

**UNA CAMPAÑA INTEGRAL DE PROMOCIÓN TURÍSTICA, ENFOCADA EN RESALTAR SUS SITIOS URBANOS, ECOLÓGICOS Y GATRONÓMICOS A TRAVÉS DE LA PLATAFORMA "TAS VUELTO" DURANTE EL PERIODO 2023-2025.**

**Autores:** Brigette Obando, Brigitte Alejandra Pesantez Jaramillo, María Alejandra Infante Dávila.

**Co - autores:** Romero Chicaisa María Augusta, Herrera Sigcha Guillermo Alexander , Imáicela Toledo Jonnathan Vicente, López Solano José Gabriel, Arias Sánchez Victor Andrés, Ortega Sarango José David, Piedra León Robert Steven, Romero Chicaisa María Augusta, Villalta León Ana Patricia, Castro Espinosa Henry Gerardo, Aguilar Naranjo Daniela Anahí, Camacho Minga Lisbeth Jacqueline

## 01 Introducción

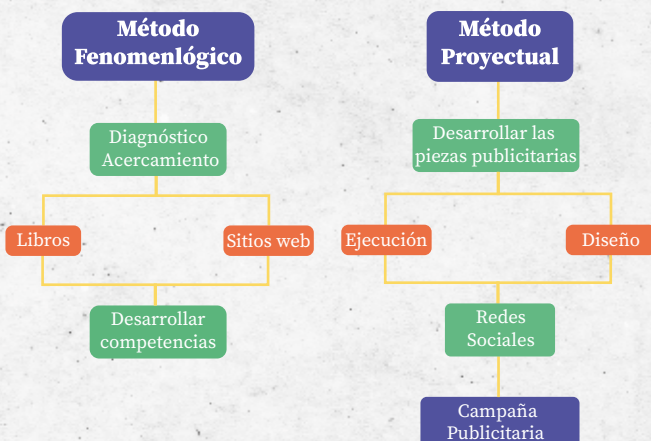
En la ciudad de Loja, los actores principales de turismo local necesitan empoderarse de esta actividad ya que existe un considerable margen de mejora, en este contexto la comunidad beneficiaria necesita desarrollar competencias a través de diferentes herramientas investigativas, aptitudinales y tecnológicas para generar experiencias positivas en los visitantes y de esta manera dinamizar la economía local por medio del turismo (Macas, 2023).

El presente proyecto de vinculación busca solventar todos los desafíos que enfrenta la comunidad a través de la pertinencia de las competencias compartidas con la localidad; transformando de esta manera la economía, motivando a la ciudadanía en general a participar en experiencias turísticas, mejorando la experiencia gastronómica de los visitantes.

## 02 Objetivos

- Alcanzar alta participación de la comunidad durante los primeros 5 meses de la campaña turística “tas vuelvo” utilizando técnicas de marketing, plataformas digitales y eventos de promoción para maximizar el alcance de modo que permita llegar a una audiencia total de al menos 2000 personas.
- Involucrar la participación de la Cámara de Turismo de Loja en las iniciativas de la campaña “tas vuelvo” en al menos el 40% de asistentes en los eventos y actividades promocionales con el fin de dinamizar la actividad turística local y el alcance de al menos 1000 personas.
- Implementar una iniciativa de promoción turística a través de rutas saludables, con el objetivo de fomentar la actividad física y destacar los atractivos turísticos locales, brindando a los participantes una experiencia enriquecedora que combine el ejercicio físico con la exploración y apreciación de nuestro hermoso entorno.
- Generar espacios de crecimiento profesional al 100% de docentes y estudiantes participantes del proyecto mediante la práctica de la investigación, innovación y vinculación con la sociedad con el propósito de fortalecer habilidades duras y blandas, así como el afianzamiento del perfil de egreso del estudiante.
- Brindar seguimiento procesual y continuo, así como evaluación al proyecto con el fin de detectar fortalezas y debilidades para retroalimentar procesos que contribuyan al éxito de la planificación sobre todo para determinar cambios favorables para los beneficiarios

## 04 Metodología



## 03 Desarrollo de proyecto

### Fase 1: Planificar

Se llevaron a cabo estrategias que incluyeron investigación de campo, identificación de recursos humanos adecuados, diagnóstico de problemas, análisis y selección de áreas de intervención, así como la socialización de proyectos ejecutados y la generación de actas para mejorar los programas de vinculación previos. Estas acciones fueron fundamentales para establecer una base sólida y efectiva para el desarrollo del proyecto.

### Fase 2: Hacer

Se realizaron diversas acciones para involucrar activamente a docentes y estudiantes en la intervención en la entidad beneficiaria. Esto incluyó la capacitación de los profesores del ISTS en la planificación y ejecución adecuadas de programas y proyectos de vinculación, así como el desarrollo de una plantilla para la planificación de estos proyectos, que detallaba actividades, cronogramas, responsabilidades y presupuesto. Además, se llevó a cabo la planificación detallada de los programas y proyectos de vinculación, definiendo actividades, cronogramas, responsabilidades y recursos necesarios.

### Fase 3: Actuar

Se establecieron colaboraciones con la mesa de turismo de Loja. Además, se socializó el formato de planificación con los beneficiarios para su participación en la ejecución del proyecto. Se llevaron a cabo actividades como la formulación de encuestas, la recopilación de información bibliográfica, la aplicación de encuestas a través de Google Forms, y el análisis de resultados. También se realizaron investigaciones competitivas para analizar estrategias de promoción, se estableció la visión y mensaje clave del proyecto, se diseñaron bocetos y prototipos para la identidad gráfica, se digitalizaron propuestas y se elaboró un manual de uso de elementos visuales para mantener una imagen de marca coherente.

## 05 Referencias

Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. (2014). Marketing for Hospitality and Tourism. Pearson.

Vilchis, L. d. (2000). Metodología Del Diseño : Fundamentos Teóricos. (UNAM, Ed.) México: Claves Latinoamericanas. Recuperado el 30 de 05 de 2022, de <https://books.google.com.ec/books?id=NoqZqGu3mf4C&pg=PA89&dq=metodologias+de+la+investigacion>

Manzano, A. (2021, 03 20). One page: Qué es y cómo saber si es la mejor opción para mi web. Dos Setenta. Retrieved November 28, 2023, from <https://dossetenta.com/diseno-web-one-page/>