



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

INGENIERÍA EN COMERCIO ELECTRÓNICO

TEMA:

Análisis de la situación actual en las PYMES de exportación sobre el uso del comercio electrónico y la incidencia en la Implementación de estrategias de e-learning y de herramientas Open Source de comercio electrónico para la comercialización y exportación de pulseras artesanales de las PYMES de la ciudad de Guayaquil.

AUTOR (ES):

LOOR ROMERO, STALIN FABRICIO

CENTENO LOOR, JORGE LUIS

Trabajo de titulación previo a la obtención del grado de

INGENIERO EN COMERCIO ELECTRÓNICO

TUTOR:

MEDINA FRANCO, HERIBERTO BAKKE

Guayaquil, Ecuador

09 de septiembre del 2016



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
INGENIERÍA EN COMERCIO ELECTRÓNICO

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **LOOR ROMERO, STALIN FABRICIO Y CENTENO LOOR, JORGE LUIS** como requerimiento para la obtención del Título de **Ingeniería en Comercio Electrónico**.

TUTOR (A)

f. _____

Medina Franco, Heriberto Bakke

DIRECTOR DE LA CARRERA

f. _____

Ulloa Armijos, Ana del Rosario

Guayaquil, a los 09 del mes de septiembre del año 2016



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
INGENIERÍA EN COMERCIO ELECTRÓNICO

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Nosotros, **LOOR ROMERO, STALIN FABRICIO Y CENTENO LOOR,
JORGE LUIS**

DECLARAMOS QUE:

El Trabajo de Titulación, **Análisis de la situación actual en las PYMES de Exportación sobre el uso del comercio electrónico y la incidencia en la Implementación de estrategias de e-learning y de herramientas Open Source de comercio electrónico para la comercialización y exportación de pulseras artesanales de las PYMES de la ciudad de Guayaquil**, previo a la obtención del Título de **Ingeniería en Comercio Electrónico**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 09 del mes de septiembre del año 2016

AUTOR

AUTOR

f. _____

f. _____

LOOR ROMERO, STALIN FABRICIO

LOOR CENTENO, JORGE LUIS



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

AUTORIZACIÓN

Nosotros, **Loor Romero, Stalin Fabricio y Centeno Loor Jorge Luis**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Análisis de la situación actual en las PYMES de Exportación sobre el uso del comercio electrónico y la incidencia en la Implementación de estrategias de e-learning y de herramientas Open Source de comercio electrónico para la comercialización y exportación de pulseras artesanales de las PYMES de la ciudad de Guayaquil**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 09 del mes de septiembre del año 2016

AUTORES:

AUTOR

AUTOR

f. _____

**LOOR ROMERO, STALIN
FABRICIO**

f. _____

LOOR CENTENO, JORGE LUIS

Urkund Analysis Result

Analysed Document: Tesis Final 07-08-16 FABRICIO LOOR.docx (D21448954)
Submitted: 2016-08-19 17:14:00
Submitted By: cecivel@yahoo.com
Significance: 3 %

Sources included in the report:

E-COMMERCE.docx (D21328106)
Trabajo de titulación income.doc (D18213526)
Tesis_Gabriela_Valencia.docx (D19159044)
Tutorial Work - English 8 - Armadi Games - Campoverde - Diaz - Torres - Velez - 1st DRAFT.docx (D12144304)
http://www.hosteltur.lat/119300_google-lanza-aplicacion-capacitar-pymes-marketing-digital.html
<http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/417>
<http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/6153>

Instances where selected sources appear:

7

AGRADECIMIENTO

“Agradezco primero a Dios por permitirme terminar una de mis tantas metas planeadas, por las oportunidades que me brinda y ponerme personas de bien en mi camino para motivarme a cumplir cada uno de mis logros. Gracias a mi madre que siempre ha dado lo mejor para sus dos hijos y darme una de las mejores compañías de la vida como lo es mi hermana, haciendo esto posible con la ayuda de una de las personas más importante como es mi abuela materna, que nos cuidó como a sus propios hijos. Reconocer el apoyo incondicional de Tíos, primos, cuñados, sobrinas y en especial a mi esposa, quien juntos lograremos cosas grandes y nos apoyaremos en cada momento de este largo camino por vivir, y agradecerle por darme el regalo y la bendición más grande como lo es mi hijo Emiliano, gracias por su apoyo, paciencia y amor hacia mí.

De igual manera agradezco la ayuda brindada a mi tutor y a los profesores que dedicaron su tiempo para que este trabajo lo logramos realizar con éxito, a su vez a mi compañero del proyecto por su ayuda, dedicación y empeño que pusimos al momento de realizarlo.

Se cumple una meta más en mi vida y agradezco a los que soñaron junto a mí que si se podía lograrlo.”

Jorge Centeno Loo

AGRADECIMIENTO

“Agradezco a Dios por haberme guiado a lo largo de mi carrera universitaria, por acompañarme y brindarme fuerzas en los momentos más duros, y por permitirme culminar una etapa importante en mi vida profesional.

***A mis padres Dra. Narcisa Elena Romero Roca y Dr. William Stalin Loor Alcívar** por tenerme paciencia y guiarme por el camino correcto con sus sabios consejos, por aquel apoyo incondicional tanto económico como emocional, ya que con su amor y su experiencia han influido de una manera que hoy me convierten en un profesional, siguiendo su ejemplo tan admirado.*

*A mi directora de carrera **Ing. Ana Ulloa Armijos** ya que gracias a su ardua labor con dedicación, esfuerzo y paciencia me transmitió sus conocimientos y experiencias que me permiten lograr terminar mi carrera con éxito.*

*Agradezco a mis queridos docentes **Ing. María Isabel Cruz, Ing. Roberto García, Ing. Guillermo Tafur, Ing. Ricardo Villacrés, Econ. Humberto Alarcón, Ing. Christian Armendáriz, Ing. Ronny Argudo**, por haberme transmitido todos aquellos conocimientos durante mi carrera universitaria. A mi tutor el **Ing. Heriberto Medina Bakke**, por haberme guiado con paciencia en la realización de la presente tesis motivándome a seguir adelante.*

*Al mismo tiempo a dos excelentes personas a quien admiro mucho que no solo me transmitieron sus conocimientos, sino que también día a día me brindaron su apoyo, su tiempo y su valiosa amistad con sus sabios consejos que de seguro los he de recordar a lo largo de mi vida, gracias al **Ing. Orly Daniel Carvache Franco** y al **Ing. David Fernando Ramos Tomalá**.*

*A aquellas personas que tuve el honor de conocer en el transcurso de mi carrera como estudiante, como compañero, como representante estudiantil, que día a día con sus experiencias y conocimientos me enseñaban a ser una mejor persona y de seguro un excelente profesional. Gracias al **Econ. Servio Correa Macías**, a la **Ing. Karina Sánchez**, a la **Lcda. Patricia Torres Fuentes**, y a la **CPA. Cecilia Vélez**.*

Me encantaría agradecer a todas las personas que me han dado su apoyo, amistad, consejos y compañía en todos los momentos, sin embargo quiero darles gracias por todo lo que me han brindado y por formar parte de mi vida”.

Fabricio Loor Romero

DEDICATORIA

“Dedico este trabajo de titulación a Dios quien es el que nos da la sabiduría, y fortaleza para lograr cada una de nuestras metas propuestas. Lo dedico también a mi querida madre María Vicenta Loor, a mi abuela Vicenta Espinar, a mi amada esposa Amy y mi hijo Emiliano quien han sido mi motor de salir adelante, a mi hermana Viviana Centeno y su esposo, a mis tíos Janeth y Jorge, Mariuxi y Juan, a mis primas Piedad, María José, María Fernanda y Fiorella, a mis sobrinas Amelia y Analía, ya que cada uno de ellos ha puesto su grano de motivación en mi para cumplir cada una de mis metas y sueños. Por ellos y para ellos dedico este logro y que siempre me acompañen con la mano de Dios en los que está por venir”

Jorge Centeno Loor

DEDICATORIA

A mi Dios

Quién día a día me dio salud y sabiduría para tomar correctas decisiones en los momentos oportunos, guiándome por el camino correcto, a pesar de las adversidades que se presentaban me enseñó a tomar los problemas como retos y encararlos de manera valiente, y así de esta manera permitirme culminar un peldaño tan importante de mi formación académica y profesional.

A mí amada madre Narcisa

Por ser el pilar fundamental en mi vida siendo un ejemplo de perseverancia, de lucha y de superación que con su cariño, amor y apoyo incondicional me enseñó el valor de la vida.

A mi padre William

Por ser siempre aquel amigo que ha estado en los momentos más importantes de mi vida, con sus consejos y fuertes palabras inculcándome buenos valores a pesar de nuestras diferencias

A mis hermanos Emilio y Omar

Por brindar aquellas palabras de aliento para no desfallecer en los diferentes intentos y así pueda cumplir mis metas propuestas.

A mis Maestros

Que con su experiencia y su conocimiento influyeron de manera positiva en mi formación tanto personal como profesional, para poder enfrentar aquellos retos que presenta la vida.

Fabricio Loor Romero



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
INGENIERÍA EN COMERCIO ELECTRÓNICO

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

HERIBERTO BAKKE, MEDINA FRANCO

TUTOR

f. _____

ANA DEL ROSARIO, ULLOA ARMIJOS

DECANO O DIRECTOR DE CARRERA

f. _____

MARÍA ISABEL, CRUZ LUZURIAGA

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA



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

CALIFICACIÓN

Medina Franco, Heriberto Bakke

TUTOR

ÍNDICE

Título	1
Diagnóstico	1
Descripción del contexto.....	1
Antecedentes Investigativos	1
Experiencias previas sobre el problema.....	3
JUSTIFICACIÓN	4
Justificación del proyecto.....	4
Formulación del problema.	8
Descripción de la situación del problema.	8
Formulación del problema	9
Delimitación del problema	9
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	10
Objetivo general	10
Objetivos específicos.....	10
RELACIÓN DEL PROYECTO CON EL PROGRAMA DE ESTUDIO .	11
Relación del proyecto con los conocimientos adquiridos por medio de las materias de la Carrera.....	11
Marco Teórico	12
Marco Conceptual	15
Métodos y técnicas utilizados para resolver el problema.....	18
Criterios para elaborar la propuesta y su validación	23
Plan de trabajo	28
Cronograma de Actividades	28
Recursos	29
Presupuesto	30
Propuesta	31
Conclusiones y Recomendaciones	36
Referencias	38
Apéndice	40

RESUMEN

La presente tesis se basa en el análisis de la situación actual de las empresas pequeñas y medianas dedicadas a la exportación en la Ciudad de Guayaquil, que pese a que son un motor fundamental para la economía del país, poseen un escaso conocimiento sobre cómo incursionar en negocios en línea y las diferentes herramientas tecnológicas que permiten realizar comercialización por medio la de web. Así como también presentan dificultades al momento de capacitar a sus empleados, ya que, en la manera tradicional que lo están realizando, la logística les resulta muy costosa. Debido a que también desconocen las diferentes herramientas de E-learning necesarias para capacitar a sus colaboradores de forma gratuita. En el presente proyecto se presenta una propuesta que se enfoca en la implementación de herramientas open source tales como: tienda virtual para comercio electrónico, y una comunidad de aprendizaje para e-learning, tomando como ejemplo a la empresa Señor Brazalete de la ciudad de Guayaquil para que pueda realizar la comercialización de sus productos a nivel nacional e internacional a través de la web.

Palabras Clave: PYMES, comercio electrónico, capacitación en línea, tienda virtual, tecnología, innovación, brazaletes

ABSTRACT

This thesis is based on analysis of the current situation of small and medium enterprises engaged in export in the city of Guayaquil, although they are fundamental for the country's economy engine, have a little knowledge on how to break into online businesses and the various technological tools that allow marketing through the web. And also present difficulties when training their employees, because in the traditional way they are doing, logistics it is very expensive. Because they also know the different E-learning tools needed to train its employees for free. A proposal that focuses on the implementation of open source tools such as presented in this project: online shop e-commerce, and community learning to e-learning for the company Señor Brazalete of Guayaquil to carry out the marketing its products nationally and internationally through the web.

Keywords: PYMES, e-commerce, online training, online store, technology, innovation, bracelets

INTRODUCCIÓN

La implementación de estrategias de e-learning y de herramientas open source de comercio electrónico para la comercialización y exportación de artesanías de las PYMES de la ciudad de Guayaquil se basa en una investigación cuya finalidad es describir la situación actual del uso de la tecnología e innovación dedicadas a la comercialización y a la exportación de artesanías. Cabe mencionar que en la actualidad las PYMES en el Ecuador aportan en la economía local y al desarrollo del país.

Los avances tecnológicos han ido creciendo de manera significativa en el mundo actual, y ha aumentado en los países en vías de desarrollo, es por este motivo que los usuarios han optado por utilizar el comercio electrónico, gracias a sus numerosas ventajas para poder adquirir nuevos productos. El futuro del comercio se considera que será el comercio electrónico, ya que en otros países están maximizando las actividades de emprendimiento y las PYMES del Ecuador no pueden estar excluidas de utilizar y aprovechar estos beneficios para el fortalecimiento de capacidades para comercializar sus productos. Por lo tanto, se encontró la necesidad que tienen las pequeñas y medianas empresas de expandirse es optar por incluir herramientas de comercio electrónico para realizar negocios, donde generarían que sus actividades comerciales sean competitivas optimizando sus recursos, y lo más importante no sólo a nivel nacional, sino también internacional.

Es importante que las PYMES puedan conocer las distintas herramientas que pueden implementar para crear comunidades virtuales donde podrán estar en contacto con los clientes para poder fidelizarlos, como también capacitar a sus colaboradores por medio de las herramientas que el e-learning proporciona. Esta investigación sobre la incidencia y la implementación de herramientas de comercio electrónico de las PYMES de exportación de artesanías cuya actividad se justifica con el fortalecimiento en las capacidades de las pequeñas y medianas empresas utilizando las distintas herramientas de e-commerce.

Título

Análisis de la situación actual en las PYMES de exportación sobre el uso del comercio electrónico y la incidencia en la implementación de estrategias de e-learning y de herramientas open source de comercio electrónico para la comercialización y exportación de pulseras artesanales de las PYMES de la ciudad de Guayaquil.

Diagnóstico

Descripción del contexto.

En base a la investigación que se realizó a las pequeñas y medianas empresas dedicadas a la exportación localizadas en la ciudad de Guayaquil en la provincia del Guayas, se determinó que no están teniendo una adecuada presencia en los negocios electrónicos y en la web, es decir actualmente las PYMES continúan comercializando y exportando de manera tradicional, sin embargo mencionaron la necesidad de querer evolucionar con las nuevas tendencias de la tecnología como es el comercio electrónico, como actualmente no es un modelo de negocios que las empresas utilizan, no despiertan la curiosidad de los potenciales compradores.

Las PYMES sin duda alguna son de gran importancia en el aporte para la mejora de la situación económica del país e incluso las que generan fuentes de trabajo, es por eso que sus productos y servicios que exportan son muy cotizados, como es el caso que se ha tomado como ejemplo, la empresa Señor Brazalete que comercializa y exporta brazaletes para hombres y con pedidos especiales para mujeres, los cuales son muy codiciados a nivel nacional e internacionalmente, sin embargo, el método de comercialización que utiliza es el tradicional, más conocido como de “boca en boca”, y las ventas que realizan son netamente por intermediarios o distribuidores.

Antecedentes Investigativos

Dentro de la página del sector empresarial del Ecuador, según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), presenta una estimación de 810.272 empresas, de las cuales el 97,9% (793.559) son micro y pequeñas empresas; y tan solo el 2.1% (16.713) son empresas medianas y grandes. Adicional a esto las micro y pequeñas empresas generan alrededor del 50% de la producción.

Así también el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2012) determina las variables de clasificación de empresas que están definidas de acuerdo al volumen anual de ventas (V) y el número de trabajadores (P)

Tabla 1

Estratos de PYMES – Números de trabajadores – Ventas Anuales

Variable (**)	Estrato I	Estrato II	Estrato III	Estrato IV
Personal Ocupado	1-9	10-49	50 – 99	100 - 199
Valor Bruto de las ventas anuales (US\$)*	<100.000	100.001 – 1.000.000	1.000.001 – 2.000.000	2.000.001 – 5.000.000

Nota. Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2012)

Si bien es cierto, en número las pequeñas y medianas empresas son mayoría pero el nivel de productividad y empleos generados no se compara con las empresas grandes. Es por este motivo que esto hace pensar que se tratan de casos de empresas de subsistencia con poca capacidad de crecimiento.

- La optimización en la gestión comercial de sus procesos, son clave en un entorno cada vez más competitivo, exigente y presidido por el fenómeno de la globalización, e incluso más aún en coyunturas como las actuales dónde para mantener y aumentar su negocio las PYMES tienen que mejorar sus procesos de innovación y comercialización para poder alcanzar un mercado más global que mejore sus expectativas comerciales. Internet simplifica y optimiza el trabajo de las PYMES con un coste bajo y de modo que dicha presencia esté dirigida y orientada al negocio.
- “Aunque el 68% de PYMES ecuatorianas cuenta con ordenadores, el 82% tiene Internet y el 99% accede a la red a través de banda ancha fija, aún no se alcanza una profundización en el uso del servicio. Esto se evidencia en el poco o medio uso que le dan para capacitación, contratación, videoconferencias, provisión de servicios, interacción con entidades estatales”. (Comercio, 2015)
 “La provisión de servicios por la web está en un nivel medio, principalmente, en la microempresa (53,1%), seguida de la pequeña empresa (43,8%) y la mediana (35,2%)”. (Comercio, 2015)

- Según Ricardo González Mazuera de la Pontificia Universidad Javeriana de la facultad de Ciencias Económicas y Administrativas (2012) “En la actualidad se encuentra una gran variedad de mecanismos de venta en todo tipo de negocios, dada la necesidad de expandir los medios para llegar a los clientes, de ofrecer una experiencia práctica, útil y cómoda donde puedan adquirir sus productos y servicios fácil y rápidamente. El uso de una plataforma de E-commerce generalmente es la respuesta para esta necesidad. En el mundo entero hay una gran variedad de empresas que se encuentran posicionadas en el mercado y han incursionado en el E-commerce desde hace varios años, sin embargo hay un largo y tendido camino por recorrer.”

Experiencias previas sobre el problema.

Las PYMES son empresas creadas por empresarios que quieren salir adelante por sus propios medios y tener una fuente propia de ingresos sin depender de terceros, pero uno de los problemas principales de las PYMES de la ciudad de Guayaquil, es que no tienen conocimientos sobre expansión de sus productos o servicios a ofrecer. En la mayoría de casos los empresarios dueños de estas compañías desconocen el sistema de negociación por medio del comercio electrónico y en otros casos solo lo ignoran porque piensan que este medio es muy costoso o no tienen para invertir en él.

Pero la realidad es otra, el comercio electrónico no solo abarca las ventas por medio de sitios web, ya que va más allá, poniendo a sus disposiciones varias herramientas útiles como son redes sociales u otras herramientas open source que no tienen costo alguno para su implementación.

De esta manera tomando a la empresa Señor Brazalete, se quiere demostrar que este nuevo método de negociación que es el comercio electrónico tiene muchos beneficios para el empresario, y es una manera fácil, económica y necesaria para llegar a todos los consumidores finales que están en busca de sus productos o servicios.

JUSTIFICACIÓN

Justificación del proyecto

El presente estudio acerca del comercio electrónico tiene como finalidad mejorar los procesos comerciales de las PYMES en la ciudad de Guayaquil dedicadas a comercializar artesanías, a través de la utilización de plataformas y herramientas de comercio electrónico, las cuales le permitirán expandir sus mercados e incrementar sus ventas nacionales e internacionales con las tiendas virtuales.

Se realizó un análisis general en las distintas actividades a la cuales se dedican las empresas: industrial, comercial y artesanal. Sin embargo, se seleccionó a las PYMES de la ciudad de Guayaquil dedicadas a comercializar y exportar artesanías tomando como modelo a la empresa Señor Brazalete la cual será el ejemplo de cómo ingresar e invertir en los negocios en línea implementando una tienda virtual.

Recalcando que en los sectores sociales, comerciales, gubernamentales y financiero, el más favorecido especialmente en lo económico, por sus beneficios ha sido el comercio electrónico, ya que por medio de este se ha logrado romper y traspasar fronteras, como también poder brindar un servicio más directo y especializado, porque ha permitido que se puedan diversificar los productos y servicios.

El comercio electrónico permitirá que las PYMES incrementen el nivel de las ventas de sus servicios y productos, dando apertura a un nuevo canal de comunicación, negociación y distribución, que permite que se cree una nueva visión para las demás empresas que deseen estar inmersas, y descubrir los beneficios que nos brinda el comercio electrónico.

El gran número de pequeñas y medianas empresas en la actualidad dedicadas a distintas actividades, se encuentran en proceso de transformación, reconociendo que las habilidades de los artesanos y PYMES que fabrican, comercializan y exportan accesorios artesanales son muy representativas en los ingresos del Ecuador.

El presente proyecto analizó con mayor profundidad las empresas pequeñas y medianas dedicadas a la fabricación, comercialización y exportación de artesanías como: brazaletes, bisuterías, collares, entre otros. Por lo general, los clientes siempre acuden a lugares como: centros comerciales y mercados artesanales para poder

adquirir este producto. Justamente por esta razón se plantea una propuesta a una de las PYMES de exportación encuestadas, a la cual se implemente como estrategia de marketing, un proceso que ayude hacer conocer sus productos, a través de una tienda virtual y de otras herramientas open source que le brinden facilidad al consumidor, que pueda adquirir los productos de forma rápida, cómoda y lo más importante desde cualquier lugar.

Un dato importante es el uso de dispositivos móviles, (INEC, 2014) señaló que “El 16,9% (1'261.944) de las personas que tienen celular poseen un teléfono inteligente (Smartphone), lo que representa un crecimiento de 14,1% frente al 2011, según los últimos datos de la Encuesta de Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC)”. Por ende hay cada vez más personas que pueden conectarse a internet desde cualquier lugar y sin limitación de horarios”.

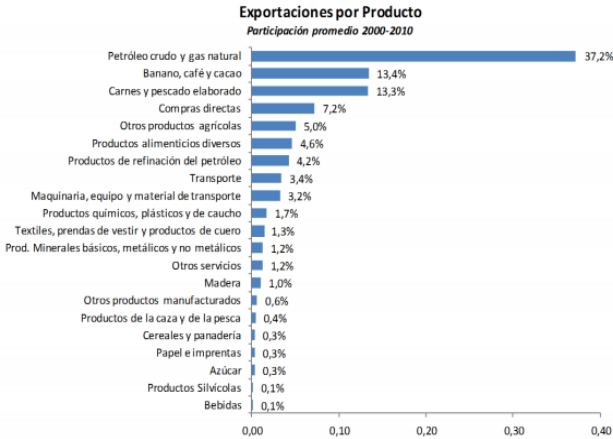


Figura 1: Principales productos que se exportan a otros países

Nota. Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE. Elaboración: Dirección de Estadísticas Económicas, INEC.

(OEC, 2014) analizó el Índice de Complejidad Económica (ECI) e indicó que el Ecuador es la 69ª economía de exportación más grande en el mundo y la economía 107 más compleja. En 2014, Ecuador exportó \$ 27.4B e importó \$ 27.4B, dando como resultado un saldo comercial positivo de \$ 23.8M. En 2014 el PIB de Ecuador fue de \$ 100B y su PIB per cápita fue de \$ 11.4k.

La situación actual de las PYMES en cuanto a tecnología es muy escasa, ya que aún poseen los tradicionales procesos de comercialización y desconocen los beneficios de la actual tecnología, que sirve de gran ayuda para poder establecer nuevos canales de comunicación que son vitales para los procesos de comercialización y ventas.

Cabe mencionar que las pequeñas y medianas empresas tienen como fortalezas:

- Capacidad de adaptación y estructuras empresariales horizontales.
- Amplio potencial redistributivo.
- Mientras que sus debilidades son:
- Insuficiente o inadecuada tecnología para la comercialización y exportación de productos.
- Insuficiente capacitación del talento humano.
- Financiamiento inadecuado



El 86,4% de los hogares posee al menos un teléfono celular, 36,7 puntos más que lo registrado en el 2010.

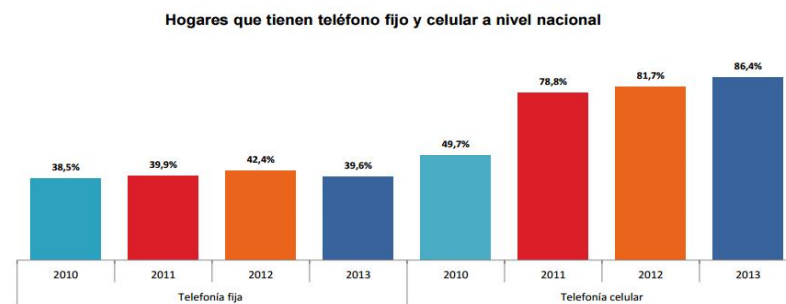


Figura 2: Hogares que tienen teléfono fijo y celular a nivel nacional

Nota. Fuente. Encuesta Nacional de Empleo Desempleo y Subempleo – ENEMDU (2010 - 2013).

De la misma manera en las investigaciones realizadas “El 18,1% de los hogares tiene al menos un computador portátil. Mientras que el 27.5% de los hogares tiene computadora de escritorio, según los últimos datos de Encuesta Nacional de Empleo Desempleo y Subempleo, en el sitio web Ecuador en Cifras del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2014, pág. 7) ”.

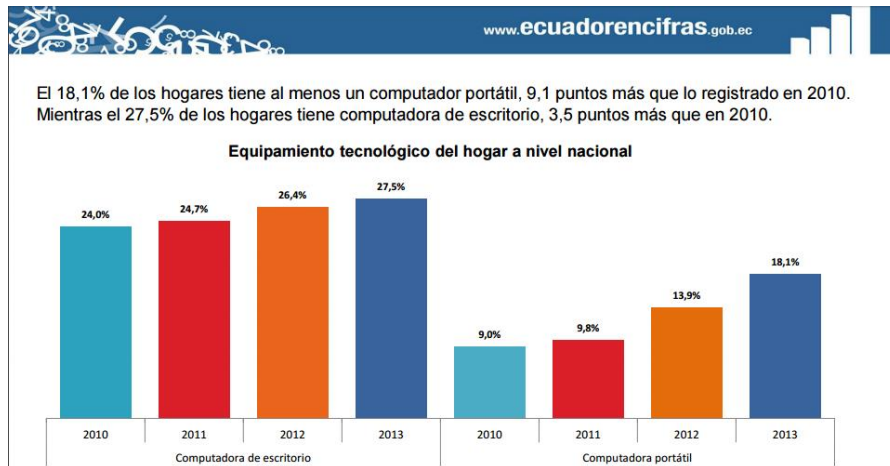


Figura 3: Equipamiento tecnológico del hogar a nivel nacional

Nota. Fuente. Encuesta Nacional de Empleo Desempleo y Subempleo – ENEMDU (2010 - 2013).

Por esta razón las herramientas implementadas satisfacen en un gran porcentaje las necesidades de las PYMES y de los usuarios.

Beneficio para empresas pequeñas y medianas (PYMES):

- a) Podrán expandir sus mercados a nivel nacional e internacional.
- b) Atraer nuevos clientes,
- c) Realizar transacciones a través de pasarelas de pago,
- d) Brindarles capacitaciones online a sus colaboradores (e-learning)
- e) Incrementar sus ventas
- f) Fidelizar clientes

Esto logrará en la comercialización de productos cambios significativos, haciendo que las PYMES en promociones online se conviertan en más competitivas gracias a las diferentes herramientas. Así como también que los brazaletes y/o pulseras puedan ser reconocidos a nivel nacional e internacional.

En cuanto a usuarios se refiere también es de vital importancia ya que en la actualidad, todas las personas se encuentran realizando sus actividades laborales diarias y viven el mayor tiempo ocupadas, y facilitar un sistema donde puedan adquirir sus productos, realizar compras con mayor rapidez, fácil y cómoda desde el lugar que se encuentren, tan sólo utilizando algún dispositivo u ordenador.

Formulación del problema.

Descripción de la situación del problema.

La ciudad de Guayaquil posee una gran cantidad de pequeñas y medianas empresas que se dedican a cada una de sus actividades de manera tradicional, y esta manera de hacer negocios en todo el mundo está cambiando, gracias a los avances de la tecnología.

Desafortunadamente los dueños de las diversas PYMES que comercializan sus productos en la ciudad de Guayaquil, continúan con la forma tradicional de realizar las actividades comerciales, lo que no les permite sumergirse dentro del mundo del comercio electrónico, provocándoles estancamiento de no poder expandir sus negocios.

Dos grandes problemas que están hoy en día afectando a las PYMES para poder comercializar sus productos en Internet son: el desconocimiento de las diferentes herramientas que brinda el comercio electrónico y las comunidades virtuales, como también la falta de decisión de implementarlo por temor a no tener seguridad, lo que provoca que las empresas estancuen su crecimiento y el desarrollo económico de la ciudad de Guayaquil.

Lo que desea lograr mediante la presente investigación es brindar la oportunidad a los propietarios de las PYMES de Exportación de la ciudad de Guayaquil de dar a conocer a la empresa Señor Brazalete, que con la implementación de herramientas de comercio electrónico interactivas, que les permita ingresar al mercado de negocios online, como implementar tienda virtual donde pueden alojar sus productos, promocionarlos y comercializarlos, no sólo a nivel nacional sino a nivel internacional, cómo también poseer conocimientos de transacciones seguras, y además por medio de comunidades virtuales open source, no sólo pueda brindar capacitaciones a sus colaboradores, sino también a sus clientes.

De acuerdo a la ENEMDU (Encuesta Nacional de Empleo Desempleo y Subempleo), INEC (2013) señaló que en el 2013, el 40% de la población de Ecuador ha utilizado Internet en los últimos 12 meses. En el área urbana el 47,6% de la población ha utilizado internet, frente al 25,3% del área rural. Cabe mencionar que en la actualidad la mayor cantidad de empresas poseen internet, pero lamentablemente

no conocen el beneficio que les pueden brindar los negocios online, por lo que es necesario que las PYMES puedan buscar nuevas formas de negociación y expansión creando implementando estrategias para realizar transacciones comerciales de sus productos.

Formulación del problema

El presente proyecto se basa en el desconocimiento sobre los beneficios que ofrecen las herramientas de comercio electrónico que no permite fortalecer las capacidades de las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) de exportación especializadas en artesanías de la ciudad de Guayaquil.

Delimitación del problema

Este trabajo investigativo está delimitado para las PYMES dedicadas a la comercialización y exportación de artesanías en la ciudad de Guayaquil.

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivo general

Analizar la situación actual en las PYMES artesanales de exportación y la incidencia en la implementación de estrategias sobre el uso de herramientas del comercio electrónico para solucionar los problemas de las PYMES de la ciudad de Guayaquil para su comercialización y conocimientos de sus productos artesanales.

Objetivos específicos

- Realizar una investigación científica en las PYMES, sobre el uso del internet y el comercio electrónico en la ciudad de Guayaquil, mediante investigaciones bibliográficas.
- Evaluar a través de una investigación de campo el nivel de conocimiento de las PYMES de exportación sobre las tecnologías aplicadas en el comercio electrónico.
- Implementar herramientas Open Source como: tiendas virtuales para que las PYMES puedan comercializar y exportar sus productos no sólo a nivel nacional sino también internacional y puedan mejorar su desarrollo comercial.
- Implementar herramientas Open Source como: Comunidades virtuales de aprendizaje (E-learning) para que las PYMES puedan brindar capacitaciones a sus clientes y a sus colaboradores.

RELACIÓN DEL PROYECTO CON EL PROGRAMA DE ESTUDIO

Relación del proyecto con los conocimientos adquiridos por medio de las materias de la Carrera.

El presente proyecto está basado en los conocimientos adquiridos en las distintas materias de la primera malla de la Carrera Ing. En Comercio Electrónico, hemos dividido cinco diferentes áreas: Diseño Web, Administración, E-commerce, E-learning y Desarrollos de Proyecto para detallar cada asignatura:

1. **Diseño Web:** Diseño (I, II, III, IV), DHTML, Páginas Dinámicas, Reingeniería web, Auditoria Web, Organización y Métodos Web.
2. **Administración:** Planeamiento Estratégico, Administración de Proyectos, Evaluación de Proyectos, Aspecto Legal en Comercio Electrónico, Legislación Aduanera, Análisis de Mercado Internacional.
3. **E-commerce:** Métodos de Pago en Internet, Seguridad en Internet, Servidor Web, Interfase Web, Modelos de Negocios Web, Estrategias de Promoción online, E-Marketing.
4. **E-learning:** Comunidades Virtuales, E-learning & Cultural Diversity.
5. **Desarrollo de Proyectos:** Trabajo de Graduación I y II

Los conocimientos adquiridos en las diferentes áreas y materias detalladas incluyen el contenido del proyecto en su totalidad, que son de suma importancia para elaborar diferentes estrategias de comercialización, capacitación y promoción por medio de sitios web. Cabe mencionar que al implementar una tienda virtual es un gran beneficio para poder exportar productos.

Marco Teórico

Comercio electrónico

Dans (2012) indicó que para las empresas los mercados electrónicos son una difusión de información sin prácticamente ningún costo, ya que es una objeción metodológica que da respuestas a las amplias necesidades de las empresas y consumidores, como reducir costes, mejorar calidad de servicios, acortar tiempos de compra, de entrega o mejorar la atención al cliente. En los últimos tiempos se dice que la mensajería electrónica “e-mail” es el primer incentivo para que internet se convierta en una herramienta significativa para muchas personas y que el comercio electrónico es la segunda razón para que su uso se convierta en algo general y acostumbrado. (p.1)

Tomando en cuenta la definición de Dans (2012), el comercio electrónico trata de compra y venta de información, productos o servicios, pero esto se ratifica básicamente sobre dos temas fundamentales, por un lado el marco legal que no tiene un buen impulso que habla sobre la privacidad, seguridad y acceso a la información y por otro lado el marco tecnológico para la transmisión de información, canales y sus limitaciones. (p.2)

E-Learning

García (2014) afirma que las empresas utilizan un sistema de información para procesos internos y apoyar los procesos de negocio externos, para ellos se dispone de software entre los que se denominan ERP (Sistema de planificación de recursos empresariales o en sus siglas en inglés Enterprise Resources Planning), estos paquetes pueden ser configurados para cada una de las necesidades específicas de cada organización. La importancia de darle gestión de conocimientos incrementa a gran rapidez, lo que lleva a las empresas a buscar soluciones tecnológicas que cubran sus necesidades. Muchas empresas han incrementado software dentro de su trabajo con el objetivo de resolver cada una de sus necesidades emergentes. (p.35)

Marketing en internet

Soto (2013) mencionó que hay 3 maneras de generar tráfico en una página web como comprar, crear o podemos apalancar a sitios de otros consumidores con un buen tráfico de visitar para que los usuarios puedan llegar por medios de enlaces a el

sitio web a promocionar. Uno de los factores más importante para generar tráfico y que un buscadores pueda encontrar una portal web es con un programa denominado “Adwords”, que funciona de manera que se relaciones palabras con el contenido del sitio web (p.22).

Branding

Adigital (2012), determinó que el branding incluye los arranques dirigidos al conocimiento de una marca y sus productos, a posicionar la marca y sus bienes en la percepción del público objetivo al que se rige y posiciona en el mercado. El transcurso de la marca se consigue con la presencia en horas cotidianas y las labores online que ayudan en este proceso como campañas graficas en internet y promociones (p.2).

Marketing Dinámico

Según Castro (2012) el marketing dinámico consiste en un nuevo canal de comunicación que se basa en recursos multimedia, con el cual se permite la creación de gestión y publicidad de contenidos digitales de una manera diferente y personalizada en varios puntos de ventas a través de soportes múltiples como pantallas informativas, internet y telefonía móvil (p.13).

Negocios en Internet

Jorda (2009), señaló que los negocios en el internet tienen una serie de pasos importante a seguir como:

- Definición del público objetivo
- Posicionamiento
- Contenidos
- Comunidad
- Productos
- Ingresos
- Crecimientos

La cual si se siguen estos pasos adicionando una planificación y un diseño de estrategias no garantizamos el éxito ya que eso depende de varios factores pero de seguro definirá un buen objetivo para el proyecto a realizar (p.10).

Transformación digital.

Merodio (2016), mencionó que la evolución digital se enfoca en las empresas que ven como esto un paso para adaptarse a la nueva era económica, pero del cual no están del todo convencidos. Esto reside en los cambios que tienen que realizarse al dejar de vender de la manera acostumbrada y adaptarse a las nuevas ventas por la web, que por su puesto son necesarios pero en algunos casos las empresas no figura ni con la tecnología ni con los recursos necesarios para la ejecución (p.5).

Merodio (2016), señaló que para comenzar el proceso de transformación digital lo primero que una empresa debe tener en cuenta es hacia dónde quiere llegar y que recursos necesitara para la implementación, una vez teniendo en cuenta su enfoque el siguiente paso es acordar a un responsable de llevar el éxito de esta transformación e impedir su fracaso y para ello se definen fases que las empresas viven hasta llegar al punto de cambio (p.6).

Comunicaciones en la web.

Según Laudon y Laudon (2012), el número de lectores de artículos, periódicos y revistas va en descenso, ya que las personas muestran preferencia a las redes sociales, blogs y artículos en línea lo cual está creando nuevos autores y otra forma de información para los lectores que hace menos de una década no existía. Las redes sociales los puntos de información más importantes en el momento como, Facebook y Twitter, y así los negocios están empezando a utilizar estas herramientas para promocionar y publicar información sobre sus empresa (p.14).

Lo que hace el sistema de información más interesante es el continuo cambio de la tecnología, su uso y el impacto que tiene en las empresas, haciendo que aparezcan nuevos negocios, industrias al igual que desaparezcan algunas pero al final las más exitosas son las que aprenden el mejor manejo de la tecnología (Laudon & Laudon, 2012, p.24).

Libertad Financiera.

Todo empresario y dueño de su negocio quiere conseguir la “libertad financiera” y entre las razones están:

- Disponer más tiempo para sus seres queridos
- Disponer de tiempo libre para hacer cosas que le gustan
- Disponer tiempo para distracciones y entretenerse sanamente
- Poder tener dinero para viajar y conocer el mundo
- Dinero para poder solventar gastos familiares

Con lo detallado se puede rescatar que el “tiempo” y “dinero” es la razón primordial de emprender un proyecto que genere “libertad financiera”.

Schwartz (2014) expuso que con un buen desarrollo del plan de marketing se multiplicaría la efectividad del negocio generando importantes ganancias para el empresario y así una libertad financiera, ya que cuando se optimizan productos por medio de internet se pueden mejorar las tareas hasta un 95%, ya que por medio de la página web se ejecuta las ventas, cobrar el producto, tomar los pedidos, y hasta agradecer por la compra realizada haciendo que el empresario se preocupe por cosas realmente importantes como son las promociones y el marketing del producto, dejando así las tareas rutinarias ya mencionadas a cargo de su portal web (p.17)

Marco Conceptual

E-commerce – Comercio Electrónico

“El comercio Electrónico se constituye hoy en un hecho innegable e irreversible, con gran impacto sobre las actividades económicas y sobre el marco social en el que se desarrollan” (Gariboldi, 1999, p. 9)

“El comercio electrónico, también llamado e-commerce consiste en la compra y venta de productos o de servicios a través de medios electrónicos, tales como internet y otras redes informáticas” (Neville, 2016, p. 9)

“El comercio electrónico dejó de ser una oportunidad y pasó a convertirse en un requerimiento. Ya no es una opción sino una necesidad. Participar del comercio electrónico permitirá mantener la competitividad general de personas, empresas, regiones y países” (Gariboldi, 1999, p. 5).

Chamilo

Chamilo es un software libre que trabaja con la modalidad del E-learning o aprendizaje por medio de la web, desarrollada para mejorar el acceso al conocimiento y aprendizaje de manera global. La función principal de Chamilo es que mediante un canal de comunicación y una red de servicios permite el acceso a la educación (Chamilo, 2014, p. 12)

Prestashop - CMS

Prestashop es una plataforma de software open source para la realización de páginas web, tiene aproximadamente 310 funcionalidades para la realización de tiendas virtuales. Prestashop (s.f.)

Tiendas Online

Cuando realizamos una Tienda Online, debemos tener en cuenta que los elementos que la conforman deben sustentarse en 3 pilares clave

- Diseño.
- Usabilidad.
- Accesibilidad

Debemos buscar la sencillez, un buen catálogo de productos y contenidos, así como la búsqueda de relaciones con otras webs para conseguir notoriedad en Internet (Adigital, 2012, p. 2).

Social media.

El social media permite la generación de contenido con un objetivo muy concreto, el de involucrar a fans, followers y/o seguidores en el discurso de la empresa con vista a conseguir conversación entre la empresa y sus usuarios (Adigital, 2012, p.3).

Catálogo de productos.

En la fase de creación de una tienda online los principales factores que influyen en un catálogo son:

- Imagen del producto
- Productos en ventas

- Atributos o características de los productos
- Descripción del producto
- Información de producto
- Profundidad de catalogo

Es necesario que se realice con el mayor detalle ya que condicionará los distintos elementos de la tienda y procesos de ventas (Adigital, 2012, p.12)

Mailjet

Mailjet es un servicio basado en la nube, es el único proveedor de servicios de correo electrónico que ofrece un servicio centralizado que le permite enviar tanto los e-mails transaccionales como los de marketing desde la misma cuenta y plataforma (mailjet, 2016, p. 3)

Diseño Metodológico.

Métodos y técnicas utilizados para resolver el problema

El presente proyecto se desarrolló en la modalidad cuantitativa ya que se investigó dentro de las PYMES la situación actual de su proceso comercial y del uso de la tecnología, así como también los métodos para capacitar a sus colaboradores.

Los métodos y las técnicas se diversificaron en cuatro etapas cuya metodología es de vital importancia para resolver el presente problema:

- a) Investigar situación actual del proceso de comercialización de productos artesanales en especial pulseras y brazaletes.**

TIPO DE INVESTIGACIÓN

Dentro de los diferentes tipos de investigación el presente proyecto destaca las siguientes: descriptiva, bibliográfica, aplicada y explicativa.

Investigación bibliográfica: Se realizaron arduas consultas en diferentes documentos, artículos, sitios web, documentales a través del Internet, en la herramienta Google Académico, en donde se pudo obtener información valiosa sobre el comercio electrónico en las PYMES, cuyas consultas fueron de vital importancia para el desarrollo del presente proyecto.

Investigación descriptiva: Por medio de la presente investigación se pudo conocer el nivel en el cual el comercio electrónico incide en el desarrollo comercial de las Pequeñas y Medianas Empresas, y por técnicas de medición como son las encuestas se obtuvo resultados acerca del conocimiento que poseen los colaboradores de recursos humano acerca del uso del comercio electrónico.

Investigación de campo: Se utilizaron encuestas directamente a las empresas, y se pudo obtener la información pertinente donde se detalla la realidad en la que actualmente las PYMES se encuentran, por lo tanto se considera que las diferentes empresas no utilizan el internet y el comercio electrónico por distintos factores: desconocimiento de las herramientas, uno de los más importantes. Para de esta manera poder conocer la situación actual de como las PYMES están comercializando no sólo a nivel nacional sino también a nivel internacional, así como también al momento de la exportación de sus productos conocer la forma de promoción, de

publicidad, procesos transaccionales, post venta, proveedores, cadena de distribución, proceso de venta en el extranjero, perfil de los clientes, países donde exporta

Investigación aplicada: Esta parte se implementó una propuesta para una de las PYMES con el fin de facilitarles una guía, y plan de negocios web el cual les permite mejorar e incrementar su productividad en el desarrollo comercial.

Las diferentes modalidades de investigación de campo se pudieron analizar que dentro de los procesos comerciales existen un sin número de inconvenientes tales como: Administración de inventarios, logística y distribución a nivel nacional e internacional, adicional a esto las fortalezas y debilidades que posee el talento humano de las PYMES para realizar procesos de comercialización a través de una tienda virtual (sitio web) con consumidores y/o clientes extranjeros.

Donde se puede destacar algunos cuellos de botellas: capacidad de interactuar en negociaciones con otros idiomas, capacidad de atraer y fidelizar nuevos clientes, capacidad de comprender el proceso de transacciones en pasarelas de pago.

Es importante mencionar que las empresas pequeñas y medianas de Guayaquil requieren ser capacitados en lo que respecta navegar y realizar procesos transaccionales en la web, para que de esta manera puedan llevar a cabo un proceso eficiente de comercialización con consumidores extranjeros. Durante las visitas se segmentó un número determinado de empresas a las cuales, luego de un arduo estudio se brindará al menos dos de ellas una capacitación, la cual se encuentra detallada en el cronograma de actividades del presente proyecto.

En esta primera etapa existió una elevada expectativa por parte de las empresas, dónde se obtuvo un listado de requerimientos que serían de vital aporte para el incremento de ventas y optimizar los procesos de comercialización de las mismas, que se encontrarán en la plataforma de comercio electrónico que se va a implementar.

Lista de Requerimientos que tendrá la plataforma E-COMMERCE OPEN SOURCE a implementar

1. Multi - idioma (Español, Inglés, dependiendo a que país exporte)
2. Multi – Moneda (Dólar Americano, Euro, Pesos)
3. Permita crear Categorías – subcategorías ilimitadas

4. Permita un Stock de productos ilimitados
5. Permita un registro personalizado
6. Permita sesiones de usuario

Permita al usuario revisar periódicamente su lista de pedido

7. Posea diferentes método de pagos – Pasarela de Pago
8. Permita una Facturación electrónica
9. Publicidad (Banner Publicitario)
10. Permita la utilización de Marketing Online – (Mail masivo – Redes Sociales)
11. Fácil usabilidad para usuarios/clientes
12. Fácil usabilidad para PYMES
13. Seguimiento de entrega de productos en el extranjero
14. Permita manejar galería de imágenes
15. Permita manejar vídeos de promociones

b) Investigar plataformas y herramientas Open Source E-commerce

Después de una ardua investigación in situ de la situación actual de las PYMES de exportación del uso de la tecnología y el comercio electrónico, se procedió a investigar herramientas que cumplan las expectativas de la lista de requerimientos mencionadas con anterioridad, las cuáles son herramientas gratuitas que serían de gran ayuda para mejorar los procesos comerciales de las PYMES que comercializan productos artesanales.

Tiendas Virtuales – Plataforma E-commerce

Se analizaron diferentes plataformas de comercio electrónico que son open source y que al implementarlas solucionan los requerimientos analizados y propuestos en las reuniones con la empresa Señor Brazalete.

En el lancetalent blog, de acuerdo a las investigaciones de Fernández (2014) mencionó las diferentes herramientas para crear tiendas virtuales y se pudo analizar y destacar que las más completas y que cumplen con las expectativas de las empresas son las siguientes:

- Prestashop. La plataforma más usada en España.

- Drupal
- Magento
- Shopify

Con el listado de requerimientos que se obtuvo en la investigación de campo se realizó el análisis de cada plataforma enlistada con anterioridad, lo cual ayudo a determinar que la plataforma Prestashop, es la más adecuada para las PYMES de la ciudad de Guayaquil por los siguientes motivos:

Brinda facilidad en las distintas operaciones tanto para las empresas como para los clientes

- Brinda seguridad
- Brinda escalabilidad
- Brinda fiabilidad
- Brinda 311 módulos adaptables
- Plataforma multi- idiomas
- Potencialidad
- Aplicabilidad
- Flexibilidad

En comparación a las demás plataformas Drupal Magento y Shopify que también son soluciones que se puede implementar para las PYMES poseen un manejo un poco más complicado, requiriendo mayor capacidad para operarlas a diferencia de Prestashop que posee mayor accesibilidad y usabilidad

Mail Masivo

Dentro del análisis que se realizó se pudo comprobar que existen diversos software para poder realizar el envío de correos masivos para satisfacer los requerimientos de las PYMES de la ciudad de Guayaquil:

- Mailjet
- Mailchimp

Gracias a las funcionalidades que ofrece Prestashop, considerando que no solo sirven para mejorar el proceso comercial de las pequeñas y medianas empresas sino

que también permite instalar un módulo de gran importancia como es el software de Mailjet que aporta de una manera en que el envío de los correos sea automático por medio de campañas de e-mailing, logrando que se pueda atraer nuevos clientes.

c) Investigar plataformas de E-learning y Red Social

El presente proyecto integrador ofrece a las pequeñas y medianas empresas de la Ciudad de Guayaquil que comercializan y exportan sus productos, la importancia de capacitar a sus colaboradores de manera constante, para obtener excelentes resultados, y conociendo la realidad a través de la investigación de campo, en una entrevista a profundidad, se determinó que desafortunadamente las capacitaciones físicas representan gastos importantes dentro de una empresa, es por esto que se llevó a cabo el análisis de plataformas de e-learning open Source tales como:

- Moodle
- Chamilo
- E-doceo
- Canvas LMS

Luego de un arduo análisis en las plataformas se verificó que la plataforma chamilo es la más viable para implementar dentro de las PYMES, ya que es una solución gratuita que ofrece funciones sociales y aprendizaje de forma más sencilla y eficiente.

Teniendo ventajas que son de gran ayuda para poder capacitar al personal para que amplíen sus conocimientos y puedan desarrollar sus habilidades dentro de sus labores cotidianas asignadas en las empresas, ya que posee una interfaz más amigable.

d) Instalación y Configuración de herramientas seleccionadas en Señor Brazalete

Se llevó a cabo la instalación y la configuración de las diferentes herramientas en una de las empresas seleccionadas para aplicar el proyecto como es Señor Brazalete.

En el hosting www.senorbrazalte.com se efectuó de manera eficiente la instalación de las plataformas open source de comercio electrónico Prestashop y luego se realizó la configuración pertinente, la cual permitió definir lo siguiente:

- Definir categorías
- Definir catálogo de productos
- Definir idiomas
- Definir proveedores
- Definir stock y precios de productos
- Definir Métodos de pagos, etc.

Es indispensable que los sitios web especialmente tiendas virtuales posean fácil operación, accesibilidad y usabilidad para los clientes, es por este motivo que se realizó la implementación de un manual de usuario, para que puedan conocer cómo realizar sus compras a través de la tienda virtual.

Del mismo modo se realizó el mismo proceso de instalación, configuración y parametrización de la plataforma Chamilo en un subdominio del hosting mencionado con anterioridad, donde los colaboradores podrán ingresar e incursionar en los diferentes cursos creados por la empresa con tan solo registrarse con usuario y su respectiva clave, logrando así que tengan un constante y flexible aprendizaje.

Criterios para elaborar la propuesta y su validación

La propuesta se ha validado de la siguiente manera:

Potencialidad.- por medio de las herramientas del comercio electrónico que se implementaran en el proyecto a realizar, proponemos una nueva manera de que las PYMES potencien sus productos o servicios, con el fin de que estas empresas lleguen hacer reconocidas no solo nacional sino también internacionalmente, ya que el e-commerce es una herramientas sin fronteras y puede llegar a cualquier parte del mundo con el simple hecho de implementarlo en su negocio por medio de las diferentes opciones que este nos brinda.

Aplicabilidad.- con la solución propuesta en el trabajo, se verifico que lo que le proponemos a las PYMES es ajustable a su método de negocios, ya que esta generara resultados a corto o largo plazo sobre cómo comercializaban antes de implementar el comercio electrónico y como les fue después de su ejecución, dado énfasis en un cambio de bien económico, turístico y social.

Flexibilidad.- este método a implementar del comercio electrónico es dúctil para cualquier PYMES que lo quiera poner en práctica, ya que como lo mencionamos en

capítulos anteriores este nos brinda varias herramientas open source, o en todo caso herramientas como redes sociales que son manejables en estos tiempos por cualquier usuario, y nos ayuda a ponerlo en práctica con bajos recursos económicos.

e) Población y muestra de la investigación

Población

Para la obtención de la información utilizamos dos técnicas de investigación las cuales se detallan de la siguiente manera:

- En primer lugar se realizó la toma de 171 encuestas a las Pequeñas y Medianas empresas (PYMES) de exportación de la Ciudad de Guayaquil para analizar la situación actual del uso de la tecnología y el comercio electrónico en sus procesos comerciales y de exportación
- En segundo lugar se realizó la toma de 384 encuestas online en la cual se determinó el nivel de aceptación que poseen los consumidores de la Ciudad de Guayaquil al momento de interactuar y realizar compras a través de una tienda virtual
- En tercer lugar se realizó una entrevista con el personal administrativo de la empresa Señor Brazalete, los cuales mencionaron sus experiencias de cómo están capacitando al personal de sus empresas. **Ver apéndice 1**

Muestra

Los contactos e información de las empresas pequeñas y medianas se obtuvieron gracias a la ayuda de PROECUADOR que nos facilitó una base de datos en la cual se encontraron 311 empresas PYMES de exportación que se dedican a diferentes actividades entre ellas: artesanías, pesca, agricultura, frutas, etc. Se utilizó la calculadora de muestras del sitio web netquest.com para determinar la muestra.

La primera encuesta fue dirigida a personal administrativo, propietarios y/o gerentes de empresas. Con el fin de recolectar los datos para conocer la situación actual del proceso actual de comercialización y exportación de las PYMES.

<div style="background-color: #444; color: white; padding: 2px 5px; display: inline-block; margin-bottom: 5px;">311</div> <p>TAMAÑO DEL UNIVERSO Número de personas que componen la población a estudiar.</p>	<div style="background-color: #444; color: white; padding: 2px 5px; display: inline-block; margin-bottom: 5px;">5</div> <p>MARGEN DE ERROR Menor margen de error requiere mayores muestras.</p>
<div style="background-color: #444; color: white; padding: 2px 5px; display: inline-block; margin-bottom: 5px;">50</div> <p>HETEROGENEIDAD % Es la diversidad del universo. Lo habitual suele ser 50%.</p>	<div style="background-color: #444; color: white; padding: 2px 5px; display: inline-block; margin-bottom: 5px;">95</div> <p>NIVEL DE CONFIANZA Cuanto mayor sea el nivel de confianza, mayor tendrá que ser la muestra. Lo habitual suele ser entre el 95% y el 99%.</p>

CALCULAR

EL TAMAÑO MUESTRAS RECOMENDADO ES

173

Figura 4: Calculadora de Muestra de Netquest (Primera Encuesta)

Elaboración: Propia

En Fuente: www.netquest.com

En donde:

NC= 95%

Margen de error: 5%

N: 173 Encuestas

H: 50%

La segunda encuesta fue dirigida a jóvenes en el rango de 22 a 28 años y adultos entre 30 a 45 que tienen un poder adquisitivo y tienden a utilizar medios de pago como tarjetas de crédito, cuentas bancarias, cheques, etc.

Adicionalmente, según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2010) la población de la ciudad de Guayaquil en el último censo es de 2'350.915 de la cual el 17.1% que representa el 399.655 personas de la población total que actualmente están utilizando internet.

<p>399655</p> <p>TAMAÑO DEL UNIVERSO Número de personas que componen la población a estudiar.</p>	<p>5</p> <p>MARGEN DE ERROR Menor margen de error requiere mayores muestras.</p>
<p>50</p> <p>HETEROGENEIDAD % Es la diversidad del universo. Lo habitual suele ser 50%.</p>	<p>95</p> <p>NIVEL DE CONFIANZA Cuanto mayor sea el nivel de confianza, mayor tendrá que ser la muestra. Lo habitual suele ser entre el 95% y el 99%.</p>

CALCULAR

EL TAMAÑO MUESTRAS RECOMENDADO ES

384

Figura 5: Calculadora de Muestra de Netquest (Segunda Encuesta)

Elaboración: Propia

Fuente: www.netquest.com

En donde:

NC= 95%

Margen de error: 5%

N: 384 Encuestas

H: 50%

- Área geográfica del estudio y tiempo

El área de estudio en cuanto a geográficamente se refiere está situada en la ciudad de Guayaquil cuya descripción es la ciudad más poblada y más grande de la República del Ecuador, con una población cercana a los 3.113.725 habitantes y a las Empresas pequeñas y medianas (PYMES) dedicadas a la exportación de productos especialmente artesanías y Mercado Artesanal.

- Entrevista a profundidad

Se llevó a cabo una entrevista a profundidad eficiente, en la primera semana de agosto del 2016, en el cual se contó con la participación de tres personas que pertenecen a la empresa Señor Brazalete empresa dedicada a comercializar y exportar sus productos.

Esto ayudó a recopilar información sobre la situación actual de capacitaciones al personal en las PYMES de Exportación de la ciudad de Guayaquil

- Composición de la Entrevista

La entrevista estuvo conformada por tres personas que pertenecen a la empresa Señor Brazalete, y dos personas que estuvieron a cargo:

Tabla 2.

Lista de integrantes

Integrantes de entrevista a profundidad		
Nombres	Empresa	Edad
Sr. Henry Ruiz León	Señor Brazalete	22
Sr. Harry Ruiz	Señor Brazalete	48
Sra. Ivette León	Señor Brazalete	45

Elaboración: Propia

Tabla3.

Lista de personas a cargo del entrevista a profundidad

Responsables	Cargo	Edad
Fabricio loor	MODERADOR	23
Jorge centeno	MODERADOR	23

Elaboración: Propia

Se llevó a cabo en una oficina con una duración de aproximadamente una hora temas tratados como:

- ¿Cómo están capacitando actualmente a los colaboradores?
- Consejos para incentivar las constantes capacitaciones a los colaboradores de las PYMES
- ¿Conocen ustedes que existen plataformas open source que ofrecen aprendizaje o cursos en línea?
- ¿Conocen ustedes los beneficios del uso del e-learning?

Plan de trabajo

Cronograma de Actividades

Tabla 4. *Cronograma de Actividades*

9 de Mayo al 22 de Agosto

Actividades	Mayo	Junio	Julio	Agosto
1. Parte inicial del proyecto. Elaboración de portadas y páginas preliminares: Introducción, Antecedentes.	X			
2. Realización de Objetivos Generales - Específicos y Justificación del proyecto.	X			
3. Elaboración de Relación del proyecto con áreas estudiadas en la carrera,		X	X	
4. Determinación de Marco Teórico – Delimitación y Área Geográfica de Estudio		X	X	
5. Elaboración de Marco Metodológico – Modalidades de Investigación, y Cronograma de actividades.		X	X	
6. Elaboración de encuestas e investigación de campo a PYMES de Exportación		X	X	
7. Tabulación de Encuestas				X
8. Procesamiento, Análisis e Interpretación de Resultados				X
9. Configuración de herramientas OPEN SOURCE como tienda virtual – CHAMILO			X	X
10. Pruebas pertinentes de herramientas				X
11. Pruebas técnicas de herramientas. Tienda Virtual realice transacciones de manera correcta, Chamilo Capacitaciones Online creadas – Módulos de Tienda Virtual instaladas.				X
12. Manual de Usuario de Herramientas para una mejor usabilidad por parte de la empresa.				X

Elaboración: Propia

Recursos

En la elaboración del proyecto se requirió ciertos tipos de recursos tecnológicos, financieros y papelería que se detallan a continuación:

Recursos Tecnológicos.

Hemos hecho uso de recursos como de internet, computadoras, impresoras, hosting y dominio para el desarrollo del proyecto. Por otra parte también herramientas Open Source como:

- Prestashop que se utilizó para la realización de la página tienda virtual incluyendo el servicio de PayPal que se manejara como pasarela de pago para la compra de las artesanías.
- Chamilo es un curso para capacitación en línea que lo propone el dueño para los trabajadores de la empresa.
- Estos recursos tecnológicos nos ayudaran a cubrir con éxito lo propuesto en el proyecto.

Recursos Financieros.

Movilización hacia empresas para realizar encuestas, alimentación, y otros recursos que fueron necesarios para así cubrir con el estudio del proyecto y poder culminarlo con éxito.

Papelería.

Se utilizó papelería para la realización de la propuesta, encuestas y presentación del proyecto hemos hecho utilización de papel, carpetas, tinta, plumas y sobres.

Con la elaboración de los recursos podemos tener una idea de gastos aproximados que se necesitaran para la realización del proyecto y así poder implementarlo con éxito.

Presupuesto

Tabla 5. *Presupuesto*

Detalle	Meses	Cantidad	Precio	Total
Hojas bond inen a-4 75 grs(x500 hojas)		10	\$ 3,00	\$ 30,00
Laptop Mac Book Pro Core i5		2	\$1.199,00	\$2.398,00
Impresora multifunción Epson l655 dúplex-red-wifi tinta continua	4	1	\$ 802,89	\$ 802,89
Total Presupuesto Materiales de Oficina/Computación				\$3.230,89
<u>PRESUPUESTO DE SOFTWARE Y ALOJAMIENTO WEB</u>				
Detalle	Meses	Cantidad	Precio	Total
Hosting y Dominio		1	\$ 80,00	\$ 80,00
Prestashop (Open Source)		1	\$ 0,00	\$ 0,00
Mailjet (30000 Mail Mes)	4	1	\$ 8,00	\$ 32,00
Chamilo (Open Source)		1	\$ 0,00	\$ 0,00
Templates Prestashop		1	\$ 120,00	\$ 120,00
Total Presupuesto de Software y Alojamiento Web				\$ 232,00
<u>PRESUPUESTO DE GASTOS</u>				
Detalle	Meses	Cantidad	Precio	Total
Servicios Básicos (Luz - Teléfono) * 4 Meses	4	1	\$ 70,00	\$ 280,00
Plan de Celular * 4 Meses	4	2	\$ 32,50	\$ 260,00
Arrendamiento de Oficina * 4 Meses	4	1	\$ 150,00	\$ 600,00
Plan de Internet * 4 Meses	4	1	\$ 50,00	\$ 200,00
Total Presupuesto de Gastos				\$ 1340,00
<u>PRESUPUESTO GASTOS PERSONALES</u>				
Detalle	Cantidad	Horas	Precio	Total
Movilización (Encuestas)				\$ 250,00
Instalación - Configuración de Plataformas Open Source		400	\$ 2,00	\$ 800,00
Alojamiento				\$ 150,00
Total Presupuesto General				\$ 1200,00
<u>PRESUPUESTO GASTOS PUBLICITARIOS</u>				
Detalle	Cantidad	Total		
Publicidad Campañas de Redes Sociales/Artes Flyers/Promociones	1	\$ 900,00		
Total Presupuesto Publicidad		\$ 900,00		
Total Presupuesto General		\$6.902,89		

Elaboración: Propia

Propuesta

En el presente proyecto se presenta una propuesta que está basada en la instalación, implementación, configuración y parametrización de las distintas herramientas open source mencionadas con anterioridad, en una de las PYMES encuestadas y seleccionada que se dedica a la comercialización de brazaletes artesanales a nivel nacional e internacional utilizando el comercio electrónico a través de una tienda virtual, a partir de una exhaustiva investigación de campo se recolectó información vital que determina los detalles de los procesos de comercialización.

Se estima que esto permitirá que las PYMES al momento de implementar y configurar las herramientas, podrán incrementar sus ventas, tener mayor alcance de clientes, romper fronteras comercializando sus productos no sólo a nivel nacional sino también a nivel internacional, ya que el tradicional método que utilizan en la actualidad, limita las oportunidades de abrir otros mercados en otras ciudades, perdiendo un margen amplio de utilidad en sus ventas.

Un ejemplo puntual y conciso de lo que se propone y se desea lograr en las PYMES de Exportación de la ciudad de Guayaquil es lo que en investigaciones bibliográficas ya se ha logrado en otros países como en Argentina, según el artículo web (Hosteltur L., 2016) indica lo siguiente “Un estudio realizado por Google muestra que en Argentina ocho de cada diez PYMES tienen presencia online y están utilizando internet como motor clave para el crecimiento de sus ventas. Si bien el porcentaje es alto, el principal problema que encuentran para “apostar por lo digital” tiene que ver con el desconocimiento.”

Dentro de la presente propuesta se ofrece una oferta a todas las PYMES que con el modelo de desarrollo que se implementó en la empresa Señor Brazalete, continúen con la iniciativa y puedan ser parte del proyecto. Con esto se estaría apoyando y reconociendo los productos que se comercializa y exporta a cada pequeña y mediana empresa en el mundo, ya que gracias a una trabajosa investigación bibliográfica se evidenció que las PYMES aportan en un gran porcentaje a la economía del país, y se determinó que al implementar herramientas de comercio electrónico en un futuro llegarán a ser motores fundamentales para la misma.

Es recomendable que se aplique un manejo correcto de la propuesta detallada, ya que una vez brindada la capacitación, las personas que estarían a cargo de enseñar

y difundir este modelo especialmente configurado para las empresas pequeñas y medianas que exportan sus productos de la ciudad de Guayaquil, deben valorar la logística realizada y una excelente campaña publicitaria, para que el presente proyecto tenga realce y las demás PYMES de las distintas ciudades se animen a utilizar el mismo.

Dentro de las investigaciones realizadas también se determinó que la herramienta open source más idónea a utilizar como software es Prestashop, ya que contiene algunos beneficios e importantes ventajas detalladas a continuación:

- CMS gratuito orientado al comercio electrónico (E-commerce), presenta de manera práctica todas las posibilidades básicas y elementales de crear una tienda online, es de fácil instalación y posee un desarrollado gestor de contenidos, siendo accesible para el usuario.
- Cuenta con más de 310 funcionalidades y tiene un aproximado de 2000 módulos, adicional como una ventaja mas es que se configura y posiciona bien en los buscadores (SEO) gracias a esta herramienta integrada. Cabe recalcar que cualquier usuario puede configurar y trabajar sin problemas el panel de control con tan sólo un previo aprendizaje.
- Permite controlar un potente catálogo y stock de productos en el inventario, el cual es muy sencillo de administrar y configurar para que los clientes puedan ver todo lo relacionado a los productos en este caso, precio, material, colores de los brazaletes entre otras cosas.
- Posee una excelente gestión de inventarios, permite tener una buena gestión de clientes y pedidos, ya que el administrador puede controlar los usuarios que compran los productos, con sus respectivas estadísticas.

Dentro de la investigación de campo realizada, se analizó que existía un gran porcentaje en las pequeñas y medianas empresas que no utilizaban tiendas virtuales por la desconfianza en la seguridad en internet, pero es indispensable mencionar que Prestashop posee seguridad integrada con SSL (Secure Sockets Layer), y esto permite que este certificado de seguridad proteja no solo la información de los clientes y de las transacciones, sino el back office.

Uno de los módulos más importantes que se puede instalar en Prestashop es el módulo de pago, ya que los clientes/usuarios pueden realizar transacciones de

compra en la tienda virtual, eligiendo los diferentes actores de pago online, pago por cheque, por transferencia bancaria, PayPal, y una nueva pasarela de pago con costo (Dinners), y de manera totalmente segura, ya que la herramienta realiza una encriptación de datos y contraseñas que registra el cliente, brindando mayor confianza al usuario en el momento de realizar transacciones.

Otra de las funcionalidades que son de vital importancia de Prestashop y de gran beneficio para nuestro proyecto, es que las PYMES puedan comercializar y exportar no solo a nivel nacional sino a nivel internacional, y es indispensable que el sitio web tenga varias traducciones, para que los usuarios que hablen diferentes idiomas, puedan navegar sin ningún inconveniente, y esta herramienta te brinda la opción de contar con idiomas predeterminados como: español, inglés, portugués, chino, japonés, entre otros que permite promocionar y llegar al mercado en diferentes partes del mundo.

Si bien es cierto el idioma posee mucha relevancia en una tienda virtual, pero la configuración del tipo de moneda también es de gran importancia, otro de los beneficios que nos brinda Prestashop para nuestro proyecto, es que las PYMES pueden incluir un módulo de tipo de moneda, en donde encontrarán ya configurados la gran mayoría, Dólar, Euro, entre otros.

No es necesario poseer conocimientos de programación, ya que la usabilidad de la herramienta es fácil, y las capacitaciones al personal encargado para el aprendizaje no presentan mayor dificultad.

En la parte de Marketing, una tienda virtual en esta herramienta muestra los diferentes brazaletes y productos más vendidos, más destacados en la página de inicio, ayudando de una manera significativa a promover la compra de más productos.

Trabajar con el mencionado CMS (Content Management System) brinda la posibilidad de realizar diversas acciones para atraer más clientes y aumentar ventas. Un beneficio es que la herramienta cuenta con un sistema de descuentos que se puede aplicar a clientes consolidados, adicional que el empresario puede poner a disposición descuentos y promociones según crea necesario.

Prestashop está asociado con Mailjet para envío de mail masivos, así como también Adwords que permite que el sitio web se mantenga en los primeros lugares de Google

y así se pueda encontrar rápidamente en este buscador con el simple hecho de poner una palabra relacionada.

Chamilo es una de las plataformas con sistema de Gestión para formación en línea más versátil, gratuita, sencilla e intuitiva. Es de gran utilidad ya que esta herramienta es adaptable a cualquier tipo de situaciones, puede ser utilizada tanto en empresas, Universidades, Centros de formación, entre otros.

El objetivo de integrar Chamilo dentro del proyecto es que es importante que las pequeñas y medianas empresas brinden capacitaciones a sus colaboradores o trabajadores, para que puedan tener mayor rendimiento en sus funciones, ya que uno de los grandes inconvenientes y factores que se presentan en las empresas, es los altos costos que implican las capacitaciones tradicionales tales como: inscripción a cursos, logística, viajes, alimentación, y lo más representativo es que los trabajadores por asistir a las capacitaciones se ausentan, deteniendo algunos procesos importante de la empresa.

Con Chamilo, los gerentes de las PYMES pueden crear y generar contenido en cursos con los temas que deseen, de manera gratuita, y realizar una comunidad de aprendizaje en línea en conjunto a sus trabajadores que lo único que deben realizar es registrarse a los cursos creados por los administradores y así comenzar la capacitación, dando una ayuda, porque no tan solo beneficia al talento humano de la empresa sino también ahorra recursos que antes resultaban muy costosos. En otras palabras por ser una herramienta ligera, permite que se minimice la inversión en los diferentes recursos técnicos, y automatiza procesos de formación para los colaboradores en las empresas.

Esta herramienta les otorga beneficios tanto a los administradores como a los colaboradores, uno de los más importantes es que al crear cursos gratuitos los administradores pueden darle seguimiento a los cursos y usuarios mediante informes de actividad bien detallados, permite comunicarse de manera síncrona y asíncrona, controlar tiempos y horas en lo que los usuarios ingresan a los cursos entre otros beneficios, adicionalmente pueden realizar la emisión de certificados una vez que los colaboradores hayan finalizado los cursos.

En cuanto a los colaboradores, una de las ventajas es que les brinda la posibilidad de ingresar a los cursos de capacitación en cualquier horario e incluso realizarla desde

la comodidad del hogar. Pueden recibir certificados digitales como aporte físico para la preparación profesional.

Conclusiones y Recomendaciones

Las pequeñas y medianas empresas (PYMES) de la ciudad de Guayaquil dedicadas a la comercialización y exportación de sus productos, en sus negocios poseen internet y sitios web informativos, pero no los utilizan para realizar negocios vía online, ya sea por el desconocimiento de cómo utilizar las distintas herramientas de comercio electrónico y del mismo modo el escaso conocimiento de cuanto beneficiaría que incursionen en este modelo de negocios que les ayudaría de manera representativa en la que facilite procesos de intercambios comerciales, obtener nuevos clientes, fidelizar los que ya posee, entre otros.

Pese a que los datos obtenidos de las encuestas demuestran que la realidad del uso de la tecnología, el comercio electrónico y su mundo de negocios en línea es muy escasa por parte de las empresas.

Es importante mencionar que las PYMES son un fuerte aporte para la economía del país, y poseen un alto porcentaje de posibilidades de ingresar al mundo del comercio electrónico y sus negocios en línea. Mediante un plan estratégico con las distintas herramientas Open Source que se proponen en el presente proyecto, y vencer las diferentes inseguridades al ingresar al e-commerce las pequeñas y medianas empresas de exportación podrán introducirse en los negocios en línea.

Se pudo concluir que según el estudio realizado en la primera encuesta (ver apéndice 1.) que la situación actual de las pequeñas y medianas empresas posee un escaso uso de la tecnología y al mismo tiempo del comercio electrónico así como también se pudo interpretar que las PYMES no conocen la importancia de tener una presencia online y aprovechar tanto el internet como el comercio electrónico, como una herramienta de motor clave para el incremento de sus ventas, encontrando que los principales problemas, están relacionados con el desconocimiento y el miedo de incursionar en los negocios electrónicos por la inseguridad y desconfianza al momento de realizar transacciones.

Si bien es cierto gracias a los avances de la tecnología ha habido un mejor desarrollo comercial en muchos países, es imprescindible que como Señor Brazalette las demás PYMES no sólo de Guayaquil sino del Ecuador consideren como una excelente oportunidad, ingresar al mundo del comercio electrónico, ya que de esta

manera no sólo incrementarán sus ventas y obtendrán nuevos clientes, sino que podrán reforzar su presencia en el mercado.

De la misma manera muchas empresas tanto grandes como pequeñas deben tener muy claro que en toda organización es indispensable capacitar a los colaboradores de forma oportuna y constante, para que exista un conocimiento amplio de cómo deben planear, controlar y realizar las actividades, pero muchas veces poseen dificultades al momento de capacitar al personal por distintos motivos uno de ellos y el más reconocido es los recursos que incurre la logística de las capacitaciones, entre otros factores, pero ahora gracias a las nuevas tecnologías que hacen que sea posibles nuevas modalidades de aprendizaje como es el e-learning, a nivel empresarial pueden automatizar procesos, ahorrar recursos financieros, para poder tener en constante formación en línea al talento humano de las mismas.

Gracias a la segunda encuesta (Ver Apéndice 2) se pudo concluir que el proyecto integrador es viable, ya que no sólo mejorará los procesos comerciales de las pequeñas y medianas empresas de la Ciudad de Guayaquil, sino también tiene un elevado nivel de aceptación por parte de los usuarios, al momento de realizar compras por internet.

En este caso la empresa Señor Brazalete luego del análisis realizado se verificó que al momento de implementar una tienda virtual, y promocionar sus productos, se proyecta que tendrá un significativo incremento de ventas así como también la acogida de nuevos clientes, porque en la pregunta #8 el 80,1% está dispuesto a comprar pulseras por internet.

Se recomienda que todas las pequeñas y medianas empresas implementen el presente proyecto integrador, para que puedan obtener todos los beneficios que otorga el comercio electrónico, adicional a esto en la investigación de campo (Ver Apéndice 2) determinó que el nivel de aceptación por parte de los usuarios es alto e indica que es importante que las PYMES en general de todo el Ecuador implementen este proyecto porque ayudará de manera significativa no sólo a sus negocios sino también a mejorar la economía del país.

Referencias

- (OCDE), O. p. (16 de Enero de 2015). *Comercio Electrónico*. Recuperado el 28 de Mayo de 2016, de http://www.profeco.gob.mx/internacionales/com_elec.asp
- El Comercio. (19 de Julio de 2015). *El 82% de pymes de Ecuador accede a Internet, pero su uso se limita a enviar correos y tareas administrativas*. Recuperado el 16 de Mayo de 2016, de <http://www.elcomercio.com/actualidad/pymes-internet-ecuador-tecnologia-empresas.html>.
- DIEE. (2012 de Febrero de 2012). *Inec y Senplades presentan el Directorio de Empresas*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/directorio-de-empresas-un-paso-mas-para-un-futuro-sin-censos/>
- El Comercio. (19 Julio de 2015). *Diario El Comercio*. Recuperado el 16 de Mayo de 2016, de <http://www.elcomercio.com/actualidad/pymes-internet-ecuador-tecnologia-empresas.html>
- ENEMDU. (2013). *Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC'S) 2013*. Recuperado el 18 de Mayo de 2016, de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/Resultados_principales_140515.Tic.pdf
- Fernández, M. d. (29 de Septiembre de 2014). *¿Cuál es la mejor plataforma para crear tu tienda online?* Obtenido de <https://www.lancetalent.com/blog/cual-es-la-mejor-plataforma-crear-tienda-online/>
- Gariboldi, G. (1999). *Comercio Electrónico: conceptos y reflexiones básicas*. Buenos Aires: BiD-INTAL.
- González, R. (2012). *Aprovechamiento del e-commerce, como medio para que las pymes nuevas o ya constituidas, puedan expandir su negocio*. Recuperado el 18 de Mayo de 2016, de <http://hdl.handle.net/10554/10589>
- Hosteltur L. (02 de Julio de 2016). *Google lanza aplicación para capacitar a PyMES en marketing digital*. Recuperado el 31 de Julio de 2016, de http://www.hosteltur.lat/119300_google-lanza-aplicacion-capacitar-pymes-marketing-digital.html
- INEC. (15 de Febrero de 2010). *Ecuador en cifras*. Recuperado el 31 de Julio de 2016, de Así es Guayaquil en cifras: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Infografias/asi_esGuayaquil_cifra_a_cifra.pdf
- INEC. (Agosto de 2012). *Estadísticas Económicas*. Recuperado el 23 de Mayo de 2016, de Directorio de Empresas: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/140210%20DirEmpresas%20final3.pdf
- INEC. (16 de Mayo de 2014). *1,2 millones de ecuatorianos tienen un teléfono inteligente (Smartphone)*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/12-millones-de-ecuatorianos-tienen-un-telefono-inteligente-smartphone/>
- INEC. (Enero de 2014). *Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC'S) 2013*. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/Resultados_principales_140515.Tic.pdf
- MAILJET. (2016). *Un potente motor de las redes sociales de código abierto*. Obtenido de <https://elgg.org/about.php>

- Negocios, U. d. (2011). PYMES: CONTRIBUCIÓN CLAVE EN LA ECONOMÍA. *EkosNegocios*, 34-38.
- OEC, E. O. (2014). *OEC - El Observatorio de la Complejidad Económica*. Recuperado el 25 de Junio de 2016, de <http://atlas.media.mit.edu/en/profile/country/ecu/>
- Pita Carrasco, E. S. (2013). *La utilización de las TICS en la gestión comercial de las PYMES para servicios de bienes inmuebles*. Recuperado el 24 de Mayo de 2016, de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/417>
- Prestashop. (2015). *Guía de funcionalidades Prestashop*. Obtenido de <https://www.prestashop.com/download/pdf/PrestaShop-Feature-List-es.pdf>
- Rosero, J. (2012 de Febrero de 2012). *Inec y Senplades presentan el Directorio de Empresas*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/directorio-de-empresas-un-paso-mas-para-un-futuro-sin-censos/>
- Sendinblue. (s.f.). *Sendinblue Características*. Obtenido de <https://es.sendinblue.com/>
- Yunga Pérez, A. J. (Enero de 2014). *Comercio online en el Ecuador y propuesta de un plan de Marketing digital para empresas especializadas en papelería de la ciudad de Guayaquil*. Recuperado el 16 de Mayo de 2016, de <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/6153>

Apéndice

Apéndice 1. Procesamiento, análisis e interpretación de resultados de la encuesta

Encuesta para PYMES sobre uso de tecnología

Objetivo: Determinar la situación actual del uso de la tecnología y el comercio electrónico en las PYMES de Exportación.

1. ¿A qué tipo de negocio se dedica su empresa?

- Industrial
- Comercial
- Artesanal
- Otro

2. ¿Cuántos trabajadores tiene a cargo su empresa?

- Menos de 10
- Menos de 50
- Menos de 100

3. ¿Por medio de que herramienta se promociona sus productos o servicios que brinda su empresa?

- Redes Sociales
- Página web
- Periódico
- Otro, Menciónelo _____

4. ¿Ha realizado ventas o compras por internet?

- SI
- NO

5. ¿Cuál es el medio que usted utiliza para contactarse con sus proveedores?

- Fax
- Teléfono
- Internet

6. ¿Ha realizado pagos de algún servicio de manera electrónicamente?

- SI
- NO

7. Indique los motivos más relevantes de ¿por qué no realizaría transacciones de compras o ventas utilizando Internet?

- No posee tarjeta de crédito
- Posee malas experiencias

- () Inseguridad en transacciones
- () Prefiere visitar almacenes personalmente
- () Otro, Menciónelo _____

8. ¿Su empresa posee página web?

- () SI
- () NO

9. ¿Si su respuesta es NO, porque razón no posee sitio web? (Si su respuesta es SI, pasar con la pregunta 10, Si su respuesta es NO saltar a la pregunta 12)

- () No la cree necesaria
- () Falta de Recursos
- () Inseguridad
- () Otro, Menciónelo _____

10. ¿Su página, ha ayudado a la incrementación de ventas de sus productos a ofrecer?

- () SI
- () NO

11. ¿Con que regularidad Ud. actualiza la información de su página web?

- () Siempre
- () De vez en cuando
- () Casi Nunca
- () Nunca

12. ¿Usted conoce la importancia de implementar el comercio electrónico en su empresa?

- () SI
- () NO

13. ¿Estaría dispuesto a implementar nuevas herramientas web de comercio electrónico para ayudar a la incrementación de ventas?

- () SI
- () NO

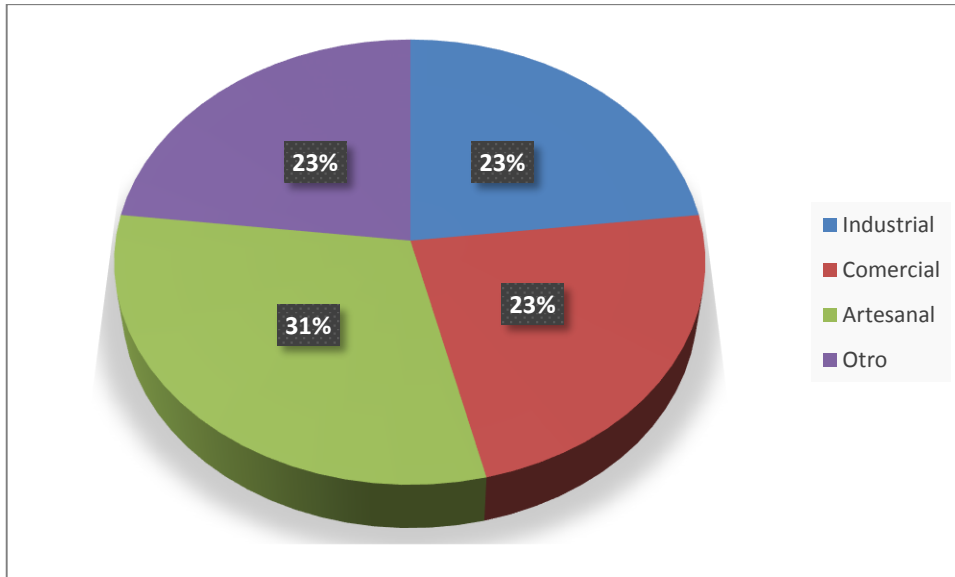


Figura 6: ¿A qué tipo de negocio se dedica su empresa?

Elaboración: Propia

En la Figura 6 se muestran los porcentajes de las PYMES encuestadas, dando como resultado que la mayoría de empresas son artesanales con un 31%.

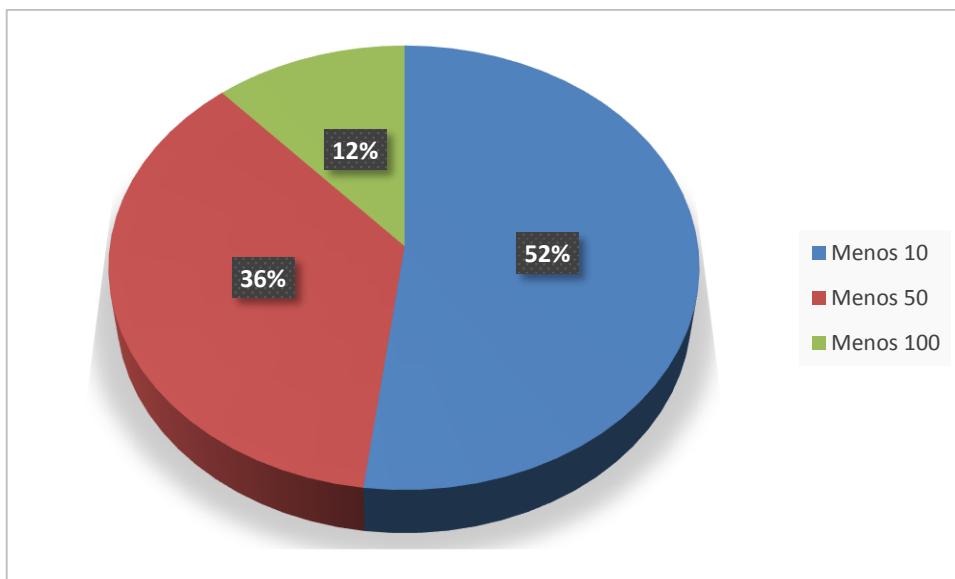


Figura 7: ¿Cuántos trabajadores tienen a cargo su empresa?

Elaboración: Propia

En la Figura 7 se muestra como resultado que el 52% de las PYMES tienen menos de 10 trabajadores y un 36% tiene entre 50 y 100 trabajadores.

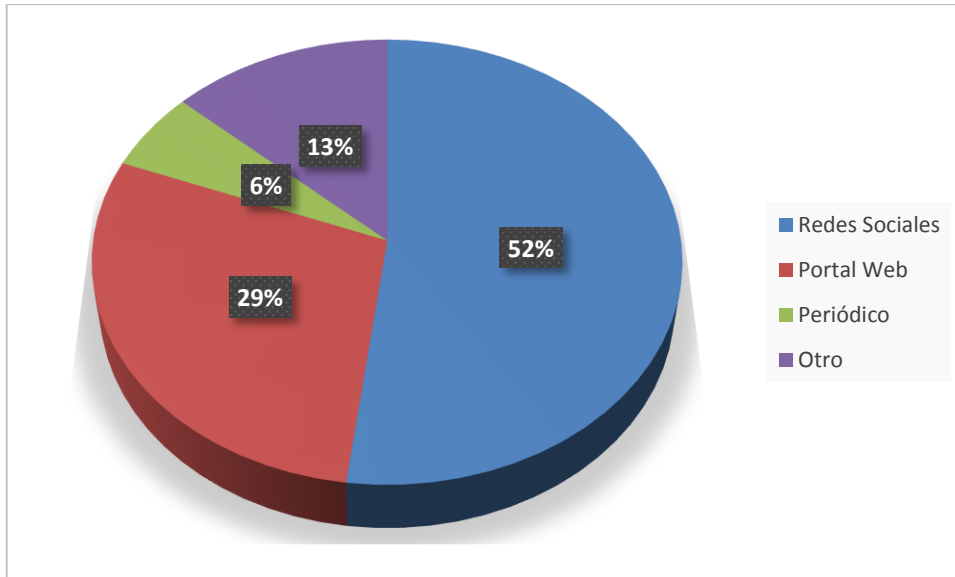


Figura 8: ¿Por medio de que herramientas se promociona sus productos o servicios que brinda su empresa?

Elaboración: Propia

En la Figura 8 se muestra como resultado que un 52% de las empresas se promociona por medio de redes sociales y solo un 6% usa el periódico como medio de promoción, como dato adicional “otro” abarca publicidad por teléfono y por “boca a boca”.

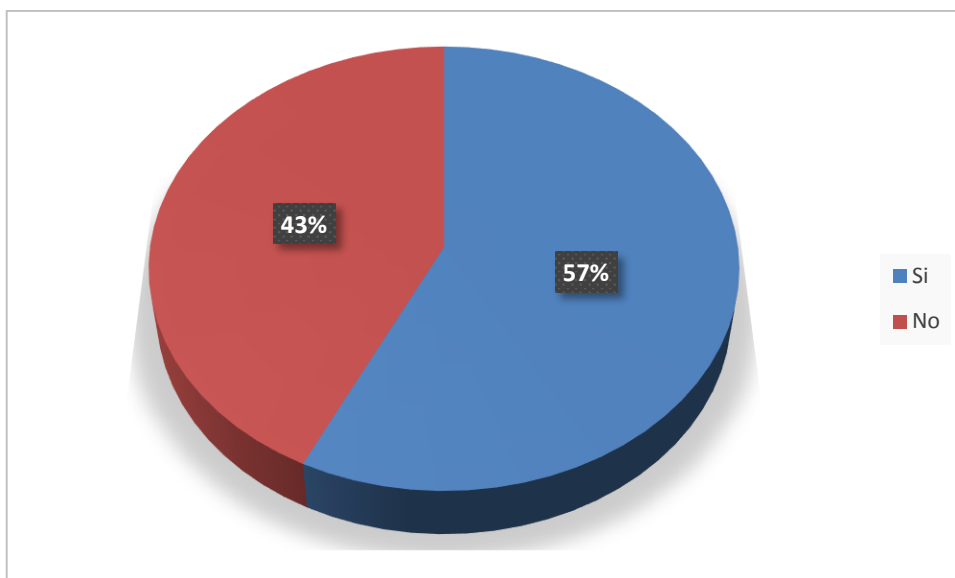


Figura 9: ¿Ha realizado ventas o compras por internet?

Elaboración: Propia

En la Figura 9 se presenta como resultado que un 57% si ha realizado compras por internet mientras que un 43% no se anima hacerlo.

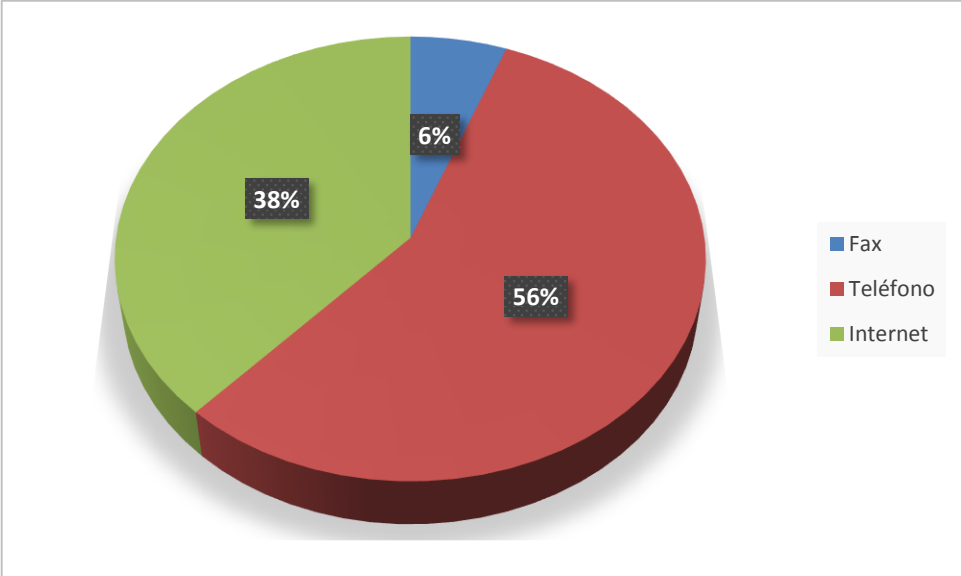


Figura 10: ¿Cuál es el medio que usted utiliza para contactarse con sus proveedores?

Elaboración: Propia

En la Figura 10 se muestra como resultado que el medio el teléfono con un 56% es una de las principales fuentes de comunicación con los proveedores, seguido por el internet que abarca el 38%.

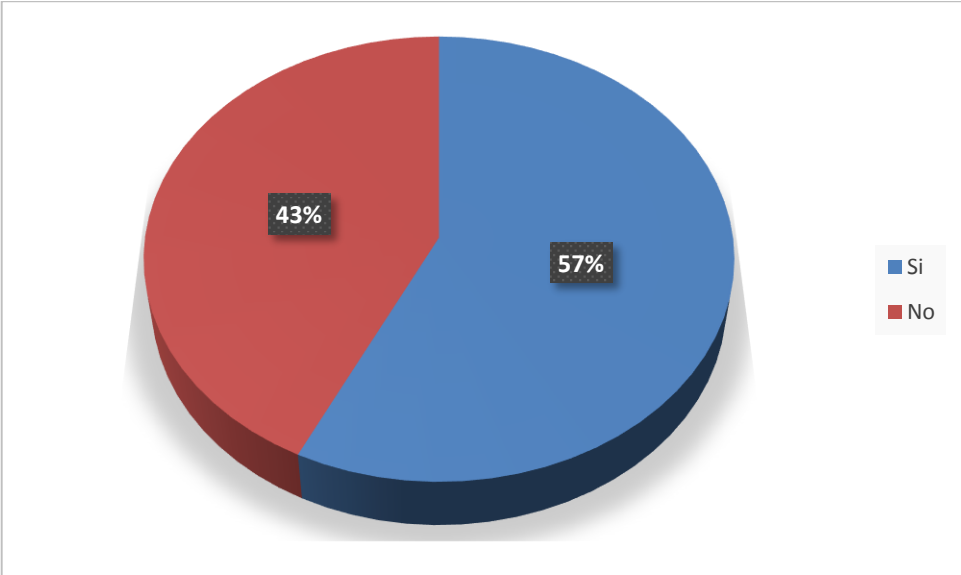


Figura 11: ¿Ha realizado pagos de algún servicio de manera electrónica?

Elaboración: Propia

En la Figura 11 se presenta como resultado que el 57% ha realizado pagos de algún servicio por medio de la web, entre estos: pago de servicios básicos, compras online o transacciones bancarias y un 43% que está relacionado con la desconfianza de hacer pagos en la web (Ver figura 12).

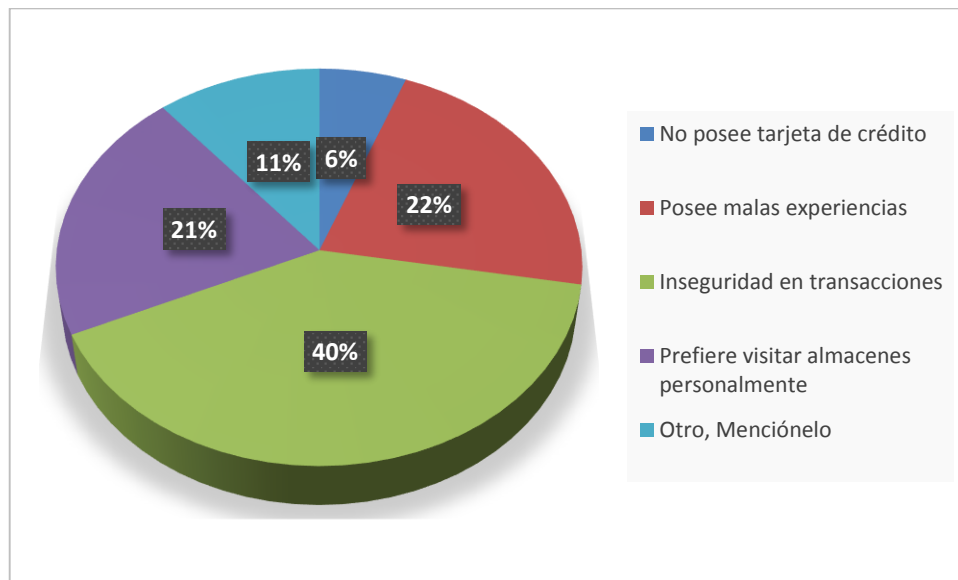


Figura 12: Indique los motivos más relevantes de ¿Por qué no realizara transacciones de compras o ventas utilizando internet?

Elaboración: Propia

En la Figura 12 se obtiene como resultado que la inseguridad en las transacciones online 40%, es el principal motivo y desconfianza de los usuarios para hacer transacciones en línea, seguido por las malas experiencias 22% en las transacciones como fraudes o robos.

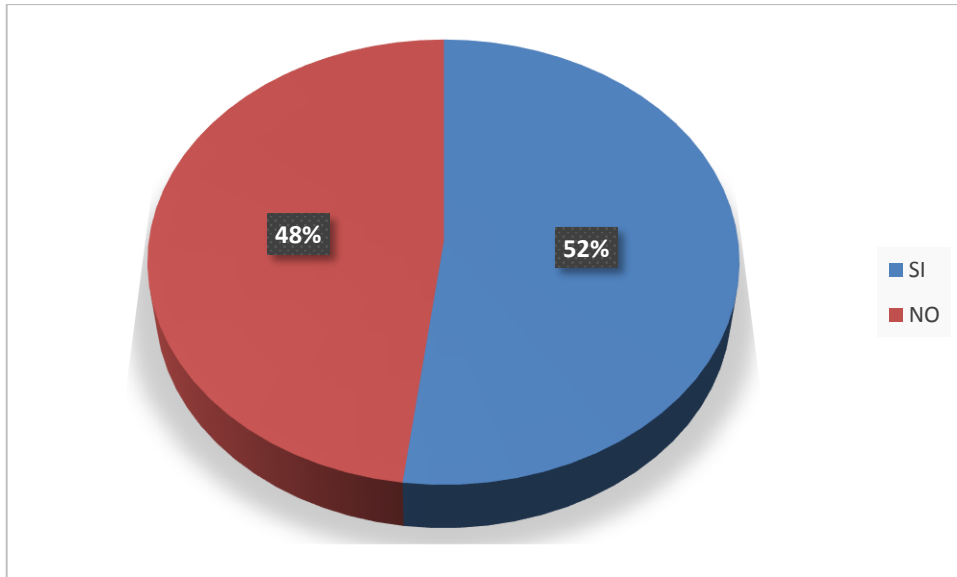


Figura 13: ¿Su empresa posee página web?

Elaboración: Propia

En la Figura 13 posee la pregunta con más relevancia de la encuesta, ya que indica que un poco más de la mitad de encuestados si poseen su propia página web, y que un 48% todavía no implementan este servicio.

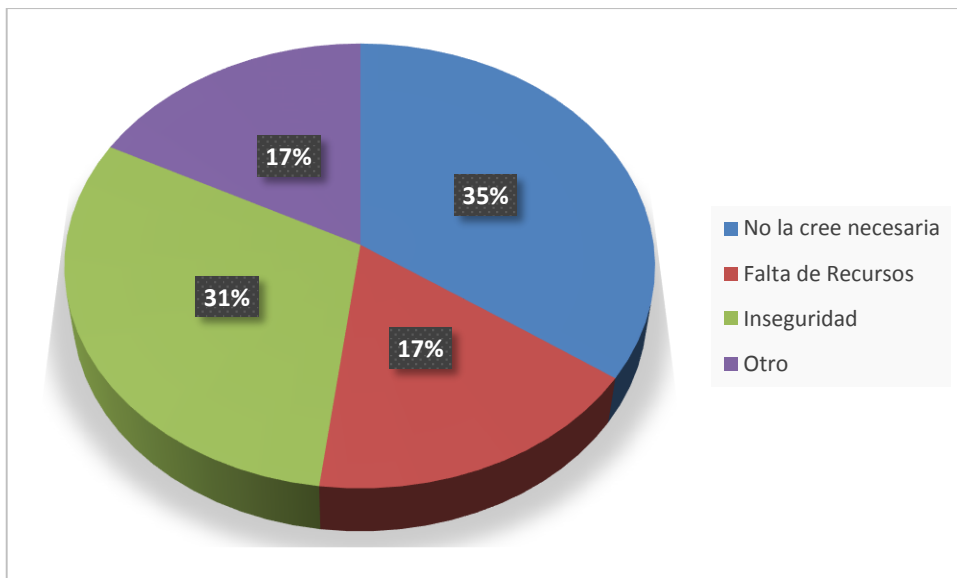


Figura 14: ¿Si su respuesta es no, porque razón no posee sitio web? (si su respuesta es sí, pasar con la pregunta 10, si su respuesta es no saltar a la pregunta 12)

Elaboración: Propia

En la Figura 14 indica que el 17% de las empresas encuestadas no tienen recursos para implementar un sitio web, mientras que un 31% piensan que es insegura para realizar algún tipo de transacciones.

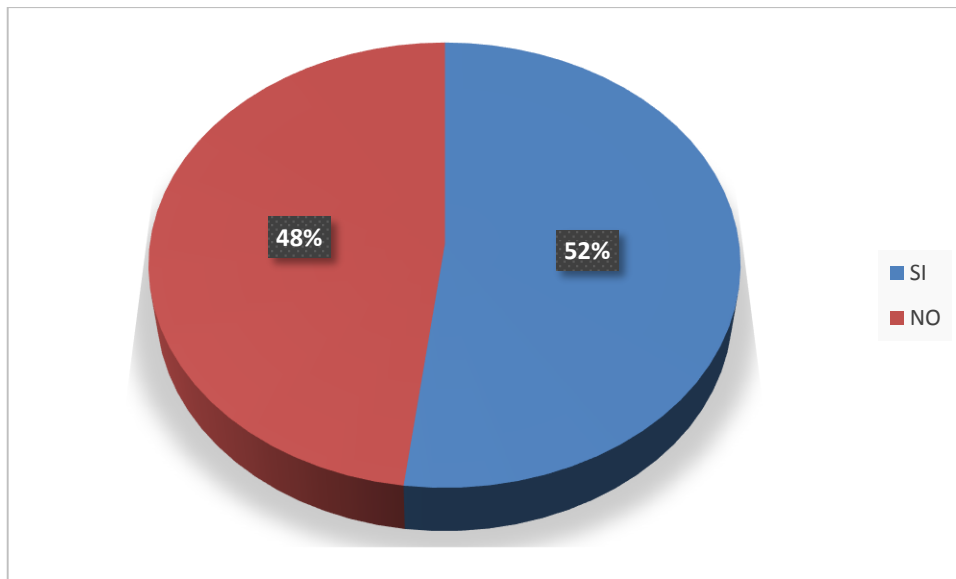


Figura 15: ¿Su página, ha ayudado a la incrementación de ventas de sus productos a ofrecer?

Elaboración: Propia

En la Figura 15 esta correlacionado con la Figura 13 presentando como resultado que el 52% de las empresas que poseen página web si han tenido un incremento en sus ventas gracias a la misma.

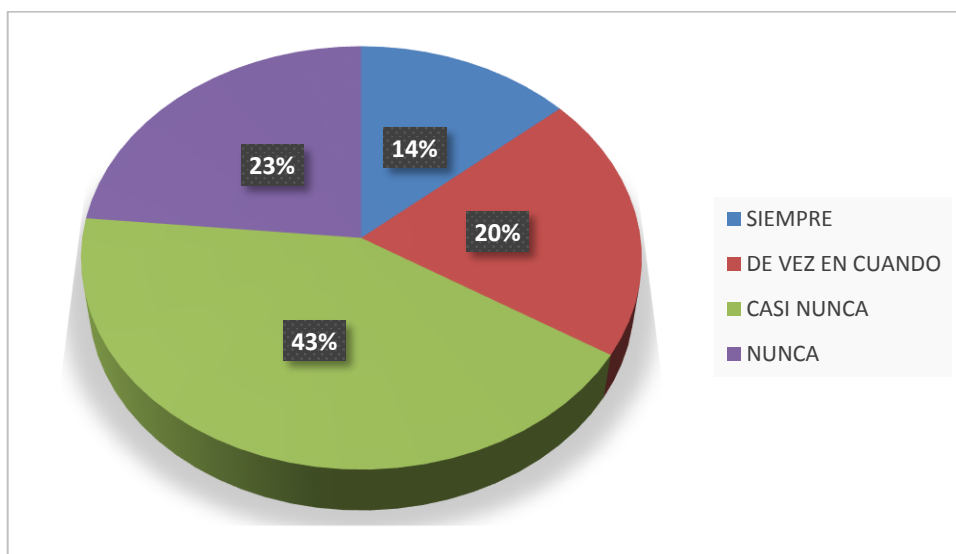


Figura 16: ¿Con que regularidad Ud. actualiza la información de su página web?

Elaboración: Propia

En la Figura 16 nos indica como resultado que el 43% de las empresas que poseen página web actualizan con información nueva “casi nunca”, y un 14% siempre está en actualización.

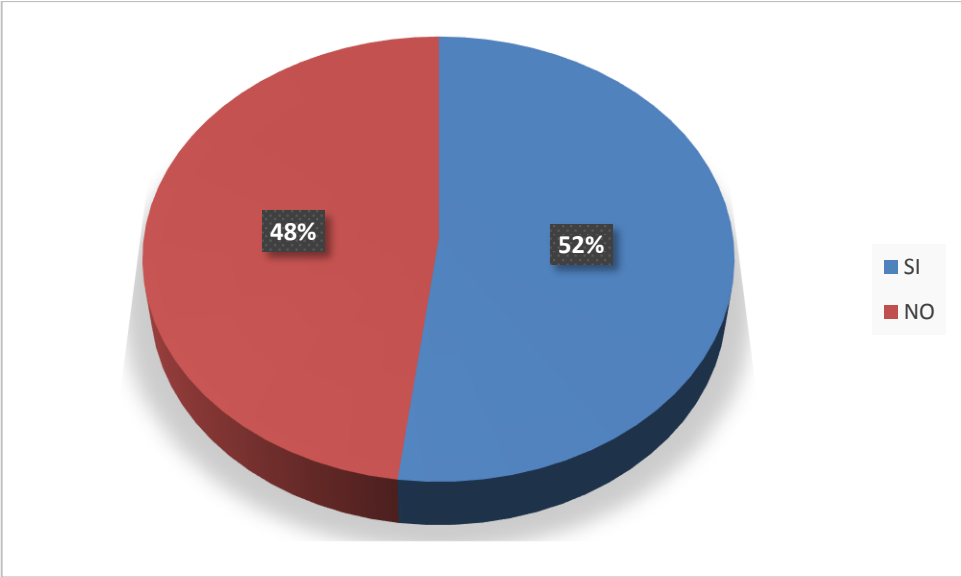


Figura 17: ¿usted conoce la importancia de implementar el comercio electrónico en su empresa?

Elaboración: Propia

En la Figura 17 muestra que el 52% de las PYMES conocen la importancia de implementar el comercio electrónico en su empresa, mientras que el 48% no conocen de qué se trata, o desconocen la nueva tecnología.

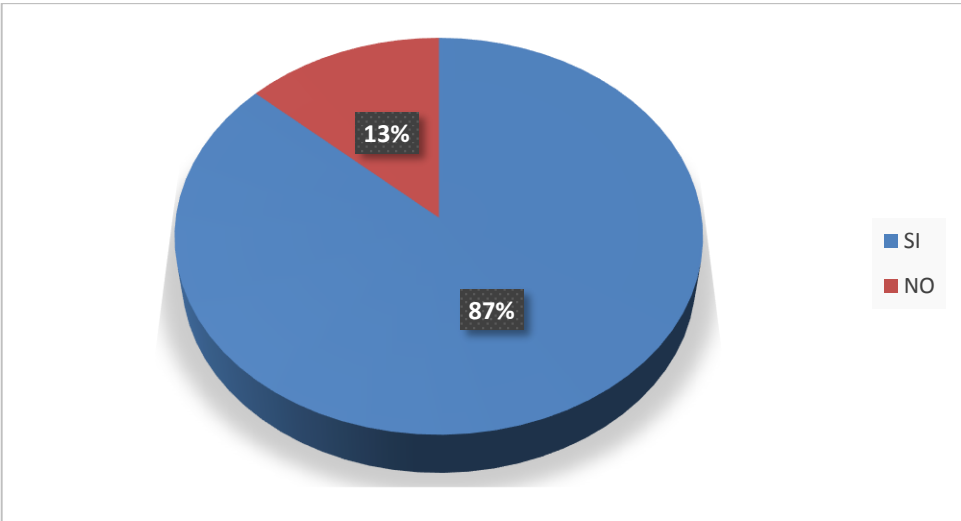


Figura 18: ¿Estaría dispuesto a implementar nuevas herramientas web de comercio electrónico para ayudar a la incrementación de ventas?

Elaboración: Propia

En la Figura 18 muestra como resultado que el 87% de las PYMES están dispuestas a implementar el comercio electrónico como una nueva herramienta para la incrementación de sus ventas.

Apéndice 2. Procesamiento, análisis e interpretación de resultados de la Encuesta #2

Encuesta realizada a la población de la ciudad de Guayaquil

Objetivo: El objetivo de la presente encuesta es para recopilar información para poder determinar el nivel de aceptación por parte del consumidor en cuanto a la adquisición de sus productos preferidos a través de una tienda virtual.

Señale con una X la respuesta elegida.

Género: Masculino _____ Femenino _____

Comercio Electrónico

1) ¿En qué lugar usted tiene acceso a internet?

- 1) Trabajo ()
- 2) Hogar ()
- 3) Móvil ()
- 4) No posee ()

2) Mencione que nivel de conocimiento posee sobre tiendas virtuales o negocios electrónicos

- 1) Alto ()
- 2) Medio ()
- 3) Bajo ()
- 4) Ninguno ()

3) ¿Ha comprado algún producto por internet?

- 1) Si ()
- 2) No ()

4) Si comprar por medio de internet le permite ahorrar dinero y tiempo.

¿Usted estaría dispuesto a realizar sus compras por internet?

- 1) Si ()
- 2) No ()

5) ¿Qué forma de pago usted preferiría utilizar al momento de realizar sus compras por internet?

- 1) PayPal ()
- 2) Cheque ()
- 3) Tarjeta de Crédito ()
- 4) Transferencia Bancaria ()

6) ¿Qué aspectos considera Usted que son importantes para realizar compras por internet?

- 1) Precios accesibles ()
- 2) Seguridad en las transacciones ()
- 3) Servicio de Entrega ()
- 4) Tienda virtual robusta y confiable ()
- 5) Otros _____ ()

7) ¿Cuál de estos productos artesanales usted usualmente compra?

- 1) Pulseras ()
- 2) Cadenas ()
- 3) Anillos ()
- 4) Otros _____ ()

8) ¿Compraría pulseras artesanales por internet?

- 1) Si ()
- 2) No ()

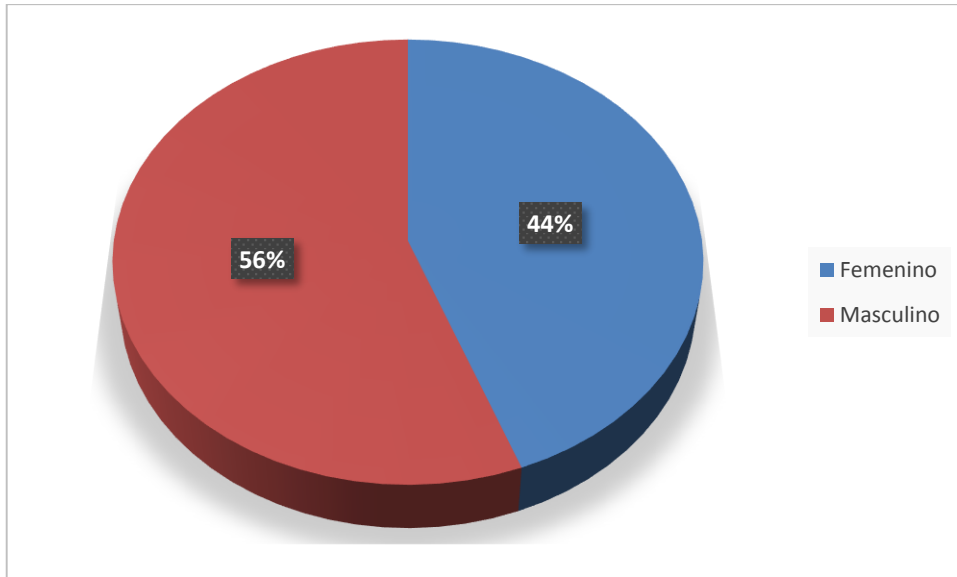


Figura 19: Genero

Elaboración: Propia

La figura 19 muestra el tipo de género que se encuestó teniendo como resultado de la presente encuesta que fue contestada por un 56% de hombres, y un 44% de mujeres.

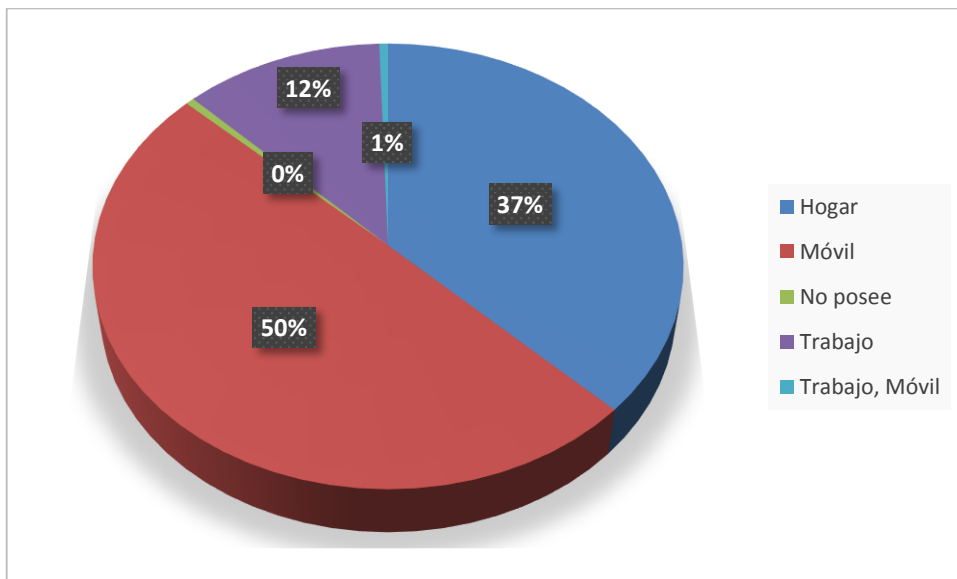


Figura 20: ¿En qué lugar usted tiene acceso a internet?

Elaboración: Propia

La figura 20 muestra el lugar más utilizado para tener acceso a internet teniendo un porcentaje representativo del 50% que utilizan dispositivos móviles, un 37% en hogares y el 12% en el trabajo para conectarse a través de internet

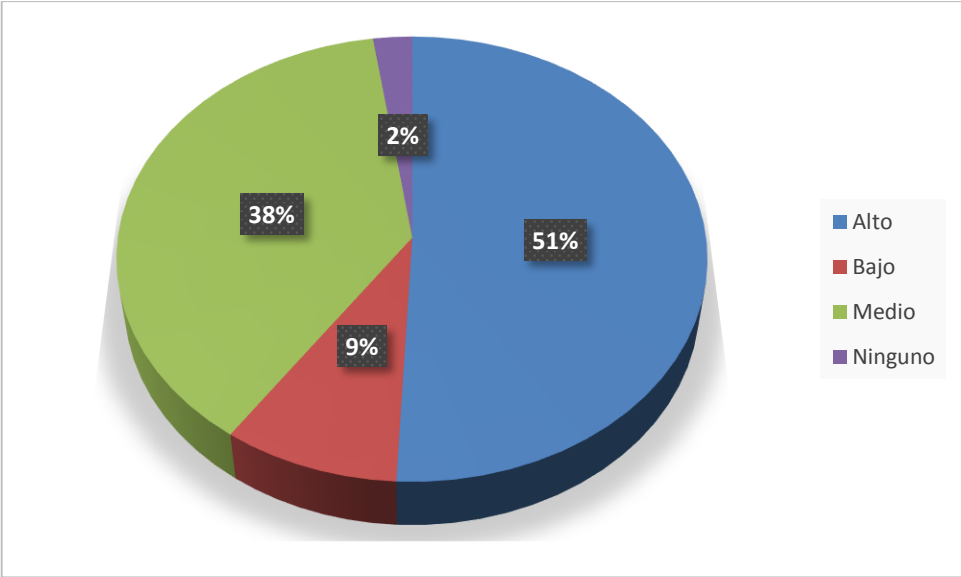


Figura 21: Mencione que nivel de conocimiento posee sobre tiendas virtuales o negocios electrónicos

Elaboración: Propia

La figura 21 presenta datos que indica que el 51% de los usuarios posee un alto nivel de conocimiento acerca de tiendas virtuales, un 38% posee un nivel medio, un 9% bajo, y un 2% no posee conocimientos.

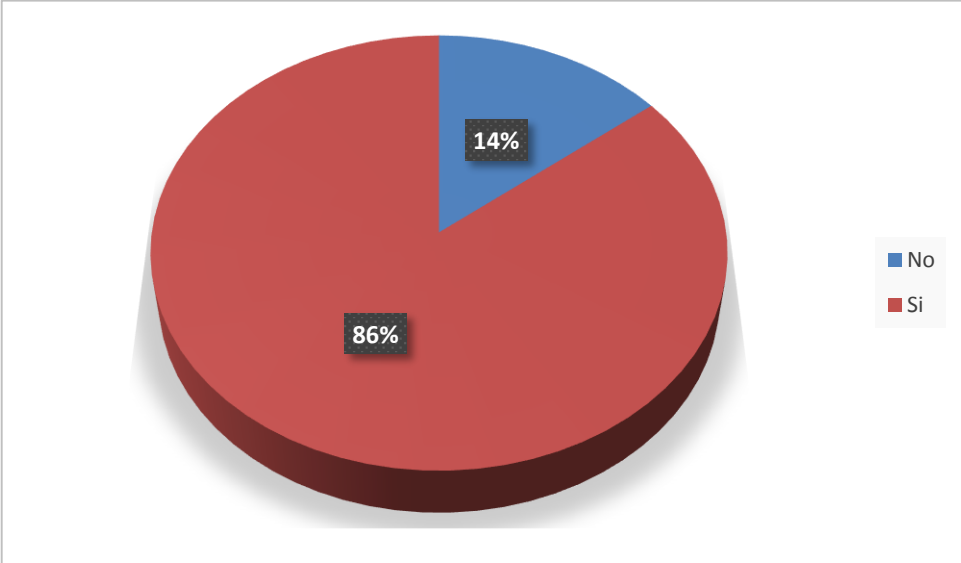


Figura 22: ¿Ha comprado algún producto por internet?

Elaboración: Propia

La figura 22 indica que el 86% de las personas encuestadas tanto hombres como mujeres han realizado compras por internet.

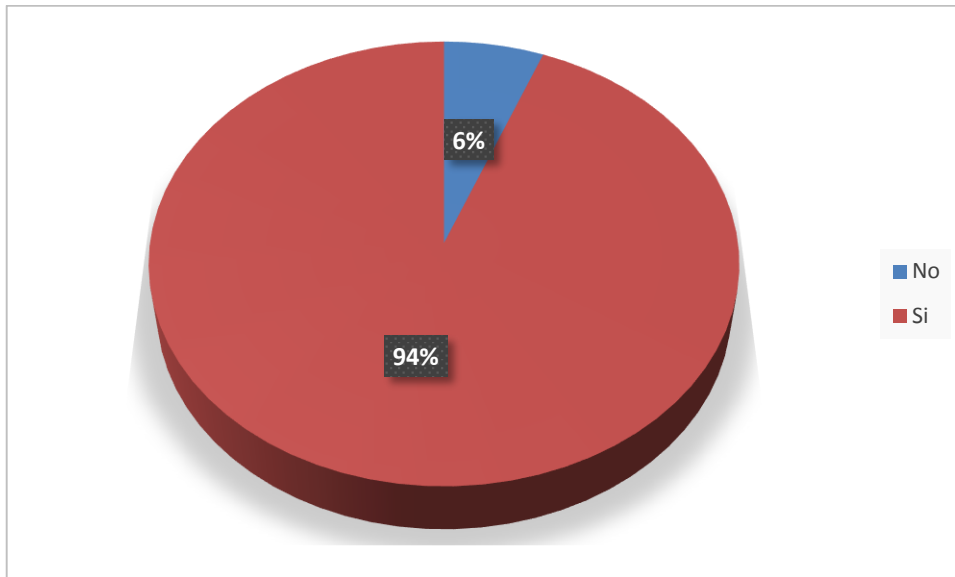


Figura 23: Si comprar por medio de internet le permite ahorrar dinero y tiempo.
¿Usted estaría dispuesto a realizar sus comprar por internet?

Elaboración: Propia

En la figura 23 es importante mencionar que la pregunta cuatro es la de mayor relevancia en la presente encuesta ya que el 94% de los usuarios estarían dispuestos a comprar por internet

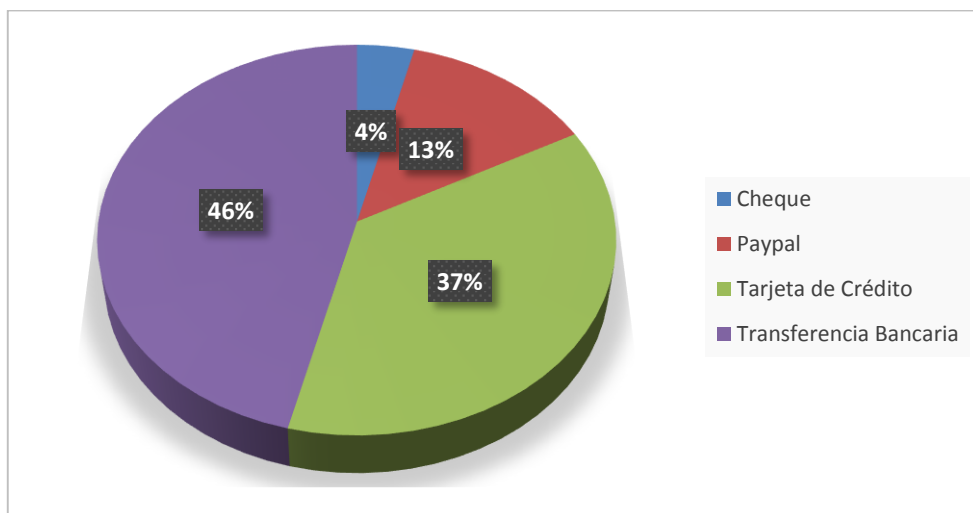


Figura 24: ¿Qué forma de pago usted preferiría utilizar al momento de realizar sus comprar por internet?

Elaboración: Propia

La figura 24 muestra los diferentes métodos de pago que prefieren los usuarios tales como: transferencia bancaria con un 46%, tarjeta de crédito con un 37%, PayPal con un 13% y por ultimo con cheque con un 4%

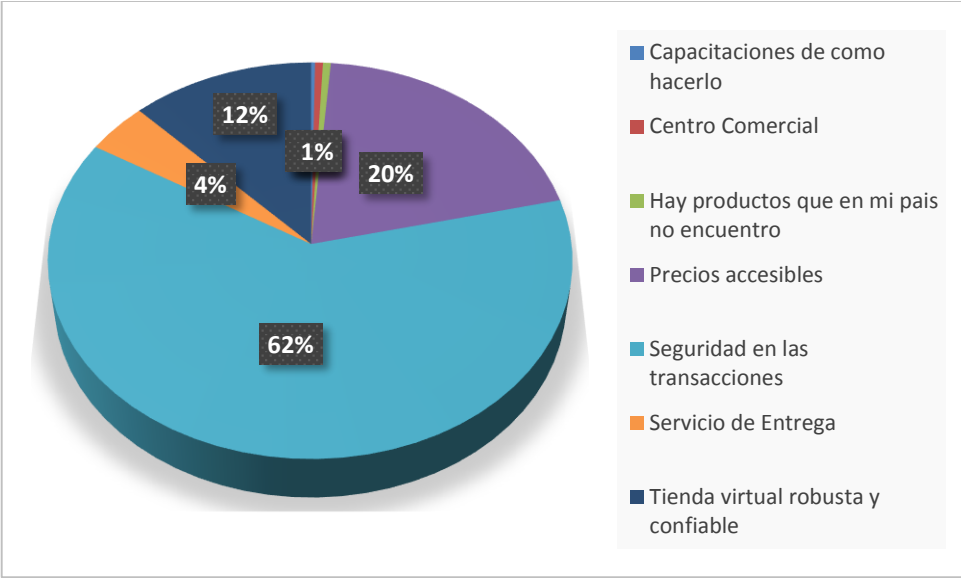


Figura 25: ¿Qué aspectos considera usted que son importantes para realizar compras por internet?

Elaboración: Propia

Otra de las preguntas importantes dentro de la presente encuesta son los aspectos que consideran los usuarios al momento de realizar transacciones (compras por internet), teniendo como resultado la figura 25 que el 62% considera que debe existir seguridad, el 20% precios accesibles, el 12% que sea robusta y confiable el sitio web, el 4% el servicio de entrega y el 2% otros.

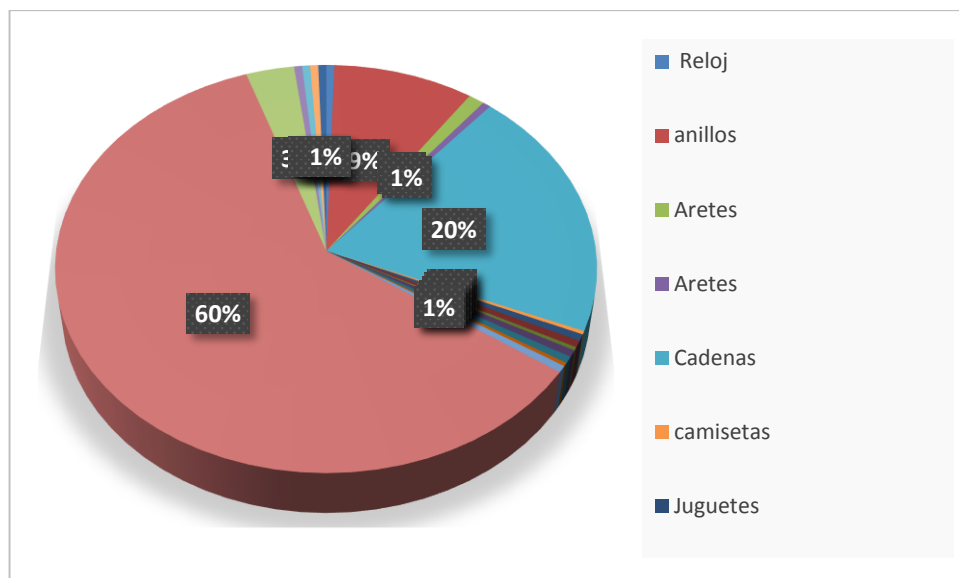


Figura 26: ¿Cuál de estos productos artesanales usted usualmente compra?

Elaboración: Propia

La figura 26 muestra que productos prefieren los usuarios teniendo un 60% adquieren pulseras artesanales, lo que ayuda en gran porcentaje a la empresa Señor Brazalete.

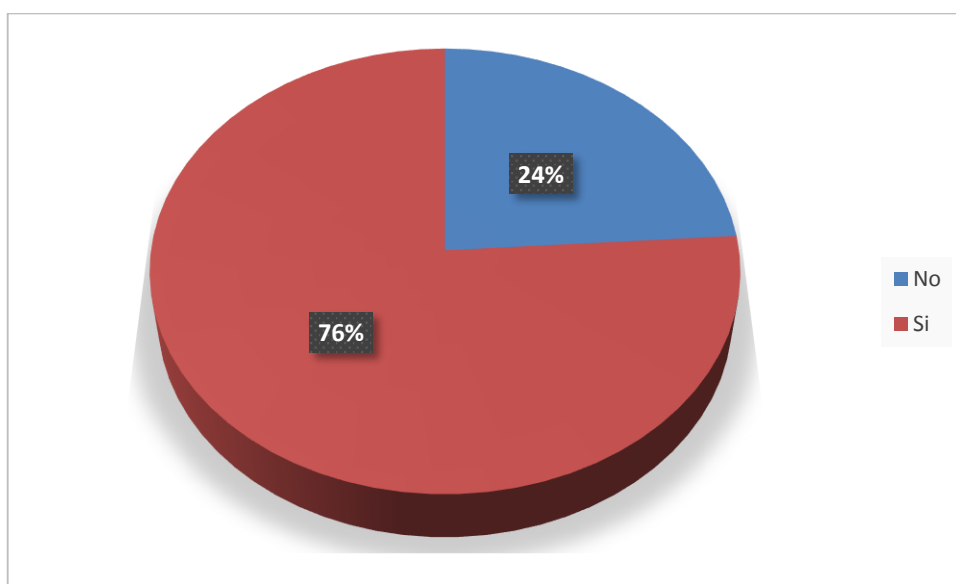


Figura 27: ¿Comprarías pulseras artesanales por internet?

Elaboración: Propia

La figura 27 muestra que los usuarios estarían dispuestos a comprar pulseras por internet lo que beneficia mucho a la empresa Señor Brazalete, teniendo como resultado un 76% de personas que respondieron de manera positiva versus el 24% que no comprarían pulseras por internet.

Apéndice 3. Resultados de Entrevista a profundidad

No.	Participante	Comentarios
1	Sr. Harry Ruiz	<p>Indicó que es importante que no sólo las PYMES, deben mantener a sus colaboradores constantemente capacitados sobre temas relacionados a su cargo que desempeña, sino también las empresas grandes deben hacerlos ya que esto ayudará de manera en que se fortalezcan habilidades del personal que labora día a día dentro de las empresas.</p> <p>Sugirió que es indispensable que exista una ardua capacitación de cómo utilizar las herramientas para que puedan aprovecharlas de la mejor manera.</p>
2	Sra. Ivette León	<p>Tanto las empresas como las personas debemos ir de la mano con los avances tecnológicos, ya que actualmente todo es sistematizado gracias al internet, en los años</p>

		<p>anteriores no existían tales beneficios y es importante que las empresas tomen en cuenta las diferentes herramientas que ofrece el internet como es el aprendizaje en línea</p>
3	Sr. Henry Ruiz León	<p>Mencionaba que la tecnología ya ha tomado parte de nuestras vidas, en lo que hacemos a diario, utilizamos la tecnología, es por esto que tanto los usuarios como las empresas deben conocer los beneficios y el correcto uso de las diferentes plataformas de e-commerce y e-learning.</p>

Apéndice 4. Reunión y capacitación del uso de las diferentes plataformas instaladas a Sr. Henry Ruiz colaborador de la empresa Señor Brazalete.



Elaboración: Propia



Recuperado de: <https://www.instagram.com/senorbrazalete>



Recuperado de: <https://www.instagram.com/senorbrazalete/>



Recuperado de: <https://www.instagram.com/senorbrazalete/>



Recuperado de: <https://www.instagram.com/senorbrazalete>



Recuperado de: <https://www.instagram.com/senorbrazalete/>

Apéndice 5. Personajes Ecuatorianos que han adquirido pulseras de Señor Brazalete



Marian Sabate

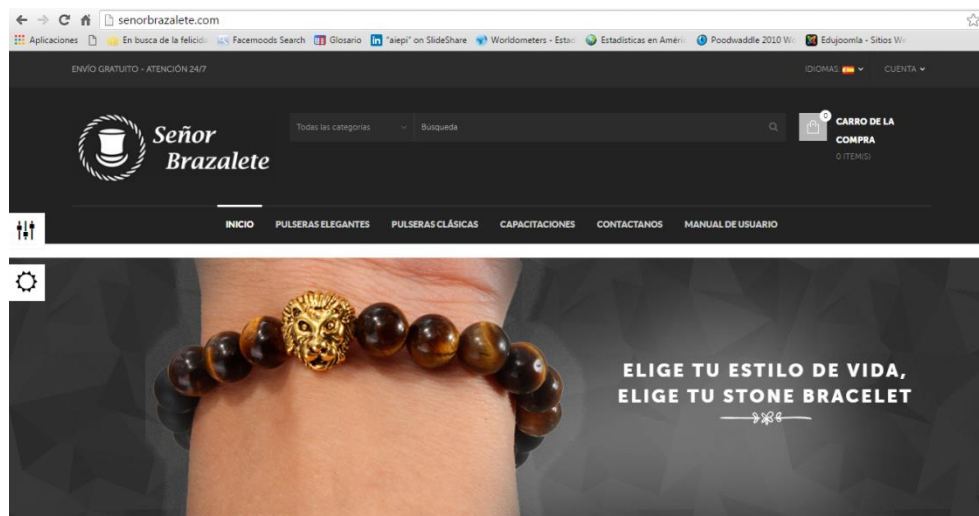
Recuperado de: <https://www.instagram.com/senorbrazalete/>



Stephanie Ronquillo

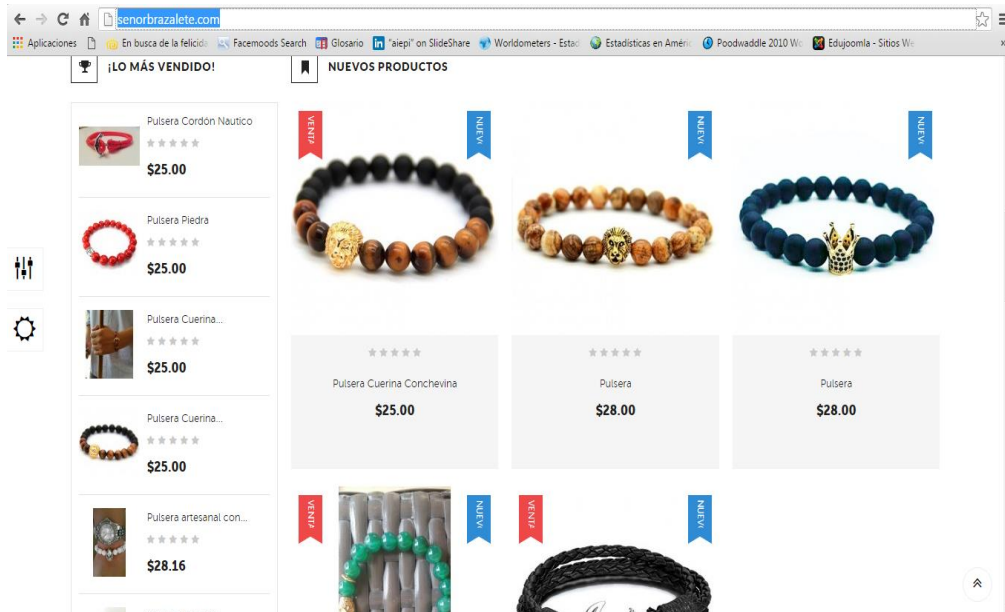
Recuperado de: <https://www.instagram.com/senorbrazalete/>

Apéndice 6. Tienda Virtual Señor Brazalete



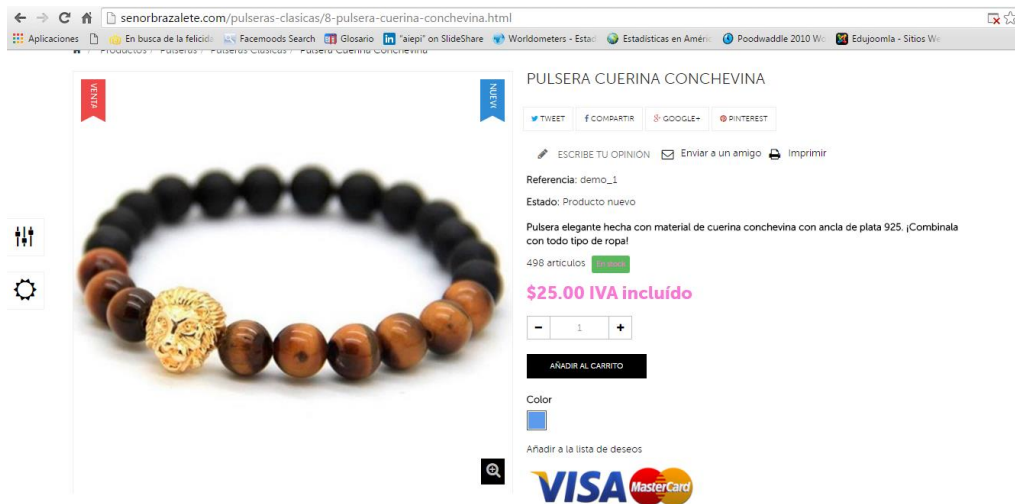
Página de inicio: inicio de sesión, buscar productos, categorías

Recuperado de: <http://senorbrazalete.com/>



Página de inicio: catálogo de producto, nuevos productos, lo más vendido, precios, ofertas, descuentos

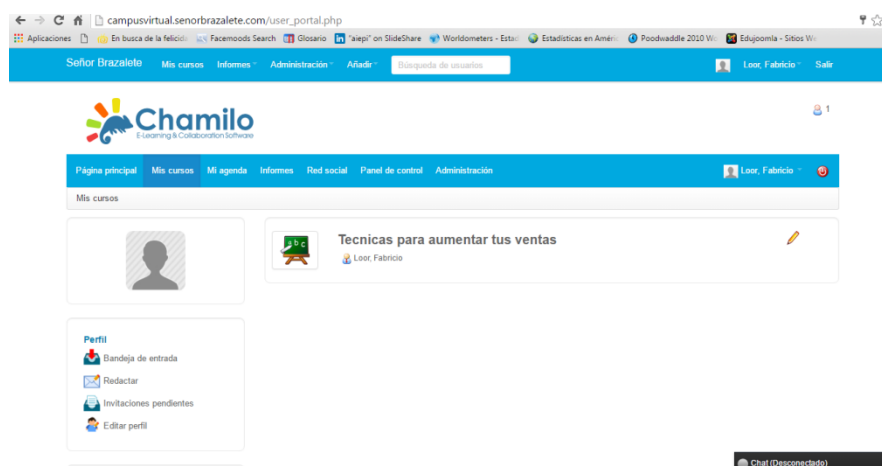
Recuperado de: <http://senorbrazalete.com/>



Accesorios Señor Brazalete

Recuperado de: <http://senorbrazalete.com/>

Anexo 7. Sitio web de E-learning



Página de inicio: Cursos disponibles para colaboradores

Recuperado de: <http://campusvirtual.senorbrazalete.com/>



**Presidencia
de la República
del Ecuador**



**Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes**



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

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Nosotros, **CENTENO LOOR, JORGE LUIS** con C.C: #1311447021 y **LOOR ROMERO, STALIN FABRICIO**, con C.C: #0926810649 autores del trabajo de titulación: **Análisis de la situación actual en las PYMES de exportación sobre el uso del comercio electrónico y la incidencia en la Implementación de estrategias de e-learning y de herramientas Open Source de comercio electrónico para la comercialización y exportación de pulseras artesanales de las PYMES de la ciudad de Guayaquil**, previo a la obtención del título de **INGENIERO EN COMERCIO ELECTRÓNICO** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

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

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

Guayaquil, 09 de septiembre de 2016

f. _____

CENTENO LOOR, JORGE LUIS

C.C: 1311447021

f. _____

LOOR ROMERO, STALIN FABRICIO

C.C: 0926810649



**Presidencia
de la República
del Ecuador**



**Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes**



SENESCYT

Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Análisis de la situación actual en las PYMES de Exportación sobre el uso del comercio electrónico y la incidencia en la Implementación de estrategias de e-learning y de herramientas Open Source de comercio electrónico para la comercialización y exportación de pulseras artesanales de las PYMES de la ciudad de Guayaquil.		
AUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Loor Romero, Fabricio Stalin Centeno Loor, Jorge Luis		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Medina Franco, Heriberto Bakke		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad Especialidades Empresariales		
CARRERA:	Ingeniería en Comercio Electrónico		
TITULO OBTENIDO:	Ingeniero en Comercio Electrónico		
FECHA DE PUBLICACIÓN:		No. DE PÁGINAS:	80
ÁREAS TEMÁTICAS:	Sistemas de Información, Desarrollo de Sistemas		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	PYMES, comercio electrónico, capacitación en línea, tienda virtual, tecnología, innovación, brazaletes		

RESUMEN (150-250 palabras):

La presente tesis se basa en el análisis de la situación actual de las empresas pequeñas y medianas dedicadas a la exportación en la Ciudad de Guayaquil, que pese a que son un motor fundamental para la economía del país, poseen un escaso conocimiento sobre cómo incursionar en negocios en línea y las diferentes herramientas tecnológicas que permiten realizar comercialización por medio la de web. Así como también presentan dificultades al momento de capacitar a sus empleados, ya que, en la manera tradicional que lo están realizando, la logística les resulta muy costosa. Debido a que también desconocen las diferentes herramientas de E-learning necesarias para capacitar a sus colaboradores de forma gratuita. En el presente proyecto se presenta una propuesta que se enfoca en la implementación de herramientas Open Source tales como: tienda virtual para comercio electrónico, y una comunidad de aprendizaje para e-learning, para que Señor Brazalete pueda realizar la comercialización de sus productos a nivel nacional e internacional a través de la web.

ABSTRACT

This thesis is based on analysis of the current situation of small and medium enterprises engaged in export in the city of Guayaquil, although they are fundamental for the country's economy engine, have a little knowledge on how to break into online businesses and the various technological tools that allow marketing through the web. And also present difficulties when training their employees, because in the traditional way they are doing, logistics it is very expensive. Because they also know the different E-learning tools needed to train its employees for free. A proposal that focuses on the implementation of open source tools such as presented in this project: online shop e-commerce, and community learning to e-learning for the company Señor Brazalete of Guayaquil to carry out the marketing its products nationally and internationally through the web.

ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: 0992322171 - 0983396426	E-mail: j_centeno14@hotmail.com / fabrilr_1993@hotmail.com
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Cruz Luzuriaga, María Isabel	
COORDINADOR DEL PROCESO DE UTE	Teléfono: 0979662657	
	E-mail: maria.cruz09@cu.ucsg.edu.ec	

SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA

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