la comunidad de todosantos, servidores turísticos de servicios complementarios, (servicios de alimentación y hospedería) técnicos que laboran en el Complejo.

Indirectos: los proveedores de materias primas y productos para los servicios ofrecidos, familias de las personas que laboran en el complejo patrimonial.

Entidades externas: Complejo Pumapungo, Unidad Educativa Sagrado Corazón, Jardín Botánico de Cuenca.

Nombre de la entidad	Tipo de entidad
Unidad Educativa Sagrado Corazón	Privada
Complejo Pumapungo	Pública
Jardín Botánico de Cuenca.	Pública

1.10 El proyecto está ligado a los siguientes objetivos del Plan de Creación de Oportunidades 2021 – 2025¹

OBJETIVOS DEL EJE ECONÓMICO

Objetivo 1: Incrementar y fomentar, de manera inclusiva, las oportunidades de empleo y las condiciones laborales.

Objetivo 2: Impulsar un sistema económico con reglas claras que fomente el comercio exterior, turismo, atracción de inversiones y modernización del sistema financiero nacional.

Objetivo 3: Fomentar la productividad y competitividad en los sectores agrícola, industrial, acuícola y pesquero, bajo el enfoque de la economía circular.

Objetivo 4: Garantizar la gestión de las finanzas públicas de manera sostenible y transparente.

OBJETIVOS DEL EJE SOCIAL

Objetivo 5: Proteger a las familias, garantizar sus derechos y servicios, erradicar la pobreza y promover la inclusión social.

Objetivo 6: Garantizar el derecho a la salud integral, gratuita y de calidad.

Objetivo 7: Potenciar las capacidades de la ciudadanía y promover una educación innovadora, inclusiva y de calidad en todos los niveles.

Objetivo 8: Generar nuevas oportunidades y bienestar para las zonas rurales, con énfasis en pueblos y nacionalidades.

OBJETIVOS DEL EJE SEGURIDAD INTEGRAL

Objetivo 9: Garantizar la seguridad ciudadana, orden público y gestión de riesgos.

Objetivo 10: Garantizar la soberanía nacional, integridad territorial y seguridad del Estado.

OBJETIVOS DEL EJE TRANSICIÓN ECOLÓGICA

Objetivo 11: Conservar, restaurar, proteger y hacer un uso sostenible de los recursos naturales.

Objetivo 12: Fomentar modelos de desarrollo sostenibles aplicando medidas de adaptación y mitigación al cambio climático.

Objetivo 13: Promover la gestión integral de los recursos hídricos.

OBJETIVOS DEL EJE INSTITUCIONAL

Objetivo 14: Fortalecer las capacidades del Estado con énfasis en la administración de justicia y eficiencia en los procesos de regulación y control, con independencia y autonomía.

Objetivo 15: Fomentar la ética pública, la transparencia y la lucha contra la corrupción.

¹ <https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/2021/09/Plan-de-Creacio%CC%81n-de-Oportunidades-2021-2025-Aprobado.pdf>

□ Objetivo 16: Promover la integración regional, la inserción estratégica del país en el mundo y garantizar los derechos de las personas en situación de movilidad humana.

1.11 El proyecto está ligado a los siguientes Objetivos de Desarrollo Sostenible.²

Especificar el o los objetivos de desarrollo sostenible ligados al proyecto. Para cada objetivo seleccionado detallar el porqué de esa relación.

1	Fin de la pobreza: Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo.	
	El proyecto generará nuevas plazas de empleo, dando así un sustento a las familias involucradas en esas plazas de trabajo.	<input checked="" type="checkbox"/>
2	Hambre cero: Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible.	
		<input type="checkbox"/>
3	Salud y bienestar: Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades.	
		<input type="checkbox"/>
4	Educación de calidad: Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos.	
		<input type="checkbox"/>
5	Igualdad de género: Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas.	
		<input type="checkbox"/>
6	Agua limpia y saneamiento: Garantizar la disponibilidad de agua y su gestión sostenible y el saneamiento para todos.	
		<input type="checkbox"/>

² <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/poverty/>

7	Energía asequible y no contaminante: Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para todos.	<input type="checkbox"/>
		
8	Trabajo decente y crecimiento económico: Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.	<input checked="" type="checkbox"/>
	El proyecto se enfoca en generar plazas de trabajo adecuadas para la comunidad.	
9	Industria, innovación e infraestructura: Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación.	<input type="checkbox"/>
		
10	Reducción de las desigualdades: Reducir la desigualdad en y entre los países.	<input type="checkbox"/>
		
11	Ciudades y comunidades sostenibles: Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles.	<input type="checkbox"/>
		
12	Producción y consumo responsables: Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.	<input type="checkbox"/>
		
13	Acción por el clima: Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.	<input type="checkbox"/>
		

14	Vida submarina: Conservar y utilizar en forma sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible.	<input type="checkbox"/>
		
15	Vida de ecosistemas terrestres: Gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y detener la pérdida de biodiversidad.	<input type="checkbox"/>
		
16	Paz, justicia e instituciones sólidas: Promover sociedades justas, pacíficas e inclusivas.	<input type="checkbox"/>
		
17	Alianza para lograr los objetivos: Revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible.	<input type="checkbox"/>
		

1.12 TIEMPO ESTIMADO DE EJECUCIÓN: 12 meses

1.13 RESPONSABLE DE LA PROPUESTA: Ing. Francisco Alvarez Mba.

1.14 PROFESORES PARTICIPANTES

(Todos los campos son obligatorios)

DOCENTES ASIGNADOS AL PROYECTO								
Nombres	Apellidos	Cédula	Formación Académica	Descripción de Títulos Académicos	Tipo de Docente	Correo electrónico	Teléfonos	Función dentro del proyecto
Juan Francisco	Alvarez Valencia	0103902094	Magíster	Master en administración de empresas Mención marketing	Titular auxiliar	falvarezv@uazuay.edu.ec	0992694265	Director Proyecto
Marco Antonio	Ríos Ponce	0103906814	Magíster	Magister en Administración de Empresas	Titular agregado	mrios@uazuay.edu.ec	0983348224	Coordinador Proyecto

1.15 ESTUDIANTES PARTICIPANTES

(Todos los campos son obligatorios)

Nombres	Apellidos	Cédula	Código de Estudiante	Ciclo que cursa	Facultad	Carrera	Correo electrónico	Teléfonos	Función dentro del proyecto
Camila	Pozo Valarero	0706160462	90164	Octavo	Facultad de Ciencias de la Administración	Marketing	camila25@es.uazuay.edu.ec	0939248577	Prácticas vinculación
Sofía Betzabe	Reyes Avelillas	0105012207	88927	Sexto	Facultad de Ciencias de la Administración	Marketing	sofia1205@es.uazuay.edu.ec	0958717525	Prácticas vinculación
Mónica Gabriela Contreras Palacios	Contreras Palacios	0105994586	88617	Sexto	Facultad de Ciencias de la Administración	Marketing	monicontrerasp@es.uazuay.edu.ec	0979044192	Prácticas vinculación

Para el 2do semestre del proyecto se unirán estudiantes que estén cursando la materia de marketing y comercio digital.

2. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

2.1. RESUMEN EJECUTIVO DEL PROYECTO:

El presente proyecto consiste en generar un análisis de las redes sociales del Complejo Patrimonial Todosantos, como también de su planificación y monitoreo de los medios digitales que tiene la organización. El proyecto se enfocará en las redes sociales del Complejo Patrimonial Todosantos, donde la Universidad del Azuay ha trabajado con algunas escuelas en distintos frentes, siendo éste uno de los principales generadores de ingresos económicos para la sostenibilidad de los otros, ayudando a visibilizar la organización y crear una comunidad para posicionar el proyecto en el mercado seleccionado. Identificado ya su mercado potencial, elegir sus plataformas digitales, identificando las tendencias actuales para atraer al público objetivo, planificar una calendarización del contenido que se ira publicando mensualmente, formando una comunidad que interactúe con la marca y fidelice sus clientes. Como mencionan Estrada Once, E. M., Jara Cárdenas, J. K., & Salto Samaniego, K. M. (2015) en su trabajo de graduación, el posicionamiento del Complejo Patrimonial Todosantos es fundamental para la sostenibilidad del mismo en el tiempo, y así generar una alternativa válida en el mercado cuencano, siendo así la planificación el eje central para la consecución de los objetivos estratégicos.

El monitoreo y evaluación de las redes también forma parte importante de este proyecto, sabiendo identificar las publicaciones que hayan generado mayor interacción con el público objetivo de la organización, teniendo informes oportunos para mejorar los procesos en las redes sociales.

2.2. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN:

El proyecto del Complejo Patrimonial Todosantos, nuevo en la ciudad de Cuenca, trata de insertar una propuesta alternativa donde se puedan identificar aristas como: la cultural, gastronómica y de hospedería, para el mercado objetivo identificado. Según Marquina-Arenas, J. (2013) el relacionarse con el público objetivo se vuelve de vital importancia para alcanzar los objetivos de la empresa en términos comerciales, y el posicionamiento de la marca, es por ello que se vuelve complejo llegar a esos públicos, si los medios que utilizan para impactarlos no son los correctos, teniendo en cuenta en donde interactúan ellos con los ofertantes de productos y servicios, actualmente son medios digitales, las redes sociales que han tenido un crecimiento importante en los últimos años, son las encargadas de distribuir la comunicación y promoción de los negocios actuales. Es por ello que el plan de social media, ayudará al proyecto en los siguientes ámbitos:

Reconocimiento de marca.

Fidelización de clientes.

Mayor oportunidad de conversión.

Reduce los costos de marketing.

2.3 ALCANCE TERRITORIAL: Cantonal

2.4 OBJETIVO GENERAL:

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

2.5 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

1. Analizar la situación actual de las redes sociales de la organización.
2. Identificar las redes sociales más eficientes.
3. Planificar el contenido en redes sociales.
4. Monitorear el contenido en las distintas redes sociales de la organización.

2.6 IMPACTO DEL PROYECTO:

- Social
- Científico
- Económico
- Político
- Ambiental
- Otro: _____

2.7 DESCRIPCIÓN DE IMPACTO ESPERADO

Al mejorar la reputación digital de la organización por medio de una planificación de los contenidos en redes sociales, interactuando con la comunidad, vinculando a clientes y usuarios, se rentabilizarán de manera más eficiente los procesos comerciales y de comunicación con el mercado seleccionado, generando así fuentes de empleo, la ampliación de servicios la permanencia del proyecto en el tiempo.

2.8. INDICADORES GENERALES DE IMPACTO A NIVEL DE PROYECTO

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

2.9. RESULTADOS / PRODUCTOS ESPERADOS:

Los resultados que esperamos conseguir con la realización de este proyecto serán de poder visibilizar a la organización en las distintas plataformas digitales, generando crecimiento e interactuando con el público objetivo.

Como producto del proyecto, generaremos un documento que contenga la calendarización de los contenidos para sus distintas redes sociales efectuando así una planificación eficiente de los procesos y los tiempos dedicados a estas actividades de promoción y comunicación del Complejo Patrimonial Todosantos, enfocadas para el presente año, que también podrían derivar en algún trabajo de titulación para los estudiantes que formen parte del proyecto

3. PLAN DE TRABAJO

Objetivo general	Objetivos específicos	Indicador	Resultado Esperado	Actividades	Medio de verificación	Supuestos
Generar e implementar un plan de social media para el Complejo Patrimonial de Todosantos para el año 2022.	Analizar la situación actual de las redes sociales de la organización.	Redes sociales utilizadas	Analizar el estado de las redes sociales	FODA para redes sociales	Informe	Que los datos de la empresa sean verídicos
				Análisis de la competencia	Informe	
				Conclusiones	Informe	
	Identificar las redes sociales más eficientes	Redes sociales utilizadas	Validar las redes sociales más efectivas	Análisis de tendencias en redes sociales	Informe	
				Identificar los públicos con las distintas redes	Informe	
	Planificar el contenido en redes sociales.	Contenido publicado en redes sociales	Calendarización de la redes sociales	Planificación	Informe	Que se contemplen objetivos en el plan
				Generación de contenidos	Banco de contenidos	Que los contenidos sean de interés para el público
				Calendarización de contenidos	Documento	Rescatar fechas importantes para la calendarización
	Monitorear el contenido en las distintas redes sociales de la organización.	Contenido publicado en redes sociales	Analizar los contenidos con mayor interacción con la comunidad	Alcance de las publicaciones	Informe	Que se consideren variables diferentes para la medición de cada una de las redes sociales

				Recomendaciones para los contenidos	Informe	No se distorsiona el análisis de los contenidos en las redes sociales
--	--	--	--	-------------------------------------	---------	---

4. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Anexo 2: Cronograma de Actividades.

Nota: se tomó en cuenta que el proyecto esté activo por 1 año, para dar continuidad con el estudio y generación de contenido con los estudiantes de la cátedra de marketing digital el próximo semestre, y esto genere prácticas en un entorno real para los estudiantes.

5. PRESUPUESTO

Costo total del Proyecto: 11.659,20

Aporte de la Universidad del Azuay: 11.659,20

Aporte de "El Complejo Patrimonial Todosantos"

El Complejo Patrimonial Todosantos, se compromete en contratar un técnico en diseño gráfico para la primera parte del proyecto, (6 meses) que dará soporte a las acciones generadas por los estudiantes involucrados en este proyecto.

Anexo 1: Presupuesto

6. BIBLIOGRAFÍA

Estrada Once, E. M., Jara Cárdenas, J. K., & Salto Samaniego, K. M. (2015). *Propuesta de un proyecto integral para el posicionamiento de Todosantos Complejo Patrimonial en la ciudad de Cuenca* (Bachelor's thesis).

Marquina-Arenas, J. (2013). Plan social media y community manager.

NOMBRE DEL DIRECTOR DE PROYECTO:
FRANCISCO ALVAREZ



FIRMA