



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO LICEO ADUANERO

Acuerdo Ministerial N. 210 de 09 de febrero de 2000

Acreditado: Resolución N.º 423-CEAACES-SE-12-2016

VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD



PROYECTO DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD

"IMPULSO VERDE DIGITAL: INNOVACIÓN Y MARKETING PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE EN LA COMUNIDAD MDCE – MV - SE

Carreras de:

- Tecnología Superior en Marketing Digital y Comunicación Estratégica
- Tecnología Superior en Marketing y Ventas
- Tecnicatura de Secretariado Ejecutivo

IBARRA - ECUADOR



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO LICEO ADUANERO

Acuerdo Ministerial N. 210 de 09 de febrero de 2000
Acreditado: Resolución N.º 423-CEAACES-SE-12-2016

VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD

PROYECTO DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD

1. Datos generales

1.1. Proyecto

1.1.1. **Nombre:** " Impulso Verde Digital: Innovación y Marketing para el Desarrollo Sostenible en la Comunidad MDCE – MV - SE"

1.1.2. **Código:** 2042-PV25-TSMDCEMVSE-01

1.2. Tiempo de duración del proyecto

1.2.1. **Fecha de inicio:** 14/4/2025

1.2.2. **Fecha de finalización:** 3/3/2026

1.2.3. **Duración:** 11 meses

1.3. Relevancia

1.3.1. **Campo amplio:** Administración de empresas y derecho.

1.3.2. **Campo específico:** Educación comercial y administración.

1.3.3. **Campo detallado:** Marketing y publicidad

1.3.4. **Línea(s) de I+D:**

Marketing Digital y Comunicación Estratégica: Proyectos de investigación, innovación, y de servicios comunitarios

Marketing y Ventas: Proyectos de investigación, innovación, y de servicios comunitarios

Secretariado Ejecutivo: Estrategias de comunicación organizacional efectiva y gestión documental con enfoque en la calidad del servicio

1.3.5. **Cátedra(s) relacionada(s):** Comunicación estratégica, gestión de redes sociales, comunicación visual y branding.

1.3.6. **Carrera que liderará el proyecto:** Marketing Digital y Comunicación Estratégica – Marketing y Ventas – Secretariado Ejecutivo

1.4. Alcance territorial del proyecto

1.4.1. **País:** Ecuador

1.4.2. **Provincia:** Imbabura

1.4.3. **Comunidad/entidad beneficiaria:** Asociaciones, entidades comerciales y organizaciones comunitarias.

1.4.4. **Características de la comunidad/entidad beneficiaria:** Urbanas y Rurales

1.4.5. Número aproximado de beneficiarios

1.4.5.1. **Directos:** 32 estudiantes (dependiendo el periodo académico)

1.4.5.2. **Indirectos:** 90 aproximadamente (dependiendo el periodo académico).

1.5. Lista de Participantes del Proyecto

1.5.1. Director del Proyecto

Nombre: MBA. Cristina Elizabeth Suárez Valencia

Cédula: 1003142963

Correo electrónico: cristina.suarez@liceoaduanero.edu.ec

Teléfono: 0981349554

Investigador acreditado por Senescyt (si/no): No



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO LICEO ADUANERO



Acuerdo Ministerial N. 210 de 09 de febrero de 2000

Acreditado: Resolución N.º 423-CEAACES-SE-12-2016

VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD

1.5.2. Estudiantes participantes

MARKETING DIGITAL Y COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

| Nombre | Carrera | Cédula | Correo electrónico | Teléfono | Nro. de horas que cumplirá el estudiante con este plan de trabajo |
|--------------------------------------|---------|------------|---------------------------------|------------|---|
| ALBAN MANCHENO NESTOR AMADO | MDCE | 2300223118 | naalban@liceoaduanero.edu.ec | 0993591684 | 60 |
| CADENA CALDERON CRISTIAN DAVID | MDCE | 1003700042 | cdcadena@liceoaduanero.edu.ec | 0984433654 | 60 |
| CADENA REGALADO EDISON LENIN | MDCE | 0401572920 | elcadena@liceoaduanero.edu.ec | 0979055853 | 60 |
| CAUCAL PORTILLA HARVEY ALFONSO | MDCE | 1004606776 | haramos@liceoaduanero.edu.ec | 0963807792 | 60 |
| DAVILA GUZMAN SHAWNY MICAELA | MDCE | 0401793641 | smdavila@liceoaduanero.edu.ec | 0967963272 | 60 |
| DIAZ PABON KAROL ESTEFANIA | MDCE | 0401905666 | kediaz@liceoaduanero.edu.ec | 0969674160 | 60 |
| LUCERO CORO EMELY DOMENICA | MDCE | 1722971601 | edlucero@liceoaduanero.edu.ec | 0984821796 | 60 |
| MARTINEZ LOPEZ JORGE STALIN | MDCE | 0401691159 | jsmartinez@liceoaduanero.edu.ec | 0997469496 | 60 |
| MORA BENAVIDES DANIEL JOSEPH | MDCE | 0450131438 | djmora@liceoaduanero.edu.ec | 0969777543 | 60 |
| PAREDES PEREZ JOHANNA ELIZABETH | MDCE | 0401732979 | jeparedes@liceoaduanero.edu.ec | 0969128006 | 60 |
| PAUCAR LARA JONATHAN PATRICIO | MDCE | 0401576293 | jppaucar@liceoaduanero.edu.ec | 0967648005 | 60 |
| POZO BENAVIDES JENNY MAGDALENA | MDCE | 0401245485 | jmpozo.2@liceoaduanero.edu.ec | 0962545341 | 60 |
| RAMOS CASTILLO HENRY ANTONIO | MDCE | 0502782350 | haramos@liceoaduanero.edu.ec | 0982675589 | 60 |
| VEGA VILLAVICENCIO JULIAN ALBERTO | MDCE | 0704569771 | javega@liceoaduanero.edu.ec | 0967225233 | 60 |

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO LICEO ADUANERO**

Acuerdo Ministerial N. 210 de 09 de febrero de 2000

Acreditado: Resolución N.º 423-CEAACES-SE-12-2016

VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD**MARKETING Y VENTAS**

| Nombre | Carrera | Cédula | Correo electrónico | Teléfono | Nro. de horas que cumplirá el estudiante con este plan de trabajo |
|--------------------------------------|---------|------------|----------------------------------|------------|---|
| AGUIÑO FARIAS ALEXANDRA ESPERANZA | MV | 0922164132 | aaguino@liceoaduanero.edu.ec | 0984753507 | 60 |
| ANGULO CORTES PIEDAD JACQUELINE | MV | 1719977280 | pjangulo@liceoaduanero.edu.ec | 0989251306 | 60 |
| CALDERON ALVEAR EVELYN GABRIELA | MV | 1003758594 | egcalderon@liceoaduanero.edu.ec | 0990949461 | 60 |
| CHURO ALBUJA MILTON GIOVANNY | MV | 1716554652 | mgchuro@liceoaduanero.edu.ec | 0985596964 | 60 |
| ESPINOZA MENDOZA MARCELO EDISON | MV | 1715873921 | meespinoza@liceoaduanero.edu.ec | 0986119425 | 60 |
| GODOY BORJA YADIRA GABRIELA | MV | 1724790884 | yggodoy@liceoaduanero.edu.ec | 0978925846 | 60 |
| GUEVARA RUALES ELVIS RAUL | MV | 1004242366 | erguevara@liceoaduanero.edu.ec | 0990340923 | 60 |
| LOOR CEDEÑO CLOVIS ADALBERTO | MV | 0910975242 | caloor@liceoaduanero.edu.ec | 0996199479 | 60 |
| LOPEZ LARA MARIA ELIZABETH | MV | 1719249292 | melopez.3@liceoaduanero.edu.ec | 0982957254 | 60 |
| PAREDES ALMEIDA LUIS ANDRES | MV | 1002808051 | laparedes.2@liceoaduanero.edu.ec | 0992118039 | 60 |
| PERALTA CASTILLO JOSE ANTONIO | MV | 0804437572 | japeralta@liceoaduanero.edu.ec | 0997832207 | 60 |
| PEREZ ARANA GLORIA ISABEL | MV | 1718664160 | giperez@liceoaduanero.edu.ec | 0982971226 | 60 |
| PINEDA MORENO JOSELYN KATHERINE | MV | 1005385610 | jkpineda@liceoaduanero.edu.ec | 0958753118 | 60 |
| REINOSO ORDOÑEZ GLADYS PATRICIA | MV | 1719336107 | gpreinoso@liceoaduanero.edu.ec | 0997029196 | 60 |
| TULCAN BENAVIDES ELSA MARCELA | MV | 1760859643 | emtulcan@liceoaduanero.edu.ec | 0967578352 | 60 |



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO LICEO ADUANERO



Acuerdo Ministerial N. 210 de 09 de febrero de 2000

Acreditado: Resolución N.º 423-CEAACES-SE-12-2016

VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD

SECRETARIADO EJECUTIVO

| Nombre | Carrera | Cédula | Correo electrónico | Teléfono | Nro. de horas que cumplirá el estudiante con este plan de trabajo |
|--|---------|------------|--------------------------------|------------|---|
| ALVAREZ CHICAIZA ROSA GUADALUPE | SE | 1001608858 | rgalvarez@liceoaduanero.edu.ec | 0991978841 | 60 |
| BONILLA RODRIGUEZ GABRIELA DE JESUS | SE | 0401512843 | gdbonilla@liceoaduanero.edu.ec | 0987370869 | 60 |
| DELLI VALLADARES SARA DEL CARMEN | SE | 0602190274 | sddelli@liceoaduanero.edu.ec | 0984331871 | 60 |

1.5.3. Profesor(es) tutor(es)

| Nombre | Cédula | Correo electrónico | Teléfono | Nro. de horas que destinara el profesor tutor |
|------------------------------|------------|---------------------------------|------------|---|
| BISBICUS GOYES JOSÉ DAVID | 1003202486 | jdbisbicus@liceoaduanero.edu.ec | 0995713504 | 2 horas a la semana |

1.6. Tiempo estimado que dedicará el director y/o profesor tutor del proyecto

- Director: 4 horas a la semana
- Tutor: 4 horas a la semana

2. Descripción del proyecto

2.1. Ámbitos de vinculación

Investigación

Servicio Comunitario o Social

Servicios Especializados



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO LICEO ADUANERO

Acuerdo Ministerial N. 210 de 09 de febrero de 2000

Acreditado: Resolución N.º 423-CEAACES-SE-12-2016

VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD



2.2. Objetivos de Desarrollo Sostenible ODS

ODS 4. Educación de Calidad

Meta 4.7: Asegurar que los alumnos y la comunidad adquieran los conocimientos teóricos y prácticos necesarios para promover el desarrollo sostenible mediante la educación en comunicación estratégica y el uso responsable de medios digitales.

ODS 12. Producción y Consumo Responsables

Meta 12.6: Alentar a las empresas (especialmente PYMES de la comunidad) a que adopten prácticas sostenibles e incorporen información sobre sostenibilidad en su ciclo de presentación de informes y publicidad.

Meta 12.8: Asegurar que las personas tengan la información y la conciencia pertinentes para el desarrollo sostenible y los estilos de vida en armonía con la naturaleza a través de campañas de comunicación estratégica.

ODS 13. Acción por el Clima

Meta 13.3: Mejorar la educación, la sensibilización y la capacidad humana e institucional respecto a la mitigación del cambio climático mediante la sustitución de publicidad física contaminante (flyers, lonas, plástico) por estrategias de marketing digital y automatización.

2.3. Descripción Actividad I+D

Marketing Digital y Comunicación Estratégica: Proyectos de investigación, innovación, y de servicios comunitarios

Marketing y Ventas: Proyectos de investigación, innovación, y de servicios comunitarios

Secretariado Ejecutivo: Estrategias de comunicación organizacional efectiva y gestión documental con enfoque en la calidad del servicio

2.4. Identificación del problema

En diversas comunidades, especialmente aquellas con acceso limitado a recursos e infraestructura tecnológica y publicitaria, se evidencian múltiples barreras que dificultan la inclusión y el desarrollo del marketing de forma sostenible y equitativa. Estas barreras incluyen la falta de espacios adecuados para la capacitación y ejecución de estrategias, la escasa accesibilidad de herramientas para personas con discapacidad, la baja conciencia ambiental en campañas promocionales y la inexistencia de programas que impulsen el marketing como herramienta de inclusión social y desarrollo económico.

A pesar de que el marketing es una disciplina con alto impacto social y potencial integrador, muchas veces se encuentra desvinculado de prácticas sostenibles o de iniciativas que fomenten la equidad, la diversidad y la educación ambiental. En comunidades vulnerables, la carencia de equipamiento tecnológico adecuado, el limitado



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO LICEO ADUANERO



Acuerdo Ministerial N. 210 de 09 de febrero de 2000

Acreditado: Resolución N.º 423-CEAACES-SE-12-2016

VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD

acceso a profesionales capacitados en marketing inclusivo, y la falta de campañas de sensibilización sobre sostenibilidad impiden que esta disciplina se convierta en un vehículo real de transformación social.

Por otro lado, el enfoque tradicional de la publicidad y la comunicación muchas veces excluye a grupos como personas con discapacidad, adultos mayores o emprendedores con condiciones socioeconómicas limitadas, quienes no encuentran estrategias adaptadas ni metodologías que respondan a sus realidades. Asimismo, las campañas en entornos comunitarios rara vez incorporan prácticas responsables como el reciclaje de materiales promocionales, el uso eficiente de recursos o la educación sobre consumo responsable, perdiendo así una valiosa oportunidad para formar ciudadanos y consumidores conscientes.

Esta problemática refleja una desconexión entre el potencial transformador del marketing y las necesidades reales de la comunidad. Se requiere, por tanto, una intervención integral que articule las estrategias de marketing con la inclusión social, el respeto ambiental y la innovación educativa, permitiendo que la comunicación y la publicidad sean herramientas activas de cambio, sensibilización y desarrollo sostenible.

2.5. Antecedentes

A nivel mundial, organizaciones como la ONU, la UNESCO y el Pacto Mundial han destacado el poder del marketing y la comunicación estratégica como herramientas eficaces para la inclusión social, el fomento de valores y la promoción del desarrollo sostenible. El acceso a la información y a la comunicación efectiva es considerado un derecho humano y una vía para mejorar la educación, la economía local y la cohesión comunitaria, especialmente cuando se combina con enfoques innovadores que promueven la equidad, la diversidad y el respeto por el medio ambiente.

En países como Ecuador, diversas iniciativas locales han demostrado que el marketing puede ir mucho más allá de la simple promoción de productos o servicios. Programas sociales y comunitarios han logrado integrar a jóvenes en situación de riesgo, personas con discapacidad y comunidades rurales mediante campañas creativas, talleres de comunicación y proyectos colaborativos, fomentando la convivencia pacífica, la disciplina, el trabajo en equipo y la resiliencia. Sin embargo, estas experiencias todavía son escasas, dispersas y carecen de un enfoque sistemático que integre de manera transversal la sostenibilidad ambiental y la inclusión total.

A pesar de los esfuerzos de instituciones educativas y organizaciones del sector, aún persiste una brecha significativa en la formación técnica de profesionales y estudiantes de marketing en cuanto a metodologías inclusivas, adaptaciones de contenidos para públicos con discapacidad y conciencia ambiental en la gestión de campañas y eventos. Además, muchos espacios comunitarios destinados a la comunicación y la capacitación presentan deficiencias en accesibilidad, manejo responsable de materiales y prácticas ecológicas durante actividades promocionales o educativas.



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO LICEO ADUANERO

Acuerdo Ministerial N. 210 de 09 de febrero de 2000

Acreditado: Resolución N.º 423-CEAACES-SE-12-2016

VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD



2.6. Justificación del proyecto

El proyecto “Impulso Verde Digital: Innovación y Marketing para el Desarrollo Sostenible en la Comunidad MDCE – MV” nace de la necesidad de potenciar el marketing como una herramienta de transformación social, promoviendo una cultura de inclusión, sostenibilidad ambiental y compromiso comunitario. A pesar del impacto positivo que tiene esta disciplina en el desarrollo personal y colectivo, aún existen limitaciones significativas en cuanto al acceso equitativo a la formación, los recursos y las oportunidades de comunicación estratégica, especialmente para personas con discapacidad, grupos vulnerables o comunidades con escasos recursos.

En el contexto ecuatoriano, muchas instituciones educativas, barrios y organizaciones comunitarias carecen de espacios inclusivos y adaptados para desarrollar actividades de marketing y comunicación accesibles para todos los públicos, lo que restringe la participación de diversos sectores de la población. Además, la sostenibilidad ambiental no ha sido suficientemente integrada en el diseño, ejecución y gestión de campañas, eventos y materiales promocionales, perdiendo la oportunidad de concienciar a las nuevas generaciones sobre el cuidado del entorno y la eficiencia en el uso de recursos.

Desde la perspectiva educativa, los estudiantes de las carreras de Marketing Digital y Comunicación Estratégica, Marketing y Ventas y Secretariado Ejecutivo requieren experiencias formativas que trasciendan el aula y los conecten con las dinámicas sociales actuales. Es fundamental que puedan aplicar sus conocimientos en el diseño de estrategias digitales y comunicacionales en entornos reales, desarrollando no solo competencias técnicas, sino también habilidades blandas esenciales como el liderazgo, la empatía, el trabajo colaborativo y la responsabilidad social corporativa.

Este proyecto representa una oportunidad concreta para articular la formación académica con el servicio a la comunidad, permitiendo a los futuros profesionales convertirse en agentes de cambio. A través de la implementación de soluciones digitales que reducen el impacto ambiental, los estudiantes fortalecen su perfil profesional y materializan su compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, enfocándose especialmente en el ODS 4 (Educación de calidad), al promover una cultura de sostenibilidad; el ODS 12 (Producción y consumo responsables), fomentando prácticas publicitarias ecológicas; y el ODS 13 (Acción por el clima), mitigando la contaminación física mediante la transformación digital. De esta manera, contribuyen de forma tangible a las metas globales mediante acciones locales innovadoras y sostenibles.

El proyecto se centra en el desarrollo de actividades de comunicación, marketing digital y branding con enfoque inclusivo y ecológico, tales como campañas adaptadas para públicos diversos, producción de materiales con insumos sostenibles, arborización en espacios comunitarios vinculada a eventos promocionales y talleres sobre ética, valores y responsabilidad en el marketing. Estas acciones fomentan el respeto por la diversidad, promueven la igualdad de oportunidades y generan conciencia sobre el impacto ambiental de la industria publicitaria y comunicacional.



En conclusión, este proyecto responde a una necesidad social real, potencia la formación de los estudiantes, genera impacto positivo en la comunidad y se alinea con principios institucionales, pedagógicos y éticos, consolidando el rol del Instituto Superior Tecnológico Liceo Aduanero como promotor de cambio social a través del marketing, la inclusión y la sostenibilidad.

2.6.1. Impacto científico

El proyecto promueve la aplicación práctica del conocimiento técnico y estratégico del marketing mediante actividades de intervención comunitaria con enfoque inclusivo y sostenible. A través de diagnósticos participativos, desarrollo de propuestas de mejora, registro audiovisual de experiencias y evaluación de impacto, los estudiantes aplicarán herramientas de análisis, planificación y evaluación vinculadas con la investigación aplicada. Esto permitirá fortalecer líneas de investigación relacionadas con marketing inclusivo, comunicación responsable y educación ambiental en entornos publicitarios, así como el diseño de estrategias adaptadas para públicos diversos. Además, se generará material didáctico y audiovisual útil para futuras cohortes y estudios de caso en la formación académica de profesionales en marketing.

2.6.2. Impacto económico

La implementación del proyecto beneficiará económicamente tanto a las comunidades como a las instituciones participantes, al fomentar el uso racional de recursos, el reciclaje en espacios de trabajo y la optimización de materiales promocionales reutilizables. La incorporación de prácticas sostenibles en la organización de campañas y eventos de marketing —como el uso de materiales reciclables, la reducción de plásticos de un solo uso y la reforestación de espacios vinculados a actividades comunitarias— puede reducir costos operativos y mejorar la infraestructura comunicacional y social de las comunidades.

Asimismo, al generar capacidades locales y fomentar la autogestión de campañas y actividades de comunicación inclusivas, el proyecto fortalece la economía social al incentivar la participación y responsabilidad de actores locales, sin depender exclusivamente de recursos externos.

2.6.3. Impacto político

El proyecto impulsa la aplicación de normativas nacionales e internacionales relacionadas con el marketing inclusivo, la accesibilidad universal y la protección ambiental. Contribuye al cumplimiento de la legislación ecuatoriana sobre igualdad de oportunidades, comunicación accesible para personas con discapacidad (Ley Orgánica de Discapacidades) y la gestión ambiental responsable en la producción y ejecución de campañas y eventos públicos.

El proyecto impulsa el marketing inclusivo y la protección ambiental, cumpliendo con la Ley Orgánica de Discapacidades y normativas de gestión ecológica. Fortalece el



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO LICEO ADUANERO



Acuerdo Ministerial N. 210 de 09 de febrero de 2000

Acreditado: Resolución N.º 423-CEAACES-SE-12-2016

VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD

compromiso con los ODS 4, 12 y 13, posicionando al Instituto como referente en comunicación accesible y desarrollo sostenible alineado con las políticas públicas nacionales.

2.6.4. Impacto social

El principal impacto del proyecto se refleja en la transformación positiva de las comunidades mediante la promoción del marketing como herramienta de inclusión, equidad y cohesión social. Las campañas y actividades inclusivas fomentarán el respeto, la empatía, la participación comunitaria y el trabajo en equipo entre personas de distintas edades, condiciones y contextos socioeconómicos.

La creación de espacios seguros, accesibles y sostenibles para el desarrollo de estrategias de comunicación y eventos comunitarios promoverá el acceso a la información, fortalecerá el tejido social y reducirá barreras sociales y culturales. Al integrar a personas con discapacidad, mujeres, niños, jóvenes y adultos mayores en las acciones de marketing, se potencia la equidad y se construye una cultura de inclusión y respeto a la diversidad.

Finalmente, los estudiantes participantes desarrollarán una conciencia social más profunda, habilidades de liderazgo comunitario y sentido de corresponsabilidad, consolidando su formación como profesionales éticos y agentes de cambio en su entorno.

2.7. Objetivos

2.7.1. Objetivo general

Fortalecer la conciencia ambiental y la participación comunitaria mediante el desarrollo de actividades educativas, diagnósticas y de intervención en una comunidad beneficiada, como parte del proceso de prácticas de servicio comunitario.

2.7.2. Objetivos específicos

- Diagnosticar las necesidades de la comunidad beneficiada en relación con temas ambientales y de organización comunitaria.
- Diseñar e implementar una campaña de conciencia ambiental y sostenibilidad con participación de los estudiantes y la comunidad.
- Fomentar la participación de los actores comunitarios en actividades de recuperación de espacios, reciclaje y educación ambiental.



2.8. Línea base

Marketing Digital y Comunicación Estratégica: Proyectos de investigación, innovación, y de servicios comunitarios.

Marketing y Ventas: Proyectos de investigación, innovación, y de servicios comunitarios.

Secretariado Ejecutivo: Estrategias de comunicación organizacional efectiva y gestión documental con enfoque en la calidad del servicio

2.9. Lista de actores sociales interesados

- Estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Liceo Aduanero
- Docentes del Instituto Superior Tecnológico Liceo Aduanero
- Comunidades
- Instituciones beneficiadas
- Comunidad barrial y asociaciones ciudadanas

2.10. Metodología

La metodología empleada será de carácter cualitativo y se basará en un enfoque participativo. El proceso comenzará con una etapa de diagnóstico comunitario que incluirá entrevistas, encuestas y observación en campo para reconocer prácticas que no sean sostenibles. Luego, se formularán e implementarán medidas de mejora mediante talleres, jornadas de capacitación y asesorías técnicas desarrolladas por los estudiantes bajo la guía del docente. Además, se realizará un análisis documental para revisar la normativa ambiental vigente y su aplicabilidad. A lo largo de todo el proyecto se promoverá la intervención activa de los actores sociales, con el propósito de asegurar que las soluciones planteadas respondan a sus necesidades. Finalmente, se llevará a cabo una evaluación de los logros obtenidos mediante indicadores que reflejen el impacto ambiental, social y educativo.

TECNOLÓGICO
LICEO ADUANERO



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO LICEO ADUANERO



Acuerdo Ministerial N. 210 de 09 de febrero de 2000

Acreditado: Resolución N.º 423-CEAACES-SE-12-2016

VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD

2.11. Matriz de marco lógico

| Lógica de Intervención | Resumen descriptivo | Indicadores verificables / ¿Cómo medirá el éxito? | Medios de verificación / ¿Dónde se encontrará n los indicadores de éxito? | Condiciones o limitantes / ¿De qué depende el éxito? |
|------------------------|---|--|---|---|
| Objetivo general | Fortalecer la conciencia ambiental y la participación comunitaria mediante el desarrollo de actividades educativas, diagnósticas y de intervención en una comunidad beneficiada, como parte del proceso de prácticas de servicio comunitario. | Nivel de participación comunitaria y estudiantil en estrategias implementadas. Mejoras en conciencia ambiental y compromiso social. Nivel de percepción positiva en encuestas. | Listado de participantes, Fotografías, videos e informes. Encuestas realizadas. | Presupuesto institucional requerido. |
| Objetivo específico 1 | Diagnosticar las necesidades de la comunidad beneficiada en relación con temas ambientales y de organización comunitaria. | Diagnóstico completo con identificación de necesidades. Número de afiches colocados. Número de encuestas y videos realizados. | Resultados de encuestas de diagnóstico. Videos, fotografías y afiches realizados. | En base al presupuesto institucional. Acceso a la comunidad. Colaboración y datos fiables. Participación de los estudiantes y actores comunitarios. Recursos adecuados. |



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO LICEO ADUANERO



Acuerdo Ministerial N. 210 de 09 de febrero de 2000

Acreditado: Resolución N.º 423-CEAACES-SE-12-2016

VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD

| | | | | |
|--|--|--|---|--|
| Resultado 1: | Informe diagnóstico participativo sobre las principales problemáticas ambientales y de gestión. | | | |
| Actividades para lograr el resultado 1: | <ul style="list-style-type: none"> Aplicar una encuesta diagnóstica para identificar el conocimiento y las prácticas actuales sobre sostenibilidad y medio ambiente Desarrollar el guion del video relacionado con reciclaje y reutilización, con enfoque técnico en base a la carrera. Grabar el video de la campaña incluyendo una frase clave y entrega o colocación de un afiche. | | | |
| Objetivo específico 2 | Diseñar e implementar una campaña de conciencia ambiental y sostenibilidad con participación de los estudiantes y la comunidad. | Número de campañas y actividades realizadas. Nivel de participación. | Videos y fotografías. Materiales y reportes de actividades. | Participación de los estudiantes y actores comunitarios. Recursos adecuados. |
| Resultado 2: | Implementación de campañas audiovisuales con enfoque profesional para fomentar la cultura del reciclaje y reutilización entre estudiantes y comunidad. | | | |
| Actividades para lograr el resultado 2: | <ul style="list-style-type: none"> Elaboración de afiches o material visual. Organización y ejecución de talleres o campañas comunitarias. Grabación del video sobre reciclaje y reutilización. | | | |
| Objetivo específico 3 | Fomentar la participación de los actores comunitarios en actividades de recuperación de espacios, reciclaje y educación ambiental. | Número de campañas y actividades realizadas. Nivel de participación. | Videos y fotografías. Materiales y reportes de actividades | En base al presupuesto institucional. Participación de los estudiantes y actores comunitarios. Recursos adecuados. |





INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO LICEO ADUANERO

Acuerdo Ministerial N. 210 de 09 de febrero de 2000

Acreditado: Resolución N.º 423-CEAACES-SE-12-2016

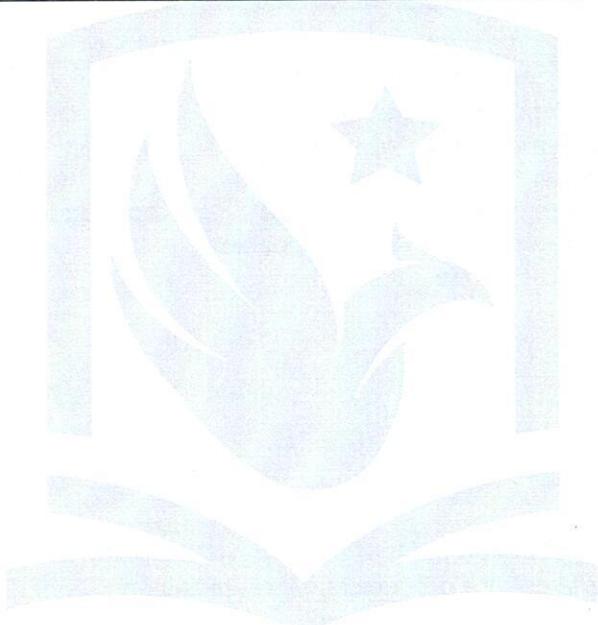
VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD



| | |
|---------------------|---|
| Resultado 3: | Elaboración de videos educativos aplicando prácticas sostenibles. |
|---------------------|---|

Actividades para lograr el resultado 3:

- Organización de charlas y talleres ambientales
- Difusión de materiales educativos (trípticos, videos, infografías).
- Ejecución de una campaña comunitaria con actividades participativas.



TECNOLÓGICO
LICEO ADUANERO



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO LICEO ADUANERO

Acuerdo Ministerial N. 210 de 09 de febrero de 2000

Acreditado: Resolución N.º 423-CEAACES-SE-12-2016

VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD

2.12. Cronograma de actividades

| Actividades | Año 1 | | | | | | | | | | | |
|--|-------|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|--|
| | Meses | | | | | | | | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | |
| Actividades para el resultado 1: | | | | | | | | | | | | |
| <ul style="list-style-type: none">Aplicar una encuesta diagnóstica para identificar el conocimiento y las prácticas actuales sobre sostenibilidad y medio ambienteDesarrollar el guion del video relacionado con reciclaje y reutilización, con enfoque técnico en base a la carrera.Grabar el video de la campaña incluyendo una frase clave y entrega o colocación de un afiche. | | | | | | | | | | | | |
| Actividades para el resultado 2: | | | | | | | | | | | | |
| <ul style="list-style-type: none">Elaboración de afiches o material visual.Organización y ejecución de talleres o campañas comunitarias.Grabación del video sobre reciclaje y reutilización. | | | | | | | | | | | | |
| Actividades para el resultado 3: | | | | | | | | | | | | |
| <ul style="list-style-type: none">Organización de charlas y talleres ambientales.Difusión de materiales educativos (trípticos, videos, infografías).Ejecución de una campaña comunitaria con actividades participativas. | | | | | | | | | | | | |

TECNOLÓGICO
LICEO ADUANERO



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO LICEO ADUANERO

Acuerdo Ministerial N. 210 de 09 de febrero de 2000

Acreditado: Resolución N.º 423-CEAACES-SE-12-2016

VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD



2.13. Presupuesto y financiamiento del proyecto

Señalar el presupuesto requerido para poner en marcha el proyecto, editar el siguiente cuadro según corresponda.

| Nº | ACTIVIDADES Y/O RUBROS PRESUPUESTARIAS | UNIDAD DE MEDIDA | CANTIDAD | COSTO UNITARIO | COSTO TOTAL |
|--------------|---|------------------|----------|----------------|-----------------|
| 1 | Diagnóstico participativo de prácticas no sostenibles vigente en los sectores intervenidos. | - | 4 | \$100.00 | \$400.00 |
| 2 | Soluciones sostenibles contextualizadas, listas para su implementación comunitaria. | - | 0 | \$0.00 | \$0.00 |
| 3 | Comunidad y sensibilizada en prácticas sostenibles | - | 0 | \$0.00 | \$0.00 |
| Total | | | | | \$400.00 |

TECNOLÓGICO
LICEO ADUANERO



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO LICEO ADUANERO

Acuerdo Ministerial N. 210 de 09 de febrero de 2000

Acreditado: Resolución N.º 423-CEAACES-SE-12-2016

VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD

2.14. ¿Cuál es el valor total de financiamiento? (Total egresos):

| FUENTE FINANCIAMIENTO | VALOR TOTAL DE FINANCIAMIENTO POR FUENTE | RECURSOS INSTITUCIONALES EXISTENTES (\$) | RECURSOS PLANIFICADOS (\$) POR EJECUTAR |
|-----------------------|--|--|--|
| ISTLA | 0 | 2000 | 2000 |
| OTROS (DONACIONES) | 0 | 0 | 0 |
| TOTAL: | 0 | 2000 | 2000 |

Nota 1: Los valores arriba señalados son referenciales. El proyecto se ajustará a la disponibilidad de fondos respectiva.

TECNOLÓGICO
LICEO ADUANERO



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO LICEO ADUANERO

Acuerdo Ministerial N. 210 de 09 de febrero de 2000

Acreditado: Resolución N.º 423-CEAACES-SE-12-2016

VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD

2.15. Fuentes de financiamiento:

El financiamiento se lo establecerá de forma interna por parte del Instituto Superior Tecnológico Liceo Aduanero.

2.16. Parámetro cumplimiento:

El cumplimiento de las actividades se ejecutará en los períodos académicos que corresponden al 2025.

3. Firmas



MBA. Cristina Suárez
Director del Proyecto



Mgtr. José Bisbicus
Profesor Tutor



Mgtr. José Bisbicus
Coordinador Académico

