

UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
INGENIERÍA EN COMERCIO ELECTRÓNICO**

TÍTULO:

Implementación de herramientas Open Source de comercio electrónico y publicidad online diseñadas para la comercialización y exportación de sombreros de paja toquilla de la comunidad de artesanos de Montecristi.

AUTORES:

**DYER FERAUD, AMY MARIBEL
CORTEZ RODRÍGUEZ, MAYRA MARLENE**

TIPO DE TRABAJO DE TITULACIÓN:

PROYECTO INTEGRADOR

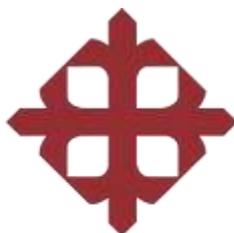
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO:

INGENIERA EN COMERCIO ELECTRÓNICO

TUTOR:

CARVACHE FRANCO, ORLY DANIEL

**Guayaquil, Ecuador
2016**



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
INGENIERÍA EN COMERCIO ELECTRÓNICO**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por **Amy Maribel Dyer Feraud** y **Mayra Marlene Cortez Rodríguez**, como requerimiento para la obtención del Título de **Ingeniería en Comercio Electrónico**.

TUTOR

Orly Daniel, Carvache Franco

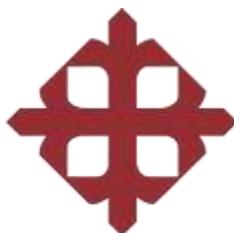
REVISOR

Roberto, García Sánchez

DIRECTOR DE LA CARRERA

Ana Del Rosario, Ulloa Armijos

Guayaquil, a los 22 días del mes de Marzo del año 2016



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
INGENIERÍA EN COMERCIO ELECTRÓNICO**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Nosotras, **Amy Maribel Dyer Feraud** y **Mayra Marlene Cortez Rodríguez**.

DECLARAMOS QUE:

El Trabajo de Titulación **Implementación de herramientas Open Source de comercio electrónico y publicidad online diseñadas para la comercialización y exportación de sombreros de paja toquilla de la comunidad de artesanos de Montecristi** previo a la obtención del Título de **Ingeniería en Comercio Electrónico**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de nuestra total autoría.

En virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación, de tipo **proyecto integrador** referido.

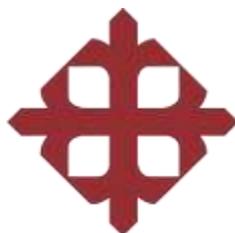
Guayaquil, a los 22 días del mes de Marzo del año 2016

LA AUTORA

LA AUTORA

AMY MARIBEL DYER FERAUD

**MAYRA MARLENE CORTEZ
RODRÍGUEZ**



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
INGENIERÍA EN COMERCIO ELECTRÓNICO**

AUTORIZACIÓN

Nosotras, **Amy Maribel Dyer Feraud** y **Mayra Marlene Cortez Rodríguez**.

Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación **Implementación de herramientas Open Source de comercio electrónico y publicidad online diseñadas para la comercialización y exportación de sombreros de paja toquilla de la comunidad de artesanos de Montecristi**, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

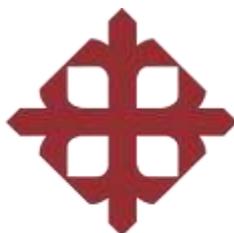
Guayaquil, a los 22 días del mes de Marzo del año 2016

LA AUTORA

LA AUTORA

AMY MARIBEL DYER FERAUD

**MAYRA MARLENE CORTEZ
RODRÍGUEZ**



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
INGENIERÍA EN COMERCIO ELECTRÓNICO**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

MIEMBRO DEL TRIBUNAL 1

MIEMBRO DEL TRIBUNAL 2



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
INGENIERÍA EN COMERCIO ELECTRÓNICO**

CALIFICACIÓN

Orly Daniel, Carvache Franco

TUTOR

AGRADECIMIENTO

“Agradezco a Dios por las oportunidades que me da, en el que permite que personas maravillosas sean parte, sumando en mi vida para ayudarme a cumplir metas. Gracias a mi abuelo materno, a mi madre, a mi hermano, a mi esposo y a mi hijo por ser la inspiración de cada paso que doy y a los que deseo estén orgullosos siempre; gracias por su amor paciente y bondadoso.

De igual manera agradezco la ayuda brindada al tutor de este trabajo de titulación por su dedicación y total ayuda, a su vez a mi compañera de proyecto por su responsabilidad y esfuerzo. Se cumple una meta más en mi vida y agradezco a los que soñaron junto a mí que si se podía lograrlo.”

Amy Dyer Feraud.

“Mi mayor agradecimiento a Dios por haberme concedido la sabiduría en el transcurso del camino de mi carrera universitaria, para poder culminarla con éxitos. A mi tutor el Ing. Orly Carvache por su dedicación y apoyo, a Amy Dyer mi compañera de proyecto porque juntas trabajamos con esfuerzo para obtener este logro. Y a todos los profesores que me acompañaron en las aulas durante este trayecto, brindándome sus conocimientos y experiencias que enriquecieron mi vida profesional.”

Mayra Cortez Rodríguez.

DEDICATORIA

“Pon en manos del Señor todas tus obras, y tus proyectos se cumplirán.”

Proverbios 16:3

“Dedico este trabajo de titulación a Dios porque me dio fortaleza, sabiduría, amor, fe para la realización de este proyecto integrador. Lo dedico también mi madre Delia Feraud, a mi abuelo Héctor Feraud, a mi hermano Carlos Andrés Dyer, a mi esposo Jorge Centeno y a mi amado hijo Emiliano Centeno Dyer, porque son el motor de mi vida y quienes iluminan mis días para ser mejor. Por ellos y para ellos con amor puro y eterno va dedicado este sueño que se vuelve realidad y todos los demás que realice de su mano y de la de Dios.”

Amy Dyer Feraud.

“Este trabajo va dedicado con todo mi amor y cariño a mis padres que hicieron posible haber obtenido este logro académico, cultivaron en mi las ganas de una formación profesional de calidad. Y a mis hijas que son el motor para lograr cada meta en mi vida, porque hemos sacrificado tiempo de pasar juntas, por noches que llegue ya tarde a casa y las encontré dormidas, este logro es por y para ustedes mis princesas.”

Mayra Cortez Rodríguez

ÍNDICE

Título	1
Diagnóstico	1
Descripción del contexto	1
Antecedentes	2
Experiencias previas sobre el problema.....	3
Justificación	5
Justificación del proyecto	5
Formulación del problema	9
La descripción de la situación del problema.....	9
La formulación del problema	10
Delimitación del problema	10
Objetivos de la investigación	11
Objetivo General	11
Objetivos Específicos	11
Relación del proyecto con el programa de estudio	12
Relación del proyecto con los campos de conocimiento, áreas y materias de la carrera	12
Marco teórico	13
Marco Conceptual	20
Diseño metodológico	22
Métodos y técnicas utilizados para resolver el problema	22
Criterios para elaborar la propuesta y su validación.....	26
Plan de trabajo	29
Cronograma de Actividades	29
Recursos	30
Presupuesto	31
La propuesta	33
Referencias	41
Anexos	43

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Clasificación de pymes.....	21
Tabla 2 Cronograma de actividades	29
Tabla 3 Presupuesto.....	31
Tabla 4 Tarifario 2013 CDE-EP... ..	43

RESUMEN

El presente proyecto integrador, se enfoca en resolver la situación problemática de los artesanos de Montecristi, quienes a pesar de tener el sombrero de paja toquilla mundialmente conocido desde mucho tiempo atrás declarado Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO, han presentado dificultades en la comercialización internacional y actualmente la exportación se realiza a través de intermediarios distribuidores localizados en diversos países, debido a la escases de conocimientos y herramientas tecnológicas necesarias para realizar una comercialización directa a través de la web.

Integrando conocimientos de diversas áreas: comercio electrónico, administración y diseño web, en este proyecto se estructura una propuesta basada en herramientas Open Source para la implementación de tienda virtual de comercio electrónico y publicidad web, para que los artesanos de sombreros de paja toquilla puedan realizar la promoción y comercialización de sus productos a nivel internacional a través de la internet.

Palabras Claves: comercio electrónico, publicidad en línea, código libre, sombreros paja toquilla, tienda virtual.

ABSTRACT

This project focuses in solving an issue present in the artisan community of Montecristi. Despite creating the worldwide reknown Straw Hat, declared as Intangible Cultural Heritage of Humanity by UNESCO, the artisans have had a hard time trying to export their production and place it in the international market. These last two activities are carried out by third parties and distributors, located in different countries, that count with the knowledge and technology needed to sell and place a product on the web; tools that the artisans lack of.

This project is based upon the integration of knowledge from diver areas: e-commerce, management and web-dewing. The result: an Open Source platform that will allow the artisans to sell and place their product in the international market by using our virtual store.

Keywords: e-commerce, e-marketing, open source, Straw hat, virtual store.

INTRODUCCIÓN

La implementación de herramientas Open Source de comercio electrónico y publicidad online son viables para una empresa en desarrollo como las pymes porque ayuda a que se muestren al mercado nacional e internacional de manera segura, amigable y atractiva al consumidor. Por lo tanto se considera que las herramientas para el comercio electrónico brindan beneficios como el ahorro monetario, de tiempo y de espacio, dándole a la empresa facilidades para una optimización de recursos.

El proyecto está basado en la solución para la comunidad de artesanos de Montecristi en la provincia de Manabí donde se encuentran los sombreros con mejor calidad y más finos del mundo, alcanzando en mercados internacionales los \$25.000,00 dólares y si el comprador decide agregar detalles al sombrero el precio aumenta.

La comunidad de artesanos de Montecristi ha identificado sus falencias para el reconocimiento mundial de sus marcas y desean emprender métodos para crecer y ser más fructíferos, notando que una solución es estar presentes en el internet, pero no tienen las herramientas necesarias y no conocen las técnicas apropiadas de comercio electrónico para realizarlo.

Los sombreros de paja toquilla son patrimonio inmaterial de la humanidad por lo que se debe crear soluciones para que este patrimonio se mantenga por varios años más y sea conocido mundialmente.

Título

Implementación de herramientas Open Source de comercio electrónico y publicidad online diseñadas para la comercialización y exportación de sombreros de paja toquilla de la comunidad de artesanos de Montecristi.

Diagnóstico

Descripción del contexto

Mediante la investigación realizada a la comercialización de sombreros de paja toquilla localizada en Montecristi de la provincia de Manabí, se observó que no cuenta con una adecuada presencia en la web, es decir los artesanos que fabrican estos sombreros han querido evolucionar con las nuevas tendencias como lo es el comercio electrónico; algunos productores cuentan con sitios web muy básicos y de baja usabilidad por lo tanto no llaman la atención del potencial comprador. Los sitios web no realizan un proceso completo desde su elección, compra y envío, solo presentan catálogos o imágenes de sus productos.

Los sombreros de paja toquilla son muy cotizados a nivel nacional e internacionalmente, pero estas ventas son realizadas netamente por distribuidores en el extranjero o en el mercado artesanal, en este caso, ubicado en el cantón Montecristi. En el lugar existe la Asociación de Artesanos de Sombreros de Paja Toquilla de Ciudad Alfaro o también conocida como Asociación de Tejedores de paja toquilla de Montecristi, creada para mantener la tradición de la producción de los sombreros y mejores proyecciones de venta, comenzaron con 25 artesanos y actualmente se han afiliado alrededor de 36 artesanos.

Antecedentes

En la página web de PRO ECUADOR encontramos datos de interés sobre el sombrero de paja toquilla. Ya que menciona la demanda de los mismos, y que la atracción principal es que es un producto artesanal por ende los artesanos son mundialmente apreciados por su producción tan fina, sobre la base legal de las políticas del gobierno sobre impulsar la promoción y comercialización de su trabajo, así como resaltar su creatividad, ingenio y habilidad.

Entre otros datos:

- a) El sombrero de paja toquilla de Ecuador fue inscrito como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por un comité de la UNESCO, reconocido así porque su particularidad está en las manos de quienes lo elaboran, desde que se cultiva, se cortan sus hojas, se cocinan y luego comienza el proceso de tejido.
- b) Para la realización del tejido del sombrero de paja toquilla se necesitan de varios artesanos para dividir el trabajo, unos hacen el armado otros los tejen y otros le dan el acabado.
- c) Ecuador es conocido como uno de los países que produce el mejor sombrero de paja toquilla en cuanto a diseño y calidad.
- d) El clima es uno de los factores que favorecen para la producción de la paja toquilla de alta calidad.
- e) Los sombreros están divididos en dos tipos de diseño fino y estándar. Para poder determinar el tipo de sombrero tenemos que tener en cuenta el número de fibras que tienen por pulgada cuadrada. Un sombrero estándar tiene menos de 300 fibras y un sombrero de fino contiene entre 1400 a 2000 fibras por pulgada cuadrada. Su valor aumenta según las fibras por pulgada cuadrada.
- f) Un sombrero de paja toquilla fino puede en el exterior exceder los \$25,000.00 dólares y con alguna petición adicional del comprador su valor aumenta.

- g) El Ministerio de Comercio Exterior indicó que las exportaciones del sombrero fino de paja toquilla en el año 2014 tuvo un crecimiento significativo de 3,7 a 5,4 millones de dólares.
- h) La producción de sombreros de paja toquilla está a cargo de los artesanos tradicionales, por sucesores familiares tejedores y por quienes buscan una fuente de empleo.
- i) PRO ECUADOR está incentivando a la promoción del sombrero de paja toquilla a nivel internacional en eventos culturales y deportivos como en Formula 1 y campeonatos de tenis conocidos como Sony Open y Gran Slam en los años 2014 y 2015.
- j) PRO ECUADOR está promocionando los sombreros con la campaña más imponente que se ha lanzado en el país “All You Need Is Ecuador”.
- k) Los sombreros finos de paja toquilla han llegado a ser conocidos y usados por personajes populares del cine, televisión, realeza, entre otros.

Experiencias previas sobre el problema

Los artesanos de Montecristi son personas con talento y dedicación, son capaces de crear maravillas, diseños únicos con solo usar sus manos y creatividad.

Uno de los problemas en la comunidad es que las personas de la comunidad tienen escasos conocimientos de como en la actualidad el comercio electrónico ha evolucionado para llegar a aumentar ventas en cualquier parte del mundo, y es en eso que necesitan innovar para promover la comercialización y publicidad online, así también haciéndose más sencilla la exportación y reconocimiento del producto. Entre los artesanos hay al menos 3 sitios web muy sencillos y desorganizados.

Los artesanos también enfrentan un problema adicional con el origen de los sombreros de paja toquilla ya que en la sociedad mundial son más conocidos con la expresión de “Sombreros de Panamá o Panamá Hat” lo

cual es una contrariedad al momento que relacionamos los sombreros con su país de origen Ecuador es por eso que mediante la publicidad online pretendemos ayudar a combatir este inconveniente; un claro ejemplo sería el sitio web www.panamahatsdirect.com que da razón a que los sombreros no son ecuatorianos sino como lo dice en el nombre Panameños además que su diseño del sitio web es inapreciable.

Los artesanos han identificado esa necesidad, y están queriendo solucionarla por eso están incursionando en esta nueva metodología que es el comercio electrónico pero no cuentan con las plataformas que les facilitarían el emprendimiento.

Justificación

Justificación del proyecto

El Ecuador es uno de los países conocidos mundialmente por sus diversidades culturales, sus patrimonios naturales, las islas Galápagos y por la gran cantidad de exportación de sus productos como el cacao y el banano. Pero hay muchos sectores y productos del país que no han sido aprovechados como deberían y entre estos se encuentran los sombreros de paja toquilla que puede mejorar su posicionamiento internacional.

El proyecto se justifica por los siguientes aspectos:

1. Ampliar mercados

En este proyecto se establecieron las estrategias necesarias para que los sombreros de paja toquilla sean reconocidos nacional e internacionalmente mediante el sitio web, es decir se pueda a futuro promocionar y comercializar los sombreros en nuevos mercados y consolidar los mercados actuales lo que contribuye a la generación del empleo, al desarrollo económico sostenible de la comunidad.

El plan estratégico y de comercialización online para los artesanos de Montecristi se caracteriza como un elemento importante para la innovación en la venta del producto de estas pymes, además se convierte en una herramienta para hacer al artesano competitivo en promoción online a nivel internacional.

Se busca superar las expectativas y cautivar la atención de un público internacional exigente, ofertando productos artesanales de calidad y de utilidad para el cliente. Se efectuará el desarrollo de los objetivos, estrategias, programas, planes de acción, análisis situacional y del contexto para la búsqueda de soluciones que permitan realizar el proyecto de mejoras en la comercialización fundamentándose en diseños teóricos y prácticos en el que se deberán regir todos los miembros de la Asociación de Artesanos

de Sombreros de Paja Toquilla de Ciudad Alfaro orientándose en lineamiento y prototipo realizables.

2. Plan Nacional para el Buen Vivir (2013-2017)

El proyecto se alinea a los objetivos del plan del buen vivir de la Secretaría nacional de Planificación y Desarrollo (Senplades) y los cambios sociales que se viven en la actualidad, bajo un esquema de orientación, y a su vez reflejará un ambiente más consolidado con nueva imagen competitiva para los artesanos, además de mantener firme su visión para consolidarse en el mercado internacional con el producto que oferta, los siguientes son los objetivos del plan del buen vivir que el proyecto contribuye:

Objetivo 5. Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad (Senplades, 2013).

Este quinto objetivo entre sus políticas y lineamientos tiene que se debe estimular la producción, difusión, comercialización, distribución y ayudar a fortalecer el emprendimiento de industrias culturales.

Objetivo 8. Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible (Senplades, 2013).

Este octavo objetivo entre sus políticas y lineamientos tiene que se debe crear un sistema de información para los actores de la economía popular, se debe considerar la oferta productiva y de exportación.

Objetivo 9. Garantizar el trabajo digno en todas sus formas (Senplades, 2013).

Este noveno objetivo entre sus políticas y lineamientos dice que se deberán implementar incentivos en actividades económicas y más aun si son del sector popular y solidario pymes que se basen en creación de trabajos dignos con igualdad de oportunidades de empleo para la comunidad.

Objetivo 10. Impulsar la transformación de la matriz productiva
(Senplades, 2013).

Este undécimo objetivo entre sus políticas y lineamientos tiene que se debe impulsar prioritariamente al turismo para la inversión nacional y extranjera.

Objetivo 11. Asegurar la soberanía y eficiencia de los sectores estratégicos para la transformación industrial y tecnológica
(Senplades, 2013).

Este décimo primer objetivo entre sus políticas y lineamientos menciona que se debe fortalecer los conocimientos de las comunidades para que usen las tecnologías de la información, sobre todo las pymes y actores de la economía popular y solidaria.

3. Acortar canales de distribución

La investigación realizada determinó que existen canales de distribución de los sombreros de paja toquilla que son los que logran mayor utilidades en el negocio de la comercialización, al plantearse la promoción de los productos a través de sitios web directamente por los artesanos de Montecristi esto acorta la cadena de distribución ya que realiza la comercialización directa entre el artesano y el cliente internacional, logrando mejores niveles de utilidad para los artesanos, al promocionar los sombreros directamente del artesano creador y con su marca propia al cliente, se le ayuda a que sus ingresos suban y su comunidad se desarrolle. Al acortar los canales de distribución que se han mantenido durante muchos años, en los cuales el artesano vende a distribuidores que revenden sus sombreros y los exportan, este proyecto ayuda a que los principales beneficiarios sean los artesanos de la comunidad de Montecristi manteniendo un contacto directo con el consumidor.

4. Difundir el Patrimonio Cultural.

El desarrollo comercial de la comunidad de Montecristi permite un mejor avance cultural y del patrimonio debido al mayor compromiso de la comunidad, que se fundamentará en una nueva cultura de trabajo en equipo, beneficiando los intereses como institución y también a las familias que se dedican al turismo y a la comunidad en general.

Las familias de artesanos al sentir el reconocimiento del país y a nivel internacional se sentirán en compromiso de mejorar desde su espacio de trabajo, su comunidad y sus sombreros, así beneficiando a la imagen del Ecuador y la calidad del sombrero de paja toquilla como patrimonio inmaterial.

Formulación del problema

La descripción de la situación del problema

La Asociación de Artesanos de Sombreros de Paja Toquilla de Ciudad Alfaro inició como una proyección a una mejora en producción y ventas, pocos artesanos estaban inscritos, al pasar del tiempo y de los notables cambios más trabajadores se están sumando a este proyecto.

A pesar del tiempo que ya ha transcurrido desde que se creó dicha Asociación los dirigentes no tienen metas claves y no disponen de estrategias que les permitan darse a conocer y crecer como Asociación no solo para hacer conocer el producto sino que para aumentar ventas y poder sacar la Asociación adelante. Con una correcta capacitación al personal, de manejo de planes estratégicos y comercio electrónico se solventaría esta mala organización.

En estos últimos años la venta online ha crecido sin distinción de productos, hay desde comida, mascotas, diferentes servicios, ropa y sombreros. Por eso los sombreros de paja toquilla deben encontrarse en ventas online pero que no sea una distribuidora que los venda sino sus mismos productores. Unos de los problemas más notables son:

- a) Los artesanos solo ofertan sus productos en el mercado artesanal que tienen en Montecristi.
- b) Limitación en conocimiento de parte de los dirigentes para emprender una estrategia promocional masiva para llegar a más personas.
- c) No tiene el personal capacitado para crear proyectos de emprendimiento y planificación para trabajar bajo metas.
- d) Falta de recursos económicos para realizar investigaciones y así poder ingresar a nuevos mercados con las herramientas en la actualidad

Por ende los artesanos con esta falta de recursos y conocimiento no llegan a la elaboración de un plan de comercialización y publicidad online. El

sitio web debe tener las herramientas necesarias para que puedan llevar a cabo su promoción y comercialización para darse a conocer y llegar a tener un buen posicionamiento en ventas de sombreros no solo a nivel nacional sino que también abarcar un mercado internacional con el fin que sean solamente ellos los beneficiarios de este proyecto.

La formulación del problema

El presente trabajo investigativo a desarrollarse, se orienta al mejoramiento de la elaboración y manejo de la información del área de producción de la confección de los sombreros de paja toquilla de la Asociación de Artesanos de Sombreros de Paja Toquilla de Ciudad Alfaro en Montecristi, Manabí.

El problema se formula a través de la siguiente pregunta:

¿Qué incidencia presenta la implementación de técnicas Open Source de comercio electrónico y publicidad online en la comercialización y exportación de sombreros de paja toquilla de la comunidad de Montecristi, Manabí?

Delimitación del problema

Este trabajo está delimitado para los artesanos de paja toquilla de la comunidad de Montecristi, ubicados en la provincia de Manabí.

Campo: Comercio electrónico y publicidad online.

Ubicación: Ecuador, Provincia de Manabí, Cantón Montecristi.

Delimitado a: Configuración e instalación de herramientas Open Source de comercio electrónico y publicidad online.

Objetivos de la investigación

Objetivo General

Implementar una tienda virtual y herramientas de marketing mediante el software Open Source para la comercialización y publicidad online, y así ayudar a la comunidad de artesanos en Montecristi a que su producto pueda ser reconocido y comercializado a nivel nacional e internacional.

Objetivos Específicos

Realizar una investigación de campo y bibliográfica de la comercialización de sombreros de paja toquilla de los artesanos de la comunidad de Montecristi.

Implementar tienda virtual de comercio electrónico Open Source para la comercialización y exportación de sombreros de paja toquilla de la comunidad de artesanos de Montecristi.

Implementar Herramientas de promoción y publicidad online para la comercialización y exportación de sombreros de paja toquilla de la comunidad de artesanos de Montecristi.

Relación del proyecto con el programa de estudio

Relación del proyecto con los campos de conocimiento, áreas y materias de la carrera

El proyecto está relacionado con tres áreas de la primera malla de la carrera como son: Administración, Comercio electrónico y Diseño Web. Cada área cuenta con materias específicas y necesarias para la elaboración de este proyecto:

- a) Administración: Evaluación de proyectos, Métodos de pago en internet, Aspecto legal en comercio electrónico, Legislación aduanera, Análisis de mercado internacional y Comunidades virtuales.
- b) Comercio Electrónico: Seguridad en internet, Estrategias de promoción online, logística web y Modelos de negocios en comercio electrónico.
- c) Diseño Web: E-Marketing, Diseño de Sitios Web.

Estas áreas y materias están relacionadas al proyecto ya que su contenido incluye los conocimientos necesarios para elaborar planes estratégicos de comercialización, promoción y publicidad online por medio de sitios web. Y conocimientos para emprender el proyecto a una exportación.

Marco teórico

La empresa y la Web.

En relación a las ventajas de las empresas al utilizar la web Laudon y Laudon (2012) mencionaron que los gerentes utilizan las tecnologías web tales como redes sociales, herramientas de colaboración, sistemas en la web, para tomar decisiones con mayor rapidez, cambiando el comportamiento Gerencial, la organización en el trabajo, reduciendo Internet de manera drástica los costos de operar y realizar transacciones a una escala global, operando la empresas digitales con mayor rapidez que las empresas tradicionales.

De acuerdo a Nicol (2013) debido a la web, los dispositivos móviles como los smartphones y las tablets, están transformando la manera como las empresas hacen dinero en la web, los rápidos cambios de la tecnología están transformando la conducta, ya que la gente ahora está permanentemente conectada, este avance de la internet y la tecnología hace ver a las empresas un conjunto de oportunidades en hacer sus empleados más productivos, alcanzar nuevos consumidores y mejorar la satisfacción del cliente.

De esta manera el internet ayuda a la empresa a mejorar sus objetivos estratégicos, actualmente las empresas con la ayuda del internet definen objetivos relacionados a la excelencia operacional, mejorar la tomar decisiones, desarrollar ventaja competitiva, mejorar la comunicación con clientes y proveedores, mejorar productos y servicios, y modelos de negocios (Laudon & Laudon, 2012).

A medida que mejora la calidad de los sistemas de información, las empresas están habilitadas para aumentar la participación en el mercado,

optimizar la calidad y reducir costos, desarrollar o renovar productos e incrementar la productividad de los empleados (Laudon & Laudon, 2012).

Sitio web de comercio electrónico.

De acuerdo a Laudon y Laudon (2012) para crear un sitio web de comercio electrónico se requiere un amplio conocimiento del negocio, definir objetivos de comercialización y también hay que lograr una clara selección de la tecnología apropiada para lograr los objetivos.

Adigital (2012) sugirió sitios web de comercio electrónico que contengan un catálogo de productos, un carrito de compras, registros de clientes, proceso de venta, motor de búsqueda, motor de recomendaciones, certificado de seguridad, gestión de stock, e integración a los sistemas de gestión.

Software Open Source.

De acuerdo a Adigital (2012), la principal ventaja del software Open Source es que es público y de uso gratuito, sin pago de licencias y alimentado y fomentado el software por una comunidad de usuarios, siendo las principales ventajas de las plataformas Open Source de comercio electrónico tener la capacidad de gestionar un catálogo de productos, aplicar reglas de promoción de productos, gestión de venta cruzada de productos, gestión de múltiples tiendas, sistema de seguimiento de producto y analítica de ventas entre las principales funcionalidades.

Las ventajas del software Open Source son las siguientes: no hay costos de licencias ni de mantenimiento, independencia del proveedor, facilidad de personalización, soluciones probadas y funcionales, y comunidades de usuarios activas.

Marketing en la web.

Con el avance del internet ha cambiado el marketing y la influencia en el consumidor.

El marketing en la web requiere dos partes importantes: a) El posicionamiento orgánico del sitio web y b) técnicas de marketing dirigidas a usuarios de computadoras y especialmente a usuarios de móviles.

La base del posicionamiento orgánico en buscadores es a través de palabras claves que identifican el contenido del sitio web las cuales se pueden obtener a través de tormentas de ideas, herramientas de sugerencias, los competidores y la propia marca (De Andrés, 2011).

El posicionamiento orgánico permite mejorar el indexamiento en los principales buscadores como google y a través de estrategias para redirigir tráfico de visitas de usuarios que hacen consultas en buscadores (google, etc.) al sitio web de la empresa, o de usuarios de directorios o sitios especializados al sitio web de la empresa, y analizadas a través de valoraciones de los términos o palabras claves, se debe observar ciertos factores internos como la calidad de los enlaces internos, direcciones web amigables, calidad del contenido, títulos efectivos, etc. y de un conjunto de factores externos como alta del sitio web en directorios especializados, intercambios de enlaces, compra de enlaces, participación en foros, registros en directorios especializados, todo esto contribuye a mejorar el posicionamiento en los buscadores y atraer tráfico de visitas al sitio web(De Andrés, 2011).

Referente a las técnicas de marketing en la web se utiliza ampliamente el mail y el mail masivo para informar al cliente de promociones y ofertas de productos, al mismo tiempo para comunicar información sobre productos.

Referente al marketing en la web especialmente a través de los móviles Hopkins y Turner (2012) indicaron que los negocios están usando el marketing móvil en nueve maneras a través de códigos QR, APP móvil, SMS (mensajes cortos al celular), MMS Servicio multimedia de mensaje, NFC(Comunicaciones de campo cercano) y bluetooth , publicidad móvil, marketing basado en localización.

A través de códigos QR las empresas pueden realizar:

- Acceso directo al almacén virtual.
- Para la promoción de productos.
- En literatura promocional.
- En los empaques de productos.

A través de las APP móviles las empresas pueden:

- Dirigir promociones personalizadas.
- Presentar publicidad sobre productos.
- Contacto personalizado con el cliente.
- Presentar servicios personalizados.

A través de los SMS las empresas pueden:

- Enviar mensajes informando promociones y ofertas.
- Comunicar acciones sobre servicios, etc.

Referente al comportamiento del consumidor, con la ayuda del internet y marketing móvil la empresa está cambiando el comportamiento del consumidor en relación a la compra Chuck (2013) mencionó que los negocios influyen con el marketing móvil en el consumidor en seis diferentes momentos en el denominado ciclo de vida de la compra móvil los cuales son: durante la pre compra, durante el transito del consumidor al almacén, a través de localización, por procesos de selección o cuando el consumidor está cerca en el punto de venta y en la postventa.

Publicidad en la web.

Rowles (2013) señaló que el marketing móvil está revolucionando la publicidad en la web, a través de técnicas de QR que redirige al consumidor a sitios web con detalles del producto, realidad virtual a través de videos que combinan realidad aumentando la percepción del producto para proporcionar

una mejor experiencia al consumidor del producto, envío de mensajes SMS que proporcionan, descuentos y ofertas y comunicación de campo cercano (NFC) para enviar publicidad y promoción a consumidores que se encuentren cerca de un área.

Dentro del ciclo de compra la publicidad en la internet y especialmente en el móvil se enfoca en la precompra, enviando al consumidor promociones y ofertas sobre productos, siendo los móviles más pequeños de pantalla tienen desventajas frente a los PC pero tienen la ventaja de estar permanentemente en contacto con el consumidor, siendo esa publicidad principalmente promoción para ventas especiales, mostrar precios competitivos, mostrar rating de productos, etc. Chuck (2013). La publicidad en la web también se realiza a través de paga por clic que es la promoción del sitio en buscadores o sitios especializados y pagar por cada clic captado (Rowles, 2013).

La seguridad en la web.

Referente a la seguridad y los activos de información Laudon y Laudon (2012) señalaron que los negocios deben proteger sus activos de información, los de sus clientes y socios.

La moderna seguridad de los sitios de comercio electrónico se basa en seguir los lineamientos de la The Open Web Application Security Project (OWASP) organización representada por varios países para definir los lineamientos de seguridad, mantener información y un ranking de las vulnerabilidades de los sitios web, crear herramientas para auditorias de seguridad, control, etc. y lineamiento para la construcción de código seguro y The World Wide Web Consortium(W3C) organismo constituido para definir estándares en la web.

De acuerdo a la OWASP (2005) la seguridad en la web debe basarse en el desarrollo de aplicaciones utilizando una estrategia defensiva para

crear código seguro y protección principalmente sobre las principales vulnerabilidades para los sitios web que son: Sql injection, pérdida de autenticación y gestión de sesiones, secuencia de comandos en sitios cruzados, referencia directa insegura a objetos, configuración defectuosa de la seguridad, exposición de datos sensibles, falla del control del nivel de acceso, falsificación de petición en sitios cruzados, usar componentes vulnerables y redirecciones destinos no válidos.

Fundamentación legal.

El fundamento legal de este proyecto es:

La Ley del comercio electrónico, firmas electrónicas y mensajes de datos del Ecuador. Ley No. 2002-67, emitida el 10 de Abril del 2002.

Respaldada por la Federación Latinoamericana y del Caribe de Internet y el Comercio Electrónico (eCOM-LAC) que tiene como objetivo promover el desarrollo de las TICs en la región de América Latina y el Caribe.

El respaldo brindado por eCOM-LAC ayuda a reducir las limitantes de los ecuatorianos en cuanto a la comercialización por internet y a la publicidad online, ya que muchos emprendedores o empresas posicionadas no confían en llevar su negocio a la web, ignorando que así pueden optimizar recursos como tiempo, espacio, presupuestos.

Al ser un compromiso de Ecuador con eCOM-LAC y las entidades o países que pertenecen a ella se asegura que se contará con mayor seguridad a los usuarios del internet y comprometer mediante campañas a la población ecuatoriana a capacitarse a este moderno medio de comercialización.

La ley de comercio electrónico exige a las empresas a mantener bajo diferentes métodos de seguridad los datos de los usuarios, que tengan certificado digital si es que el sitio web maneja transacciones en línea para inspirar seguridad, establecer validez del documento electrónico para que se pueda emitir facturas en línea. También indica que se debe comunicar al consumidor sus derechos, sobre la publicidad en línea, se debe proteger al

cliente para que no haya cualquier manejo ilícito de la información de los mismos.

a) Plan Nacional para el Buen Vivir (Senplades, 2013)

El plan nacional propuesto por el Gobierno Nacional es un regente del desarrollo del Ecuador y consta de 12, en este proyecto 5 de ellos son los más relevantes:

Objetivo 5. Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad.

Objetivo 8. Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible.

Objetivo 9. Garantizar el trabajo digno en todas sus formas.

Objetivo 10. Impulsar la transformación de la matriz productiva.

Objetivo 11. Asegurar la soberanía y eficiencia de los sectores estratégicos para la transformación industrial y tecnológica.

Estos objetivos ayudan a puntualizar metas para alcanzar con la propuesta para que los artesanos de Montecristi mejoren su calidad de vida y su patrimonio sea reconocido mundialmente.

Marco Conceptual

Comercio electrónico.

“El comercio electrónico puede definirse simplemente como la producción, publicidad venta y distribución de productos a través de las redes de telecomunicaciones” Organización Mundial de Comercio (OMC, 2011).

El comercio electrónico trata de compra de bienes y servicios a través del internet, abarca las actividades que dan soporte a esas transacciones en el mercado: publicidad, marketing, servicio al cliente, seguridad, y entrega del producto. (Laudon & Laudon, 2012).

Comercio electrónico B2B.

Es el comercio electrónico entre empresas, por ejemplo entre un fabricante y un mayorista, o entre un mayorista y un minorista. Se trata de un intercambio de productos, servicios o información entre empresas (OMC, 2013).

E-business.

El negocio electrónico, o e-business, es usar la tecnología digital e Internet para ejecutar los principales procesos de negocios en la empresa (Laudon & Laudon, 2012).

Sistema de Información.

Es un conjunto de componentes interrelacionados para procesar, almacenar y distribuir información para apoyar los procesos de toma de decisiones (Laudon & Laudon, 2012).

PrestaShop.

PrestaShop es un software de comercio electrónico de código abierto. Implementado en más de 125 000 tiendas virtuales, contiene más de 310 funcionalidades (PrestaShop, s.f.).

SMS.

Servicio de mensaje corto, mecanismo de enlace con consumidores vía otros canales de marketing, comúnmente usados para permitir a usuarios respuestas a requerimientos de descuentos (Rowles, 2013).

Tecnología móvil.

Es una tecnología unificada de las tecnologías juntas llamadas SoCloDaMo (Redes Sociales, computación en nube, analíticas de data y Movilidad que entrega al usuario contexto de la experiencia móvil basado en tiempo, localización y entorno (Nicol, 2013).

PYMES.

De acuerdo a la clasificación de empresas de la Superintendencia de Compañías (2010:1) Resolución No. SC-INPA-UA-G-10-005 del 5 de Noviembre del 2010, las pymes son las pequeñas y medianas empresas, formales legalmente constituidas y/o registradas, de acuerdo a lo establecido en el artículo 3 de la Decisión 702 del 9 y 10 de diciembre del 2008 de la comunidad Andina de Naciones (CAN), que es la siguiente:

Tabla 1
Clasificación de pymes

Variables (**)	Estrato II	Estrato III	Estrato IV
Personal Ocupado	10-49	50-99	100-199
Valor Bruto de las Ventas anuales (US\$)*	100,001 a 1,000,000	1,000,001 a 2,000,000	2,000,001 a 5,000,000

(*) Margen comercial para las empresas comerciales.

(**) Prevalecerá el valor bruto de las ventas anuales sobre el criterio de personal ocupado.

Fuente: Resolución No. SC-INPA-UA-G-10-005 Superintendencia de Compañías.

Diseño metodológico

Métodos y técnicas utilizados para resolver el problema.

En el proyecto se dividió en cuatro etapas la metodología a usar para resolver el problema presente:

a) Investigar proceso de comercialización de sombreros de paja toquilla

La investigación del proceso de comercialización se realizó a través de entrevistas a los artesanos de Montecristi, para conocer el proceso comercial, los productos, categorías, precios, formas de promoción y publicidad que disponen, proveedores, cadena de distribuidores en el extranjero, procesos automatizados que disponen, el perfil de los clientes, países donde exportan sus productos y en general todo detalle relacionado a la comercialización de los sombreros paja toquilla.

Durante la investigación se analizó los cuellos de botella que existen en el proceso comercial por ejemplo gestión de inventarios, logística nacional e internacional y las fortalezas y debilidades que disponen los artesanos para llevar adelante por su cuenta un proceso de comercialización directa a través de la web con clientes extranjeros por ejemplo capacidad de comunicarse en otros otros idiomas, capacidad de negociar con extranjeros, capacidad de operar sistemas en la web, capacidad de comprender la venta internacional y en si la factibilidad de que los artesanos de Montecristi pudieran llevar adelante un proceso de comercialización en la web.

Durante las visitas se determinó que los artesanos requieren cierto entrenamiento en destrezas para operar sistemas en la web, y que si podrían con entrenamiento llevar adelante un proceso de comercialización directo en la web con los clientes extranjeros. Dicha capacitación se la coloco en un cronograma para implementación que consta en la propuesta realizada.

Como resultado de la investigación en sitio se obtuvo la siguiente lista de requerimientos para la plataforma de comercio electrónico a implementar:

Lista de Requerimientos funcionales de la plataforma de comercio electrónico a implementar.

1. Maneje múltiples productos y categorías.
2. Multi lenguaje (Inglés, Alemán).
3. Multi moneda (Dólar, Euro).
4. Permita manejar ofertas y descuentos.
5. Permita definir múltiples pasarelas de pagos y tarjetas de crédito.
6. Opciones de marketing.
7. Permita facturar.
8. Permita al cliente revisar su lista de pedido.
9. Permita al cliente y a los artesanos el seguimiento a la entrega del producto en el extranjero.
10. Fácil utilización.
11. Permita enviar mail masivos.
12. Permita una interface gráfica adaptables las imágenes.
13. Permita manejar videos.
14. Permita colocar textos o información sobre la historia de los sombreros y de la comunidad de Montecristi.
15. Permita manejar un chat o un medio de comunicación directa con el cliente.

b) Investigar herramientas y tecnologías Open Source.

La investigación de herramientas se realizó a posterior a la investigación en sitio del proceso comercial de los artesanos de Montecristi. Para la investigación de herramientas y tecnologías Open Source se utilizó los requerimientos funcionales que se investigaron en el punto anterior.

Esta investigación de herramientas se realizó en 4 áreas fundamentales:

1. Plataformas de comercio electrónico.

Las plataformas de comercio electrónico Open Source que se analizaron para implementar la solución a los requerimientos propuestos en las reuniones con los artesanos de Montecristi son las siguientes:

- PrestaShop.
- Magento.
- OsCommerce.

Se realizó un análisis técnico de la cada plataforma para seleccionar la más adecuada a las necesidades del proceso comercial de los artesanos de Montecristi, considerando que PrestaShop es la plataforma más adecuada para los Artesanos de Montecristi por los siguientes criterios:

- Satisface la lista de requerimientos del proceso comercial.
- Facilidad de operación para los artesanos.
- Facilidad de operación para el cliente.
- Fiabilidad.
- Escalabilidad.
- Seguridad.
- Accesibilidad y usabilidad.
- Soporte en español e inglés.

Magento también es una solución adecuada para los Artesanos de Montecristi pero requiere mayor capacidad de operación y mayor nivel técnico para el soporte, así como menor soporte en español

Se descartó OsCommerce por cumplir menos requerimientos por tener una comunidad de menor de soporte.

2. Software de envío de mail masivo

Se verificó que existen diversas opciones para envío de mail masivo que satisfacen los requerimientos del proceso comercial de los Artesanos de Montecristi, las cuales se enumeran a continuación:

- MailJet.
- MailChimp.

- SendingBlue.

Se ejecutó un análisis comparativo entre estas opciones considerando como criterio de selección, que el software para envío de mail masivo tenga la capacidad de integración con la plataforma de comercio electrónico seleccionada (PrestaShop) para que sea más automático el proceso y se evite digitación de datos de clientes.

Se seleccionó a Mailjet como el software para envío de mail masivo por su integración con la plataforma PrestaShop seleccionada.

3. Tienda virtual en Facebook

Se plasmó un estudio comparativo entre las diversas opciones de implementación en una tienda virtual en facebook, analizando las siguientes opciones:

- shopify.com
- Vending Box.
- Palbin.
- Beetalier.
- Tiendy.

El criterio para la selección de la tienda virtual es que esta pueda estar integrada con PrestaShop para evitar nuevamente digitar información del producto (categoría, imágenes, etc.) seleccionando a Beetalier como la herramienta más adecuada para el proceso comercial de los Artesanos de Montecristi.

c) Instalación, Configuración y Parametrización herramientas Open Source seleccionadas.

Se efectuó la instalación de la plataforma de comercio electrónico PrestaShop en un hosting.

Se configuró y parametrizó la tienda electrónica (ejemplo definir idiomas, categorías productos, proveedores, empresas de courrier, monedas, etc.) de acuerdo a las características del hosting y negocio de los artesanos de

Montecristi, siguiendo las indicaciones de la documentación oficial de PrestaShop.

Se estableció un módulo de Mailjet para PrestaShop y se abrió una cuenta en Beetalier y se configuró la tienda para trabajar sincronizadamente con PrestaShop.

d) Diseñar estrategias de promoción y publicidad en internet.

Se diseñaron varias estratégicas de promoción y publicidad online.

- 1) Diseño de Ofertas. Se diseñó varias ofertas y descuentos en la tienda virtual implementada.
- 2) Envío de mail masivos Mailjet, a través de la herramienta se configuró para enviar promoción y publicidad por medio de mail masivos a potenciales clientes a través de listas de correos adecuadas, lo cual ayudará a que de manera sencilla y rápida una gran cantidad de personas conozcan de las promociones de los productos.
- 3) Se adecuó la página de Facebook de los Artesanos de Montecristi.
- 4) Puesta en el muro de facebook de promociones, a través de Beetalier se envía la publicidad directamente al facebook de los artesanos de Montecristi.

Criterios para elaborar la propuesta y su validación

Los criterios que se utilizaron para validar la propuesta son los siguientes:

1. Requerimientos de comercialización nacional e internacional

Este criterio consiste en que la plataforma de comercio electrónico PrestaShop satisface los requerimientos del proceso comercial y cumple con la Ley de comercio electrónico vigente en Ecuador. Que se implementa en forma automatizada el proceso de compra, esto es que permite presentar el catálogo de productos y realizar una navegación a través de categorías y

productos, permite la selección de productos para la compra o carro de compras, el proceso de compra electrónico a través de pasarelas de pago o procesos de pago a través de depósitos, y los procesos básicos de comercio electrónico como la gestión del seguimiento a la entrega del producto, registro de proveedores, registro de empresas de entrega, marketing en la web, etc., para la comercialización de sombreros de paja toquilla para los artesanos de Montecristi.

2. Fiabilidad

Indica que la plataforma de comercio electrónico a implementar es fiable, es decir sus resultados son confiables, verídicos, sin fallas identificadas si se ejecuta en diferentes maquinas, horarios, clientes, etc.

3. Escalabilidad

Consiste en que la plataforma de comercio electrónico es escalable es decir si las transacciones pueden aumentar o el número de productos puede aumentar sin necesidad de cambios de la plataforma

4. Seguridad

Radica en que la plataforma de comercio electrónico para los artesanos de Montecristi debe mantener altos estándares de seguridad y cumplir las recomendaciones de la OWASP para aplicaciones web seguros, esto se logró ya que la plataforma de comercio electrónico PrestaShop tiene altos estándares de seguridad y está instalado en más de 175,000 instalaciones en el mundo.

Se realizaron pruebas de seguridad con una simulación de registro y manejo del sitio web una vez realizada la implementación que consiste en verificar las 10 vulnerabilidades más importantes en los sitios web como sql injection, etc., demostrando que la plataforma de comercio electrónico PrestaShop es robusta.

5. Accesibilidad y usabilidad

Este criterio consiste en que la plataforma de comercio electrónico cumple los criterios de la W3C referente a las normas de usabilidad y accesibilidad, es decir que sea de fácil uso y operación y que pueda ser utilizada por la mayoría de usuarios en el mundo y en distintas circunstancias sin disminuir la calidad del servicio al consumidor.

Plan de trabajo

Cronograma de Actividades

Tabla 2
Cronograma de Actividades

Actividad	MESES			
	1	2	3	4
Elaboración Documento Proyecto Integrador				
Fase de Investigación				
Realizar diagnóstico y justificación				
Determinar la situación problemática				
Determinar Objetivos de Investigación				
Investigación bibliográfica (construir marco teórico)				
Diseño Metodológico				
Investigar proceso de comercialización de sombreros de paja toquilla				
Investigar herramientas y tecnologías Open Source.				
Fase de elaboración propuesta				
Elaboración de Propuesta y criterios de evaluación				
Fase de Ejecución				
Instalación, Configuración y Parametrización herramientas open source seleccionadas				
Instalación y configuración PrestaShop				
Configuración MailJet				
Configuración Beetalier				
Diseñar estrategias de promoción y publicidad en internet.				
Fase de Evaluación propuesta.				
Evaluación de Implementación propuesta en base a criterios				

Fuente: Elaboración propia

Recursos

El proyecto para su elaboración requirió ciertos tipos de recursos como:

Recursos tecnológicos.

El uso de computadoras, impresoras, internet, hosting y dominio, herramientas Open Source como PrestaShop para la creación de la página web, sincronizando Mailjet y Beetailer, además el servicio de Paypal para los pagos que se realizarán por medio de las transacciones electrónicas para la compra de los sombreros de paja toquilla.

Papelería.

Para las presentaciones de la propuesta a los artesanos se necesitó hojas de impresión, carpetas, tinta, sobres, laptop.

Recursos financieros.

Movilización hacia la comuna de los artesanos en Montecristi, alojamiento y otros necesarios para proceder con el estudio de campo y así poder cumplir con cada uno de los puntos que demanda la elaboración del proyecto.

La descripción de los recursos que necesitamos nos ayuda para poder calcular el valor aproximado que se requiere de presupuesto para la presentación del proyecto.

Presupuesto.

El presupuesto ha sido elaborado considerando los gastos que se incurren en la fase de investigación e implementación del proyecto.

Tabla 3

Presupuesto

PRESUPUESTO HARDWARE Y EQUIPAMIENTO OFICINA				
Detalle	Meses	Cantidad	Precio	Total
Laptops HP core i5		2	\$ 700,00	\$ 1.400,00
Impresora Epson tinta continua modelo l355		1	\$ 300,00	\$ 300,00
Materiales de oficina: hojas impresión, etc.	4	1	\$ 50,00	\$ 200,00
Total Presupuesto hardware y equipamiento oficina				\$ 1.900,00

PRESUPUESTO DE SOFTWARE				
Detalle	Meses	Cantidad	Precio	Total
PrestaShop (open Source)		1	\$ 0,00	\$ 0,00
Hosting y Dominio		1	\$ 80,00	\$ 80,00
Mailjet (Bronce Premium 30,000 mail mes)	4	1	\$ 10,00	\$ 40,00
Beetalier (Plan Profesional x mes)	4	1	\$ 40,00	\$ 160,00
Plantilla Sitio Web		1	\$ 100,00	\$ 100,00
Total Presupuesto Software				\$ 380,00

PRESUPUESTO DE PERSONAL				
Detalle	Cantidad	Horas	Precio	Valor
Servicios de instalación plataforma Comercio electrónico	2	400	\$ 0,00	\$ 0,00
Alojamiento				\$ 120,00
Movilizacion				\$ 100,00
Total Presupuesto de Personal				\$ 220,00

PRESUPUESTO DE GASTOS FIJOS				
Detalle	Meses	Cantidad	Precio	Valor
Servicios Básicos	4	1	\$ 90,00	\$ 360,00
Servicio de Internet	4	1	\$ 50,00	\$ 200,00
Plan de Celular	4	2	\$ 50,00	\$ 400,00
Alquiler Oficina	4	1	\$ 200,00	\$ 800,00
Total Presupuesto de gastos fijos				\$ 1.760,00

PRESUPUESTO DE GASTOS PUBLICIDAD			
Detalle	Cantidad	Valor	
Publicidad	1	\$ 1.000,00	
Total Presupuesto Publicidad			\$ 1.000,00

TOTAL PRESUPUESTO	\$ 5.640,00
--------------------------	--------------------

Fuente: Elaboración propia.

Nota: El trabajo realizado tiene 800 horas dedicadas a la investigación exhaustiva para la determinación de los puntos presentados en este documento y a la configuración del sitio web, las cuales se ha colocado en el presupuesto con costo US\$ 0 en el rubro “servicio de instalación de plataforma comercio electrónico”.

La propuesta

La propuesta se basa en la implementación y configuración de herramientas Open Source para comercio electrónico y publicidad online: a) tienda virtual para el comercio electrónico (PrestaShop), b) tienda virtual en facebook (Beetalier) y c) herramienta de mail masivo (MailJet), para el negocio de sombreros de paja toquilla de la comunidad de artesanos de Montecristi, a partir de la generación de información acertada que muestre los detalles de elaboración de cada producto, el diseño de los sombreros, la calidad, al igual que costos para su posterior comercialización y exportación.

Se conserva la marca de cada sombrero, no se cambiará la marca del productor porque es un beneficio para los artesanos sean reconocidos, se considera que es importante mantener la singularidad del producto y su artesano para apoyar la prosperidad y reconocimiento del sombrero de paja toquilla en el mundo. Se puede visualizar la proyección de diseño del sitio web en el Anexo 5.

Tienda virtual en PrestaShop.

La tienda virtual PrestaShop se ha configurado las siguientes opciones para satisfacer los requerimientos para el proceso de comercialización:

- a) Utilizar múltiples productos y categorías, considerando que el negocio maneja algunas categorías de sombreros y múltiples productos por cada categoría.
- b) Disponible para utilizarse en los idiomas: inglés, francés, alemán para clientes de los mercados internacionales, aparte del idioma nacional para conocimiento de clientes del Ecuador.
- c) Habilitado para utilizar las monedas Dólar y Euro que requiere el negocio para los clientes de los mercados internacionales.

- d) Disponibilidad de realizar ofertas y descuentos por compra de sombreros en temporadas o por compra en volumen.
- e) Habilitada la pasarela de pago Paypal, que a su vez permite pagar en múltiples tarjetas y pago con transferencias bancarias y pago contra entrega (solo para clientes nacionales).
- f) Disponibilidad de opciones de marketing: enviar mails con mailjet, suscripción a boletines de noticias, productos combinados.
- g) Habilitado para Facturar.
- h) Habilitado para al cliente pueda revisar su lista de pedido.
- i) Habilitado para permitir al cliente y a los artesanos el seguimiento a la entrega del producto en el extranjero.
- j) Habilitado un chat como medio de comunicación directa con el cliente.
- k) Habilitado para la gestión del inventario y precios de cada producto.
- l) Mailjet y Beetailer están asociados gratuitamente a PrestaShop con limitadas capacidades pero con grandes beneficios y cuestan si se expanden.

Además PrestaShop permite una interface gráfica adaptable a las imágenes del producto, la capacidad de utilizar videos promocionales, colocar textos o información sobre la historia de los sombreros y de la comunidad de Montecristi.

La tienda virtual PrestaShop se puede personalizar o configurar pero sin necesidad de programar, así que no se presentan dificultades al momento de capacitar al personal encargado para su aprendizaje.

Otras características importantes para la publicidad por medio del sitio web es que en PrestaShop se puede introducir banners publicitarios interactivos, se puede mostrar una selección de productos destacados a su vez se puede mostrar los sombreros de paja toquilla más vendidos en la página de inicio para promover su compra, se puede realizar promociones a clientes consolidados.

Los clientes se pueden suscribir a boletines, correos de seguimiento automatizados, puede recomendar el sitio web directamente a amigos desde una opción en el sitio.

PrestaShop está asociado con Google Adwords que ayuda a mantenerse primeros en las búsquedas de google, Paypal para los pagos agilizados y seguros y Mailjet para los mail masivos. Este software da las facilidades a los usuarios para que aprovechen de manera gratuita estas potentes herramientas de comercio electrónico.

Herramienta para mail masivo MailJet

La herramienta de mail masivo permite lo siguiente:

- a) Hacer campañas de promoción de productos.
- b) Medir o evaluar campañas.
- c) Integrada para trabajar con PrestaShop para el envío de mail masivo a clientes.

Tienda virtual en Beetailer en Facebook.

Beetailer es una tienda virtual en Facebook para la promoción y publicidad online en esta red social de los sombreros de paja toquilla, se la ha configurado para que su implementación este sincronizada con el sitio web es decir la tienda virtual PrestaShop, de tal manera que esto permite que la tienda online creada con PrestaShop muestre con todas sus categorías y detalles en Facebook, permite que los usuarios se vuelvan fans de los sombreros y compartan las experiencias o compras realizadas en otras redes sociales como Facebook mismo, Twitter y en el sitio web.

Además muestra estadísticas de preferencias en el comportamiento del comprador. Cuando el cliente desea comprar el producto mostrado en Facebook este lo redirige al sitio web de la tienda online mostrándole el carrito de compra con lo seleccionado. En la tienda mostrada en Facebook se puede configurar que productos se muestran y crear nuevas categorías. La tienda puede estar en diferentes perfiles en Facebook ya que así se facilita que este en diferentes idiomas para los extranjeros.

El uso de las redes sociales en un proyecto que necesita ser publicitado, es de gran valor ya que las personas manejan este medio a diario, por lo tanto se debe crear cuentas en Instagram, Facebook y Twitter que son las redes sociales más conocidas y utilizadas en nuestro país y a nivel mundial, otra estrategia es que personajes populares del país publiquen información del portal y las cuentas de las redes sociales e imágenes de los sombreros para que sus seguidores las visualicen y así poder llegar a más personas, a los famosos que ayuden a la difusión de la promoción y de testimonios de satisfacción del sombrero se les concedería la adquisición de un sombrero fino de paja toquilla cuyo valor está alrededor de \$100 dólares.

Logística nacional e internacional.

Los países a los cuales será dirigida la exportación es a Alemania y Estados Unidos, donde los artesanos de la Asociación indican existen personas interesadas en esta comercialización. En la logística para los envíos nacionales se manejaría con la agencia de Correos del Ecuador que tienen varias sucursales a nivel nacional, según la ubicación para envíos nacionales la más cercana de la comunidad de Montecristi la tenemos ubicada en la ciudad de Manta y para los envíos de los sombreros de paja toquilla a Alemania y Estados Unidos se formaría parte del programa de gobierno ecuatoriano Exporta Fácil, que ayuda a agilizar y facilitar las exportaciones de las pymes y artesanos del Ecuador considerados actores de la economía popular y solidaría del país.

Además los envíos por medio del operador público Correos del Ecuador serán económicos comparados con otras agencias de manejo de artículos de exportación y se darán con cada uno de los beneficios de los diferentes programas y servicios de las entidades afiliadas.

Los requisitos de envío como las especificaciones del envío, número de registro único de contribuyentes, declaración aduanera simplificada, factura

del contenido, listado de contenido por caja; estaría a cargo del operario del sitio web mas no de los artesanos.

Así mismo el operario o administrador debe cumplir un procedimiento luego de los requisitos de envío, debe ir a las oficinas de envío para solicitarlo, se procede a la revisión de la documentación, el encargado admite la correspondencia, verifica peso (puede contener uno o más paquetes de hasta 30 kg cada uno) y destino, haciéndose responsable de cada proceso para su posterior exportación de los sombreros. En el programa de Exporta Fácil el valor de la mercancía a exportarse no puede exceder a los \$ 5.000 mil dólares.

Existen varios beneficios en el uso del programa del gobierno ecuatoriano entre ellos la cobertura, la accesibilidad, usabilidad, simplicidad, rapidez en los trámites virtuales que demoran 15 minutos sin necesidad de un agente afianzado de aduanas, bajos costos por ende más ganancias para el vendedor, asistencia gratuita al exportador, rastreo a los envíos en línea, exportación desde cualquier parte del país que cuenta con cobertura nacional e internacional, capacitación permanente, asistencia por call center, trámite aduanero gratuito, participación en ferias nacionales e internacionales.

Otro beneficio que ayudará a la campaña publicitaria es que perteneciendo al programa, el gobierno otorga un espacio para promocionar el producto en las sabatinas, realizadas por el presidente del Ecuador. Así se promueve la publicidad en el país y por ende a las ventas de los sombreros en la comuna de Montecristi.

Exporta Fácil tiene dos modalidades de exportación, el servicio EMS y el Servicio Certificado. El Servicio EMS tiene un trato prioritario por ende es más rápido y mediante un código de barras asignado se puede rastrear la mercadería en todo su proceso de entrega, adicional cubre un seguro por perdida o daño del producto. El Servicio Certificado solo tiene un trato preferencial es decir tiene indemnización y puede ser rastreado pero su entrega puede demorar más días en comparación con el Servicio EMS. Por

lo tanto la mejor opción sería la afiliación con el Servicio EMS para los envíos de manera eficaz a los países que se exportarían.

Para la campaña publicitaria se necesitaría un equipo de computación, papelería, camisetas personalizadas, jarros estampados, y recuerdos de los mini sombreritos de paja toquilla para entrega el día de la sabatina a los asistentes considerando que serían una asistencia alrededor de 200 de cada uno de los productos y recuerdos. El portal será promocionado y saldrá en las sabinas del gobierno como parte del programa Exporta Fácil.

Posterior a la elección del servicio más adecuado y la publicidad se propone la exportación de 10 sombreros variados de paja toquilla para comenzar la promoción con agentes asignados en Estados Unidos y Alemania. Así se iniciaría la familiarización del producto y la comercialización del mismo. También se difundiría por publicidad llamada boca a boca que significa que las personas comenzarían a comentar sobre el servicio brindado y se populariza la campaña creada.

Los puntos detallados anteriormente sobre la publicidad y la integración de los artesanos al portal deben seguir un cronograma para fomentar lineamientos y proyecciones en las actividades a realizarse para un mejor control y seguimiento.

Para que se dé la continuidad de esta implantación en la Asociación de Artesanos de Sombreros de Paja Toquilla de Ciudad Alfaro se debe realizar una capacitación al personal que se encargará de mantener el sitio actualizado en cuanto a los datos y los productos, siendo los responsables de la comercialización electrónica y la publicidad online.

Validación de la Propuesta.

La propuesta se la validó bajo los criterios:

- a) Satisface los requerimientos para el comercio electrónico: se comparó la solución propuesta con los requerimientos de los artesanos para el comercio electrónico y se comprobó que estos requerimientos cumplen la solución propuesta.

- b) Fiable: se comprobó que la solución propuesta ejecuta los mismos resultados para diversos productos, categorías, cantidades, horarios, usuarios, por lo que se considera que la solución es confiable su funcionamiento.
- c) Escalable: se comprobó que los artesanos pueden crecer en número de productos y categorías sin cambios al software por lo que se considera que la solución es escalable.
- d) Seguridad: se comprobó que el software que ha sido programado utilizando estrategias defensivas y demás recomendaciones para código seguro de promulgados por la OWASP contra las vulnerabilidades mayormente conocidas como sql injection, etc., alineada a las recomendaciones sobre seguridad de software.
- e) Usabilidad y accesibilidad: se comprobó que la propuesta del software que haya sido programado utilizando conceptos de usabilidad y accesibilidad de la W3C.

Valoración de la Propuesta

Para una valoración de la solución al problema lo podríamos dividir así:

- a) Real: una implementación de la aplicación de las herramientas de Open Source de comercio electrónico y publicidad online para que los artesanos puedan realizar ventas nacionales e internacionales.
- b) Relevante: contribuir con la implementación y configuración el mejoramiento de las herramientas Open Source de comercio electrónico y publicidad online.
- c) Solucionable: por medio de la actualización de las herramientas de código abierto de comercio electrónico y publicidad online.
- d) Factible: se puede aplicar en el corto o mediano plazo.

Conclusiones y Recomendaciones

Los sombreros de paja toquilla son reconocidos por su calidad y sus diseños, además del trabajo dedicado desde la elaboración de la materia prima por los mismos artesanos hasta los acabados finales. Por eso son tan cotizados por los turistas quienes aprecian la historia detrás de cada sombrero.

Los ecuatorianos debemos apreciar nuestra historia, nuestra cultura para proyectar ese orgullo a otros países y cuidar los patrimonios ya sean culturales, naturales u orales e inmateriales de la humanidad.

Es importante saber que la trayectoria de los sombreros de paja toquilla ha sido de muchos años atrás, pero la preocupación del gobierno es que si esta tradición no se sigue cultivando en jóvenes de la comunidad llegará el día que desaparezcan y solo queden en la historia del Ecuador. Por eso la UNESCO y PRO ECUADOR están incentivando a los artesanos con beneficios sociales para que su tradición continúe.

El sitio web que se propone ayuda a que esto se haga realidad porque los beneficiados son los artesanos y se los promueve a crecer como pymes en cuanto a emprendimiento y por un mejor estilo de vida.

Se concluye que el presente proyecto integrador basado en herramientas Open Source de comercio electrónico y publicidad online constituye una solución para la comercialización en la web y conocimiento nacional e internacional de los sombreros de paja toquilla de la comunidad de artesanos de Montecristi.

Se recomienda la implementación del presente proyecto integrador para todos los artesanos de Montecristi y en general para los artesanos de sombreros de paja toquilla del Ecuador.

Referencias

- Adigital (2012) Libro blanco de Comercio Electrónico. España: Asociación Española de Economía Digital.
- Chuck, M. (2013). *Mobile Influence: The new power of the consumer*. United States: PalgraveMacmillan.
- De Andrés, Sico (2011) *Quiero que mi empresa salga en Google*. Colombia: Ediciones de la U.
- Hopkins, J.and Turner, J. (2012). *GO Mobile: Location-based marketing, App, Mobile Optimized ad campaigns, 2d codes and other mobile strategies to grow your business*. United States: JhonWiley&sons, Inc.
- Laudon, K., & Laudon, J. (2012). *Sistemas de inormacion Gerencial*. Mexico: Pearson.
- Nicol, D. (2013). *Mobile Estrategy: How your company can win by embracing mobiltechnologies*. United States: Pearson PLC
- OMC (2011). *El Comercio Electrónico y el papel de La OMC*, Estudios especiales Secretaria Organización Mundial de Comercio.
- OMC (2013); *El comercio electrónico, El desarrollo, y las pequeñas y medianas empresas*, WT/COMTD/W/193 comité de comercio y desarrollo.
- OWASP (2005) *Una guía para construir aplicaciones y servicios web seguros*. The Open Web Application Security project (OWASP) Free Software Foundation.

PrestaShop (s.f.) *Guía de funcionalidades PrestaShop*. Recuperado de <https://www.prestashop.com/download/pdf/PrestaShop-Feature-List-es.pdf>

Rowles, Daniel (2013). *Mobile marketing: How mobile technology is revolutionizing marketing communications and advertising*. United States: Kogan Page Limited.

Senplades (2013) Plan Nacional del Buen Vivir. Secretaria Nacional de Planificación.

ANEXOS

Anexo 1. Detalles de las agencias que estarían encargadas de los envíos

Para envíos a nivel internacional.

Guayaquil agencia de correos del ecuador

Sucursal: Guayas

Encargado de Punto de Venta: Katerine Jaime

Para envíos a nivel nacional.

Manta agencia de correos del ecuador

Sucursal: Manabí

Encargado de Punto de Venta: Silvia Catagua - Gabriela Cruzatty

Anexo 2. Tarifario 2013 de Correos del Ecuador

Los valores se dan según el peso de envío

Tabla 4

Tarifario 2013 CDE-EP

TARIFARIO 2013 EMPRESA PÚBLICA CORREOS DEL ECUADOR CDE-EP																		
SERVICIO EXPORTA FÁCIL																		
PESO Gr.	ZONA 1			ZONA 2			ZONA 3			ZONA 4			ZONA 5			ZONA 6		
	TARIFA	IVA	TOTAL															
0 - 500	25,67	3,08	28,75	26,79	3,21	30,00	27,46	3,29	30,75	28,13	3,38	31,50	41,30	4,96	46,26	41,52	4,98	46,50
501 - 1.000	30,96	3,64	34,60	31,26	3,75	35,00	33,04	3,96	37,00	33,26	3,99	37,25	50,00	6,00	56,00	50,45	6,05	56,50
1.001 - 1.500	34,15	4,10	38,25	35,05	4,21	39,25	36,17	4,38	40,55	36,39	4,61	41,00	58,48	7,02	65,50	58,71	7,04	65,75
1.501 - 2.000	36,39	4,61	41,00	40,18	4,82	45,00	42,86	5,14	48,00	44,42	5,33	49,75	64,28	7,71	72,00	64,51	7,74	72,25
4.501 - 9.000	76,13	9,38	85,50	82,37	9,88	92,25	86,83	10,42	97,25	94,87	11,38	106,25	136,16	16,34	152,50	138,39	16,61	155,00
9.501 - 10.000	126,13	15,13	141,25	142,63	17,12	159,75	150,89	18,11	169,00	173,21	20,79	194,00	251,56	30,19	281,75	255,13	30,62	285,75
19.501 - 20.000	215,63	25,88	241,50	226,34	27,56	253,50	235,49	28,26	263,75	267,86	32,14	300,00	379,69	45,56	425,25	386,16	46,34	432,50
29.501 - 30.000	295,09	35,41	330,50	299,78	35,97	335,75	313,84	37,66	351,50	350,67	42,08	392,75	506,47	60,78	567,25	514,96	61,79	576,75

Fuente: Correos del Ecuador

Anexo 3. Proceso elaboración sombrero paja toquilla

1. Cultivo de la planta Carludovica Palmata



Recuperado de: <http://sites.amarillasinternet.com/modestohats/procesos.html>

2. Se corta el cogollo para proceder a sacar la paja toquilla



Recuperado de: <http://sites.amarillasinternet.com/modestohats/procesos.html>

3. Se cocina la paja toquilla



Recuperado de: <http://sites.amarillasinternet.com/modestohats/procesos.html>

4. Se introduce la paja toquilla en un horno para que su color sea indicado

5. Se pone a secar la paja toquilla



Recuperado de: <http://sites.amarillasinternet.com/modestohats/procesos.html>

6. Un artesano asignado comienza con la elaboración del armado



Recuperado de:
<http://actividadesculturalesmanabi.blogspot.com/2010/12/rescatan-memoria-historica-del-sombrero.html>

7. Otro artesano realizará lo que llaman la plantilla



Recuperado de: <http://www.culturaypatrimonio.gob.ec/el-sombrero-de-ecuador-cautivo-al-publico-en-fil-rd/>

8. Un artesano diferente comienza a tejer el sombrero



Recuperado de: <http://solnaciendentenews.blogspot.com/2011/09/preservando-el-arte-sombreros-extra.html>

9. Se procede a lavar el sombrero ya que ha pasado por varias manos



Recuperado de: <http://sites.amarillasinternet.com/modestohats/procesos.html>

10. El remate se da para que el contorno del sombrero quede bien elaborado



Recuperado de: <http://sites.amarillasinternet.com/modestohats/procesos.html>

11. Saumado, se introduce de nuevo el sombrero al horno



Recuperado de: <http://sites.amarillasinternet.com/modestohats/procesos.html>

12. Se realiza el planchado del sombrero para moldearlo con diferentes modelos



Recuperado de: <https://kerlygarciablog.wordpress.com/tag/sombrero-de-paja-toquilla/>

13. Se dan los toques finales con cintas o diferentes detalles



Recuperado de: <http://sites.amarillasinternet.com/modestohats/procesos.html>

14. Se entregan para la venta



Recuperado de: <http://mantaecuador.com.ec/alrededores/montecristi-ciudad-alfaro/>

Anexo 4. Personajes usando sombreros de paja toquilla

Brad Pitt



Recuperado de: <http://ecuapanamahat.blogspot.com/p/farandula-con-sombreros.html>

Emma Watson



Recuperado de: <http://www.taringa.net/posts/info/17995383/El-verdadero-sombrero-Panama-se-fabrica-en-Ecuador.html>

Bruno Mars



Recuperado de: <http://www.andes.info.ec/es/etiquetas/sombrero-paja-toquilla>

Jhonny Deep



Recuperado de: <http://mimodadevida.blogspot.com/2011/07/me-quito-el-sombrero.html>

Emiliano Centeno Dyer



Elaborado por: Delia Feraud

Anexo 5. Proyección del sitio web para la comunidad de artesanos de Montecristi

El inicio del sitio web mostrando:
Inicio de sesión, descuentos, parte del catálogo, menú de categorías.



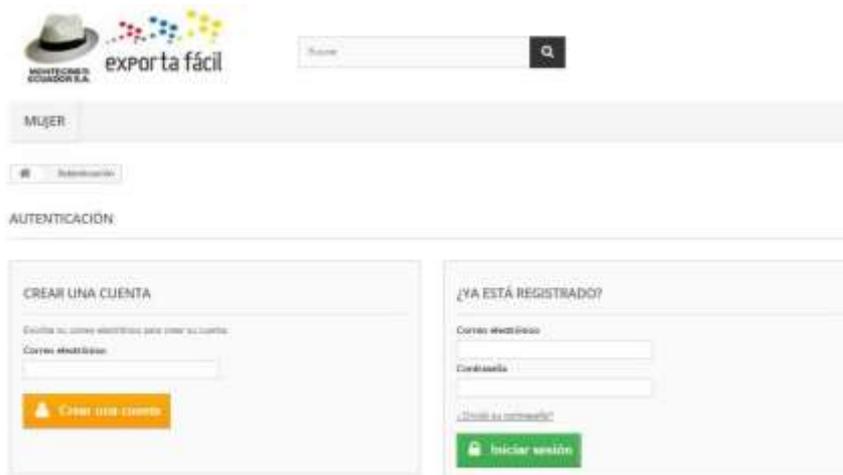
Parte del catálogo de la página de inicio



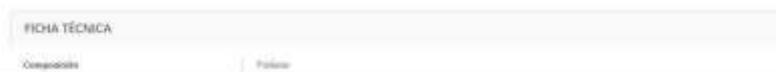
Parte final de la página de inicio mostrando:
 Las categorías hombre mujer, los más vendidos y datos de interés para el consumidor.



Registro de usuarios o inicio de sesión



En el catálogo los productos tendrán los detalles de cada sombrero





Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Nosotras, Dyer Feraud Amy Maribel, con C.C: # 0923769756 y Cortez Rodríguez Mayra Marlene con C.C. # 0923613301 autoras del trabajo de titulación: Implementación de herramientas Open Source de comercio electrónico y publicidad online diseñadas para la comercialización y exportación de sombreros de paja toquilla de la comunidad de artesanos de Montecristi previo a la obtención del título de **INGENIERAS EN COMERCIO ELECTRÓNICO** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaramos tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizamos a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 22 de marzo de 2016

f. Amy Dyer F.

Nombre: Dyer Feraud Amy Maribel
C.C: 0923769756

f. Mayra Marlene Cortez Rodríguez

Nombre: Cortez Rodríguez Mayra
Marlene
C.C: 0923613301



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Implementación de herramientas Open Source de comercio electrónico y publicidad online diseñadas para la comercialización y exportación de sombreros de paja toquilla de la comunidad de artesanos de Montecristi.		
AUTORAS	Dyer Feraud, Amy Maribel / Cortez Rodríguez, Mayra Marlene		
REVISOR/TUTOR	Carvache Franco, Orly Daniel		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Especialidades Empresariales		
CARRERA:	Escuela de Ingeniería en Comercio Electrónico		
TITULO OBTENIDO:	Ingenieras en Comercio Electrónico		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	22 de marzo de 2016	No. DE PÁGINAS:	66
ÁREAS TEMÁTICAS:	Comercio electrónico, diseño web y publicidad online		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	COMERCIO ELECTRÓNICO, PUBLICIDAD EN LÍNEA, CÓDIGO LIBRE, SOMBREROS PAJA TOQUILLA, TIENDA VIRTUAL / E-COMMERCE, E-MARKETING, OPEN SOURCE, STRAW HAT, VIRTUAL STORE.		

RESUMEN/ABSTRACT

El presente proyecto integrador, se enfoca en resolver la situación problemática de los artesanos de Montecristi, quienes a pesar de tener el sombrero de paja toquilla mundialmente conocido desde mucho tiempo atrás declarado Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO, han presentado dificultades en la comercialización internacional y actualmente la exportación se realiza a través de intermediarios distribuidores localizados en diversos países, debido a la escases de conocimientos y herramientas tecnológicas necesarias para realizar una comercialización directa a través de la web. Integrando conocimientos de diversas áreas: comercio electrónico, administración y diseño web, en este proyecto se estructura una propuesta basada en herramientas Open Source para la implementación de tienda virtual de comercio electrónico y publicidad web, para que los artesanos de sombreros de paja toquilla puedan realizar la promoción y comercialización de sus productos a nivel internacional a través de la internet.

This project focuses in solving an issue present in the artisan community of



Montecristi. Despite creating the worldwide reknown Straw Hat, declared as Intangible Cultural Heritage of Humanity by UNESCO, the artisans have had a hard time trying to export their production and place it in the international market. These last two activities are carried out by third parties and distributors, located in different countries, that count with the knowledge and technology needed to sell and place a product on the web; tools that the artisans lack of. This project is based upon the integration of knowledge from diver areas: e-commerce, management and web-dewing. The result: an Open Source platform that will allow the artisans to sell and place their product in the international market by using our virtual store.

ADJUNTO PDF:	SI	NO
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-4-5059440 – 0996692079 / 0996118294	E-mail: amy_df_93@hotmail.com / mayra_cortez449@hotmail.com
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Cruz Luzuriaga, María Isabel	
	Teléfono: 0979662657	
	E-mail: maria.cruz09@cu.ucsg.edu.ec	

SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA

Nº. DE REGISTRO (en base a datos):	
Nº. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):	