



epoch | **ORELLANA**

PROYECTO DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD

SEDE ORELLANA

Capacitación en herramientas tecnológicas para la creación de negocios digitales de los emprendimientos de la red redprosewor del Cantón Francisco De Orellana.



FORMATO DE PRESENTACIÓN DE PROYECTOS INVESTIGACIÓN - VINCULACIÓN - ESPOCH

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

PROYECTO DE VINCULACIÓN

1. DATOS GENERALES

NOMBRE DEL PROGRAMA:			
Diseño, Comunicación y Nuevos Medios			
NOMBRE DEL PROYECTO: CAPACITACIÓN EN HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS PARA LA CREACIÓN DE NEGOCIOS DIGITALES DE LOS EMPRENDIMIENTOS DE LA REDPROSEWOR DEL CANTÓN FRANCISCO DE ORELLANA.			
NOMBRE DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN RELACIONADO:			
RESUMEN DEL PRESUPUESTO DEL PROYECTO			
PRESUPUESTO	ESPOCH	EXTERNO	
Año 1:	\$6188.82	\$ 300	
Año 2:	\$4400	\$300	
Presupuesto Total	\$10588.82	\$ 600	
REALIZADO POR:			
GRUPO DE INVESTIGACIÓN		EQUIPO DE VINCULACIÓN	X
Nombre del grupo:		GRUPO DE INVESTIGACIÓN DE TECNOLOGÍA INFORMÁTICA APLICADA INFOSO/ GRUPO GIRMI GRUPO DE INVESTIGACIÓN EN RECURSOS MINEROS E INGENIERÍA	

1.1 INFORMACIÓN DEL COORDINADOR/INVESTIGADOR RESPONSABLE

Apellidos y Nombres:	Logroño Naranjo Santiago Israel		
Cargo:	Director de proyecto de vinculación		
Correo electrónico:	Israel.logronio@epoch.edu.ec		
Teléfono:	Celular: 0960535983	Convencional:	
Facultad, Carrera /Extensión:	Tecnologías de la Información, Sede Orellana		

TIPO DE INVESTIGACIÓN



Investigación Científica		Desarrollo Tecnológico	x	Innovación tecnológica	
--------------------------	--	------------------------	---	------------------------	--

1.2 SECTOR EN EL QUE TENDRÁ IMPACTO EL PROYECTO:

Desarrollo humano y social	x	Fomento agropecuario y desarrollo productivo	x	Biodiversidad y ambiente	
Recursos naturales		Energía		Tecnología de la información y comunicación	x

1.3 ÁREA DE INVESTIGACIÓN /VINCULACIÓN: (DE ACUERDO A LA UNESCO)

Ciencias Exactas y naturales		Ingeniería y Tecnología	x	Ciencias Médicas	
Ciencias Agrícolas		Ciencias Sociales		Humanidades	

Área del conocimiento	Sub Área del conocimiento	Sub Área Específica
06 Tecnologías de la información y comunicación (TIC)	061 Tecnologías de la información y comunicación (TIC)	0611 Ciencias Computacionales
10 Servicios	101 Servicio personales	1015 Viajes Turismo y Ocio

1.4 INDIQUE EL O LOS OBJETIVOS DEL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 2017 - 2021 TODA UNA VIDA, EN EL QUE EL PROYECTO SE IDENTIFICA CON SU EJECUCIÓN:

Garantiza una vida digna con iguales oportunidades para todas las personas	X	Afirmar la interculturalidad y plurinacionalidad, revalorizando las identidades	
Garantizar los derechos de la naturaleza para las actuales y futuras generaciones		Consolidar la sostenibilidad del sistema económico, social y solidario y afianzar la dolarización	
Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento	X	Desarrollar las capacidades productivas y del entorno, para lograr	



económico sostenible, de manera redistributiva y solidaria		la soberanía alimentaria y el Buen Vivir Rural	
Incentivar una sociedad participativa, con un Estado cercano al servicio de la ciudadanía		Promover la transparencia y la corresponsabilidad para una nueva ética social	
Garantizar la soberanía y la paz, y posicionar estratégicamente al país en la región y el mundo			

1.5 LÍNEA INSTITUCIONAL DE INVESTIGACIÓN/VINCULACIÓN

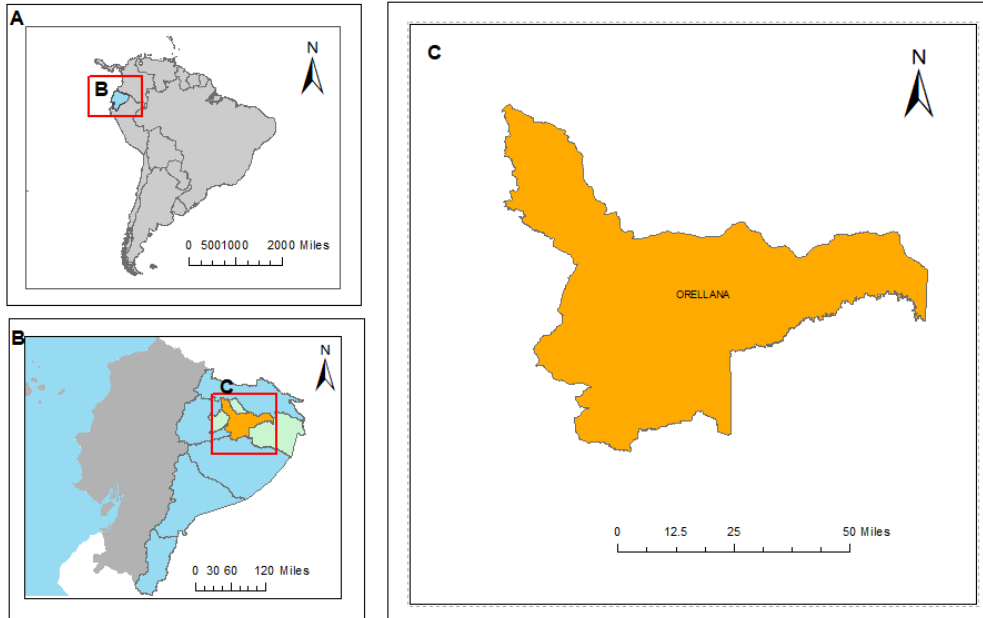
Administración y Economía Popular	X	Tecnologías de la Información, Comunicación	X	Energías Renovables y Protección Ambiental	
Gestión y Manejo Sustentable de los Recursos Naturales		Arte Cultura y patrimonio		Las que se generen en los próximos años	
Procesos tecnológicos Artesanales e Industriales					
Salud y Nutrición					
Ciencias básicas y aplicadas					

1.6 TIEMPO DE DURACIÓN DEL PROYECTO

DURACIÓN DEL PROYECTO: Tiempo total: 2 año	Fecha de Inicio: 02/01/2023	Fin planificado: 02/01/2025	Fin Real: 02/01/2025
--	---------------------------------------	---------------------------------------	--------------------------------

1.7 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

El presente proyecto se lo ejecutará en Ecuador, Cantón Francisco de Orellana de la Provincia de Orellana.



Fuente: Proyecto de Vinculación

La provincia de Orellana ocupa una extensión de 21.730,05 km², su población asciende a 139.336 habitantes según el censo poblacional del 2010 y se ubica al noroeste del Ecuador. La capital de la provincia es Francisco de Orellana, ocupa una superficie total de 7.047 km² (704.755 ha), tiene 72.795 habitantes y se ubica al noreste de Ecuador (Orellana, 2020).

1.8 TIPO DE COBERTURA

Nacional	<input type="checkbox"/>	Regional	<input type="checkbox"/>	Provincial	<input type="checkbox"/>	Cantonal	<input checked="" type="checkbox"/>	Parroquial	<input type="checkbox"/>
----------	--------------------------	----------	--------------------------	------------	--------------------------	----------	-------------------------------------	------------	--------------------------

El proyecto se desarrollará en el cantón Francisco de Orellana, provincia de Orellana, el proyecto se basa en capacitar a los emprendedores en herramientas digitales y creación de tiendas virtuales para comercializar los productos y servicios.

1.9 Tipo de proyecto:

Nuevo	<input checked="" type="checkbox"/>	Continuación	<input type="checkbox"/>
-------	-------------------------------------	--------------	--------------------------

1.10 PROPUESTA RELACIONADA CON UN PROYECTO EN EJECUCIÓN O YA EJECUTADO

En ejecución	<input type="checkbox"/>	Ejecutado	<input type="checkbox"/>
--------------	--------------------------	-----------	--------------------------



1.11 DATOS DE LAS INSTITUCIONES EJECUTORAS DEL PROYECTO PRESENTADO

ESPOCH:

Facultad de Ciencias		Facultad de Mecánica	
Facultad de Informática y Electrónica		Facultad de Administración de Empresas	
Facultad de Salud Pública		Facultad de Ciencias Pecuarias	
Facultad de Recursos Naturales		Extensión Norte Amazónica	X
Extensión Morona Santiago			

1.12 OTRAS INSTITUCIONES NACIONALES O INTERNACIONALES QUE PARTICIPEN EN LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO:

Nombre de la Institución:	Gobierno Autónomo Descentralizado del Francisco de Orellana
Siglas:	GADPO
Contacto:	Ing. José Ricardo Ramírez Riofrío
Ciudad:	Francisco de Orellana
Correo electrónico:	alcaldia@orellana.gob.ec
Página Web:	https://www.orellana.gob.ec/es/
Teléfonos:	(593) 062-999-060
Tipo de participación:	Apoyo en la organización y movilidad de los docentes y estudiantes hasta las instalaciones de la capacitación.

1.13 PERSONAL DEL PROYECTO*

Cargo	Facultad	Cédula de Identidad	Nombre completo	Correo electrónico	Teléfono celular	Carga Horaria semanal
Investigador Responsable/Director	Sede Orellana	0603596255	Santiago Israel Logroño Naranjo	israel.logronio@epoch.edu.ec	0960535983	2
Coordinador / Investigador	Sede Orellana	0603233370	Diego Javier Bastidas Logroño	diego.bastidas@epoch.edu.ec	0979000929	2
Investigador/Docente	Sede Orellana	0603009622	Washington Ramiro Bonilla Vimos	washington.bonilla@epoch.edu.ec	0988258930	2
Investigador/Docente	Sede Orellana	1803126679	Wilson Gustavo Chango Sailema	wilson.chango@epoch.edu.ec	0960949920	2
Investigador/Docente	Sede Orellana	060451676-5	Jativa Brito Michael Estefania	estefania.jativa@epoch.edu.ec	0996931916	2
Investigador/Docente	Sede Orellana	0602940173	Rita Sulema Lara Váscquez	rita.lara@epoch.edu.ec	0998609914	2
Investigador/Docente	Sede Morona Santiago	0603412883	Ana Ximena Salguero Cajo	anax.salguero@epoch.edu.ec	098 833 3239	2
Investigador/Docente	Sede Morona Santiago	0603412883	Néstor Augusto Estrada Brito	nestor.estrada@epoch.edu.ec	0987175696	2
Pasante/tesista 1						



Pasante/tesista 2						
----------------------	--	--	--	--	--	--

1.14 Apoyo administrativo y técnico*

Cargo	Facultad/Dependencia	Cédula de Ciudadanía	Nombre completo	Correo electrónico
Analista de Planificación Facultad 1	Sede Orellana	1103553259	Lesly Yanina Torres Castillo	lesly.torres@espoch.edu.ec

RESUMEN EJECUTIVO DEL PROYECTO

En el cantón Francisco de Orellana existen diferentes emprendimientos de productos y servicios que se comercializan en ferias o locales físicos. Sin embargo, en la actualidad un gran porcentaje de la población utiliza medios digitales para comprar o adquirir un producto o servicio.

Un problema identificado es la falta de conocimiento en el uso de plataformas informáticas y herramientas E-commerce, estas barreras impiden a los emprendedores mejorar la promoción y comercialización de sus productos o servicios.

Es por esto, que el proyecto *“Capacitación en herramientas e-commerce para la creación de negocios digitales de los emprendimientos del cantón Francisco de Orellana (El Coca)”*, es la opción más acertada para que los emprendedores puedan capacitarse en marketing digital utilizando herramientas E-commerce, encontrándose a la vanguardia tecnológica, teniendo un mayor alcance en la promoción y comercialización de sus productos o servicios, para lo cual se plantea las siguientes acciones conjuntas entre el GADPO y la ESPOCH Sede Orellana, entre ellos la selección de herramientas informáticas, capacitación en herramientas E-commerce para la creación de tiendas virtuales, implementación de las tiendas virtuales, soporte y socialización de las mismas a la sociedad local.

Por todo lo antes expuesto el Gobierno Autónomo Descentralizado de Francisco de Orellana y la ESPOCH Sede Orellana trabajarán en el proyecto antes mencionado, con lo cual se pretende dar solución a la problemática detectada, principalmente el desconocimiento del manejo de herramientas digitales para promoción y comercialización de los productos o



servicios de los emprendedores del cantón Francisco de Orellana, de esta manera contribuirá a mejorar las economías de los emprendedores de manera local y nacional.

2. CONTENIDO DEL PROYECTO

2.1 ANTECEDENTES

Los principios del e-commerce están estrechamente relacionados con la aparición de internet. “Internet inicialmente fue ideada como una red con fines militares, pero posteriormente se fue abriendo al mundo exterior empezando en el ámbito universitario y en la actualidad cualquier persona o entidad que así lo desee puede utilizarla”. A medida que iba pasando el tiempo, nuevas formas tecnológicas y de comunicación estaban a punto de cambiar el uso de internet y la cotidianidad de las personas, trayendo consigo un mundo más conectado y globalizado (Zambrano Velasco et al., 2021)

La globalización y los avances vertiginosos de la tecnología han provocado que los mercados se comporten, cada vez, de una manera diferente. Con la aparición del internet muchas de las formas tradicionales de negociación.

El negocio de Mipymes con el Covid-19 se debilitó fuertemente, muchos negocios han cerrado sus puertas o reducido significativamente sus operaciones, debido a que la pandemia exige un replanteamiento de sus estructuras, las cuarentenas forzosas producen la virtualización de relaciones económicas y sociales, convirtiéndose esto en un reto para el segmento mayoritario de firmas existentes a quienes les cuesta más subirse a esta ola digital. (Rodríguez, 2020)

El e-commerce ha incrementado su popularidad y su tracción en la última década debido a la crisis sanitaria del COVID-19. Las restricciones que incluyen el distanciamiento social y el cierre total o parcial de varias industrias y negocios, han causado un incremento en la actividad comercial en línea. También, debido a la crisis existe el miedo de contagio al exponerse en un lugar público, incluyendo tiendas y supermercados. Esto ha llevado a que los usuarios que realizaban sus compras en persona, empiecen a usar las plataformas digitales para ordenar alimentos y víveres, medicinas, artículos de limpieza, entre otros necesarios. (PriceWaterhouseCoopers, 2020).

2.2 JUSTIFICACIÓN



La crisis económica por motivos de la pandemia es una razón para invertir en proyectos que permitan incrementar la productividad y generar beneficios adicionales. Es importante además para los emprendimientos estar a la vanguardia tecnológica lo cual les permitiría tener acceso a un segmento de mercado mayor a través de negocios digitales, ya que son medios de comunicación masiva y la información expuesta permanece visible 24/7.

Existen herramientas tecnológicas de libre acceso que permiten la creación de negocios digitales, razón por la cual su implementación es sin costo alguno.

La información que se gestiona dentro de un emprendimiento es muy importante y de gran utilidad, por lo que se debe tener mucho cuidado en su manejo y utilización, tomando en cuenta aquello se considera necesaria y útil la implementación de negocios digitales a través de websites que incluyan las respectivas tiendas virtuales que permitan a los emprendimientos promocionar sus productos y llegar con eficiencia a clientes y mercados nuevos, abarcando segmentos de mercado mayores, razón por la cual se considera oportuna la creación de negocios digitales para los emprendimientos del cantón Francisco de Orellana.

2.3 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

Según Statista (Junio, 2022) en América Latina residen aproximadamente 300 millones de compradores digitales, región en la que se prevé un crecimiento superior al 20% en 2025. Aunque la adopción del comercio electrónico es menor que en otras regiones emergentes, se espera que las ventas minoristas en línea en América Latina se dupliquen en 2025. Ecuador se encuentra por encima en el promedio regional (76%) y global (63%) de acceso a Internet, ocupando la quinta posición de disponibilidad del servicio en Sur América.

De acuerdo con Statista, se pronostica que América Latina alcance cerca de 294 millones de usuarios de comercio electrónico en 2022. Entre 2021 y 2025, se espera que este número aumente un 22%, lo que representará en unos 360 millones de usuarios en toda la región.

El comercio electrónico, actualmente con desarrollo de las tecnologías de información y comunicación y las grandes inversiones en el campo informático, el internet se ha convertido en una herramienta fundamental de los negocios.

Según la revista digital, Marketing Insider Review, las ventas online del e-commerce en Ecuador en el 2018 fueron de USD 1200 millones de dólares y en el 2019 USD 1500, seguramente este año con la situación actual incrementará de una manera exponencial. Con un crecimiento en el índice de uso de internet en Ecuador, esto



gracias a las nuevas tecnologías que, en este caso, el uso de telefonía móvil son el medio que permite realizar estas transacciones.

El escenario digital tienen el protagonismo total, transformando así la forma de ejecutar el marketing, además se debe considerar a los consumidores como “expertos” al momento de realizar una compra, se involucran de una forma más profunda, investigar, buscar referencias, que ayuda e interviene en la decisión de compra.

La inserción de internet en Ecuador, según INEC, en su boletín técnico emitido enero 2022 fue del 59% para el año 2019, 71% para el año 2020 y se estima que para el presente año este porcentaje alcance más del 80% de conexión mediante dispositivos móviles, por lo que muchas empresas han ido migrando a esta forma de ventas tanto de bienes o servicios.

En el Ecuador las personas están cambiando su comportamiento al momento de realizar compras, ya que descubren los beneficios de los canales digitales, lo que dará paso a la tendencia de cambio en los hábitos de compra. Con el proceso de ventas en el país, las empresas deben enfocarse en implementar ventas online y la forma de satisfacer a sus consumidores.

El comercio electrónico en el Ecuador aún no tiene la total adaptación en el mercado, pero en la actualidad tendrá un incremento muy alto, siendo una consecuencia de la pandemia que ha afectado al mundo entero, los ecuatorianos empezarán a adaptar sus costumbres a estos nuevos métodos que además será una de las formas para reactivar la economía en el país y el mundo.

El cantón Francisco de Orellana, específicamente en la ciudad del Coca el e-commerce o comercio electrónico no se ha establecido con profundidad, por lo cual este proyecto ofrece la inserción de los emprendedores al mundo del e-commerce, ofreciendo un modelo de negocio del alto impacto, creando una adecuada publicidad y nombre de relevancia al producto final, acercándolos a conocer más a su público objetivo, sin necesitar grandes infraestructuras y poder prescindir de limitaciones como el tiempo, el espacio o la logística, siendo una de las principales causas que han propiciado su expansión..

2.3.1. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA.

La pregunta es: ¿Los pequeños y medianos emprendedores están aplicando herramientas digitales para comercializar sus productos o servicios?

La afectación que se da principalmente es la falta de conocimiento en marketing digital y el uso de herramientas tecnológicas para comercializar los productos y



servicios que ofrecen los emprendedores del cantón Francisco de Orellana. Los emprendedores de esta zona y a nivel global podría cerrar sus emprendimientos si no se integran a la vanguardia tecnológica que se adoptado a nivel global.

2.4 OBJETIVOS

A. Objetivo General

Mejorar la promoción y comercialización de productos o servicios de los emprendedores del cantón Francisco de Orellana mediante capacitaciones en herramientas tecnológicas.

B. Objetivos Específicos

- Evaluar la situación actual de los emprendimientos de la REDPROSEWOR del cantón Francisco de Orellana.
- Implementar tiendas virtuales para la comercialización de productos y servicios de los emprendedores del cantón Francisco de Orellana.
- Capacitar a los emprendedores de la REDPROSEWOR del cantón Francisco de Orellana en la administración de las tiendas virtuales.



ESPOCH

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

INVESTIGACIÓN - VINCULACIÓN

2.5 MATRIZ DE MARCO LÓGICO

Resumen de objetivos	Línea base	Metas	Indicadores	Fuentes de verificación	Supuestos
Fin Contribuir a mejorar los procesos de comercialización de los emprendedores del cantón Francisco de Orellana	Emprendimientos el cantón Francisco de Orellana	Contribuir en el incremento de venta de productos y servicios mediante tiendas virtuales.	Indicadores de tiendas virtuales de los emprendedores del cantón Francisco de Orellana	Informes anuales	Participación activa de interesados.
Propósito Mejorar la promoción y comercialización de productos o servicios de los emprendedores del cantón Francisco de Orellana mediante capacitaciones en herramientas tecnológicas.	Reportes del GAD de Francisco de Orellana	Implementar hasta el fin del proyecto tiendas virtuales de los productos y servicios que ofrecen los emprendedores del Cantón Francisco de Orellana para comercialización.	-Porcentaje de avance del proyecto -Ejecución presupuestaria -Número de emprendedores registrados. -Número de artículos científicos publicados en revistas indexadas.	-Tiendas virtuales de los emprendedores. -Documentación del proyecto. -Artículos científicos publicados en revistas indexadas -Registro de publicaciones institucionales.	-Asignación de presupuesto oportuno, -Participación activa de interesados -Correcto funcionamiento de las tiendas virtuales.
Componentes o resultados 1. Evaluar la situación actual de los emprendimientos de la RED PROSEWOR	Listado de emprendedores proporcionados por el GADFO	Contar con los requerimientos iniciales del 50 % de los emprendimientos. (Hasta Febrero del	Número de emprendimientos con los requerimientos específicos.	-Informe de la situación actual de los emprendimientos.	Participación activa de los interesados. Contar con el apoyo de las autoridades, docentes, técnico contratado y



ESPOCH

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

del cantón Francisco de Orellana.		2023) y el 100% hasta febrero 2024.	INVESTIGACIÓN - VINCULACIÓN		estudiantes de la sede Orellana de la ESPOCH y GADFO.
2. Implementación de tiendas virtuales.	Base de datos de beneficiarios directo para implementar las tiendas virtuales.	Hasta octubre de 2023 el 50% de Tiendas virtuales implementadas para la comercialización de productos y servicios. Hasta octubre de 2024 el 100% de Tiendas virtuales implementadas para la comercialización de productos y servicios.	Número de tiendas virtuales implementadas.	Informe del funcionamiento de la tiendas virtuales implementadas.	Asignación de presupuesto oportuno, Participación activa de interesados Contar con el apoyo de las autoridades, docentes, técnico contratado y estudiantes de la sede Orellana de la ESPOCH y GADFO.
3. Capacitación en administración de tiendas virtuales.	Tiendas virtuales implementadas.	Hasta diciembre 2023 capacitación en administración del 50% de las tiendas virtuales implementadas. Hasta diciembre 2024 capacitación en administración del 100% de las tiendas virtuales implementadas.	Número de capacitaciones. Número de tiendas virtuales socializadas.	Informe de la capacitación. Registro de asistencia. Reporte del evento de socialización.	Asignación de presupuesto oportuno, Participación activa de interesados Contar con el apoyo de las autoridades, docentes, técnico contratado y estudiantes de la sede Orellana de la ESPOCH y GADFO.



ESPOCH

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

Actividades	LÍNEA BASE	METAS	INDICADORES	FUENTES DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
			INVESTIGACIÓN - VINCULACIÓN		
<p>1.1 Evaluar el estado de la identidad visual de los emprendimientos.</p> <p>1.2 Elaborar el manual de marca de los emprendimientos.</p>	Listado de emprendedores proporcionados por el GADFO.	<p>Contar con el estado de la identidad visual de los emprendimientos. (Hasta Febrero 2023)</p> <p>Contar con el 50% de manual de marca de los emprendimientos. (Hasta Mayo 2023)</p> <p>Contar con el 100% de manual de marca de los emprendimientos. (Hasta Mayo 2024)</p>	<p>Número de emprendimientos con identidad visual.</p> <p>Número de manuales de marca de los emprendimientos.</p>	<p>Informe técnico de los emprendimientos con identidad visual.</p> <p>Manual de marca de los emprendimientos.</p>	<p>Contar con información actualizada de emprendedores del cantón Francisco de Orellana.</p> <p>Contar con el apoyo de las autoridades, docentes, técnico contratado y estudiantes de la sede Orellana de la ESPOCH y GADFO.</p>
2.1 Capacitación en herramientas tecnológicas para la creación de tiendas virtuales.	Listado de emprendedores del cantón Francisco de Orellana proporcionado por el GAD del cantón Francisco de Orellana.	<p>20 Emprendedores capacitados en Herramientas e-commerce. (Hasta Julio 2023) y 20 Emprendedores capacitados en Herramientas e-commerce. (Hasta Julio 2024)</p>	Número de emprendedores capacitados en creación de tiendas virtuales.	<p>Informes de capacitación.</p> <p>Registros.</p> <p>Memoria Fotográfica.</p>	<p>Asignación del presupuesto de acuerdo a lo planificado</p> <p>Participación activa de los interesados</p> <p>Asignación del presupuesto de</p>



ESPOCH

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

INVESTIGACIÓN - VINCULACIÓN

<p>2.2 Implementación de las tiendas virtuales.</p>	<p>Identidad visual de los emprendimientos, así como la capacitación en herramientas tecnológicas a emprendedores.</p>	<p>20 tiendas virtuales (Hasta octubre 2023) y 20 tiendas virtuales hasta octubre 2024)</p>	<p>Número de tiendas virtuales Implementadas.</p>	<p>Informe de funcionamiento de tiendas virtuales implementadas.</p>	<p>acuerdo a lo planificado Participación activa de los interesados</p>
<p>3.1 Capacitar a los emprendedores en la administración de las tiendas virtuales.</p>	<p>Tiendas virtuales implementadas.</p>	<p>20 Tiendas virtuales en correcta ejecución (diciembre 2023) y 20 (diciembre 2024)</p>	<p>Número de tiendas virtuales en correcta ejecución.</p>	<p>Informes del proyecto. Registro. Memoria Fotográfica.</p>	<p>Asignación del presupuesto de acuerdo a lo planificado Participación activa de los interesados</p>
<p>3.2 Socialización de tiendas virtuales.</p>		<p>Evento de socialización de 20 tiendas virtuales. (Hasta Diciembre 2023) y 20 tiendas virtuales. (Hasta Diciembre 2024)</p>	<p>Número de tiendas virtuales socializadas en el evento.</p>	<p>Informe de socialización. Registros de asistencia. Memoria Fotográfica.</p>	



1.3 SOSTENIBILIDAD

Es importante tener en cuenta que en los últimos años el término E-COMMERCE ha tomado impulso dentro de los diferentes emprendimientos que se han generado en distintas áreas.

En el e-commerce, el concepto de sostenibilidad puede abarcar desde los modelos de negocio hasta los productos de empaquetado y su papel será cada vez más importante en los próximos años, esto entorno a la concienciación sobre medio ambiente con el objetivo de evitar los famosos “residuos de empaquetado”, que es una de las causas que generan desperdicios a nivel nacional.

Es cierto que el objetivo principal de este proyecto es la capacitación a los diferentes emprendedores de la provincia, así como la implementación de tiendas virtuales, pero se puede considerar una segunda fase del proyecto planteado en donde la idea central sería la expansión de los diferentes negocios con las ventas en el e-commerce. De esta formar no solo se tendría una ganancia económica para los emprendedores si no también un punto a favor de la conservación ambiental.

Se debe considerar que la intervención de entidades públicas dentro de este proyecto es una ventaja para que la sostenibilidad, tomando en cuenta que con el pasar del tiempo y la aplicación de esta idea en la provincia de Orellana muchos negocios tendría un mejor manejo de su marketing, llegando al público con una idea clara y llamativa, en función a una segmentación de posibles compradores del producto a ofertar.

1.4 METODOLOGÍA

Para la realización del presente proyecto de vinculación se analizará los siguientes aspectos:

- **Evaluar el estado de la identidad visual de los emprendimientos.** - Se realizará una revisión de la identidad visual de los emprendimientos que se trabajará para la evaluación del manual de marca.
- **Elaborar el manual de marca de los emprendimientos.** Se elaborará el manual de marca de los emprendimientos que no cuentan con la misma
- **Capacitación en herramientas digitales para la creación de tiendas virtuales.** - Se realizará la capacitación en la creación de tiendas virtuales utilizando herramientas digitales gratuitas en las instalaciones de la ESPOCH Sede Orellana donde se integrarán Docentes Investigadores y estudiantes.



- **Implementación de las tiendas virtuales** - Con las tiendas virtuales creadas por cada uno de los emprendedores se procederá a subir a la nube.
- **Capacitar a los emprendedores en la administración de las tiendas virtuales.** - Se realizará una capacitación en la administración de las tiendas virtuales implementadas.
- **Socialización de tiendas virtuales.** - Todos los actores que formarán parte del proyecto de vinculación participarán en el evento de socialización de resultados (tiendas virtuales en diferentes plataformas, artículos científicos indexados e informe final).

1.5 RESULTADOS ESPERADOS

El proyecto de vinculación propuesto busca generar un punto de partida en la utilización de herramientas tecnológicas para la comercialización de los diferentes productos y servicios de los emprendedores de la RED PROSEWOR asignados del GADFO.

Al finalizar el proyecto de vinculación se contará con herramientas de sustento y utilidad para futuros proyectos relacionados que busquen mejorar en la parte económica y social.

- Se cuenta con 40 emprendedores con el manual de marca de sus productos o servicios.
- Se cuenta con 40 tiendas virtuales de emprendedores de la REDPROSEWOR cantón Francisco de Orellana para la comercialización de productos y servicios.
- Se cuenta con 40 emprendedores capacitados en la administración de tiendas virtuales.

1.6 TRANSFERENCIA DE RESULTADOS

Para el proceso de transferencia de los resultados del proyecto de vinculación se utilizarán los siguientes medios:

- Involucrar al sector Docente y estudiantil de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Sede Orellana en el proceso de capacitación en la utilización de herramientas tecnológicas para los emprendedores de la RED PROSEWOR del cantón de Francisco de Orellana.



- Participación social y educativa mediante cartas de intención en beneficio del aporte de la Institución académica de la ESPOCH Sede Orellana e instituciones públicas de la localidad.
- Publicaciones nacionales o Internacionales en revistas científicas en las que se mostrarán los resultados del proyecto.
- Evento de socialización con los diferentes sectores implicados en el presente proyecto, especialmente toda la comunidad politécnica.

1.7 BENEFICIARIOS DIRECTOS E INDIRECTOS

Directos: En el 2023- 2024 se implementará 40 tiendas virtuales de 40 emprendedores de la RED PROSEWOR del cantón Francisco de Orellana.

Indirectos: Estudiantes pertenecientes a la carrera de Tecnologías de la Información mismos que participan en el proyecto, docentes de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo Sede Orellana e instituciones públicas.

1.8 IMPACTOS

Aspecto	IMPACTO	
	Positivo	Negativo
Social	Emprendedores con conocimiento del manejo de aplicaciones informáticas para comercializar productos y servicios mediante tiendas virtuales.	-
Científico	Los conocimientos y habilidades sobre la utilización de herramientas e-commerce permiten estar a la vanguardia tecnológica.	-
Económico	Mayor cantidad de ventas de productos y servicios	-
Ambiental	La disminución de publicidad física.	-

MITIGACIÓN DE IMPACTOS NEGATIVOS

Aspecto	Impacto	Acción - Mitigación
Social		
Científico		
Económico		
Ambiental		



1.9 ASPECTOS BIOÉTICOS Y SOCIALES

No aplica

2 PRESUPUESTO DEL PROYECTO

2.1 Presupuesto General por años del proyecto

MONTO AÑO 1 (interno y externo)	\$ 6243
MONTO AÑO 2 (interno y externo)	\$ 4800
MONTO TOTAL DEL PROYECTO (interno y externo)	\$ 11043

2.2 RECURSOS HUMANOS

AÑO 1		
NOMBRES	HORAS / SEMANA	COSTO MENSUAL*
Santiago Israel Logroño Naranjo	2	105.75
Diego Javier Bastidas Logroño	2	105.75
Washington Ramiro Bonilla Vimos	2	105.75
Wilson Gustavo Chango Sailema	2	105.75
Jativa Brito Michael Estefania	2	105.75
Rita Sulema Lara Vásconez	2	105.75
Ana Ximena Salguero Cajo	2	105.75
Néstor Augusto Estrada Brito	2	105.75
TOTAL		846

AÑO 2		
NOMBRES	HORAS / SEMANA	COSTO MENSUAL*
Santiago Israel Logroño Naranjo	2	105.75
Diego Javier Bastidas Logroño	2	105.75
Washington Ramiro Bonilla Vimos	2	105.75
Wilson Gustavo Chango Sailema	2	105.75
Jativa Brito Michael Estefania	2	105.75
Rita Sulema Lara Vásconez	2	105.75
Ana Ximena Salguero Cajo	2	105.75
Néstor Augusto Estrada Brito	2	105.75
TOTAL		846



ESPOCH

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

INVESTIGACIÓN - VINCULACIÓN

2.3 DETALLE DE LOS REQUERIMIENTOS Y SERVICIOS UTILIZADOS POR EL PROYECTO

AÑO 1

COMPONENTES	ACTIVIDAD	REQUERIMIENTO	TIPO COMPRA (Bien, obra, servicio o consultoría)	CANTIDAD ANUAL	UNIDAD (metros, litros etc.)	COSTO UNITARIO SIN IVA	PRESUPUESTO TOTAL SIN IVA	PRESUPUESTO TOTAL CON IVA	CUATRIMESTRE 1	CUATRIMESTRE 2	CUATRIMESTRE 3
Evaluar la situación actual de los emprendimientos de la RED PROSEWOR	Elaborar el manual de marca de los emprendimientos.	Manual de marca (Incluye diseño gráfico)	Servicio	20	Unidad	175	3500			100%	
Implementación de tiendas virtuales.	Capacitación en herramientas digitales para la creación de tiendas virtuales.	COMPUTADOR PORTÁTIL	Bien	1	Unidad	1788.82	1788.82			100%	
	Implementación de las tiendas virtuales.	Servidor virtual privado	bien	1	Unidad	600	600			100%	
Capacitación en Administración de tiendas virtuales.	Socialización de tiendas virtuales.	ROLL UP PUBLICITARIO	Bien	3	Unidad	100	300				100%
TOTAL, SIN IVA							6188.82				



ESPOCH

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

INVESTIGACIÓN - VINCULACIÓN

AÑO 2

COMPONENTES	ACTIVIDAD	REQUERIMIENTO	TIPO COMPRA (Bien, obra, servicio o consultoría)	CANTIDAD ANUAL	UNIDAD (metros, litros etc.)	COSTO UNITARIO SIN IVA	PRESUPUESTO TOTAL SIN IVA	PRESUPUESTO TOTAL CON IVA	CUATRIMESTRE 1	CUATRIMESTRE 2	CUATRIMESTRE 3
Evaluar la situación actual de los emprendimientos de la RED PROSEWOR	Elaborar el manual de marca de los emprendimientos.	Manual de marca (Incluye diseño gráfico)	Servicio	20	Unidad	175	3500			100%	
Implementación de las tiendas virtuales.	Implementación de las tiendas virtuales.	Servidor virtual privado	servicio	1	Unidad	600	600			100%	
Capacitación en Administración de tiendas virtuales.	Socialización de tiendas virtuales.	ROLL UP PUBLICITARIO	Bien	3	Unidad	100	300				100%
TOTAL, SIN IVA								4400			



2.4 PRESUPUESTO GENERAL

ACTIVIDAD	AÑO	AÑO
	I	II
Recursos humanos	846	846
Viajes técnicos	0	0
Equipos	1788.82	
Bibliografía y software		
Materiales suministros	3800	3800
Transferencias de resultados		
Subcontratos y servicios, etc.	600	600
SubTotal	7034.82	5246
Total	12280.82	



1 BIBLIOGRAFÍA Y PRODUCCIONES CIENTÍFICAS CITADAS

RODRIGUEZ, K. G., ORTIZ, O. J., QUIROZ, A. I., & PARRALES, M. L. (2020). El e-commerce y las Mipymes en tiempos de Covid-19. *Espacios*, 41(42), 100–118. <https://doi.org/10.48082/espacios-a20v41n42p09>

Zambrano Velasco, B., Castellanos Espinoza, E. B., & Miranda Guatumillo, M. A. (2021). El E-Commerce en las empresas ecuatorianas: Un análisis de los informes de la Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico (CECE) en el marco de la pandemia covid-19. *Revista Publicando*, 8(29 SE-), 13–20. <https://doi.org/10.51528/rp.vol8.id2176>

Statista (2022) El sector del comercio electrónico en América Latina. https://es.statista.com/temas/9174/e-commerce-en-america-latina/#topicHeader_wrapper

INEC. (2016). Directorio de Pymes 2016. Recuperado de INEC: http://www.inec.gob.ec/documentos_varios/presentacion_direc_empresas.pdf



Firmado electrónicamente por:
SANTIAGO ISRAEL
LOGRONO NARANJO

Ing. Santiago Logroño Naranjo