



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

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

**TÍTULO:  
IMPLEMENTACIÓN DE TIENDA ELECTRÓNICA Y  
ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA LA  
COMERCIALIZACIÓN DE JEANS DE LOS ARTESANOS DEL  
CANTÓN PELILEO**

**AUTORES:  
NARVÁEZ NARVÁEZ, DIEGO ANDRÉS  
SORIA LÓPEZ, CARLOS MIGUEL**

Trabajo de Proyecto Integrador previo a la obtención del título de:  
**INGENIERO EN COMERCIO ELECTRÓNICO**

**TUTOR:  
CRUZ LUZURIAGA, MARÍA ISABEL**

**Guayaquil, Ecuador  
2016**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

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

### **CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por Narváez Narváez Diego Andrés y Soria López Carlos Miguel, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingeniero en Comercio Electrónico**.

**TUTOR (A)**

---

**MARÍA ISABEL CRUZ LUZURIAGA**

**REVISOR(ES)**

---

**GUILLERMO CÉSAR TÁFUR AVILÉS**

---

**HERIBERTO BAKKE MEDINA FRANCO**

**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  
CARRERA: INGENIERÍA EN COMERCIO ELECTRÓNICO**

## **DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Nosotros, **Diego Andrés Narváez Narváez y Carlos Miguel Soria López**

### **DECLARAMOS QUE:**

El Trabajo de Titulación **IMPLEMENTACIÓN DE TIENDA ELECTRÓNICA Y ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE JEANS DE LOS ARTESANOS DEL CANTÓN PELILEO** previo a la obtención del Título **de Ingeniero en Comercio Electrónico** que ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas, 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 científico del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, a los 22 días del mes de marzo del año 2016**

### **AUTORES**

---

**Diego Andrés Narváez Narváez**

---

**Carlos Miguel Soria López**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA: INGENIRIA EN COMERCIO ELECTRÓNICO**

## **AUTORIZACIÓN**

Nosotros, **Diego Andrés Narváez Narváez** y **Carlos Miguel Soria López**

Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **IMPLEMENTACIÓN DE TIENDA ELECTRÓNICA Y ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE JEANS DE LOS ARTESANOS DEL CANTÓN PELILEO** 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**

**AUTORES:**

---

**Diego Andrés Narváez Narváez**

---

**Carlos Miguel Soria López**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por permitirme cumplir una meta más en mi vida, a mis padres por haberme guiado y aconsejado en todo momento, así también por el sacrificio que hicieron para darme los recursos necesarios para estudiar.

Agradezco a mis profesores por todo el conocimiento que han impartido en mí a lo largo de la carrera universitaria.

**Diego Andrés Narváez Narváez**

Agradezco a Dios por cada día de vida, también a mis padres por todo el apoyo desde que comencé mi carrera y que pese a todas las adversidades y problemas que se presentaron nunca dejaron de brindarme su ayuda.

También agradezco a los profesores y a todas las personas que me colaboraron durante esta larga carrera y que creyeron en la elaboración de esta tesis.

**Carlos Miguel Soria López**

## DEDICATORIA

Dedico este logro a mi abuelo Gregorio quien estaría muy contento y orgulloso de estar en este momento conmigo, a mi papá Lucio por aconsejarme todo el tiempo y demostrarme que debo sacrificarme para tener lo que quiero; A mi mamá Gina por anteponer mis estudios a su bienestar económico, por ser una madre ejemplar que con paciencia y amor me ha sabido guiar.

A mis profesores que con su pedagogía me impartieron gran parte del conocimiento que hoy tengo.

A mi hermano, novia y amigos por compartir conmigo esta etapa de mi vida académica.

**Diego Andrés Narváez Narváez**

Quiero dedicar este proyecto a mis padres que me apoyaron desde el comienzo de mi vida hasta la elaboración de este proyecto para poder terminar mi carrera profesional.

También a mis profesores que estuvieron apoyándome en cada uno de los semestres de mi vida académica.

**Carlos Miguel Soria López**

# TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

---

**María Isabel Cruz Luzuriaga**  
TUTORA



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA: INGENIERÍA EN COMERCIO ELECTRÓNICO**

**CALIFICACIÓN**

---

## Índice general

Índice general .....	ix
Índice de tablas.....	xi
Índice de gráficos.....	xii
Resumen .....	xiii
Abstract.....	xiv
Diagnóstico .....	3
Descripción del contexto.....	3
Antecedentes.....	7
Conclusión.....	9
Justificación .....	10
Formulación del problema .....	14
Descripción de la situación.....	14
La formulación del problema .....	17
Delimitación del problema .....	17
Objetivos.....	18
Objetivo General.....	18
Objetivo Específicos .....	18
Relación del proyecto con el programa de estudio .....	19
Marco Teórico.....	20
Inicios del comercio electrónico ecuatoriano .....	20
Evolución del comercio electrónico .....	20
Definiciones comercio electrónico .....	22
Marketing digital y manejo de la información.....	22
Beneficio del comercio electrónico en las PYMES .....	23
Oportunidad de sistematizar PYMES con CMS.....	25

Marco Conceptual.....	27
Diseño Metodológico .....	30
Métodos y técnicas utilizados para resolver el problema.....	30
Resultados obtenidos.....	31
Cuestionarios y entrevistas realizadas a los comerciantes de Pelileo...	35
Criterios para elaborar la propuesta y su validación.....	37
Plan de trabajo.....	44
Recursos .....	44
Presupuesto .....	46
La propuesta.....	47
Recomendaciones .....	55
Bibliografía.....	57
Anexos .....	62

## Índice de tablas

<i>Tabla 1.</i> Proyección de encuestas a realizar en las principales provincias del Ecuador.....	31
<i>Tabla 2.</i> Comparativa CMS de comercio electrónico .....	38
<i>Tabla 3.</i> Tabla Comparativa: Servientrega vs Correos del Ecuador.....	40
<i>Tabla 4.</i> Estrategias de marketing digital .....	43
<i>Tabla 5.</i> Recursos para desarrollar el proyecto .....	45
<i>Tabla 6.</i> Presupuesto.....	46

## Índice de gráficos

<i>Gráfico 1.</i> Principales actividades económicas de San Pedro de Pelileo.....	3
<i>Gráfico 2.</i> Mayores productores de denim en el mundo.....	5
<i>Gráfico 3.</i> Ejemplo de situación de comerciantes de Pelileo .....	16
<i>Gráfico 4.</i> Productos más demandados por los ecuatorianos vía online.....	21
<i>Gráfico 5.</i> Poder adquisitivo de los encuestados.....	32
<i>Gráfico 6.</i> Importancia de la marca al momento de comprar jeans en las principales provincias de Ecuador.....	33
<i>Gráfico 7.</i> Aceptación del proyecto en las principales provincias del Ecuador .....	34
<i>Gráfico 8.</i> Logística .....	41
<i>Gráfico 9.</i> Cronograma de actividades .....	44
<i>Gráfico 10.</i> Logo .....	47

## Resumen

El presente proyecto busca analizar como beneficiaría al sector manufacturero de San Pedro de Pelileo la incorporación del comercio electrónico dentro del negocio de comercialización de jeans.

Para ello, los autores investigaron la situación actual de los fabricantes y comerciantes de jeans de San Pedro de Pelileo por medio de noticias e informaciones encontradas en entrevistas, periódicos y revistas que permitieron determinar cuáles son los aspectos en los que presentan falencias en sus métodos de comercialización, manejo de las entregas y estrategias de publicidad que se usan actualmente. A su vez se realizaron investigaciones de campo, entrevistas y cuestionarios a productores de jean de Pelileo y encuestas a los posibles consumidores.

Las entrevistas y cuestionarios arrojaron como resultado que los comerciantes presentan problemas como los son: la adquisición de materia prima, alta intermediación, problemas políticos, ambientales, contrabando y resultado de esto la caída de sus ventas. Otro aspecto importante es que las estrategias para comercializar sus productos son primitivas sin la incorporación del uso de la informática los cual les quita competitividad, como resultado de esta problemática gran parte de los comerciantes se trasladaran a las principales ciudades para intentar obtener una mayor salida de su productos y estar más cerca de sus clientes.

Como conclusión a la investigación se presenta al comercio electrónico y marketing digital como una alternativa para mejorar las ventas del sector y la calidad de vida de esta comunidad, crear un modelo replicable para las PYMES del país, incentivar la producción nacional, generar exportaciones y aportar al PIB del Ecuador.

**Palabras Claves: jeans, Pelileo, comercio electrónico, Prestashop, marketing digital, CMS.**

## **Abstract**

This project seeks to analyze how the manufacturing sector could benefit San Pedro de Pelileo, incorporating e-commerce in the business of selling jeans.

To do this, the authors investigated about the current situation of jean fabric manufacturers and sellers of San Pedro de Pelileo through news and information found in interviews, newspapers and magazines that helped identify the aspects that present weakness in their marketing methods, delivery management and advertising strategies currently used. At the same time field investigations were made, interviews and questionnaires to jean manufacturers of San Pedro de Pelileo and surveys to potential consumers were made as well.

The interviews and questionnaires gave as a result that traders have problems of many factors as are: the acquisition of raw materials, high intermediation, political problems, environmental, smuggling and as a result of this sales fall. Another important aspect is that their product marketing strategies are primitive, without incorporating the use of computers which takes away competitiveness, as a result of this problem most sellers move to big cities to try to get more outflow of their products and be closer to their customers.

As a conclusion to the investigation e-commerce and digital marketing is presented as an alternative to improve sales of the sector and the life quality of this community, create a replicable model for SMEs in the country, encourage local production, generate exports and provide GDP of Ecuador.

**Keywords: jeans, Pelileo, ecommerce, Prestashop, digital marketing, CMS.**

## Introducción

En los últimos años la economía ecuatoriana se ha visto en un entorno inestable por diferentes factores micro y macroeconómicos, consecuencia de que varios sectores económicos y sus respectivas empresas se han visto afectadas en sus ingresos dando como resultado que algunas cierren y otras recorten personal.

Los comerciantes del sector de Pelileo se vieron afectados por esta problemática por lo cual necesitan incrementar sus ventas a pesar de esto no cuentan con canales de comercialización que puedan cambiar su situación actual, algunas han implementado varias estrategias sin embargo no han tenido el resultado esperado.

Esta investigación se realizó con la finalidad de determinar la factibilidad de implementar el uso del comercio electrónico como un nuevo canal de comercio para la comunidad de Pelileo tomando como base a los buenos resultados que se han dado en países como Colombia donde existen empresas que se dedican a la venta de Jeans a través de tiendas en línea como Kenzojeans, Stopjean.

Se realizó una investigación exploratoria ya que no existen evidencias de haberse hecho análisis similares al de esta investigación, se recogió información de los procesos de comercialización de Pelileo y la búsqueda de noticias por medios electrónicos o físicos como revistas, periódicos y tesis con objetivos similares. Para poder determinar la situación actual y la solución del sector manufacturero de Pelileo se generaron las siguientes interrogantes: ¿Cómo se manejan estos negocios?, ¿cuáles son las estrategias que utilizan actualmente para poder vender?, ¿cómo se encuentra su economía en la actualidad?, ¿están dispuestos a implementar nuestras estrategias de venta?, ¿estarían dispuestos a capacitarse y trabajar como nuestros socios? y ¿Qué necesitan los consumidores para poder adquirir los productos a través de un portal web?

Después de recopilar esta información por medio de entrevistas y cuestionarios a los proveedores y encuestas a los consumidores, se pudo

generar soluciones a estas necesidades a través del uso de la informática presentado varias alternativas que ofrecería DC jeans para implementar una tienda en línea con la posibilidad de vender los productos de Pelileo y generar un ingreso económico a los desarrolladores de la investigación.

Dc Jeans es un proyecto basado en comercio electrónico y marketing digital que busca incentivar las ventas de jeans del sector de Pelileo a través de medios digitales a un costo económico, librándose de intermediarios y acercándose a los clientes.

Se presentan formas de manejo de logística nacional e internacional para este tipo de negocio.

Para el alcance de este proyecto se consideró incluir únicamente a los comerciantes que fabrican el jean en Pelileo y no aquellos que traen este producto de países vecinos como Perú y Colombia, debido a la que la razón principal para este proyecto es incentivar la producción, desarrollo y comercialización de jeans elaborados en el Ecuador.

# Diagnóstico

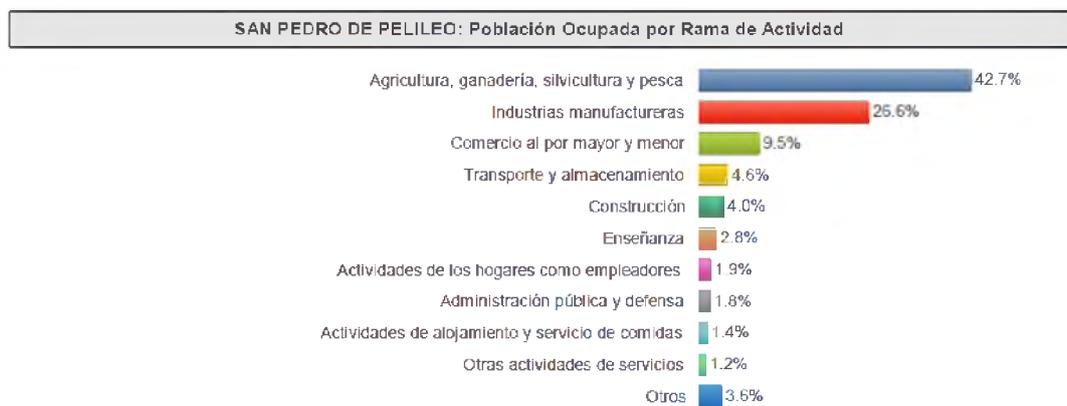
## Descripción del contexto

San Pedro de Pelileo es una ciudad localizada en el centro de la Región Interandina o Sierra de Ecuador, cuya población actual se estima en los 56.573 habitantes según el censo de 2010, y forma parte de la provincia del Tungurahua.

Está ubicada en el centro del país, al suroccidente de la provincia de Tungurahua a 25 km. de Ambato. Se sitúa a 2600 metros sobre el nivel del mar y consta de un clima templado y seco.

Pelileo se conoce como la “Ciudad Azul” debido a su industria manufacturera de jean, que se encuentra en su mayoría ubicada en el barrio “El Tambo”.

Según datos del INEC (2010) citado por SENPLADES (2014) sus principales actividades económicas se distribuyen de la siguiente manera



**Gráfico 1. Principales actividades económicas de San Pedro de Pelileo.**

**Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos – Censo de Población y Vivienda 2010**

Para el presente proyecto es relevante el sector manufacturero sobre los demás, concretamente los productos fabricados con tela jean.

En los últimos años la venta y producción de este producto ha declinado dando como resultado que algunos locales cierren o recurran a recortar

personal. A su vez, la actividad volcánica en los últimos años ha afectado al comercio ya que los consumidores se sienten inseguros de visitar la zona.

Otro de los factores según los productores es el incremento de precios de las materias primas como el denim lo que provoca un encarecimiento de los productos y ser un mercado menos atractivo para los consumidores, esto “se debe al aumento de la demanda en el mercado internacional de denim y el hecho de que algunos países proveedores del mismo registren complicaciones en su producción”. (“La producción de jeans de Pelileo baja por altos costos de insumos - Economía - Noticias | El Universo”, 2011 Publicado el 1 de abril de 2011)

El procedimiento de la confección de la tela denim empieza con el procesamiento del algodón. 1.400 kilogramos (kg) de materia prima es absorbida por una entre 1.000 y 1.200 toneladas de algodón, el 40% es de Ecuador y el resto proviene de EE.UU. y Brasil. (Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Sudamérica, 2012)

Esto significa que la demanda de algodón en el Ecuador no está cubierta en su totalidad, lo cual irremediablemente encarece el producto nacional entre ellos el jean.

## Los gigantes del denim

Facturación anual en millones de euros, en 2013. (\*) Datos de 2012



**Gráfico 2. Mayores productores de denim en el mundo**

**Fuente: modaes.es (2014) Quién es quién en el negocio del denim**

Con respecto a los comerciantes, estos han tenido ciertos problemas del componente económico, entre ellos la inestabilidad de precios en el mercado, la competencia en el comercio por la fuerte intermediación, dificultad en el fortalecimiento de los grupos asociativos vinculados al sector económico, disminución de los ingresos de los pequeños productores del sector manufacturero del cantón y desorganización del flujo comercial en el mercado mayorista (Caizabanda Jerez, 2014).

En base a los puntos expuestos anteriormente puede deducirse que la situación actual de Pelileo ha ido en deterioro en los últimos años debido a los factores expuestos, lo que ha ocasionado que los comerciantes de jeans busquen nuevas alternativas para poder vender sus productos y estar cerca de sus clientes y distribuidores. Esto se ve reflejado en el hecho de que los comerciantes han formado comunidades o asociaciones para poder trasladarse a las principales ciudades para vender los jeans, como sucede en el cantón Durán, donde a diario llegan buses con vendedores desde Pelileo, a pesar de que esto no les garantice el éxito esperado en sus ventas.

Por su parte los comerciantes están interesados en propuestas que ayuden a conseguir mejores resultados en sus ventas, como promocionar sus productos a través de una tienda online o implementar estrategias de marketing digital lo cual ayudaría a explotar su mercado local y tener la posibilidad de entrar a mercados internacionales. Además, comentan que están dispuestos a incrementar su producción en caso de ser necesario con las condiciones de que se les haga pedidos con anticipación, a pesar de esto su producción podría verse limitada. Actualmente varios de los comerciantes de Pelileo han optado por abastecerse de suministros de manufacturación en países vecinos como Perú donde por la devaluación de su moneda los encuentran muy económicos a diferencia de costo de producción con suministros nacional.

## **Antecedentes**

Existe evidencia de que se han realizado iniciativas que buscan la incorporación del comercio electrónico en áreas ya ocupadas por el comercio tradicional, como es el caso del proyecto realizado por Gaviria (2010), donde se presenta un plan de negocio para la creación de una empresa de confección de jeans la cual permite a los compradores diseñar y adquirir el jean por medio de una página web. Entre los puntos importantes que toma en cuenta en el proyecto está el de la penetración que ha tenido el internet en la población colombiana, así como la capacidad que tienen las personas de poder adquirir un jean a través de un sitio web, también el plan de producción y logística para poder garantizar que la producción y la entrega del producto se haga de manera precisa.

Por su parte en Ecuador algunas empresas comenzaron a desarrollar negocios a través del internet, por lo que el congreso presentó la Ley de Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos en el 2002, sin embargo, esto no influyó de manera significativa en el desarrollo del comercio electrónico ecuatoriano. Las últimas cifras oficiales indican que en el Ecuador se mueven alrededor de 540 a 700 millones de dólares al año de los cuales el 95% de esos ingresos son para empresas extranjeras y que en el país actualmente son alrededor de 500 las empresas que ofertan por internet. Esto quiere decir que existe la demanda sin embargo no hay oferta ecuatoriana en la web INEC (2010)

(Dután Arízaga & Rojas Paredes, 2010) en su investigación llevada a cabo en la ciudad de Cuenca y cuyo fin era posicionar una marca de jeans en el mercado local e internacional, logra determinar que para poder posicionar una marca las empresas deben ser competentes incrementando su productividad, tener una buena coordinación de su cadena de valor y en cada parte de la misma incorporar el uso de las tecnologías de la información.

Paredes Balladares (2010) en su investigación realizada en la ciudad de Ambato busca determinar un modelo de gestión de producción que permita mejorar las ventas de la empresa “La Raíz del Jean” del cantón Pelileo. En

resumen, se encontró que una gestión en los diseños de procesos, una buena gestión de control de calidad en los productos y un seguimiento de satisfacción del cliente son aspectos fundamentales para el desarrollo de las empresas en el Ecuador.

La producción de jeans empezó con la elaboración en talleres familiares artesanales, los cuales deben su crecimiento en gran parte al uso de la tecnología, dando como resultado que varios talleres se conviertan en grandes empresas como Pepe Jeans, Millenium, Koyot, etc. En su investigación busca:

Determinar cuan viable es la creación de un taller artesanal en el Sur de la ciudad de Quito dedicado a la confección y comercialización de pantalones jean, satisfaciendo las necesidades existentes en el mercado, generando fuentes de empleo y rentabilidad para el inversionista.

Y como resultado determina que el proyecto es viable ya que en este sector es muy demandado los jeans y sus costos de producción es inferior ya que es cercano a sus abastecedores de la materia prima. (García Camacho, 2012)

## **Conclusión**

El Ecuador es un país en el cual aún no hay gran oferta de productos a través del internet. Sin embargo, muchos emprendimientos empiezan a utilizar este medio obteniendo buenos resultados. Ejemplo de esto son la empresa de electrodomésticos Comandato, la empresa de ropa y artículos para el hogar De Prati, Almacenes TÍA, Ya está, fybeca, etc.

A pesar de los buenos resultados de algunas empresas que se ha mencionado en las líneas anteriores existe también la otra cara de la moneda. Evidencia de esto es el trabajo realizado por Puetate (2013) donde investiga cómo afecta el conocimiento sobre comercio electrónico al desarrollo comercial de las pequeñas y medianas empresas en la ciudad de Tulcán. Esta investigación establece que en Tulcán más de la mitad de las empresas tienen conexión a internet. El 31,31% lo usan para sus actividades comerciales, el 13,13% para correo electrónico y búsqueda de información mientras que el 42,42% considera que no es necesario el uso de las herramientas web y prefieren mantenerse en lo tradicional. A su vez, en otras ciudades de Ecuador productores, manufactureros u ofertantes de servicios comparten el mismo pensamiento desperdiciando las oportunidades de desarrollar sus empresas.

## Justificación

1. El gobierno actualmente está impulsando las exportaciones por medios como el Ministerio de Comercio Exterior y este mismo con entidades como Pro-Ecuador en vista de la fuga de capital de los últimos años, el comercio electrónico es una solución a la de fuga de capital ya que les permite a las empresas exportar y generar ingresos al país a su vez posicionar marcas en mercados extranjeros.
2. Las costumbres de los consumidores están migrando a usar los canales de internet para recibir información y realizar sus compras por lo que es el mejor medio para lanzar nuevas marcas productos y campañas publicitarias con un corto presupuesto.
3. En esta era globalizada el internet es el medio que permite acceder a nuevos mercados y ofrecer una atención personalizada las 24 horas los 7 días de la semana.
4. El comercio electrónico se presenta como un área de notable expansión debido a que está asistido por fuertes incentivos económicos que implican una reducción de costos administrativos y acotamiento del proceso de distribución e intermediación.
5. A lo largo de la historia el cantón Pelileo ha sido considerado uno de los mayores productores y comercializadores de jeans del Ecuador, son reconocidos por su calidad y por ser proveedores de empresas internacionales, por lo cual se escogió este sector.
6. Las encuestas realizadas por los desarrolladores de este proyecto demuestran que la idea de comercializar jeans es muy atractiva para los consumidores de las principales provincias del Ecuador y hay un mercado insatisfecho de este producto.

7. El uso del internet ha tenido un gran crecimiento en el Ecuador en los últimos años por lo que hay un mercado nuevo por explotar en la cual con un bajo presupuesto se puede lanzar campañas de publicidad a un mercado objetivo y por medio de CMS montar tiendas catálogos de forma rápida y fáciles de administrar.
8. Con el comercio electrónico los productos podrán ser visto alrededor del mundo por clientes potenciales que tengan acceso a internet, de esta manera tendrían un mercado más grande que al tener un local físico. Esto repercutirá en el mercado ya que fomentará el uso de las tecnologías y la innovación presentando nuevas formas de comercialización dentro del país lo cual beneficiará al consumo del producto nacional.
9. El comercio electrónico es la oportunidad para poder desarrollar a las PYMES en este caso enfocado al sector textil.
10. El e-commerce es un canal alternativo de venta para fomentar las exportaciones, lo cual es uno de los retos del Ecuador. El ingreso de capital ayudará a las comunidades productoras a tener una mejor calidad de vida.
11. No existe la implementación de ninguna herramienta que permita la comercialización o la venta de Jeans a través de un sitio de internet en Pelileo.
12. La plataforma incrementará las ventas para los locales del cantón debido a la publicidad que tendrán sus prendas, así como la agilidad en el proceso de compra ya que a los consumidores no les toca desplazarse hasta los locales en Pelileo, sino que pueden pedirlos por internet y con mayores opciones de pago, a su vez se reducen el número de intermediarios por lo que el producto llega al cliente a un menor precio por lo que lo vuelve más atractivo.

13. Impulsará la competitividad entre las empresas mejorando la calidad de sus productos y servicios.
14. El éxito de un negocio en línea depende de la implementación de estrategias de ventas. Existen varias herramientas como los CRM, estos ayudan a gestionar las relaciones con los clientes, aumentar la fidelidad de los mismos y captar prospectos de venta.
15. El proyecto tendrá como fin ayudar a un grupo de comerciantes de la comunidad de Pelileo a que obtengan mayores ingresos en sus negocios siendo proveedores de la marca DC Jeans, mejorando su calidad de vida y proporcionando beneficios económicos a los desarrolladores del proyecto, siendo así un modelo replicable para todas las PYMES del Ecuador. Esta idea está inspirada en el artículo 33 de la ley:

El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado.

*(Constitución de la República del Ecuador, 2008)*

De esta manera se generará competitividad entre las empresas, obteniendo como resultado el desarrollo del comercio y la internacionalización de sus productos y marcas.

16. En el Ecuador aún no hay una cultura consumidora por medio de la web sin embargo varias PYMES han logrado consolidarse en el mercado nacional a través de medios digitales como Instagram, Facebook y páginas web. Los siguientes emprendimientos han

logrado desarrollar sus proyectos: Laueca Store con 1 año en el mercado ha obtenido más de 30,000 fans, así mismo Baking Ideas otro emprendimiento guayaquileño que ha logrado obtener casi 21,000 fans en alrededor de 1 año. Tener este número de fans no asegura que todos sean consumidores, sin embargo, se los puede considerar como un gran número de prospectos de venta. Las dos empresas mencionadas anteriormente han tenido una buena rentabilidad empezando con una pequeña inversión.

Por su parte “YAESTA” es otro emprendimiento ecuatoriano netamente de e-commerce en la que se vende todo tipo de productos, según Diario El Expreso (2015) “acaba de cerrar una ronda de inversión de medio millón de dólares, en la que han participado empresarios nacionales y extranjeros”. Como estas tres empresas mencionadas hay muchas más en el Ecuador que buscan implementar sus negocios a través de un sitio web, lo cual es una muestra de que la incursión de los negocios ecuatorianos en internet tiene un futuro prometedor a un corto plazo.

## **Formulación del problema**

### **Descripción de la situación**

A pesar de que la principal actividad es la agrícola, la manufacturera es la que más podría desarrollarse si se forma una alianza con la tecnología.

Se entrevistaron a varios negocios de comercialización de prendas jeans que están ubicados en la ciudad de Pelileo, en la primera visita se contactó con Marcela Moyano actual vicepresidenta de la “Asociación siglo XXI” dedicada a la distribución de jeans, esta asociación esta agrupada por alrededor de 50 comerciantes que viajan semanalmente a las principales provincias del Ecuador para ofrecer sus productos, esto debido al declive de sus ventas en los últimos años y que por varios factores los consumidores han dejado de visitar Pelileo, uno de estos el tiempo y costo de viaje además de la fuerte competencia en las grandes ciudades.

En la otra sucursal visitada, Miriam Sánchez comerciante del mismo sector comentó que sus colegas viajan con la finalidad de vender sus jeans y se acomodan desde mercados mayoristas hasta pequeñas carpas en la calle sin garantías de vender lo esperado. Además, la mayoría se mantiene con los métodos tradicionales de comercialización o sea el pago efectivo y con el riesgo de ser víctimas de robos extorciones o de perder su mercadería por las temporadas de lluvia.

En el transcurso de las visitas se pudo determinar que varios comerciantes buscan implementar estrategias de venta lanzando sus productos con marca propia y tratando de darle características diferenciadoras a su competidora entre levanta colas, deshilachados vaqueros entre otros. Algunos utilizan las redes sociales, sitio web informativo, o sitios de anuncios como OLX, Mercado Libre para promocionar sus productos, sin embargo, por ignorancia de los beneficios que tiene el marketing digital no aprovechan al máximo los potenciales de estos canales.

Para Xavier Oniate presidente de la “Asociación ASTERJEAN” varios de los comerciantes, por los costos elevados, han optado por la importación de los jeans de países vecinos. Es el caso de Perú que, por su devaluación de moneda, la mano de obra resulta económica y la industria textil está más desarrollada; resulta mayormente atractivo adquirirlos que producirlos en el Ecuador. En cuanto a los métodos de pago que manejan actualmente los comerciantes prefieren el cobro en efectivo, sin embargo, algunos en busca de mejorar su situación ofrecen mayores facilidades de pago a los que les compran en cantidad, como por ejemplo el pago de mitad por adelantado y el resto al entregar el producto. A su vez, están dispuestos a utilizar otros métodos como Western Unión, transferencias bancarias y otras herramientas de pago con la condición de que brinde la seguridad adecuada en las transacciones.

Por otra parte, los ingresos se han visto afectados por diferentes problemas macro y microeconómicos para la elaboración de los Jeans lo que lleva a que muchos talleres cierren sus puertas o despidan al personal o busquen nuevos métodos de venta. Esto además se ve reflejado en los precios finales de los productos ya que llegan a los consumidores encarecidos por lo que se hace difícil la adquisición por parte de las personas.

Este proyecto busca aportar con el conocimiento adquirido a lo largo de la Carrera de Comercio Electrónico con la población del cantón Pelileo para contribuir que el sector manufacturero de Pelileo aumente sus ventas. También, se busca que puedan hacerlo de manera más eficiente y efectiva mediante el uso del internet. En conclusión, se busca que el beneficio económico sea tanto para los fabricantes de Pelileo, como para los autores de este proyecto.



**Gráfico 3. Ejemplo de situación de comerciantes de Pelileo**

**Fuente: realizado por los autores.**

## **La formulación del problema**

El problema es que ellos venden su producto a los grandes distribuidores que son nacionales o internacionales los que le dan un valor agregado al producto y lo venden a altos precios sin que los manufactureros reciban mayores beneficios. Algunos se han agrupado en asociaciones en busca de incrementar sus ventas, sin embargo, no todos tienen las posibilidades de viajar regularmente a las principales ciudades y no sienten total confianza en que mejore su situación al hacerlo.

*¿Cómo se puede colaborar con el desarrollo de esta población a través del comercio electrónico y al mismo tiempo obtener una rentabilidad de esta actividad?*

## **Delimitación del problema**

Este proyecto se enfoca en la industria textil, concretamente a la manufacturación de productos hechos con tela jean de Pelileo, empezando por prendas como pantalones que son los que más salida tienen. El mercado objetivo será las principales provincias del Ecuador: Guayas, Pichincha, Los Ríos, Azuay y Manabí, las cuales fueron determinadas por los resultados de la encuesta realizada para el proyecto.

Algunos productores del sector han optado por importar suministros para la confección de jean y el producto terminado de Perú. El proyecto se limitará a generar apoyo únicamente a los manufactureros de Pelileo buscando incentivar a la producción nacional y disminuir de esta manera las importaciones y contrabando de este producto desde países vecinos.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

- Colaborar con el desarrollo de la población de Pelileo del sector manufacturero de jeans a través de la implantación de comercio electrónico.
- Obtener una utilidad de esta actividad.

### **Objetivo Específicos**

- Hacer una encuesta en las cinco ciudades más pobladas del Ecuador para ver los porcentajes de aceptación a la idea de comercializar los productos jean por medio de una tienda virtual.
- Determinar los precios de los productos de Pelileo al por mayor.
- Diseñar una tienda en línea que cumpla con todos los requerimientos necesarios en cuanto a seguridad, usabilidad y atención al cliente.
- Investigar las empresas de entrega más usadas en el Ecuador realizar una comparativa de las 2 principales para establecer la logística del proyecto.
- Examinar que pasarelas de pago en Ecuador pueden ser usadas a través de Prestashop.

## **Relación del proyecto con el programa de estudio**

En este proyecto se aplicarán conocimientos adquiridos durante los semestres que se estudió en la Universidad Católica Santiago de Guayaquil los cuales se detallan a continuación:

- Marketing e investigación de mercado: Elaboración de propuesta de marketing y análisis de mercado.
- E-marketing: Desarrollo del plan de e-marketing manejo óptimo de social media y Google Adwords, publicidad online.
- Diseño 2: Manejo de herramientas CMS.
- DHTML: Manejo de CSS del sitio web.
- Métodos de pago en internet: Investigación de las pasarelas de pago sus políticas y restricciones para determinar cuáles son las plataformas más óptimas para este proyecto de Investigación.
- Auditoría web: Accesibilidad y usabilidad de la plataforma web.
- Contabilidad y costos: flujo de caja, costos y gastos de producción.
- Seguridad web: Vulnerabilidades, tipos de ataques. Formas de protección capa de aplicación y de servidor también licencias SSL.

## **Marco Teórico**

### **Inicios del comercio electrónico ecuatoriano**

Los inicios del comercio electrónico en el Ecuador datan del año 2001, el cual fue promovido por las necesidades de las empresas públicas y privadas como el Consejo Nacional de Telecomunicaciones el cual tomó la iniciativa oficial para enrumbar el proceso de elaboración del proyecto de ley ALADI (2001)

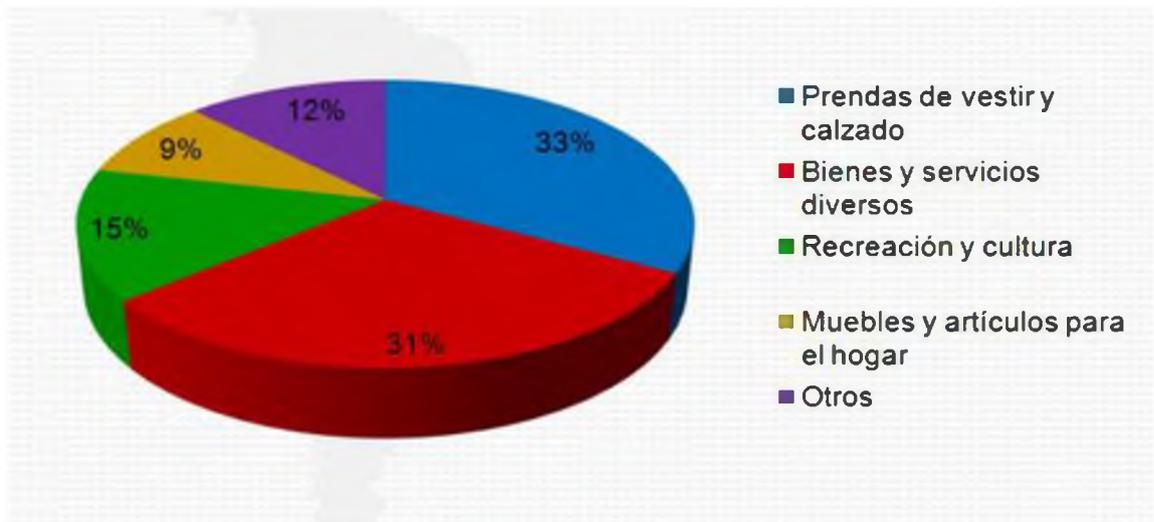
A pesar de haber pasado 16 años esta iniciativa no ha tenido la acogida esperada, en gran parte a la falta de apoyo de los gobiernos de turno lo que ha favorecido al desconocimiento de las personas con respecto a este tema. Sin embargo, en la actualidad se está promoviendo el comercio electrónico como un medio más de comercialización.

### **Evolución del comercio electrónico**

“Según un estudio de Visa y Euromonitor sobre el e-commerce en Latinoamérica, se prevé que el comercio electrónico crecerá anualmente 13% para el 2018. El estudio se basa en el tamaño del mercado de comercio electrónico” (Cancino, 2015). La forma en que se usa el Internet y el índice de e-Readiness. Brasil destacó como el país más avanzado y desarrollado en comercio electrónico.

Por su parte Diario El Comercio (2014) publicó que “el 51% de las compras virtuales se realiza en las tres ciudades más grandes del país: Quito Guayaquil y Cuenca. Así lo dio a conocer el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC) en el eCommerce Day.”

A su vez se pudo observar los intereses de los ciberconsumidores ecuatorianos y se puede determinar que las prendas de vestir son las más compradas por los ecuatorianos.



**Gráfico 4. Productos más demandados por los ecuatorianos vía online.**

**Fuente: INEC (2014) Intereses de los consumidores ecuatorianos a través del internet.**

Con el pasar de los años, el comercio electrónico ha evolucionado, el mundo empresarial y la competencia entre los negocios aumenta de manera acelerada, tanto que las empresas deben estar en todo momento a la vanguardia de las nuevas tecnologías. Un punto que no se debe dejar de mencionar, es que para solucionar el mercado de una PYMES se deben tener también buenas estrategias comerciales y sobre todo estar totalmente definidas. El comercio en complicidad del internet puede ser un arma de doble filo si no se las administra de manera correcta.

El comercio electrónico abre nuevas perspectivas para los países en desarrollo se sugiere reformar y liberalizar los sectores de las telecomunicaciones, el comercio y las finanzas como una de las premisas para mejorar las oportunidades que ofrecen las tecnologías de la información. “El comercio electrónico es un concepto muy amplio que involucra cualquier transacción comercial efectuada por medios electrónicos es decir que incluiría medios tales como el fax, el telex, el teléfono.” (Mejía, 2008)

Actualmente, el internet es sin duda una herramienta muy importante para el desarrollo de las PYMES, las mismas que se ven beneficiadas debido al uso del comercio electrónico. Según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (2015) “El comercio electrónico es definido como el

proceso de venta o intercambio de bienes, servicios e información a través de redes de comunicación”.

### **Definiciones comercio electrónico**

(UNAD, s. f.) Establece que “El comercio electrónico es una aplicación de la avanzada tecnología de información para incrementar la eficacia de las relaciones entre socios comerciales.”

Al conjugar estas dos definiciones, se puede mencionar que el comercio electrónico es una herramienta moderna que permite, además de realizar negocios, detectar las necesidades que tienen las empresas y los consumidores para de esta manera mejorar la calidad de bienes y servicios.

Debido a esto, no debería pensarse que el comercio electrónico es únicamente una tecnología, sino que, mediante su utilización se obtiene una vía que mejorará la forma del cómo se llevan a cabo las diversas actitudes de las empresas.

### **Marketing digital y manejo de la información\**

Con el uso de las redes sociales y el marketing digital se puede atraer y fidelizar a más clientes a una marca y a un costo mucho menor que utilizando las estrategias de marketing tradicional.

El manejo de la información se ha convertido de uso primordial en el mundo de los negocios devolviendo datos gerenciales para apoyar a la toma de decisiones de las organizaciones, por lo que el uso de una base de datos será esencial.

A su vez, se ha tomado en cuenta todo tipo de medidas de seguridad para que los datos de los compradores sean menos vulnerables a ataques de hackers. Por lo que se considera necesaria la adquisición de un certificado SSL que ayuda a generar más confianza en los clientes.

La presencia en la web prácticamente es la nueva tarjeta de presentación de las empresas y la mejor forma de internacionalizarse y competir con grandes marcas. Marcas tradicionales han ido incorporando el comercio

electrónico como estrategia para fortalecer sus ventas y realizar marketing digital.

El comercio electrónico se basa en la utilización de estrategias digitales que permiten captar nuevos clientes y la fidelización de estos. Muchos empresarios no le dan la debida importancia a este mundo digital por el cual se puede conseguir el crecimiento de los negocios y la potencialización de las ventas en línea. De acuerdo a la Organización para la Cooperación y el Profeco (2015). “las compras de artículos y servicios por internet o en línea pueden resultar atractivas por la facilidad para realizarlas, sin embargo, es importante que los ciberconsumidores tomen precauciones para evitar ser víctimas de prácticas comerciales fraudulentas”. Cabe mencionar que el internet es un medio muy sencillo y eficaz para ampliar el mercado, tanto así que una tienda en línea puede llegar a incrementar la cartera de clientes potenciales.

### **Beneficio del comercio electrónico en las PYMES**

El comercio electrónico beneficia a las PYMES, ya que permite expandir el mercado al que se dirigen. Las empresas pueden ofrecer sus productos y servicios a diversos públicos, inclusive a aquel que se cree que es inaccesible, no limitándose únicamente a un horario establecido o y sobre todo a un área geográfica. Resulta necesario conocer que las pequeñas o medianas empresas pueden ganar prestigio al tener presencia en la red, hoy en día, los consumidores optan en muchos de los casos a indagar a la marca en el entorno digital. Así también, las PYMES tienen la posibilidad de crecer creando ofertas especiales para aquellos posibles compradores, de esta manera estimularán las ventas y se incrementarán los ingresos.

Se debe mencionar que una pyme se ve beneficiada por las herramientas digitales debido a que permite establecer una posibilidad de que haya un contacto directo entre los consumidores con los productores. Al haber un trato directo y la probabilidad de que se brinde información en tiempo real a los clientes, la comunicación mejora.

Para el desarrollo de las empresas en el Ecuador, en especial las PYMES, falta la implantación de estrategias de ventajas competitivas para poder explotar sus capacidades.

Una estrategia competitiva está conformada por “conjunto de acciones que una empresa pone en práctica para asegurarse una ventaja competitiva sostenible” (Grant, 1996, p.72).

Porter (1982) determinó tres estrategias que podrían aplicar las organizaciones para generar una ventaja competitiva sobre el resto de empresas.

Esas tres estrategias genéricas son:

- Liderazgo en costes.
- Diferenciación.
- Focalización.

Solano (2010) afirma que existen 3 estrategias genéricas para poder desempeñarse mejor que otras empresas en el sector Industrial:

Liderazgo general en costos: Requiere de la construcción agresiva de instalaciones capaces de producir grandes volúmenes en forma eficiente, de rígidos controles de costo y de los gastos indirectos, evitar las cuentas marginales, y la minimización de los costos de áreas como I y D, servicio, fuerza de venta, publicidad.

Diferenciación: La diferenciación del producto o servicio que ofrece la empresa, creando algo que sea percibido en el mercado como único. Los métodos para la diferenciación pueden tomar muchas formas: diseño o imagen de marca, en tecnología, en características muy particulares, en servicio al cliente, cadena de distribuidores o en otras dimensiones.

Enfoque o alta segmentación: En enfocarse sobre un grupo de compradores en particular, en un segmento de la línea del producto, o en un mercado geográfico, la empresa que logra una alta segmentación también está en condiciones de alcanzar rendimientos mayores al promedio para su sector industrial. (p.21-24)

El comercio electrónico permite de forma eficaz aplicarlas, el consumidor ecuatoriano está dispuesto a implementar estas estrategias una vez que tenga la certeza de que cumplirá con las metas y los objetivos esperados para su PYMES.

Este proyecto es un modelo replicable para las PYMES del Ecuador que incentivará dinamizará el comercio y la innovación.

Cabe recalcar que en Ecuador la mayoría de las personas comúnmente no realizan sus compras por internet debido a su desconocimiento en el tema así también sobre la metodología y las ventajas que pudieran obtener. “Según Marcos Pueyrredón, presidente del Instituto Latinoamericano de Comercio Electrónico (ILCE), en Ecuador hay la capacidad para incrementar las ventas electrónicas ya que al menos 30% de la población tiene acceso a internet.” (Francisco Jesús & Sánchez, s. f.)

Internacionalmente, comprar productos en línea es una opción que ya ha sido aceptada por los consumidores. Es por esto que las empresas ven a la web como una nueva oportunidad para poder expandir su mercado. Dentro de la red se pueden encontrar desde pequeñas empresas hasta empresas muy reconocidas como lo es Amazon o Ebay.

### **Oportunidad de sistematizar PYMES con CMS**

Muchas empresas o emprendimientos piensan que el implementar una tienda en línea es muy costoso y complicado. Anteriormente se requiera tener conocimientos especializados y una adecuada fusión de temas como lo son redes, bases de datos, seguridad informática, desarrollo web a código nativo. Hoy en día existen muchas herramientas CMS de código abierto las cuales permiten crear tiendas en línea muy atractivas y profesionales de forma muy económica, agilitando procesos y ahorrando costos que pueden ser destinados a otras áreas como lo son marketing digital, posicionamiento web, relaciones públicas, etc.

Entre los CMS de comercio electrónico se encuentran:

- Magento.
- Prestashop.
- Wordpress.
- Opencart.
- OsCommerce.
- Zen cart.

Para el presente proyecto se ha seleccionado a Prestahop como la mejor alternativa a las necesidades que el proyecto de comercio de jeans requiere, ya que contiene un sin número de funcionalidades de gestión de inventarios, costos, manejo CRM, cobros y diseño del sitio etc., que harán a la tienda en línea muy usable y accesible tanto para el comprador como los administradores del proyecto.

## Marco Conceptual

Comercio Electrónico: son todas las transacciones o compras que se realicen de manera electrónica a través de un sitio web.

### Ventajas

- Se accede a cualquier tipo de información de manera mucho más fácil y rápida además de que también se pueden realizar búsquedas más específicas.
- El uso de sitios web no limita las compras solo a nivel local, sino que también permite realizar compras internacionales solo con una tarjeta de crédito.
- Al tener una tienda en línea se reducen los costos del producto esto debido a que se reducen gastos como por ejemplo locales, número de empleados, Intermediarios.
- En un sitio web se puede brindar una atención más personalizada y rápida las 24 horas del día los 7 días de la semana, aumentando la fidelización de los clientes.
- Se acortan las distancias entre los proveedores y el comerciante además de que también permite llevar un mejor control de los productos de la tienda.

Prestashop: Es un CMS que se utiliza para la elaboración de tiendas de e-commerce que cuenta con su propia interfaz y que no necesita grandes conocimientos en programación ya que cuenta con módulos gratuitos y pagados para cada una de las tareas que necesitan realizarse en un sitio web de e-commerce.

Licencias SSL (Secure Sockets Layer): Son certificados que ayudan a garantizar que tu sitio web cuenta con medidas de seguridad para poder realizar transacciones donde se maneje información delicada como usuarios y claves de tarjeta de crédito.

CRM: Son sistemas informáticos que ayudan a mejorar las relaciones con el cliente esto quiere decir todo lo que tiene que ver con las ventas o datos importantes de los clientes o para poder lo que son campañas de marketing.

Liderazgo en costes: Es elaborar estrategias que ayuden a que los precios y productos claves de una empresa siempre resalten a los de la competencia.

Diferenciación: Es crear una percepción de una marca o producto que lo haga único a la vista de los clientes potenciales. Estos factores pueden ser de diseño o estética del producto o el servicio.

Focalización: Es seleccionar el target en el cual centrar la mayor cantidad de recursos ya sean de estos de carácter promocional o publicitario.

TICS: Son las tecnologías que se han desarrollado para dar un mejor manejo a lo que es la información esto incluye lo que refiere al respaldo de los datos o enviar información de un lugar a otro y así mismo el procesar información para poder calcular los resultados y elaborar los respectivos informes.

CMS: Es una aplicación en la cual un usuario puede manejar, editar o crear contenido digital o también permiten la creación de sitios web por medio de la interacción con un servidor donde se guarda toda la información lo cual hace que el gasto sea menor ya que se encuentra bajo un formato estandarizado.

SEO: Es el proceso que facilita a que más personas vean un sitio web y mejora la posición en los buscadores como Google, Yahoo entre otros esto puede comprender lo que es la actualización del código, la edición del contenido del sitio o las diferentes campañas de enlaces que puedan hacerse para que un sitio tenga una mejor posición en los buscadores.

SEM: Es el uso de estrategias o herramientas que permiten aumentar las visitas a un sitio web ya sea por medio de la publicidad en los buscadores como google o creación de anuncios o las palabras clave.

Auditoría web: Es revisar y analizar cómo se encuentra actualmente tu sitio web. Esto se hace a través de reportes que se entregan a la persona encargada del sitio web o la propietaria de la empresa para que realice los cambios o conozca las irregularidades que puede tener su sitio web como pueden ser aspectos de seguridad, usabilidad entre otros.

Base de datos: Es el conjunto de datos relacionados con un tema en específico o que pertenecen a un mismo contexto y los cuales pueden ser usados en cualquier momento o que pueden estar indexados para una consulta.

Contra reembolso: Es un método de pago muy usado en el cual el producto o servicio se paga al momento que es entregado o realizado.

Transferencia bancaria: Es un método de pago en el cual el vendedor facilita un número de cuenta bancaria al consumidor y este deposita o transfiere la cantidad del producto o servicio requerido para posterior a la comprobación de pago hacer el despachado.

Paypal: Es un método de pago capaz de dar seguridad a las tarjetas de crédito ingresadas está posicionando alrededor del mundo por lo cual es una pasarela a tomar en cuenta en la tienda para exportar.

E-Readiness: Indicador que se puede utilizar para determinar los avances del comercio electrónico en un determinado país está para ayudar a descubrir cuan fácil o beneficioso resultaría para los consumidores y negocios utilizarlo.

## Diseño Metodológico

### Métodos y técnicas utilizados para resolver el problema

El método usado en este trabajo fue cuantitativo y cualitativo. Cuantitativo tanto para las encuestas realizadas en el país, como para obtener información de los fabricantes en Pelileo, y lo cualitativo se incluyó en las entrevistas que se hicieron a estos fabricantes.

La investigación realizada es de tipo exploratoria en los dos casos mencionados en el párrafo anterior, en vista de que no existen investigaciones previas acerca de algunos datos necesarios para desarrollar este proyecto. Por este motivo se ha realizado algunas visitas a ferias de jeans y mercados mayoristas del mismo producto provenientes de Pelileo, se procedió a llenar un cuestionario y a recopilar datos mediante entrevistas a las empresas ASTERJEAN, LEMUS JEAN, LOCAL COMERCIAL SANTOS ALVARADO, MARCELL JEAN.

Se utilizó el método de encuestas para medir la preferencia del tipo de producto jean en las principales provincias del país, esto con la intención de conocer la preferencia de la población, en cuanto a realizar compras online, asumiendo un 95% de confianza, un error máximo de estimación de 0,05 tomando como base una población infinita ya que esta supera los 100000 habitantes.

$$n = \frac{Z_{\sigma/2}^2 * p * q}{e^2}$$

Se asume:

$$e = 0,05$$

$$z = 1,96$$

$$p = 0,50$$

$$q = 0,50$$

Lo cual da como resultado 385, que es el tamaño de la muestra, por lo tanto, se encuestará de la siguiente manera:

Según el Censo nacional del 2010, se obtuvo el número de habitantes en cada provincia. En base a esto se determinó que el número de encuestas estará dividido como el siguiente:

**Tabla 1. Proyección de encuestas a realizar en las principales provincias del Ecuador**

Provincia	N° habitantes	Porcentaje	Número de encuestas
Guayas	3.645.483	40,14%	155
Pichincha	2.576.287	28,37%	109
Manabí	1.369.780	15,08%	58
Los Ríos	778.115	8,57%	33
Azuay	712.127	7,84%	30
<b>Total</b>	<b>9.081.792</b>		

Fuente: Realizado por los autores.

## Resultados obtenidos

### a) Las encuestas hechas en el país

Se formularon 21 preguntas a los posibles consumidores de las principales provincias del Ecuador (Anexo 1), de los cuales se pudo observar las siguientes tendencias, después del procesamiento de datos con el software Stata 14:

¿Cuánto suele gastar en promedio al comprar un pantalón jean?	Sexo		Total
	Hombre	Mujer	
Menos de US\$20	25	23	48
	8.65	7.72	8.18
Entre US\$20 y US\$30	84	102	186
	29.07	34.23	31.69
Entre US\$30 y US\$40	89	89	178
	30.80	29.87	30.32
Entre US\$40 y US\$50	54	49	103
	18.69	16.44	17.55
Entre US\$50 y US\$60	23	23	46
	7.96	7.72	7.84
Más de US\$60	14	12	26
	4.84	4.03	4.43
Total	289	298	587
	100.00	100.00	100.00

**Gráfico 5. Poder adquisitivo de los encuestados.**

**Fuente: Realizado por los autores.**

Con el análisis más a fondo de las encuestas se puede determinar que el poder adquisitivo es muy similar entre hombres y mujeres dando como rango de precio los valores de entre \$20.00 a \$50.00 por producto permitiendo así establecer precios accesibles y competitivos para el mercado objetivo del proyecto.

Al comprar jeans, ¿qué tan importante es que la prenda sea de marca?	Sexo		Total
	Hombre	Mujer	
Muy importante	75 25.95	49 16.44	124 21.12
Poco importante	167 57.79	177 59.40	344 58.60
Sin importancia	47 16.26	72 24.16	119 20.27
Total	289 100.00	298 100.00	587 100.00

**Gráfico 6. Importancia de la marca al momento de comprar jeans en las principales provincias de Ecuador.**

**Fuente: Realizado por los autores.**

En el resultado de esta pregunta se pudo determinar que la mayoría de los hombres y mujeres en el Ecuador no toman mucha importancia en lo que se refiere a la marca de los jeans ya sea nacional o extranjeras por lo que se puede deducir que toman en cuenta otros aspectos como pueden ser la calidad, diseño, entre otros.

¿Qué le parece la idea de tener un sitio web donde pueda adquirir jeans de Pelil	¿En que ciudad del Ecuador reside actualmente?								Total
	Azuay	Bolívar	Carchi	Chimboraz	Cotopaxi	El Oro	Guayas	Imbabura	
Excelente	13 40.63	0 0.00	1 100.00	4 80.00	1 100.00	4 44.44	117 59.09	1 33.33	331 56.39
Muy buena	14 43.75	1 100.00	0 0.00	1 20.00	0 0.00	4 44.44	63 31.82	1 33.33	190 32.37
Irrelevante	5 15.63	0 0.00	0 0.00	0 0.00	0 0.00	1 11.11	16 8.08	1 33.33	63 10.73
Mala	0 0.00	0 0.00	0 0.00	0 0.00	0 0.00	0 0.00	2 1.01	0 0.00	3 0.51
Total	32 100.00	1 100.00	1 100.00	5 100.00	1 100.00	9 100.00	198 100.00	3 100.00	587 100.00

¿Qué le parece la idea de tener un sitio web donde pueda adquirir jeans de Pelil	¿En que ciudad del Ecuador reside actualmente?							Total
	Loja	Los Ríos	Manabí	Pichincha	Santa Ele	Sto. Domi	Tungurahua	
Excelente	1 50.00	5 15.15	16 27.59	159 70.98	1 50.00	7 41.18	1 100.00	331 56.39
Muy buena	0 0.00	19 57.58	24 41.38	56 25.00	1 50.00	6 35.29	0 0.00	190 32.37
Irrelevante	1 50.00	9 27.27	17 29.31	9 4.02	0 0.00	4 23.53	0 0.00	63 10.73
Mala	0 0.00	0 0.00	1 1.72	0 0.00	0 0.00	0 0.00	0 0.00	3 0.51
Total	2 100.00	33 100.00	58 100.00	224 100.00	2 100.00	17 100.00	1 100.00	587 100.00

**Gráfico 7. Aceptación del proyecto en las principales provincias del Ecuador**

**Fuente: Realizado por los autores.**

Con estos resultados se puede determinar que el mercado objetivo de Dc Jeans se puede enfocar en Guayas, Pichincha Azuay y Manabí ya que son las provincias que están más dispuestas a adquirir los jeans a través de una tienda en línea. Complementando los datos del Diario (El Universo, 2013) que indican que el “24% de las ventas por internet se registra en Quito; el

15% en Guayaquil el 12% en Machala. Y el 49% sobrante se genera en el resto del país”.

Como conclusión el proyecto tiene una gran aceptación por los consumidores que por diversos factores como velocidad de banda ancha, poseer tarjetas de crédito y mayor conocimiento sobre el uso del internet, a su vez están dispuestos a pagar precios que resultan rentables para la comercialización del proyecto.

Ver análisis completo (Anexo 2).

### **Cuestionarios y entrevistas realizadas a los comerciantes de Pelileo.**

Se formuló un cuestionario (Anexo 3), con el objetivo de conseguir información sobre precios al por mayor, forma de pago preferida por los fabricantes, políticas de entrega, cantidad de producción, situación actual de los comerciantes y condiciones para ser los proveedores de “DC Jeans” y poder así realizar una comparación. De las respuestas (Anexo 4) puede inferirse lo siguiente:

- Se pudo determinar que la forma de pago preferida de los locales visitados es el efectivo, seguido por cheque bancario o transferencia bancaria.
- El modelo de pedido de la mayoría de los comerciantes es 50% adelantado para empezar con el trabajo y el otro 50% restante al entregar el producto, a excepción de los comerciantes que importan el producto de países vecinos ellos solicitan el 100% por adelantado.
- El tiempo de entrega del producto variaría del tamaño del pedido, la mayoría de los comerciantes exige un periodo mínimo de 12 a 15 días para poderse encargar de la manufacturación.
- Los precios de los productos varían entre \$7 a \$11 eso dependiendo de las tallas, la cantidad y el material con el que son confeccionados.

Sobre las entrevistas (Anexo 4) realizadas a los comerciantes, fue posible conocer que la situación económica de los productores ha ido en deterioro por lo que han optado por desplazarse a las principales ciudades en busca de obtener mayor salida a sus productos ya que en Pelileo las ventas han decaído en los últimos años por factores micro y macroeconómicos. Dentro de las entrevistas se pudo encontrar que han formado asociaciones de productores, sin embargo por problemas internos políticos han optado por dividirse otros han optado por dejar de ser productores e importar las prendas de como Perú y Colombia cuando años anteriores era lo contrario, esto efecto de las devaluaciones de las monedas de los países vecinos y la revaluación del dólar, a pesar de esto la calidad de las prendas es similar, Algunos de estos comerciantes están dispuestos a facilitar el estampado de logotipo de la marca "DC Jeans".

De acuerdo a la información recopilada en la visita a los distintos proveedores de jeans se pudo determinar que la mayoría de ellos están abiertos a vender a cualquier empresa siempre y cuando se cumplan con las condiciones que ellos tienen como son el pago en efectivo y que el pedido se lo haga de forma anticipada.

Para algunos de los comerciantes la idea de que sus productos se vendan a través de un sitio web les pareció muy interesante, otros en cambio les resulto irrelevante. En cuanto a la posibilidad de que acepten unas nuevas opciones de pago como puede ser cheques, transferencias o medios de pago electrónicos algunos de los comerciantes dijeron que si están abiertos a esa posibilidad siempre que se les garantiza el pago otros en cambio no están abiertos a este tipo de opciones y prefieren mantener el pago en efectivo.

Para concluir se dialogó con los comerciantes y están dispuestos a entregar el producto cada vez que se lo requiera a un precio de mayorista hasta Durán en donde tienen bodegas.

## **Criterios para elaborar la propuesta y su validación**

En base a los puntos realizados en esta investigación y la encuesta realizada se determinaron varios aspectos fundamentales para la elaboración de este proyecto:

### **Criterios generales**

- Análisis de la situación actual de Pelileo.
- Investigar proyectos o modelos de negocios similares al que se va a ofrecer y analizar los resultados de los mismos.
- Análisis de la oferta y demanda de jeans en Ecuador.
- Casos de éxito de empresas online en el Ecuador.
- Viabilidad financiera del proyecto con flujo de caja.
- Investigación de posibles métodos de pago.

### **Criterios técnicos**

- Criterios de costos, funcionalidad y soporte
  - Capacidad de personalización de plantilla.
  - Capacidad de envío de mail masivo
  - Variedad de métodos de pago.
  - Adaptación a móviles.
  - Facilidad de posicionamiento SEO
  - Manejo de inventarios.
  - Facturación electrónica.
  - Función multi-idioma y multi-tienda.
  - Manejo de pedidos con carrito de compra.
  - Integración con CRM.
  - Atención al cliente.
  - Plataforma con soporte técnico.
  - Variedad de módulos.

- Costo económico de implementación.

**Tabla 2. Comparativa CMS de comercio electrónico**

<b>Plataformas de Comercio Electrónico</b>		
<b>Aspectos</b>	<b>Prestashop</b>	<b>Magento</b>
<b>Peso Plataforma</b>	Ligero	Pesado
<b>Servidor recomendado</b>	Compartido	Dedicado
<b>Administración de Plataforma</b>	Sencillo	Conocimiento técnicos
<b>Inversión en software y hardware, Módulos, etc.</b>	Económicos	Caro
<b>Manejo de Pedidos</b>	100 a 200 pedidos diarios	Millones Transacciones en un solo día
<b>Multidioma</b>	Si	Si
<b>Multimoneda</b>	Si	Si
<b>Multitienda</b>	Si	Si
<b>Comunidad y soporte</b>	Grande (francés, inglés, español)	Limitada (Solo en inglés)
<b>Cantidad de modulos y plugins</b>	Gran cantidad certificados por Prestashop	Mediana

**Fuente: Realizado por los autores.**

Si una PYMES busca implementar una tienda en línea con una inversión pequeña se recomienda el uso de Prestahop, en cambio sí es una empresa con una capacidad económica grande que busque ventas de forma masiva tipo Amazon, Ebay, entre otras. Se recomienda Magento, la cual requiere una gran inversión, pero cuenta con unas mayores funcionalidades y control sobre el sistema.

## **Logística:**

De acuerdo a los resultados de la encuesta realizada se determinó que las empresas de transporte más utilizadas son Servientrega, y Correos del Ecuador en lo que se refiere a entrega local por esto se decidió hacer la comparativa entre estas 2 empresas.

Para el mercado nacional se usará Servientrega por la gran cantidad de envíos que se realizan en el país a través de esa empresa además que cuenta con opciones de asegurar sus paquetes a la hora de ser enviados, entre otras características.

En cuanto a entregas internacional FedEx es una de las empresas más utilizadas, esto debido a la seguridad y garantía que ofrecen en cada una de las entregas que realiza y por las opciones adicionales de envío.

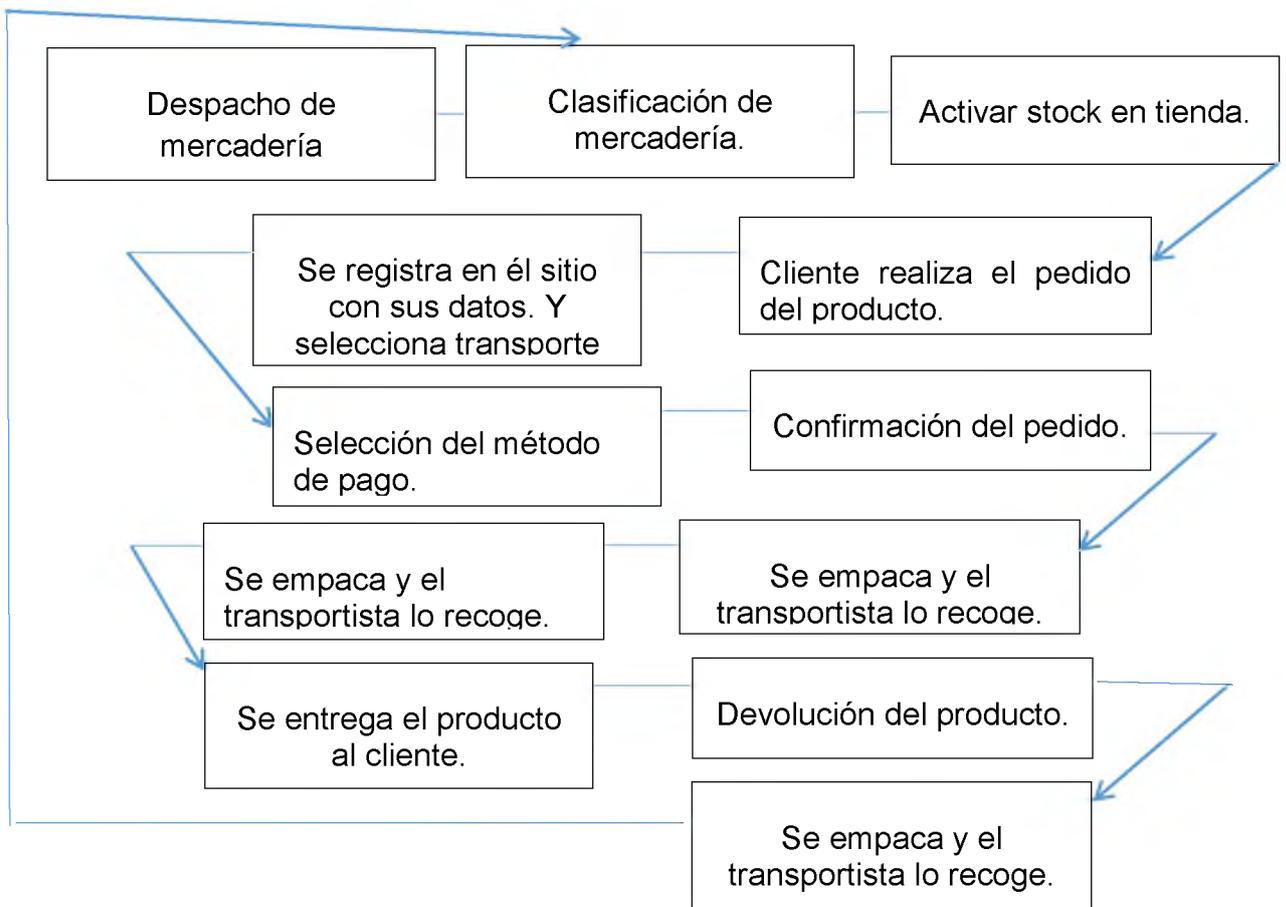
Existen muchas empresas que se dedican a la entrega de paquetes, pero no se tomaron en cuenta en gran parte porque son poco conocidas aquí en el Ecuador.

También se revisaron sitios web o tiendas en línea de diferentes países como Colombia y Perú en donde se pudo determinar que sus precios son muy similares en relación a los que se podría ofrecer desde una tienda en línea ecuatoriana esto debido a la devaluación de la moneda en esos países. En base a estos datos se determinó que los jeans ecuatorianos podrían resultar muy atractivos para mercados europeos debido a que los jeans de Pelileo son de excelente calidad y precios, más económicos que los que se ofertan en dicho mercado.

**Tabla 3. Tabla Comparativa: Servientrega vs Correos del Ecuador**

<b>Empresas de Entrega de Paquetes</b>		
<b>Aspectos</b>	<b>Servientrega</b>	<b>Correos del Ecuador</b>
Casillero internacional	SI	SI
Rastreo de envíos	SI	Limitado (Excepto envíos ordinarios)
Planes de exportación para PYMES	NO	Exporta Fácil
Empaque y embalaje	SI	SI
Facturación electrónica	SI	SI
Control de calidad	SI	NO

**Fuente: Realizado por los autores.**



**Gráfico 8. Logística**

**Fuente: Realizado por los autores.**

## **Marketing:**

Público meta: Hombres y mujeres que usan prendas confeccionadas con tela jean. No se ha considerado la edad como un limitante para incluirlos en el target de compradores, puesto que estas prendas son de uso generalizado.

Se tomará en cuenta los datos de poder adquisitivo, disposición para utilizar un determinado medio de pago y la frecuencia de compra que ha arrojado la encuesta realizada en las cinco provincias más pobladas del país.

### Determinación de objetivos

- Posicionar marca DC Jeans.
- Generar ventas.
- Captación de prospectos de venta.

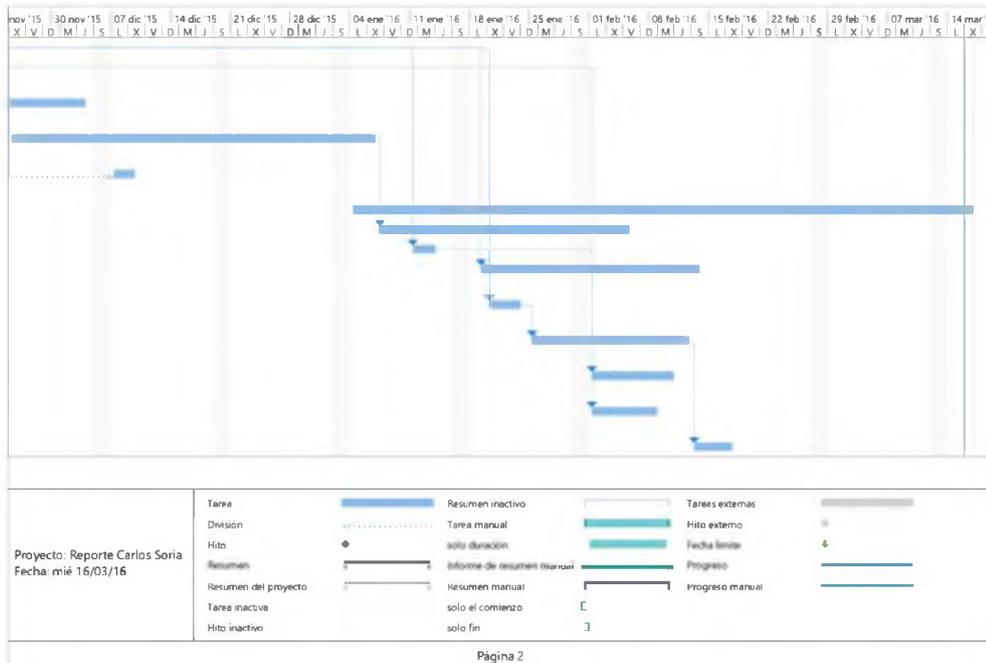
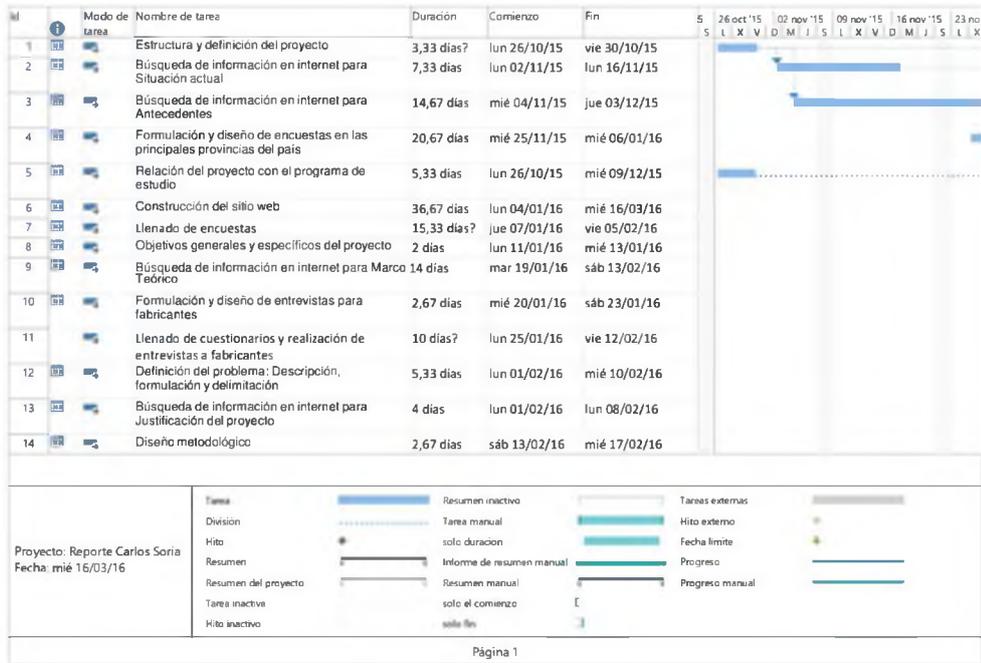
**Tabla 4. Estrategias de marketing digital**

WEB	Técnicas de SEO.
	Pop-up.
	Banners.
	Cupones y promociones.
	Asociamiento con otras e-tailers.
	Productos relacionados.
BLOG	Noticias (4 publicaciones a la semana).
	Tips de moda.
	Webinar con personas influyentes de la TV ecuatoriana.
	Foros.
	Promocionar los jeans.
EMAIL MARKETING	Boletines suscritos.
	Promociones y cupones.
	Ventas a través de mail.
	Invitaciones asociarse a la empresa (Multitienda).
	Mails masivos con MailChimp
	Pautaje en Red de Búsqueda, uso de palabras claves.
GOOGLE	Pautaje en Red display, principales páginas visitadas en Ecuador.
	Remarketing para seguimiento de compra.
	Monitoreo de tráfico con google analytics.
	Planificar palabras clave para la tienda.
	Creación de Fan page.
FACEBOOK	Tienda en Facebook con Power Editor.
	Campañas de branding.
	Viralizar contenidos hechos por la marca.
	Concursos con herramienta Blonder.
	Uso pixel de conversión para seguimiento de usuario.
	Uso de personas públicas para viralizar contenido.
INSTAGRAM	Anuncios con Instragram Ads.
	Videos.
	Landing page para captar prospectos de venta.
	Concursos con herramienta Blonder.

Fuente: realizado por los autores.

# Plan de trabajo

## Cronograma de actividades



**Gráfico 9. Cronograma de actividades**  
 Fuente: realizado por los autores.

## Recursos

**Tabla 5. Recursos para desarrollar el proyecto**

Recursos	Descripción
Hosting y Dominio	Es el espacio donde se va a subir los recursos del sitio como son imágenes, videos, etc. además ahí se crearán los emails corporativos de la empresa y el dominio es el nombre que se va a ver en los buscadores (www.jeans.ec)
Plantilla Sitio	Debido a que se va a trabajar en Prestashop la plantilla que este trae por defecto es simple y lo que busca este proyecto es dar a conocer como se debe de implementar una tienda con un diseño profesional por lo que se compró una plantilla para editarla y que el sitio se vea como una tienda profesional.
Licencia Adobe	Esta licencia es importante porque se va a trabajar con edición de imágenes y con archivos pdf para lo que son las facturas por lo que se necesitarías programas como Fireworks, Adobe Reader, Illustrator que son programas pertenecientes a la compañía Adobe
Publicidad	Como este proyecto necesita darse a conocer es muy importante el manejo de la publicidad, pero no solo en el modo tradicional sino también en lo que son redes sociales o en herramientas como Google Adwords por lo que en los primeros meses la inversión puede llegar a ser un poco alta
Alquiler Oficina	Se necesita de un lugar en donde guardar la mercadería y también donde se pueda atender a los clientes que decidan visitarnos.
Servicio Internet	Este servicio es necesario para poder subir las actualizaciones de los productos cuando haya nuevos además también para brindar soporte ya sea esto a través de correos o en el chat en vivo.
Plan Celular	Este servicio es muy necesario para el manejo de atención al cliente ya sea para atender alguna inquietud de algún producto o si tienen problemas a la hora de hacer alguna transacción.
Aire Acondicionado	Este equipo se lo adquiere para que las computadoras o laptops no se sobrecalientes además también se atenderán visitas en la oficina.
Papelería	Se manejarán sobres u hojas para imprimir facturas también se incluyen accesorios como grapadoras, perforadoras, plumas, lápices, etc.

Fuente: realizado por los autores.

# Presupuesto

**Tabla 6. Presupuesto**

<b>PRESUPUESTO</b>			
<b>Equipos de computo</b>			
<b>Detalle</b>	<b>V.Unitario</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Total</b>
Laptop Toshiba	\$ 464,80	2	\$ 929,60
<b>Total</b>			<b>\$ 929,60</b>
<b>Muebles y enseres</b>			
Muebles de oficina	\$ 250,00	1	\$ 250,00
<b>Total</b>			<b>\$ 250,00</b>
<b>Equipos de oficina</b>			
Aire Acondicionado	\$ 450,00	1	\$ 450,00
<b>Total</b>			<b>\$ 450,00</b>
<b>PRESUPUESTO DE SOFTWARE</b>			
<b>Detalle</b>	<b>V. Unitario</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Total</b>
Licencia Adobe	\$ 263,68	1	\$ 263,68
Hosting y Dominio(Mihttp)	\$ 111,99	1	\$ 111,99
Plantilla Sitio Web(LeoTheme - love me)	\$ 73,00	1	\$ 73,00
Licencia SSL	\$ 134,99	1	\$ 134,99
Modulo Internin Pay Club	\$ 99,99	1	\$ 99,99
<b>total</b>			<b>\$ 683,65</b>
<b>GASTOS FIJOS</b>			
<b>Gastos operativos</b>			
<b>Detalle</b>			<b>Valor Total</b>
Servicios Basicos(Agua, electricidad y teléfono)			\$ 100,00
Servicio de Internet (CLARO)			\$ 58,24
Plan de Celular (CNT)			\$ 22,30
Alquiler Oficina (Kennedy Norte)			\$ 220,00
<b>total</b>			<b>\$ 400,54</b>
<b>Suministro de oficina</b>			
Insumos de oficina(Resmas de hojas, plumas etc)			\$ 50,00
<b>Total</b>			<b>\$ 400,54</b>
<b>GASTOS VARIABLES</b>			
<b>Gastos de marketing</b>			
<b>Detalle</b>			<b>Valor Total</b>
Fotografías			\$ 1.000,00
Publicidad en Facebook			\$ 300,00
Publicidad en Instagram			\$ 300,00
Publicidad por influencias RRPP			\$ 400,00
Material impreso			\$ 200,00
Activaciones BTL			\$ 500,00
Publicidad TV			\$ 750,00
Publicidad Radial			\$ 500,00
Prensa escrita y digital			\$ 250,00
<b>Total</b>			<b>\$ 2.900,00</b>
<b>Costos Variables</b>			
<b>Viaticos</b>			
<b>Detalle</b>			<b>Valor Total</b>
Alojamiento en hotel (1 día)			\$ 20,00
Desayuno			\$ 5,00
Almuerzo			\$ 5,00
Merienda			\$ 6,00
Transporte(Vía terrestre)			\$ 15,00
<b>Total</b>			<b>\$ 51,00</b>
<b>COSTO FIJO</b>			
Capacitacion			\$ 50,00
<b>Total</b>			<b>\$ 50,00</b>
<b>Costos de constitucion de empresa</b>			
<b>Detalle</b>			<b>Valor Total</b>
Cuenta de integracion de capital			\$ 800,00
Nombramiento de gerente general			\$ 40,00
Honorarios del notario			\$ 60,00
Honorario de abogado			\$ 400,00
Registrar la marca			\$ 208,00
<b>Total</b>			<b>\$ 1.508,00</b>
<b>VALOR TOTAL</b>			<b>\$ 5.992,19</b>

Fuente: Realizado por los autores.

## La propuesta

Se creará la marca DC Jeans la cual buscará comercializar los jeans de Pelileo a través de una multitienda en línea, dando así una imagen corporativa que ayudará a que las prendas se posicionen mejor en el mercado y a su vez que los desarrolladores del proyecto obtengan beneficios económicos.



**Gráfico 10. Logo**

**Fuente: Realizado por los autores.**

Se realizarán capacitaciones a los socios proveedores de los productos para que puedan administrar sus respectivas multitiendas, sin embargo en caso de no poseer conocimientos relacionados con la informática básica los desarrolladores del proyecto administrarían sus tiendas en línea.

El precio de mayorista ofrecido por los socios es de \$7.00, el cual sería comercializado en el sitio web en \$25.00, la utilidad generada por venta será reinvertida para promocionar los productos y la marca, cubrir gastos y generar capital a la empresa DC Jeans. Al momento de obtener una rentabilidad en las ventas se buscará aumentar el precio de los productos para poder pagar una mejor comisión por venta a nuestros socios ayudando así a mejorar su calidad de vida.

El proyecto saldrá del modo tradicional de comercialización y aplicará nuevas estrategias como son el marketing digital, publicidad a través de redes sociales, uso de correos masivos, implementación de CRM para gestionar las relaciones con los clientes y el uso de personas influyentes en medios digitales. Estas estrategias serán dirigidas a un segmento de

mercado específico y a un costo más económico que un medio marketing tradicional.

La tienda en línea cumplirá con todos los requerimientos de seguridad que todo sitio web de comercio electrónico debe tener:

- Cifrado de datos.
- Certificación SSL.
- Pasarelas de pago externas de sus respectivos proveedores.
- Registro de usuarios con claves encriptadas.
- Verificador reCaptcha.
- Seguridad nivel servidor.
- Seguridad nivel aplicación.

La tienda contará con su propia imagen corporativa que incluirá:

- Logo.
- Tarjetas.
- Fundas ecológicas.
- Stickers.
- Banners.
- Fotografías.
- Catálogo de productos.
- Diseño corporativo para mail masivo.
- Flyer.
- Iconografía.
- Gigantografías.

La página contará con las siguientes secciones:

- Inicio
- Nuestra empresa
  - Quienes somos.
  - Políticas de privacidad.
  - Términos de servicio.
- Jeans
  - Damas.
  - Caballeros.
- Lo más vendido
- Contáctenos.

La plataforma de comercio electrónico a usar en el proyecto contará con las siguientes funcionalidades:

Nativos de Prestashop

- Sistemas de stock.
- Productos relacionados.
- Formulario de contáctenos.
- Comparación de productos con sistema de Prestashop.
- Atributos en productos.
- Multi-moneda.
- Multi-idioma.
- Facturación electrónica.
- Impuesto al valor agregado (I.V.A).
- Facturación electrónica.
- Diseño adaptable a móviles.
- Mapa de sitio.

## Módulos externos

- Chat en línea con módulo Zopim.
- Desarrollo de blog con módulo blog smart.
- CRM con Live person.
- Optimización de seo con el uso del planificador de palabras clave de Google.
- Integración con Fan page de redes sociales.
- Inicio de sesión con Fb login.
- Tienda en Facebook con beetailer.
- Pagos internacionales con Paypal y Payclub de DinnersClub.
- Cobros nacionales: contra reembolso, transferencia bancaria, pago con cheque y Payclub para Dinner Club, Visa, Mastercard, Discover.
- Carrito de compras nativo de prestashop.
- Mail masivo con mailchimp.

Para garantizar la viabilidad del proyecto es de vital importancia la ejecución de campañas publicitarias por medios online y offline para esto se deben tomar en cuenta los siguientes puntos:

## Diagnóstico de la situación:

- Se deberá elaborar un plan de marketing que determine las estrategias a usar para poder posicionar la marca DC Jeans en el mercado nacional.
- Análisis de la situación: Se realizará un análisis de la demanda para poder determinar las posibilidades de venta que tienen los productos jeans dentro del mercado ecuatoriano tomando en cuenta las principales provincias y la población de las mismas que entra en nuestro mercado objetivo, a su vez el crecimiento del sector de la confección, el Pib y la tasa de pobreza.
- Se deberá realizar un análisis PESTA para determinar la situación del macroentorno.
- El microentorno se lo analizará mediante las cinco fuerzas de Porter, análisis FODA de la competencia y el análisis EFE-EFI.

Determinar objetivos de marketing.

- Para el lanzamiento de la tienda será necesario elaborar una campaña de branding para la marca DC Jeans.
- A través de un landing page se buscará crear una base de datos de clientes y clientes potenciales, almacenarlos en el CRM para poder segmentar los prospectos de clientes.

Estrategias de marketing:

- Se deberá seleccionar las estrategias de marketing tradicional que apoyen al desarrollo de las ventas y posicionamiento de la empresa con activaciones btl, relaciones públicas y publicidad en medios tradicionales (radio, televisión, prensa escrita).

Planificación de medios digitales

- Se desarrollará un plan de marketing digital el cual incluye cronograma de actividades online, análisis de presencia web, análisis de competencia y se seleccionarán estrategias en medios digitales como concursos en redes sociales, viralización de contenido, pauta en redes sociales, Google Adwords, red de búsqueda y display.

Decisiones operativas:

- Se debe elaborar un plan de acción con un cronograma de actividades, coordinando así las estrategias online y offline manteniendo el mismo objetivo en tiempos y recursos.

Análisis y control

- Se deberá llevar un seguimiento a la campaña para medir su efectividad, se lo realizará en el área del social media por medio de monitoreo de resultados con el uso de herramientas como hootsuite, Facebook "Power editor", Google Analytics y Google Adwords.
- CRM para analizar el interés de los prospectos, para poder lanzar nuevas campañas y llevar un mejor control de los mails masivos (Si llegó a su destinatario, si leyeron el correo, si les interesó y si influyó en las ventas).

- Análisis de ROI (Análisis del retorno de la inversión).
- Análisis de datos gerenciales devueltos por la herramienta Prestashop.

Para el mercado nacional se ha seleccionado a Servientrega como la primera opción, ellos se encargarán de desplazarse hasta la bodega de jeans, recoger el producto y llevarlo al destinatario, dando seguridad y confianza al cliente.

Con respecto a los mercados extranjeros se utilizará Correos del Ecuador a través de su plan de Exporta Fácil que es muy beneficioso para las empresas exportadoras del país, también se trabaja con la empresa FedEx que tiene una gran acogida alrededor del mundo.

## Conclusiones

La investigación de este proyecto permitió conocer la situación actual que viven los comerciantes de jeans de la comunidad de Pelileo y cómo el comercio electrónico, el marketing digital pueden ayudar a mejorar su calidad de vida generando mayores ingresos y a su vez puedan vender sus productos a mejores precios.

En los últimos años, el costo de producción de jeans se ha elevado debido a los problemas micro y macroeconómicos, es por esto que los comerciantes de Pelileo se han visto obligados a buscar nuevas estrategias para comercializar sus productos. Estas son: vender al por mayor y trasladarse a mercados de las principales ciudades del Ecuador, las mismas que no han tenido gran aceptación por parte de las personas. Algunos comerciantes han optado por la importación de las prendas a pesar de esto la calidad y precios es muy similar a la nacional por lo que con buenas campañas de marketing se podría reducir las importaciones y exportar las prendas con marca propia.

De acuerdo a encuestas realizadas a los posibles compradores se pudo comprobar que las personas se encuentran estrechamente relacionadas con el producto que se desea comercializar, esto por ser una prenda de uso cotidiano y ser demandado por personas de todas las edades y géneros.

Implementar el comercio electrónico en la venta de este producto ayuda a que los comerciantes aumenten sus ganancias y puedan competir en el mercado ecuatoriano e incluso en el extranjero.

El 88,9% de los encuestados respondió de manera positiva respecto a que se desarrolle una tienda en línea dedicada a la comercialización de jeans de Pelileo. A su vez, se determinó la carencia de la aplicación de sistemas de información en las empresas ecuatorianas. En algunos casos, trabajando netamente de forma artesanal y relegando a la tecnología, quitándoles así competitividad.

Con las entrevistas realizadas a los productores de Pelileo se obtuvo datos de precios al por mayor los cuales resultaron muy atractivos ya que permiten obtener más del 100% de margen de utilidad por venta.

Las encuestas permitieron encontrar un mercado objetivo el cual corresponde a hombres y mujeres de todas las edades de clase media, media alta capaces de usar una tarjeta de crédito eso sin excluir a personas que cuenten con estos servicios de tarjetas crediticias ya que podrán hacer la compra a través de transferencias.

El sector al que se dirigirá el proyecto es: principales provincias de Ecuador y la posibilidad de exportar a toda América y Europa.

Se investigó las formas de pago favoritas y se encontró los módulos precisos para que la tienda online sea funcional; se instalará, transferencia bancaria, paypal, contra entrega y Payclub. Esta última desarrollada por Dinners Club con la que se cobrará de forma segura los cobros de tarjetas de crédito: Dinner Club, Discover, MasterCard y Visa.

Con las entrevistas a los productores se pudo llegar a la conclusión de que un factor de falla en ellos es que no realizan publicidad y promociones que atraigan a más clientes, como consecuencia a esto estas PYMES no logran posicionar sus marcas.

Como conclusión general del proyecto se puede determinar que la tienda en línea para jeans es un modelo replicable en otros sectores productivos que tiene el Ecuador. El comercio electrónico es una salida a la crisis en el país a la salida de capital con el que se pueden fortalecer las exportaciones y lanzar al mundo marcas y productos nacionales de calidad.

## Recomendaciones

- Los jeans en el Ecuador tienen gran demanda y están disponibles en muchas tiendas en el país, la implementación del comercio electrónico como herramienta de comercio es muy útil debido a que se llega a una mayor cantidad de personas que desde un local físico y se puede ver desde cualquier dispositivo como pueden ser tabletas y celulares.
- Para una tienda en línea es recomendable contar un hosting dedicado para poder tener control absoluto del servidor y de su información y un dominio que tengo palabras clave del producto o servicio que se quiera ofrecer a su vez adquirir licencias SSL o certificados de seguridad esto para poder brindar seguridad en las transacciones que se realicen en la tienda en línea.
- Existen muchas herramientas hoy en día para la implementación de tiendas en línea. Se recomienda trabajar con herramientas CMS como se explicó en puntos anteriores. Prestashop es una buena solución para comercio electrónico porque es fácil de manejar y es la más utilizada en tiendas de países como España y Francia.
- En base a los resultados de las encuestas es recomendable el uso de transferencia bancaria, Paypal, y los pagos con tarjetas de créditos con el módulo Payclub de Prestashop dado que son las más conocidas y usables en el Ecuador y el mundo.
- Se recomienda hacer un plan de logística o entrega del producto diferente para el mercado nacional e internacional tomando en cuenta el tipo de producto o servicio que se vaya a comercializar, Servientrega es una de las mejores opciones para el mercado nacional ya que fue la más escogida con un 52,9% según la encuesta realizada a los posibles consumidores. Para el mercado internacional se podrían utilizar empresas como FedEx o el plan de desarrollo para PYMES “Exporta fácil”.
- Para obtener una mayor captación de clientes se recomienda la creación de una página de fans en Facebook e Instagram donde los

seguidores de la marca podrán estar al día siempre con las publicaciones del sitio, así como también las promociones.

- Para desarrollar un proyecto de comercio electrónico es fundamental contar una línea gráfica muy atractiva y diferenciadora para poder viralizarlos y captar clientes.
- Es recomendable que todos los negocios en el Ecuador direccionen su futuro en la web si quieren ser competitivos, es verdad que aún no hay una cultura compradora establecida en el país, sin embargo existen muchos casos de empresas pequeñas que han lanzado sus proyectos y han logrado obtener una rentabilidad y crecimiento considerable sin tener un local físico.

## Bibliografía

- Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Sudamérica. (2012, Abril 24). El tejido nacional para la confección de jeans también abastece al mercado internacional | ANDES. Recuperado 28 de febrero de 2016, a partir de <http://www.andes.info.ec/es/econom%C3%AD-reportajes/1806.html>
- ALADI. (2001). *EVOLUCION DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN EL ECUADOR, POLITICAS PÚBLICAS Y AVANCES EN MATERIA NORMATIVA* (Informe Ejecutivo). Montevideo. Recuperado a partir de [https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwiQyfSxgJzLAhWI1h4KHVcWBKwQFgg\\_aMAA&url=http%3A%2F%2Fwww.aladi.org%2Fnsfaladi%2Freuniones.nsf%2Fceb8a0c5450bdab803256a79004f67cc%2F4ea21444af6077b103256a790050e7ad%2F%24FILE%2Fecuador.doc&usg=AFQjCNG6F3tQWwiiXl1hrYqrPsdvmRy\\_Kw&sig2=4ut8VKYP049laWhuKeQMkQ&bvm=bv.115339255,d.dmo](https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwiQyfSxgJzLAhWI1h4KHVcWBKwQFgg_aMAA&url=http%3A%2F%2Fwww.aladi.org%2Fnsfaladi%2Freuniones.nsf%2Fceb8a0c5450bdab803256a79004f67cc%2F4ea21444af6077b103256a790050e7ad%2F%24FILE%2Fecuador.doc&usg=AFQjCNG6F3tQWwiiXl1hrYqrPsdvmRy_Kw&sig2=4ut8VKYP049laWhuKeQMkQ&bvm=bv.115339255,d.dmo)
- Caizabanda Jerez, M. (2014). *Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón San Pedro de Pelileo*. Recuperado a partir de [http://app.sni.gob.ec/visorseguimiento/DescargaGAD/data/documentoFinal/1860000640001\\_ACTUALPDYOT2015\\_15-03-2015\\_21-58-23.pdf](http://app.sni.gob.ec/visorseguimiento/DescargaGAD/data/documentoFinal/1860000640001_ACTUALPDYOT2015_15-03-2015_21-58-23.pdf)
- Cancino, H. (2015, abril 9). REVISE LOS PAÍSES QUE MÁS COMPRAN Y LIDERAN EL E-COMMERCE EN A. LATINA. Recuperado a partir de <http://tecno.americaeconomia.com/articulos/revise-los-paises-que-mas-compran-y-lideran-el-e-commerce-en-latina>

Constitución de la República del Ecuador (2008). Recuperado a partir de  
[http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion\\_de\\_bolsillo.pdf](http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf)

Dután Arízaga, N. A., & Rojas Paredes, A. V. (2010). Confecciones Riohans.  
Recuperado a partir de  
<http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/1541/3/TESIS.pdf>

El Comercio. (2014, Mayo 8). El comercio electrónico se concentra en Quito,  
Guayaquil y Cuenca. Recuperado a partir de  
<http://www.elcomercio.com/tendencias/comercio-electronico-ecommerce-emprendimiento-internet.html>

El Universo. (2013, Julio 5). 6% de compras en línea se hace en negocios locales.  
Recuperado a partir de  
<http://www.eluniverso.com/noticias/2013/07/05/nota/1117831/6-compras-linea-se-hace-negocios-locales>

Francisco Jesús, N. G., & Sánchez, J. G. (s. f.). *EL COMERCIO ELECTRÓNICO COMO FUENTE DE VENTAJAS COMPETITIVAS*. (Tesis). Universidad de Almería. Recuperado a partir de  
<http://l.facebook.com/l.php?u=http%3A%2F%2Fwww.asepelt.org%2Fficheros%2FFile%2FAnales%2F2003%2520-%2520Almeria%2FasepeltPDF%2F218.pdf&h=3AQGh1h-o>

García Camacho, J. J. (2012, octubre). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN TALLER ARTESANAL, EN EL SUR DE LA CIUDAD DE QUITO DEDICADO A LA CONFECCIÓN DE PANTALONES JEAN, PARA HOMBRE Y MUJER* (Tesis). Universidad Central del Ecuador, Quito.

Recuperado a partir de

<http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/1649/1/T-UCE-0003-91.pdf>

Gaviria, A. (2010, febrero 19). *PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DE CONFECCION DE JEANS QUE PERMITE A LOS COMPRADORES DISEÑAR Y ADQUIRIR EL JEAN POR MEDIO DE UNA PAGINA WEB*. Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá. Recuperado a partir de <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis188.pdf>

INEC. (2010). *Ficha de Cifras Generales del Cantón San Pedro de Pelileo* (p. 2).

Recuperado a partir de [http://app.sni.gob.ec/sni-](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/1807_SAN%20PEDRO%20DE%20PELILEO_TUNGURAHUA.pdf)

[link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/1807\\_SAN%20PEDRO%20DE%20PELILEO\\_TUNGURAHUA.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/1807_SAN%20PEDRO%20DE%20PELILEO_TUNGURAHUA.pdf)

La producción de jeans de Pelileo baja por altos costos de insumos - Economía - Noticias | El Universo. (2011, Abril 1). Recuperado a partir de <http://www.eluniverso.com/2011/03/15/1/1447/productores-jean-pelileo-estan-preocupados-costo-actual-telas.html>

Mejía, D. M. (2008). *El Comercio Electrónico*. Universidad Técnica Particular de Loja, Quito. Recuperado a partir de

<http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/10233/1/Tesis%20Marcelo%20Mejia.pdf>

Paredes Balladares, E. M. (2010). *Modelo de Gestión de Producción y su incidencia en las ventas de la empresa La Raíz del Jean del Cantón Pelileo* (Tesis). Universidad Técnica de Ambato, Ambato.

Porter, M. (1982). LAS TRES ESTRATEGIAS GENÉRICAS (factores internos).

Recuperado 27 de enero de 2016, a partir de

<http://www.eumed.net/cursecon/libreria/2004/alv/2c.htm>

Profeco. (2015). Comercio Electrónico. Recuperado a partir de

[http://www.profeco.gob.mx/internacionales/com\\_elec.asp](http://www.profeco.gob.mx/internacionales/com_elec.asp)

Puetate Puetate, G. C. (2013). *El Comercio Electrónico y las PYMEs en la ciudad de Tulcán* (Tesis). Universidad Politécnica Estatal del Carchi, Tulcan.

Recuperado a partir de

[https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwiXxJf3\\_5vLAhWEGB4KHfMUChAQFggaMAA&url=http%3A%2F%2F181.198.77.140%3A8080%2Fbitstream%2F123456789%2F61%2F1%2F039%2520EL%2520COMERCIO%2520ELECTR%25C3%2593NICO%2520Y%2520LAS%2520PYMES%2520EN%2520LA%2520CIUDAD%2520DE%2520TULC%25C3%2581N%2520-%2520PUETATE%2C%2520GLORIA%2520CARMEN.pdf&usg=AFQjCNGKUW2OiVdcY-pxhthKTLdDBVzwQA&sig2=v-DNWux4YULbG6nJPCF\\_Eg&bvm=bv.115339255,d.dmo](https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwiXxJf3_5vLAhWEGB4KHfMUChAQFggaMAA&url=http%3A%2F%2F181.198.77.140%3A8080%2Fbitstream%2F123456789%2F61%2F1%2F039%2520EL%2520COMERCIO%2520ELECTR%25C3%2593NICO%2520Y%2520LAS%2520PYMES%2520EN%2520LA%2520CIUDAD%2520DE%2520TULC%25C3%2581N%2520-%2520PUETATE%2C%2520GLORIA%2520CARMEN.pdf&usg=AFQjCNGKUW2OiVdcY-pxhthKTLdDBVzwQA&sig2=v-DNWux4YULbG6nJPCF_Eg&bvm=bv.115339255,d.dmo)

SENPLADES. (2014). *Ficha de Cifras Generales San Pedro de Pelileo* (Ficha) (p.

2). Recuperado a partir de [http://app.sni.gob.ec/sni-](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/1807_SAN%20PEDRO%20DE%20PELILEO_TUNGURAHUA.pdf)

[link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/1807\\_SAN%20PEDRO%20DE%20PELILEO\\_TUNGURAHUA.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/1807_SAN%20PEDRO%20DE%20PELILEO_TUNGURAHUA.pdf)

Solano, C. (2010). *Planificación Estratégica aplicada al Restaurante Vegetariano*

*Sabor de Zen En el Periodo 2010*. Recuperado a partir de

<http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/3374/1/TESIS.pdf>

UNAD. (s. f.). El comercio Electrónico. Recuperado a partir de

[http://datateca.unad.edu.co/contenidos/100504/ContLin/el\\_comercio\\_electrni  
co.html](http://datateca.unad.edu.co/contenidos/100504/ContLin/el_comercio_electrni<br/>co.html)

## **Anexos**

### Anexo 1

#### **Formato de encuesta de aceptación del producto.**

##### **PERFIL DEL CONSUMIDOR**

###### **1. Elija el sexo al que pertenece**

- a) Masculino
- b) Femenino

###### **2. ¿En qué ciudad del Ecuador reside actualmente?**

- Azuay
- Bolívar
- Cañar
- Carchi
- Chimborazo
- Cotopaxi
- El Oro
- Esmeraldas
- Galápagos
- Guayas
- Imbabura
- Loja
- Los Ríos
- Manabí
- Morona Santiago
- Napo
- Orellana
- Pastaza
- Pichincha
- Santa Elena
- Santo Domingo de los Tsáchilas
- Sucumbíos

- Tungurahua
- Zamora Chinchipe

**3. ¿Le gusta usar jeans?**

- a. Si
- b. No

**4. De los 7 días de la semana, ¿cuántos días usa jeans?**

- a. 1
- b. 2
- c. 3
- d. 4
- e. 5
- f. 6
- g. 7

**5. ¿Para qué ocasiones utiliza con mayor frecuencia jeans?**

- a. Universidad
- b. Trabajo
- c. Uso Diario
- d. Eventos Sociales
- e. Otro

**6. Al comprar jeans, ¿qué tan importante es que la prenda sea de marca?**

- a. Sin importancia
- b. Poco importante
- c. Muy importante

**7. ¿Dónde compra frecuentemente sus jeans?**

- a. Centros comerciales
- b. Sitios web (tiendas en línea)
- c. Mercados mayoristas
- d. Otro

**8. Al momento de comprar una prenda jean, ¿cuáles son los 3 factores más importantes para usted?**

- a. Marca
- b. Calidad de tela
- c. Diseño
- d. Precio
- e. Otro

**9. ¿Qué modelos de pantalón jean prefiere?**

- a. Slim
- b. Regular o clásico
- c. Boot cut
- d. Skinny leg
- e. Ultra Skinny
- f. Skinny
- g. Slim boyfriend
- h. Boyfriend
- i. Acampanado
- j. Otro

**10. ¿Qué color de jean prefiere?**

- a. Azul claro
- b. Negro
- c. Blanco
- d. Azul marino
- e. Gris
- f. Otro

**11. ¿Cuáles de estos adornos prefiere en un pantalón jean?**

- a. Doble bolsillo
- b. Doblecetes en piernas
- c. Bolsillos en piernas
- d. Bolsillos delanteros con cierre
- e. Bolsillos traseros con cierre
- f. Rotos
- g. Desilachados
- h. Otro

**12. ¿Qué tipo de accesorios le gustaría llevar junto con la compra de un pantalón jean?**

- a. Cinturón
- b. Gafas
- c. Bolso
- d. Sombrero
- e. Gorra

f. Otros

**13. ¿Cuánto suele gastar en promedio al comprar un pantalón jean?**

- a. Menos de US\$20
- b. Entre US\$20 y US\$30
- c. Entre US\$30 y US\$40
- d. Entre US\$40 y US\$50
- e. Entre US\$50 y US\$60
- f. Más de US\$60

**14. En pantalones para mujer, ¿qué talla le interesaría comprar?**

- a. 4 (americana) 34 (europea)
- b. 6 (americana) 36 (europea)
- c. 8 (americana) 38 (europea)
- d. 10 (americana) 40 (europea)
- e. 12 (americana) 42 (europea)
- f. 14 (americana) 44 (europea)
- g. Más de 14 (americana) 44 (europea)

**15. En pantalones para hombre, ¿qué talla le interesaría comprar?**

- a. 28 (americana) 38 (europea)
- b. 30 (americana) 40 (europea)
- c. 32 (americana) 42 (europea)
- d. 34 (americana) 44 (europea)
- e. 36 (americana) 46 (europea)
- f. 38 (americana) 48 (europea)
- g. 40 (americana) 50 (europea)
- h. Más de 40 (americana) 50 (europea)

**16. ¿Cada cuánto tiempo compra pantalones jeans?**

- a. 1 mes
- b. 3 meses
- c. 6 meses
- d. 1 año o más
- e. Otro

**17. ¿Ha comprado prendas de vestir a través de un sitio web?**

- a. Si
- b. No

**18.¿De qué formas le gustaría realizar las transacciones para comprar el producto?**

- a. Tarjeta de crédito (Visa, Mastercard, American Express)
- b. Paypal
- c. 2Checkout
- d. Transferencia bancaria
- e. Otro

**19.¿Qué factor es el más importante para usted, al comprar en un sitio web?**

- a. Seguridad (contra robo de datos o de dinero)
- b. Variedad en métodos de pago
- c. Diseño de la página (aspecto del sitio, funcionalidad)
- d. Reputación de la empresa

**20.De las siguientes empresas, ¿por medio de cuál preferiría recibir los pedidos que realice?**

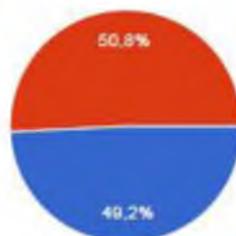
- a. DHL
- b. Servientrega
- c. Correos del Ecuador
- d. FedEx

**21.¿Qué le parece la idea de tener un sitio web donde pueda adquirir jeans de Pelileo y que se los entreguen en su casa?**

- a. Excelente
- b. Muy buena
- c. Irrelevante
- d. Mala

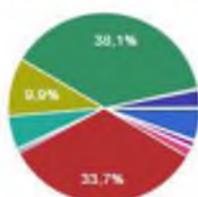
## Resultados de las encuestas

### 1. Elija el sexo al que pertenece



Masculino	<b>292</b>	49.2%
Femenino	<b>301</b>	50.8%

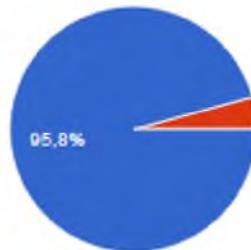
### 2. ¿En que ciudad del Ecuador reside actualmente?



Azuay	<b>32</b>	5.4%
Bolívar	<b>1</b>	0.2%
Cañar	<b>0</b>	0%
Carchi	<b>1</b>	0.2%
Chimborazo	<b>5</b>	0.9%
Cotopaxi	<b>2</b>	0.3%
El Oro	<b>9</b>	1.5%
Esmeraldas	<b>0</b>	0%
Guayas	<b>198</b>	33.7%
Imbabura	<b>3</b>	0.5%
Loja	<b>2</b>	0.3%
Los Ríos	<b>33</b>	5.6%
Manabí	<b>58</b>	9.9%
Morona Santiago	<b>0</b>	0%
Napo	<b>0</b>	0%
Orellana	<b>0</b>	0%
Pastaza	<b>0</b>	0%
Pichincha	<b>224</b>	38.1%
Santa Elena	<b>2</b>	0.3%
Sto. Domingo de los Tsáchilas	<b>17</b>	2.9%
Sucumbíos	<b>0</b>	0%
Tungurahua	<b>1</b>	0.2%
Zamora Chinchipe	<b>0</b>	0%

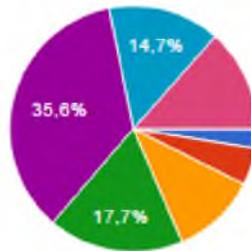
### 3. ¿Le gusta usar jeans?

Si	568	95.8%
No	25	4.2%

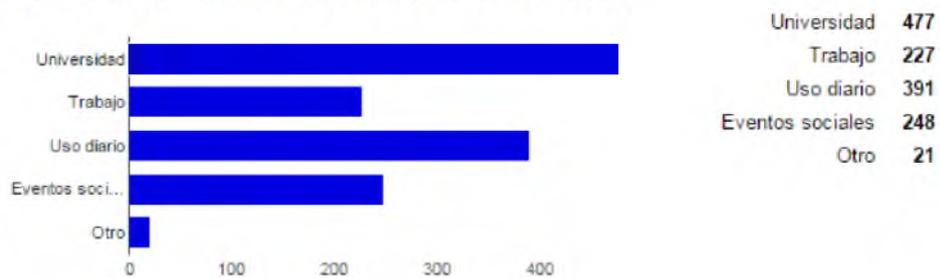


### 4. De los 7 días de la semana, ¿cuántos días usa jeans?

1	15	2.5%
2	29	4.9%
3	66	11.1%
4	105	17.7%
5	211	35.6%
6	87	14.7%
7	80	13.5%

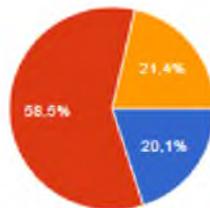


### 5. ¿Para qué ocasiones utiliza con mayor frecuencia jeans?

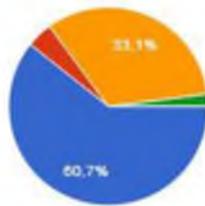


### 6. Al comprar jeans, ¿qué tan importante es que la prenda sea de marca?

Sin importancia	119	20.1%
Poco importante	347	58.5%
Muy importante	127	21.4%

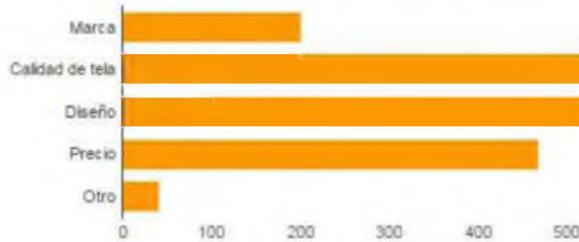


**7. ¿Dónde compra frecuentemente sus jeans?**



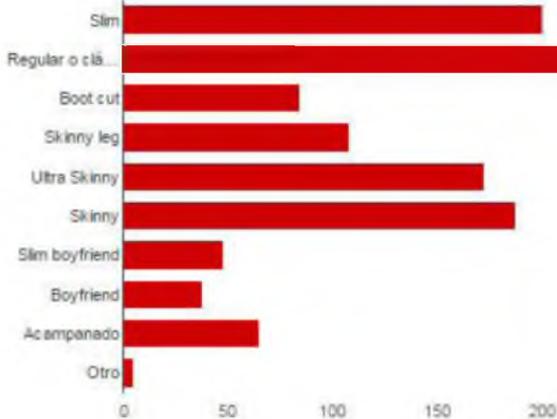
Centros comerciales	360	60.7%
Sitios web (tiendas en línea)	25	4.2%
Mercados mayoristas	196	33.1%
Otro	12	2%

**8. Al momento de comprar una prenda jean, ¿cuáles son los 3 factores más importantes para usted?**



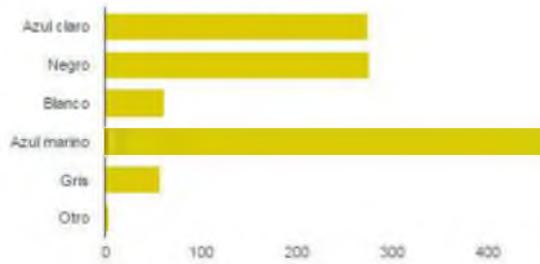
Marca	201	33.9%
Calidad de tela	532	89.7%
Diseño	536	90.4%
Precio	468	78.9%
Otro	42	7.1%

**9. ¿Qué modelos de pantalón jean prefiere?**



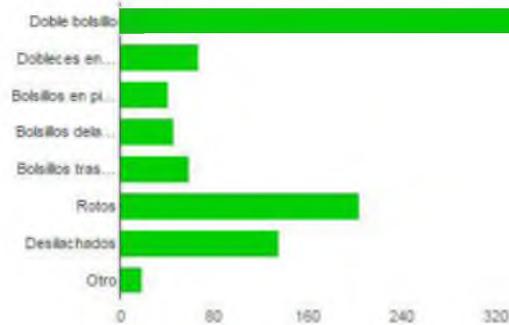
Slim	200	33.8%
Regular o clásico	228	38.6%
Boot cut	84	14.2%
Skinny leg	108	18.3%
Ultra Skinny	172	29.1%
Skinny	187	31.6%
Slim boyfriend	48	8.1%
Boyfriend	38	6.4%
Acampanado	65	11%
Otro	5	0.8%

**10. ¿Qué color de jean prefieren?**



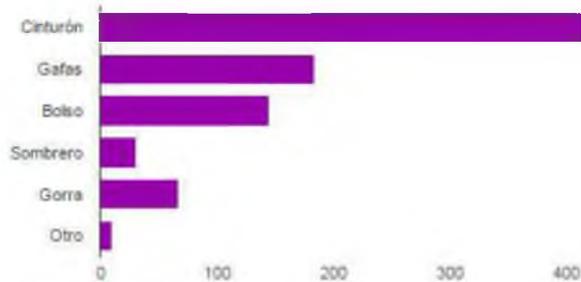
Azul claro	274	46.2%
Negro	276	46.5%
Blanco	62	10.5%
Azul marino	461	77.7%
Gris	58	9.8%
Otro	5	0.8%

**11. ¿Cuáles de estos adornos prefieren en un pantalón jean?**



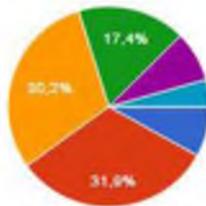
Doble bolsillo	376	63.4%
Doblec es en...	67	11.3%
Bolsillos en pi...	41	6.9%
Bolsillos delanteros con cierre	46	7.8%
Bolsillos traseros con cierre	59	9.9%
Rotos	204	34.4%
Desilachados	136	22.9%
Otro	19	3.2%

**12. ¿Qué tipo de accesorios le gustaría llevar junto con la compra de un pantalón jean?**



Cinturón	414	69.8%
Gafas	184	31%
Bolso	145	24.5%
Sombrero	31	5.2%
Gorra	67	11.3%
Otro	11	1.9%

**13. ¿Cuánto suele gastar en promedio al comprar un pantalón jean?**

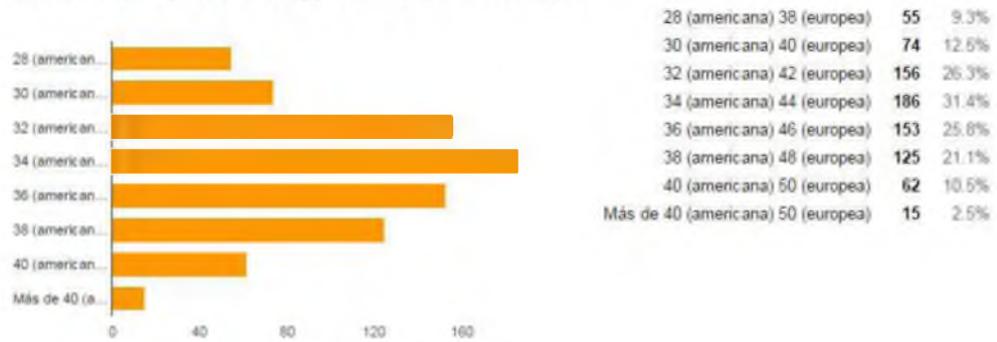


Menos de US\$20	48	8.1%
Entre US\$20 y US\$30	189	31.9%
Entre US\$30 y US\$40	179	30.2%
Entre US\$40 y US\$50	103	17.4%
Entre US\$50 y US\$60	48	8.1%
Más de US\$60	26	4.4%

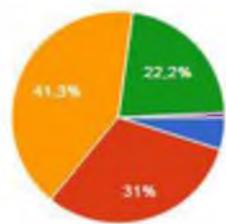
14. En pantalones para mujer, ¿que talla le interesaría comprar?



15. En pantalones para hombre, ¿que talla le interesaría comprar?

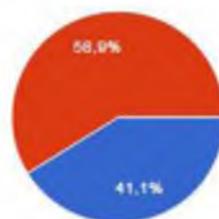


16. ¿Cada cuánto tiempo compra pantalones jeans?



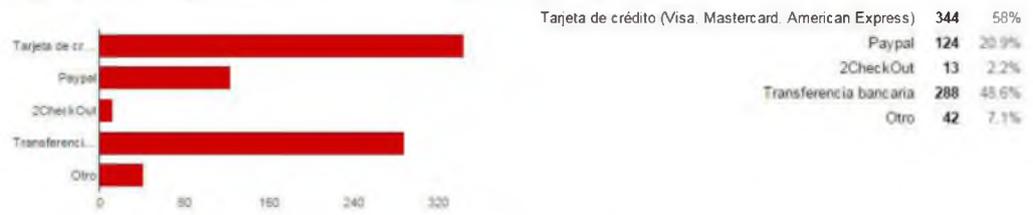
1 mes	29	4.9%
3 meses	183	31%
6 meses	244	41.3%
1 año o más	131	22.2%
Otro	4	0.7%

17. ¿Ha comprado prendas de vestir a través de un sitio web?

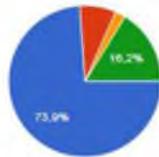


Si	244	41.1%
No	349	58.9%

18. ¿De qué formas le gustaría realizar las transacciones para comprar el producto?

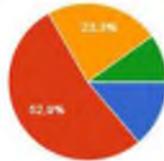


19. ¿Qué factor es el más importante para usted, al comprar en un sitio web?



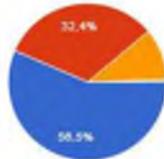
Factor	Cantidad	Porcentaje
Seguridad (contra robo de datos o de dinero)	433	73.9%
Variedad en métodos de pago	45	7.7%
Diseño de la página (aspecto del sitio, funcionalidad)	13	2.2%
Reputación de la empresa	95	16.2%

20. De la siguientes empresas, ¿por medio de cuál preferiría recibir los pedidos que realice?



Empresa	Cantidad	Porcentaje
DHL	81	13.9%
Servientrega	309	52.9%
Correos del Ecuador	136	23.3%
FedEx	58	9.9%

21. ¿Qué le parece la idea de tener un sitio web donde pueda adquirir jeans de Pelileo y que se los entreguen en su casa?



Opinión	Cantidad	Porcentaje
Excelente	335	56.5%
Muy buena	192	32.4%
Irrelevante	63	10.6%
Mala	3	0.5%

Anexo 2

**Análisis de encuesta con Estata**

¿Ha comprado prendas de vestir a través de un sitio web?	Sexo		Total
	Hombre	Mujer	
Si	120 41.52	121 40.60	241 41.06
No	169 58.48	177 59.40	346 58.94
Total	289 100.00	298 100.00	587 100.00

¿Qué le parece la idea de tener un sitio web donde pueda adquirir jeans de Pelil	Sexo		Total
	Hombre	Mujer	
Excelente	173 59.86	158 53.02	331 56.39
Muy buena	86 29.76	104 34.90	190 32.37
Irrelevante	28 9.69	35 11.74	63 10.73
Mala	2 0.69	1 0.34	3 0.51
Total	289 100.00	298 100.00	587 100.00

¿Cada cuánto tiempo compra pantalones jeans?	Sexo		Total
	Hombre	Mujer	
1 mes	13 4.50	15 5.03	28 4.77
3 meses	94 32.53	89 29.87	183 31.18
6 meses	119 41.18	123 41.28	242 41.23
1 año o más	63 21.80	66 22.15	129 21.98
Casi nunca	0 0.00	1 0.34	1 0.17
cuando sea, si me gus	0 0.00	1 0.34	1 0.17
cuando veo uno que me	0 0.00	1 0.34	1 0.17
No sabe	0 0.00	2 0.67	2 0.34
Total	289 100.00	298 100.00	587 100.00

¿Qué tipo de accesorios le gustaría llevar junto con la compra de un pantalón je	Sexo		Total
	Hombre	Mujer	
Blusa	0 0.00	1 0.34	1 0.17
Bolso	4 1.38	46 15.44	50 8.52
Bolso, Sombrero	0 0.00	2 0.67	2 0.34
Cinturón	163 56.40	82 27.52	245 41.74
Cinturón, Bolso	2 0.69	42 14.09	44 7.50
Cinturón, Bolso, Gorr	0 0.00	1 0.34	1 0.17
Cinturón, Gafas	30 10.38	15 5.03	45 7.67
Cinturón, Gafas, Bols	3 1.04	21 7.05	24 4.09
Cinturón, Gafas, Bols	0 0.00	3 1.01	3 0.51
Cinturón, Gafas, Bols	0 0.00	1 0.34	1 0.17
Cinturón, Gafas, Bols	1 0.35	1 0.34	2 0.34
Cinturón, Gafas, Gorr	7 2.42	4 1.34	11 1.87
Cinturón, Gafas, Somb	2 0.69	1 0.34	3 0.51
Cinturón, Gafas, zapa	0 0.00	1 0.34	1 0.17
Cinturón, Gorra	16 5.54	4 1.34	20 3.41
Cinturón, Gorra, Cami	1 0.35	0 0.00	1 0.17

Cinturón, Sombrero	4 1.38	2 0.67	6 1.02
Cinturón, Sombrero, G	2 0.69	0 0.00	2 0.34
Gafas	22 7.61	41 13.76	63 10.73
Gafas, Bolso	1 0.35	15 5.03	16 2.73
Gafas, Bolso, Gorra	0 0.00	1 0.34	1 0.17
Gafas, Gorra	6 2.08	0 0.00	6 1.02
Gafas, Sombrero	2 0.69	0 0.00	2 0.34
Gafas, Sombrero, Gorr	1 0.35	0 0.00	1 0.17
Gafas, Tirantes	1 0.35	0 0.00	1 0.17
Gafas, Zapatoss	1 0.35	0 0.00	1 0.17
Gorra	14 4.84	3 1.01	17 2.90
Medias	1 0.35	0 0.00	1 0.17
Sombrero	4 1.38	7 2.35	11 1.87
blusa	0 0.00	3 1.01	3 0.51
ninguno	1 0.35	0 0.00	1 0.17
playera	0 0.00	1 0.34	1 0.17
Total	289 100.00	298 100.00	587 100.00

Anexo 3

**CUESTIONARIO PARA COMERCIOS**

<b>Datos de la empresa</b>			
<b>Nombre/dueño local</b>		<b>RUC/RISE:</b>	
<b>Tipo</b> (S.A., Cia. Ltda., Natural)			
<b>Observaciones</b>			
<b>Datos Personales de contacto</b>			
<b>Nombres y Apellidos</b>			
<b>Dirección</b>			
<b>Cédula</b>			
<b>Teléfono</b>			
<b>E-mail</b>			

## Demanda de productos

Tipos de pantalón	tallas hombre 34-40	Colores (Azul marino, Celeste, Negro)	Tipo tela	Cantidad	Talla mujeres 4-12	Colores (Azul marino, Celeste, Negro)	Tipo tela	Cantidad
Regular o Clásico								
Slim								
Ultra Skinny								
Skinny Leg								

1. Forma de manejo de **pedidos** en los negocios.
2. Método de **pago**: efectivo, transferencia bancaria, dinero electrónico. ¿Qué bancos hay en Pelileo?
3. Métodos, tiempo y forma de **entrega**.
4. Condiciones mínimas para ser mi proveedor.
5. Visión y expectativas de los fabricantes /comerciantes.
6. Capacidad de cubrir un incremento en la demanda actual.

Anexo 4

**Encuestas a proveedores**

<b>Datos de la empresa</b>			
<b>Nombre/dueño local</b>	ASOCIACION ASTERJEAN	<b>RUC/RISE:</b>	
<b>Tipo</b> (S.A., Cia. Ltda., Natural)	Natural		
<b>Observaciones</b>	Tiene Tallas de Hombre de la 20 a la 38 a un precio de 8 dólares y de la 39 a la 44 a 12 Dólares		
<b>Datos Personales de contacto</b>			
<b>Nombres y Apellidos</b>	MIRIAM SANCHEZ		
<b>Dirección</b>	DURAN BOLICHE		
<b>Cédula</b>			
<b>Teléfono</b>			
<b>E-mail</b>	Miry_e11@hotmail.com		

## Demanda de productos

Tipos de pantalón	tallas hombre 34-40	Colores (Azul marino, Celeste, Negro)	Tipo tela	Cantidad	Talla mujeres 4-12	Colores (Azul marino, Celeste, Negro)	Tipo tela	Cantidad
Regular o Clásico		AZM, C,	Denim	DEMANDA		AZM, C,	Denim	DEMANDA
Slim		AZM, C,	Denim	DEMANDA		AZM, C,	Denim	DEMANDA
Ultra Skinny		AZM, C,	Denim	DEMANDA		AZM, C,	Denim	DEMANDA
Skinny Leg		AZM, C,	Denim	DEMANDA		AZM, C,	Denim	DEMANDA

### 1. Forma de manejo de pedidos en los negocios.

Pedidos con anticipación dependiendo de la cantidad de jeans requerido pero el tiempo mínimo es 15 o 20 Días

### 2. Método de pago: efectivo, transferencia bancaria, dinero electrónico. ¿Qué bancos hay en Pelileo?

Solo trabaja con Efectivo

### 3. Métodos, tiempo y forma de entrega.

El pedido debe de hacerse con 15 Días mínimo dependiendo de cuanto se requiera

### 4. Condiciones mínimas para ser mi proveedor.

50% Del pago para lo que es la reservación del producto y el otro es contra entrega

### 5. Visión y expectativas de los fabricantes /comerciantes.

Este comerciante si está abierto a nuevas opciones de pago siempre y cuando le garanticen el pago y le den bien explicado el manejo de esas nuevas herramientas.

6. **Capacidad de cubrir un incremento en la demanda actual.**

Según la respuesta que me dio están en la capacidad de cubrir cualquier demanda siempre y cuando esta se haga con la anticipación debido dependiendo de la cantidad y la fecha de entrega

<b>Datos de la empresa</b>			
<b>Nombre/dueño local</b>	ASOCIACION ASTERJEAN	<b>RUC/RISE:</b>	
<b>Tipo</b> (S.A., Cia. Ltda., Natural)	Natural		
<b>Observaciones</b>	Posee Jeans de Mujeres tallas de 6 a la 14 a un precio de 13 Dólares Y Jeans cortos o shorts así mismo tallas de 6 a 14 Sus productos son traídos desde Perú		
<b>Datos Personales de contacto</b>			
<b>Nombres y Apellidos</b>	XAVIER ONIATE		
<b>Dirección</b>	DURAN BOLICHE		
<b>Cédula</b>			
<b>Teléfono</b>	0993423058		
<b>E-mail</b>			

## Demanda de productos

Tipos de pantalón	tallas hombre 34-40	Colores (Azul marino, Celeste, Negro)	Tipo tela	Cantidad	Talla mujeres 4-12	Colores (Azul marino, Celeste, Negro)	Tipo tela	Cantidad
Regular o Clásico	SI	AZ, C	Denim	DEMANDA	SI	AZ, C	Denim	DEMANDA
Slim	SI	AZ, C	Denim	DEMANDA	SI	AZ, C	Denim	DEMANDA
Ultra Skinny	SI	AZ, C	Denim	DEMANDA	SI	AZ, C	Denim	DEMANDA
Skinny Leg	SI	AZ, C	Denim	DEMANDA	SI	AZ, C	Denim	DEMANDA

### 1. Forma de manejo de pedidos en los negocios.

Pago del 100% para dejar reservando el pedido.

### 2. Método de pago: efectivo, transferencia bancaria, dinero electrónico. ¿Qué bancos hay en Peileo?

Solo trabaja con Efectivo

### 3. Métodos, tiempo y forma de entrega.

El pedido debe de hacerse con 15 Días mínimo dependiendo de cuanto se requiera

### 4. Condiciones mínimas para ser mi proveedor.

Se maneja la misma condición para todo el pago 100% en efectivo no está abierto a nuevas opciones de pago

### 5. Visión y expectativas de los fabricantes /comerciantes.

Prefirió no responder esta pregunta

6. **Capacidad de cubrir un incremento en la demanda actual.**

como el dueño de este local trae los productos importados puede cubrir cualquier demanda siempre y cuando se pida por lo menos con 15 días de anticipación y el pago se haga directamente en efectivo

<b>Datos de la empresa</b>			
<b>Nombre/dueño local</b>	LEMUS JEANS	<b>RUC/RISE:</b>	
<b>Tipo</b> (S.A., Cia. Ltda., Natural)	NATURAL		
<b>Observaciones</b>			
<b>Datos Personales de contacto</b>			
<b>Nombres y Apellidos</b>	MIGUEL MUTILENO		
<b>Dirección</b>	Diagonal al sector El Recreo (Durán).		
<b>Cédula</b>			
<b>Teléfono</b>	09954491714		
<b>E-mail</b>	lumusjean@hotmail.com		

## Demanda de productos

Tipos de pantalón	tallas hombre 34-40	Colores (Azul marino, Celeste, Negro)	Tipo tela	Cantidad	Talla mujeres 4-12	Colores (Azul marino, Celeste, Negro)	Tipo tela	Cantidad
Regular o Clásico	SI	AZM, C, N	Denim Latex Mexclilla	DEMANDA	8, 10, 12	AZM, C, N	Denim Latex Mexclilla	DEMANDA
Slim	SI	AZM, C, N	Denim Latex Mexclilla	DEMANDA	8, 10, 12	AZM, C, N	Denim Latex Mexclilla	DEMANDA
Ultra Skinny	SI	AZM, C, N	Denim Latex Mexclilla	DEMANDA	8, 10, 12	AZM, C, N	Denim Latex Mexclilla	DEMANDA
Skinny Leg	SI	AZM, C, N	Denim Latex Mexclilla	DEMANDA	8, 10, 12	AZM, C, N	Denim Latex Mexclilla	DEMANDA

### 1. Forma de manejo de pedidos en los negocios.

50% para reservar pedido y 50% con entrega solo acepta efectivo, está dispuesta a entregarnos el producto de forma unitaria a precio de mayorista

### 2. Método de pago: efectivo, transferencia bancaria, dinero electrónico. ¿Qué bancos hay en Pelileo?

Banco de Guayaquil  
Banco pichincha  
Banco solidario

### 3. Métodos, tiempo y forma de entrega.

Especifico que para cualquier pedido deben de ser por lo menos con 15 Días de Anticipación

#### 4. Condiciones mínimas para ser mi proveedor.

La condición de que el pago del 50% se lo realice para reservar los jeans y el 50% cuando se entregue el producto se mantiene para todas las empresas que quieran como su proveedor, en caso de vendernos de forma unitaria sería el pago antes del despacho.

#### 5. Visión y expectativas de los fabricantes /comerciantes.

Este proveedor solo maneja efectivo no está abierto a nuevas opciones de pago, y lo que busca siempre es estar cerca de sus clientes para no perderlos o conseguir nuevos clientes

#### 6. Capacidad de cubrir un incremento en la demanda actual.

El Dueño solo especifico que él puede cubrir cualquier demanda solicitada siempre y cuando esta se la realice con tiempo

Datos de la empresa			
Nombre/dueño local	LOCAL COMERCIAL	RUC/RISE:	
Tipo (S.A., Cia. Ltda., Natural)	Natural		
Observaciones	Tallas 28 a la 40 \$11 al por Mayor para Hombres y Para mujeres todas las tallas a \$9. Y por colocar tu marca en los Jeans cobra un valor de 50c.		
Datos Personales de contacto			
Nombres y Apellidos	SANTOS ALVARADO		
Dirección	Diagonal al sector El Recreo (Durán).		
Cédula			
Teléfono	0988648654		
E-mail			

## Demanda de productos

Tipos de pantalón	tallas hombre 34-40	Colores (Azul marino, Celeste, Negro)	Tipo tela	Cantidad	Talla mujeres 4-12	Colores (Azul marino, Celeste, Negro)	Tipo tela	Cantidad
Regular o Clásico	SI	AZM, C,	Denim, Latex, Mezclilla	DEMANDA	SI	AZM, C,	Denim, Latex, Mezclilla	DEMANDA
Slim	SI	AZM, C,	Denim, Latex, Mezclilla	DEMANDA	SI	AZM, C,	Denim, Latex, Mezclilla	DEMANDA
Ultra Skinny	SI	AZM, C,	Denim, Latex, Mezclilla	DEMANDA	SI	AZM, C,	Denim, Latex, Mezclilla	DEMANDA
Skinny Leg	SI	AZM, C,	Denim, Latex, Mezclilla	DEMANDA	SI	AZM, C,	Denim, Latex, Mezclilla	DEMANDA

### 1. Forma de manejo de pedidos en los negocios.

Pedidos con anticipación dependiendo de la cantidad de jeans requerido pero el tiempo mínimo es 15 o 20 Días en caso de ser lotes grandes, está dispuesto a vendernos de forma unitaria.

### 2. Método de pago: efectivo, transferencia bancaria, dinero electrónico. ¿Qué bancos hay en Pelileo?

Solo trabaja con Efectivo

### 3. Métodos, tiempo y forma de entrega.

El pedido debe de hacerse con 8 Días mínimo dependiendo de cuanto se requiera

### 4. Condiciones mínimas para ser mi proveedor.

50% Del pago para lo que es la reservación del producto y el otro es contra entrega

### 5. Visión y expectativas de los fabricantes /comerciantes.

No Respondió a esta Pregunta

6. **Capacidad de cubrir un incremento en la demanda actual.**

Está en capacidad de cubrir cualquier pedido dependiendo la cantidad y el tiempo en que sea pedida así mismo si quiere que se le coloque la marca en las prendas.

Datos de la empresa			
<b>Nombre/dueño local</b>	MARCELL JEAN	<b>RUC/RISE:</b>	
<b>Tipo</b> (S.A., Cia. Ltda., Natural)	NATURAL		
<b>Observaciones</b>	<p>Los Precios de las Tallas Normales de Hombres (28 – 36) tienen un costo de \$10 para negocio, Tallas Extras (38-44) \$9, Tallas Grandes (46-50) \$14 todos los precios no incluyen el IVA.</p> <p>Para mujeres de las siguientes tallas (6-8-10-12-14-16) tiene un costo de \$10 dólares, para las tallas (18 – 20) \$12 y para las tallas (22-24) \$14 esta empresa maneja todos los tipos de tela la única condición es que sea pedido con anticipación dependiendo de la demanda Ejemplo</p> <p>200 Jeans</p>		
Datos Personales de contacto			
<b>Nombres y Apellidos</b>	MARCELA MOYANO PINOS		
<b>Dirección</b>	Diagonal al sector El Recreo (Durán).		
<b>Cédula</b>	1802090777		
<b>Teléfono</b>	099763 9046		
<b>E-mail</b>	marcelamoyanopinos@gmail.com		

## Demanda de productos

Tipos de pantalón	tallas hombre 34-40	Colores (Azul marino, Celeste, Negro)	Tipo tela	Cantidad	Talla mujeres 4-12	Colores (Azul marino, Celeste, Negro)	Tipo tela	Cantidad
Regular o Clásico	SI	AZM, C, N	Denim Latex Mexclilla	DEMANDA	8, 10 ,12	AZM, C, N	Denim Latex Mexclilla	DEMANDA
Slim	SI	AZM, C, N	Denim Latex Mexclilla	DEMANDA	8, 10 ,12	AZM, C, N	Denim Latex Mexclilla	DEMANDA
Ultra Skinny	SI	AZM, C, N	Denim Latex Mexclilla	DEMANDA	8, 10 ,12	AZM, C, N	Denim Latex Mexclilla	DEMANDA
Skinny Leg	SI	AZM, C, N	Denim Latex Mexclilla	DEMANDA	8, 10 ,12	AZM, C, N	Denim Latex Mexclilla	DEMANDA

### 1. Forma de manejo de pedidos en los negocios.

50% para reservar pedido y 50% con entrega solo acepta efectivo

### 2. Método de pago: efectivo, transferencia bancaria, dinero electrónico. ¿Qué bancos hay en Pelileo?

Banco de Guayaquil  
Banco pichincha  
Banco solidario

### **3. Métodos, tiempo y forma de entrega.**

Si el Pedido es de 200 Jeans como mínimo son 15 días laborables, si se hablan de cantidades como 500 jeans ya serian por lo menos 30 días laborables. Y así dependiendo de la cantidad solicitada. Esta dispuestos a vendernos de forma unitaria pero hay que ir a retirar el producto

### **4. Condiciones mínimas para ser mi proveedor.**

La condición de que el pago del 50% se lo realice para reservar los jeans y el 50% cuando se entregue el producto se mantiene para todas las empresas que quieran como su proveedor

### **5. Visión y expectativas de los fabricantes /comerciantes.**

Este Fabricante dijo no tener inconvenientes en aceptar en un futuro nuevas opciones de pago como puede ser paypal o tarjetas de crédito siempre y cuando se le brinde las garantías necesarias para asegurar que el dinero le llegue

### **6. Capacidad de cubrir un incremento en la demanda actual.**

La dueña se encuentra en la capacidad de cubrir cualquier demanda siempre y cuando esta se la haga con anticipación y cumpliendo las condiciones explicadas anteriormente.

## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Nosotros, Soria López Carlos Miguel C.C: #0919117002 y Narvárez Narvárez Andrés Diego, con C.C: #0926762212 autores del trabajo de titulación: Implementación de tienda electrónica y estrategias de marketing para la comercialización de jeans de los artesanos del cantón Pelileo. Previo a la obtención del título de **INGENIERO EN COMERCIO ELECTRÓNICO** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro 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.- Autorizo 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. \_\_\_\_\_  
Nombre: Soria López Carlos Miguel  
C.C: 0919117002

f. \_\_\_\_\_  
Nombre: Narvárez Narvárez Diego Andrés  
C.C: 0926762212

## **REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA**

### **FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN**

<b>TÍTULO Y SUBTÍTULO:</b>	IMPLEMENTACIÓN DE TIENDA ELECTRÓNICA Y ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE JEANS DE LOS ARTESANOS DEL CANTÓN PELILEO.		
<b>AUTOR(ES)</b> (apellidos/nombres):	NARVÁEZ NARVÁEZ DIEGO ANDRÉS SORIA LÓPEZ CARLOS MIGUEL		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b> (apellidos/nombres):	CRUZ LUZURIAGA MARÍA ISABE		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
<b>FACULTAD:</b>	Facultad de especialidades empresariales		
<b>CARRERA:</b>	Carrera: Ingeniería En Comercio Electrónico		
<b>TÍTULO OBTENIDO:</b>	Ingeniero En Comercio Electrónico		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	(22) de (03) de (2016)	<b>No. DE PÁGINAS:</b>	107
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	Comercio electrónico, sistemas digitales		
<b>PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:</b>	jeans, Pelileo, comercio electrónico, Prestashop, marketing digital, CMS		
<b>RESUMEN/ABSTRACT</b> (150-250 palabras): El presente proyecto busca analizar cómo beneficiaría al sector manufacturero de San Pedro de Pelileo la incorporación del comercio electrónico dentro del negocio de comercialización de jeans. Para ello, los autores investigaron la situación actual de los fabricantes y comerciantes de jeans de San Pedro de Pelileo por medio de noticias e informaciones encontradas en entrevistas, periódicos y revistas que permitieron determinar cuáles son los aspectos en los que presentan falencias en sus métodos de comercialización, manejo de las entregas y estrategias de publicidad que se usan actualmente. A su vez se realizaron investigaciones de campo, entrevistas y cuestionarios a productores de jean de Pelileo y encuestas a los posibles consumidores. Las entrevistas y cuestionarios arrojaron como resultado que los comerciantes presentan problemas como los son: la adquisición de materia prima, alta intermediación, problemas políticos, ambientales, contrabando y resultado de esto la caída de sus ventas			
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>Teléfono:</b> 0996463312 820565 / 0996531131	E-mail: sorialopezc@gmail.com / diego_n2@hotmail.com	
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:</b>	<b>Nombre:</b> Cruz Luzuriaga Maria Isabel		
	<b>Teléfono:</b> 0979662657		
	<b>E-mail:</b> maria.cruz09@cu.ucsg.edu.ec		
<b>SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA</b>			
<b>Nº. DE REGISTRO (en base a datos):</b>			
<b>Nº. DE CLASIFICACIÓN:</b>			
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>			