



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

**Facultad de Ingeniería Marítima, Ciencias Biológicas,
Oceánicas y Recursos Naturales**

“DISEÑO DE LA PLATAFORMA TECNOLÓGICA ENFOCADA AL
SECTOR TURÍSTICO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE
SOMBREROS DE PAJA TOQUILLA DE PILE, MANABÍ”

INFORME DE PROYECTO INTEGRADOR

Previa a la obtención del título de:

LICENCIADO EN TURISMO

BERRÚ ZAMBRANO RONNY PAÚL
RAMÍREZ DEL HIERRO KARLA GABRIELA

GUAYAQUIL - ECUADOR

AÑO: 2016

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por trazarme este camino. Además, a mi familia por el apoyo brindado no solo en éste sino en todos los proyectos que me he propuesto realizar. También agradezco a la institución que me abrió las puertas y que me formó no solo en conocimientos sino también me preparó la vida; a todos los profesores, directivos y amigos con quienes compartí en mi paso por la ESPOL. Realmente ésta es una época que recordaré siempre con mucha alegría.

Agradezco de manera especial a mi compañero en el desarrollo de este proyecto, realmente fue una experiencia muy bonita en la cual pudimos entregar nuestro trabajo y conocimiento a las personas de Pile, una comuna con personas cálidas y con un gran corazón.

KARLA GABRIELA RAMÍREZ DEL HIERRO

AGRADECIMIENTO

Agradezco con mucho amor a mi padre por todo su esfuerzo y por aguantar todos los problemas que le dí en mi adolescencia, sin el yo no sería la persona que soy y no me encontraría donde estoy.

También agradezco a la ESPOL que me lo ha dado todo por este motivo se ha desarrollado en mi un sentimiento inexplicable hacia la institución que la definición de la palabra amor no alcanza para describirlo, gracias a mis compañeros y a los profesores he podido obtener el conocimiento necesario para crecer en mi vida.

RONNY PAÚL BERRÚ ZAMBRANO.

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a los profesores que nos brindaron su apoyo en el desarrollo del proyecto, en especial al M.Sc. David Nacipucha y a la M.Sc. Fanny Manner.

También agradecemos a la comuna de Pile por abrirnos sus puertas y compartir con nosotros su arte.

Además, al centro de Formación Artesanal Pile por la atención prestada y el apoyo con material bibliográfico que fue de mucha ayuda para el desarrollo del proyecto.

KARLA RAMÍREZ Y RONNY BERRÚ

DEDICATORIA

Dedico todo el esfuerzo empleado en este proyecto a mis padres, siempre serán mi ejemplo y fuente de inspiración.

KARLA GABRIELA RAMÍREZ DEL HIERRO

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi padre fuente de mi estabilidad y de guía en mi vida, sin él nada de esto hubiera sido posible.

RONNY PAÚL BERRÚ ZAMBRANO

TRIBUNAL DE EVALUACIÓN

MSc. Rafael Arce

Profesor Director

MSc. Fanny Manner

Profesora Tutora

MSc. Lady Soto

Profesora Evaluadora

DECLARACIÓN EXPRESA

"La responsabilidad y la autoría del contenido de este Trabajo de Titulación, nos corresponde exclusivamente; y damos nuestro consentimiento para que la Escuela Superior Politécnica Del Litoral realice la comunicación pública de la obra por cualquier medio con el fin de promover la consulta, difusión y uso público de la producción intelectual"

RONNY PAÚL
BERRÚ ZAMBRANO

KARLA GABRIELA
RAMÍREZ DEL HIERRO

RESUMEN

En la actualidad el turismo se vale en gran parte de la web y sus herramientas, por ejemplo mediante el marketing on line, plataformas para agencias de viaje, hoteles, operadores, etc. El mundo globalizado ha facilitado dar a conocer destinos, productos, precios y promociones usando la web y así llegar a un mercado más amplio y tener más clientes. La idea principal del proyecto se basa en dar uso a la web mediante la creación de una plataforma tecnológica enfocada al sector turístico para la comercialización de sombreros de paja toquilla. El arte del tejido del sombrero de paja toquilla fue reconocido en el 2012 por la UNESCO como patrimonio cultural inmaterial de la humanidad debido a la técnica ancestral empleada, estos datos importantes sirven como respaldo para la realización de la propuesta.

El proyecto se desarrolla en la comuna de Pile, provincia de Manabí, sitio que alberga la tradición en la elaboración de dicho sombrero. Se eligió a Pile como foco del proyecto ya que es la cuna del tan aclamado sombrero y la mayoría de sus habitantes se dedican a su fabricación y venta. La problemática en Pile se basa en la ausencia de plataformas tecnológicas para la comercialización de sombreros, al atacar esta problemática se podrán generar mayores beneficios económicos para las personas en la comuna de Pile y crear una cadena de valor más justa.

Como base para el desarrollo del proyecto, se realizó una investigación bibliográfica acerca de cómo se relaciona la comercialización de bienes y servicios turísticos con el uso de nuevas tecnologías. A través de esta investigación se demuestra la

importancia del internet como herramienta para ampliar el mercado de manera global y llegar con facilidad a los consumidores. Al explorar investigaciones de otros autores se pudo identificar metodologías como la del Proceso Racional Unificado (RUP por sus siglas en inglés) para el desarrollo de plataformas tecnológicas y herramientas para el mejor uso de la tecnología, se aplicaron estos conocimientos para el desarrollo de la plataforma.

En cuanto a la metodología, ésta se desplegó en tres etapas: levantamiento de la línea base, sistematización de la información y desarrollo del diseño. Para llevar a cabo la metodología, además de la investigación secundaria, se realizó un estudio de campo dirigido a los potenciales clientes y a los artesanos que formarían parte de la plataforma. Como resultado de esta investigación se determinaron los atributos de la plataforma y las estrategias de comercialización que se adaptaban en mayor parte al mercado potencial. Toda la información obtenido en la línea base sistematizada sirvió para el desarrollo del diseño. Para plasmar todo el contenido se usó la herramienta de desarrollo de plataformas web WIX. El diseño de la plataforma refleja los resultados obtenidos en la investigación primaria y secundaria y además los objetivos de los autores del proyecto.

La creación del diseño de la plataforma tecnológica servirá para que el potencial de los artesanos de Pile sea mayormente valorado no solo por el mercado nacional sino también el internacional. Además servirá para que los artesanos de la comuna cuenten con una mayor autonomía en cuanto a la venta de sus productos y a su vez esto pueda llevarlos a obtener mayores ingresos y poder adquirir maquinaria y herramientas especializadas para la elaboración de los sombreros.

ÍNDICE GENERAL

AGRADECIMIENTOS	II
DEDICATORIAS	V
TRIBUNAL DE EVALUACIÓN	VII
RESUMEN	IX
CAPÍTULO 1	1
1. INTRODUCCIÓN	1
1.1. Antecedentes	1
1.1.1. Árbol de problemas.....	3
1.2. Definición del Problema	4
1.2.1. Planteamiento del problema	4
1.3. Objetivos	4
1.3.1. Objetivo general.....	4
1.3.2. Objetivos específicos.....	4
1.4. Justificación	5
1.5. Alcance del estudio	6
1.6. Objeto de Estudio.....	6
CAPÍTULO 2	8
2. REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	8
Nuevas tecnologías aplicadas al turismo	8
La web como herramienta de marketing para los recursos turísticos	10
Evolución y proyección del desenvolvimiento de las plataformas tecnológicas....	11
Las TICs como herramienta de comercialización de productos turísticos	13
Desarrollo de plataformas enfocadas al turismo	14
CAPÍTULO 3	17
3. METODOLOGÍA APLICADA	17
CAPÍTULO 4	20
4. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	20
CAPÍTULO 5	28
5. PROPUESTA.....	28
Conclusiones	44
Recomendaciones	46

Bibliografía	48
Anexos	51

Índice de Anexos

Anexo 1. Ficha de campo dirigida a los artesanos	51
Anexo 2. Encuesta a potenciales clientes	52
Anexo 3. Fotos de las visitas de campo realizadas	54

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1. Tendencia a realizar compras por internet	22
Ilustración 2. Medios de compra online	22
Ilustración 3. Tiendas online con mayor aceptación	23
Ilustración 4. Frecuencia de compra online	23
Ilustración 5. Aceptación del concepto de la plataforma web	24
Ilustración 6. Importancia de la seguridad informática.....	24
Ilustración 7. Atributos de la plataforma tecnológica	25
Ilustración 8. Tipos de pago.....	25
Ilustración 9. Tiempo de espera a nivel nacional.....	26
Ilustración 10. Tiempo de espera a nivel internacional.....	26
Ilustración 11. Sugerencias de nombres para la plataforma.....	27
Ilustración 12. Portada del diseño de la plataforma.....	30
Ilustración 13. Finalidad del diseño de la plataforma.....	31
Ilustración 14. Artesanos y sus productos	32
Ilustración 15. Comentarios públicos de los clientes	33
Ilustración 16. Selección del artesano	35
Ilustración 17. Tipo de sombrero	36
Ilustración 18. Características del sombrero.....	36
Ilustración 19. Selección del sombrero	37

Ilustración 20. Confirmación de compra	38
Ilustración 21. Agradecimiento y resumen de compra	38
Ilustración 22. Métodos de pago	39
Ilustración 23. Método de Pago Offline	40
Ilustración 24. Normas de envíos e impuestos a nivel nacional	41
Ilustración 25. Normas de envíos e impuestos a nivel internacional	42
Ilustración 26. Comunicación con los administradores de la plataforma	43

Índice de tablas

Tabla 1: Diferencias en las valoraciones de la contribución de los distintos intermediarios y plataformas tecnológicas según horizonte temporal.	13
Tabla 2: Fases del desarrollo del proyecto	15
Tabla 3: Datos de los artesanos de Pile	21
Tabla 4: Atributos del diseño de la plataforma.....	28

Lista de abreviaturas y siglas

INPC	Instituto nacional de patrimonio cultural
UNESCO	Organización de las naciones unidas para la educación, la ciencia y la cultura
Web	Sistema amplio mundial
WIX	<u>Ventana de interfaz</u>
TICS	Tecnologías de la información y comunicación
NTIC	Nuevas tecnologías de la información y comunicación
UML	Lenguaje unificado de modelado
GIS	Sistema de información geográfica
WAP	Protocolo de aplicaciones inalámbricas
CHNT	Conferencia sobre el patrimonio cultural y Nuevas Tecnologías
RUP	Proceso Unificado Racional
3D	Tres dimensiones
M-commerce	Comercio móvil
OTAs	Agencias de viajes virtuales
Plugin	Programa de inserción
YTH	Yachachik Toquilla Hat/Maestro del Sombrero de Toquilla
Http	Protocolo de Transferencia de Hipertexto
URL	Localizador Uniforme de Recursos

CAPÍTULO 1

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Antecedentes

La comuna de Pile pertenece al cantón Montecristi, provincia de Manabí. Se encuentra a 30 Km de Manta y Montecristi, cuenta con una población de 800 habitantes de los cuales 500 son artesanos, la vía de acceso más utilizada es de manera terrestre, no existen buses directo hacia la comuna por ese motivo se debe de llegar primero a Manta o Montecristi. Los habitantes de Pile se dedican a la agricultura, pesca y elaboración de sombreros de paja toquilla. La directiva comunal se encuentra formada por el presidente de la comuna el Sr. Eduardo Pilligua y el presidente de la Asociación de Sombreros Finos de Pile, el Sr. Domingo Carranza, ambos encargados de gestionar todas las actividades en beneficio de la comuna. En Pile, cuna de los sombreros de paja toquilla, los artesanos de la comuna se han dedicado a elaborar a mano los diferentes tipos de sombreros demostrando una técnica impecable al presentar el producto finalizado. La técnica ancestral empleada en la manufacturación de los sombreros de paja toquilla ha sido un legado que ha pasado de generación en generación. “Según historiadores no se tiene datos exactos pero se presume que la elaboración de los sombreros comenzó en los años 3500 AC – 500 AC por las culturas ecuatorianas Valdivia y Chorrera” (Ministerio del Turismo, 2014).

La materia prima de los sombreros de paja toquilla es la “*Carludovica Palmata*”, comúnmente conocida como paja toquilla. La planta es cultivada en provincias de la costa ecuatoriana como en: Santa Elena, Esmeraldas, Manabí y esporádicamente en la provincia de Morona Santiago y sus productos son comercializados a nivel mundial por su exigente demanda en países como: Francia, España, Alemania, Italia, Estados Unidos, Brasil, Argentina y Japón. A nivel nacional es comercializada en distintas provincias pero los puntos más populares de su fabricación y comercialización son Montecristi y Sigsig.

En Diciembre 5 del 2012, el sombrero de paja toquilla mal llamado "Panama Hat" fue reconocido de procedencia Ecuatoriana y declarado por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) como patrimonio cultural inmaterial de la humanidad, ya que detrás del sombrero de paja toquilla existe todo un proceso el cual involucra conocimientos, técnicas ancestrales, identidad y cultura de comunidades costeras Ecuatorianas, que no se ve al momento de la comercialización del producto culminado. Este reconocimiento ha dado al Ecuador y a la comuna de Pile una gran responsabilidad para comprometerse en salvaguardar el valor de este patrimonio cultural.

El Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC) junto a la Refinería del Pacífico Eloy Alfaro, iniciaron un proyecto para mantener viva la tradición y transmitir el conocimiento acerca de la elaboración del sombrero de paja toquilla a las generaciones futuras. Como resultado del proyecto se creó el Centro de Formación Artesanal Pile, en el cual incentivan a las personas de Pile y comunas aledañas a tomar el plan de formación que cuenta con seis fases que se concluyen en dos años. La finalidad de este plan de formación es dar el nombramiento de artesano cualificado en la elaboración del sombrero de paja toquilla. Los maestros oriundos de Pile son quienes enseñan paso a paso la elaboración de tan aclamado sombrero.

Entre otras cosas, existe una ausencia de plataformas tecnológicas para la comercialización de sombreros de paja toquilla en la comunidad de Pile, en la provincia de Manabí. Esta insuficiencia se debe a que hay un conocimiento limitado por parte de los artesanos manabitas acerca de plataformas tecnológicas que ayuden a mejorar sus ventas de sombreros de paja toquilla. A su vez, existe renuencia por parte de muchos micro empresarios artesanos a adoptar nuevas tecnologías porque son diferentes a sus prácticas actuales. Además, muchos micro empresarios cuentan con recursos económicos limitados y no pueden acceder a este tipo de tecnologías.

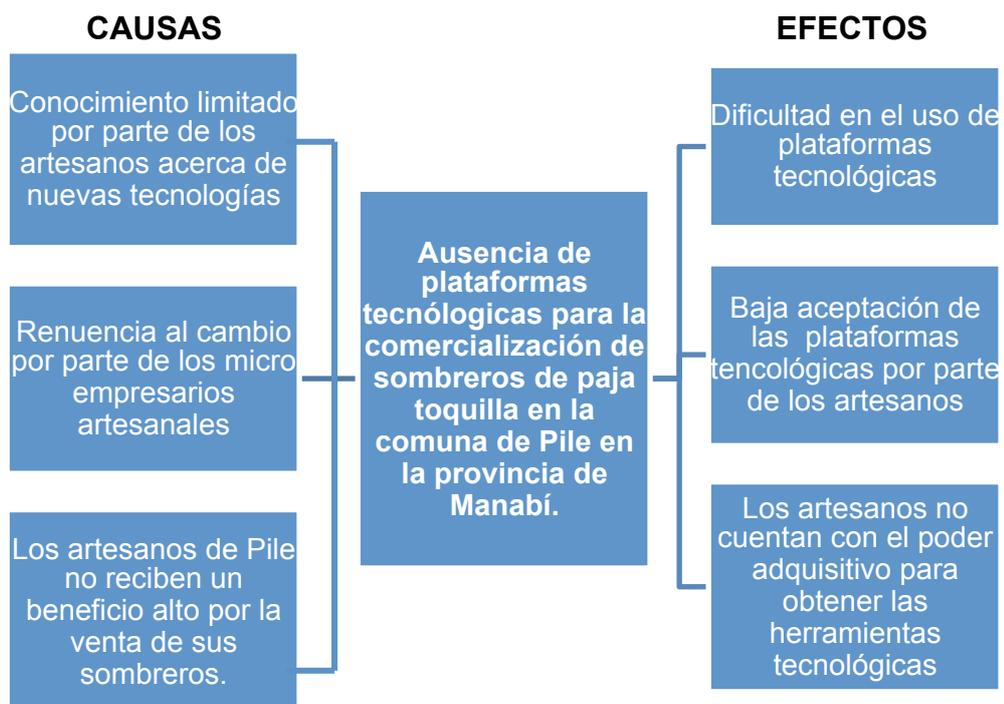
Debido a esta ausencia de herramientas tecnológicas, para muchos artesanos hay una dificultad al momento de usar plataformas tecnológicas también, en su mayor parte en personas adultas, hay una baja aceptación del uso de plataformas tecnológicas y finalmente otro efecto que se ha detectado es de aspecto económico

ya que por no contar con poder adquisitivo para la obtención de implementos como un móvil o una computadora, tienen dificultades para beneficiarse de las tecnologías.

Si esta problemática persiste, Pile y a su vez Manabí podrían estar quedándose atrás en cuanto a avances tecnológicos ya que este mundo globalizado exige mantenerse actualizados en el desarrollo tecnológico. El resultado positivo de poner en marcha este tipo de plataforma tecnológica en la comunidad de Pile sería poder incorporarla en el ámbito de ciudades tecnológicas lo cual representaría un avance para la misma.

Para ayudar a Pile a introducirse en el ámbito tecnológico, se plantea la creación de un diseño de una plataforma tecnológica de comercialización de sombreros de paja toquilla en la provincia de Manabí. Y se considera que las plataformas tecnológicas que dan mejor resultado son aquellas que comercializan productos.

1.1.1. Árbol de problemas



1.2. Definición del Problema

Ausencia de plataformas tecnológicas para la comercialización de sombreros de paja toquilla en la comuna de Pile provincia de Manabí.

1.2.1. Planteamiento del problema

¿Cómo se puede generar beneficios económicos para los micro empresarios artesanales productores de sombreros de paja toquilla de la comuna de Pile mediante el uso de la tecnología?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Desarrollar una plataforma tecnológica enfocada al sector turístico para la comercialización de sombreros de paja toquilla elaborados en la comuna de Pile, provincia de Manabí.

1.3.2. Objetivos específicos

- Levantar una línea base mediante fichas de campo para obtener información acerca de los artesanos en Pile y la demanda potencial de sombreros de paja toquilla.
- Analizar la información obtenida de la línea base, por medio de un esquema organizativo para determinar el contenido del diseño de la plataforma tecnológica.
- Diseñar la estructura de la plataforma tecnológica usando una herramienta de construcción de sitio web para la comercialización de sombreros de paja toquilla.

1.4. Justificación

Con los conocimientos adquiridos en materias como Metodología de la Investigación, Fundamentos del marketing, Formulación y Evaluación de proyectos turísticos, Tourist Product Marketing, Planificación territorial y Manejo de recursos naturales se procederá a realizar el presente proyecto siendo éste el resultado de todo el aprendizaje a lo largo de la carrera de Licenciatura en Turismo.

Para desarrollar el diseño de la plataforma tecnológica se deberá realizar una investigación primaria para poder recopilar información acerca del lugar de estudio (Pile) y las demás variables involucradas en el estudio y además, una investigación secundaria para obtener información acerca del tejido de la paja toquilla. Luego de obtener la información, se procederá a procesarla para su correcto orden y posterior uso en el diseño de la plataforma tecnológica.

Como se mencionó anteriormente, Pile es una comuna muy importante en la historia del tejido de sombreros de paja toquilla en Manabí; sin embargo, los artesanos actualmente no cuentan con las herramientas apropiadas para la comercialización de sus productos. Al ser declarado Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad en el 2012, el tejido tradicional del sombrero ecuatoriano de paja toquilla, el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC) junto con la Refinería del Pacífico Eloy Alfaro crearon el “Centro de transferencia del conocimiento del tejido fino de paja toquilla, formación en oficios tradicionales” también llamado “Centro de Formación Artesanal Pile”, que se ha enfocado en preservar el tejido de sombreros de paja toquilla. Dado este precedente, se considera importante el desarrollo de un proyecto de comercialización de sombreros de paja toquilla en conjunto con una propuesta de desarrollo para los artesanos que se dedican a este arte en Pile.

En el plano económico, el proyecto contribuirá al desarrollo comercial de Pile y generará mayores ingresos para los artesanos microempresarios, ya que por medio de la plataforma tecnológica serán los mayores beneficiarios incrementando sus ventas.

En el ámbito tecnológico, el proyecto se enfoca directamente en el desarrollo de una plataforma tecnológica por lo que representa un progreso para Pile y la provincia de

Manabí en general ya que el desarrollo de la plataforma dará paso al avance tecnológico de Pile y al uso de tecnologías para el desarrollo turístico.

En referencia al carácter cultural, por medio de la página se hace énfasis en el rescate y reconocimiento del tejido de sombreros de paja toquilla como atractivo cultural, por la razón de que el tejido fue declarado Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO.

Con relación al turismo, se planea que el reconocimiento cultural del tejido también de paso al realce de Pile como punto de interés turístico al ser cuna del tejido de sombreros de paja toquilla.

En el ámbito social, para que la comuna de Pile pueda obtener una cadena de comercio justa se busca generar nuevas vías de interacción entre proveedor y comprador. La nueva vía se verá reflejada en la plataforma tecnológica y para que pueda funcionar se deberán contestar las causas y efectos. La plataforma tendrá diseño amigable para el fácil uso de los artesanos que, al ver sus atributos, puedan darse cuenta de los beneficios que les puede generar y así se mostraran abiertos al uso de la plataforma. La plataforma tecnológica contribuirá a que exista una comunicación directa entre los artesanos de Pile y los compradores de sombreros.

1.5. Alcance del estudio

La propuesta del desarrollo de un diseño de una plataforma tecnológica que contribuya a crear nuevos medios de comercialización de los sombreros de paja toquilla se llevará a cabo en la comuna de Pile, provincia de Manabí. La comuna se encuentra ubicada en la Ruta del Spondylus a 30 km de Manta y Montecristi.

1.6. Objeto de Estudio

Los artesanos de Pile no cuentan con un canal de comunicación directo con los potenciales clientes de los sombreros de paja toquilla dado que su forma de venta

es mediante los intermediarios de Montecristi que se encargan de venderlos al cliente final. Esto sucede debido a que en la comuna de Pile no cuentan con la maquinaria adecuada para finalizar el proceso de prensado y esto los lleva a vender sus sombreros en Montecristi.

Dentro de la comuna existe la Asociación artesanal de sombreros finos de Pile, que se encuentra a cargo el señor Domingo Carranza también se encuentra la directiva comunal a cargo del señor Eduardo Pilligua, presidente de la comuna, son los encargados de gestionar toda actividad de desarrollo en beneficio de la comuna de Pile, ellos se han mostrado abiertos al presente proyecto. Los artesanos manufacturan sombreros de paja toquilla de tipos fino y grueso ciertos llegando hasta el estado crudo del sombrero y otros alcanzan a culminar el proceso de prensado el cuál consiste en dar el acabado a los filos del sombrero. El tiempo estimado que tiene la manufacturación del sombrero es de mes y medio para los de tipo grueso y tres meses para los de tipo fino.

Con respecto al uso de tecnología, existen dos únicos puntos disponibles de internet que son La Escuela Básica Fiscal Domingo Balda Sarmiento y el Centro de Formación Artesanal Pile. Actualmente en Pile, al igual que en muchas otras comunidades, no se aprovechan las tecnologías para la comercialización de productos. En ocasiones, esto se debe a que las personas son renuentes o no se cuenta con las herramientas para hacer uso de ellas. Se comprueba que el acceso a internet no es un limitante para el desarrollo del proyecto ya que el Centro de Formación Artesanal Pile, a cargo del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC), se encuentra presto a facilitar el uso de computadoras y de internet a la comuna. La falta de maquinaria para el prensado del sombrero tampoco es una limitación ya que los artesanos podrían llevar sus sombreros en estado crudo a prensar a Montecristi y los comercializarían ya terminados, como lo realizan actualmente ciertos artesanos, aunque no la mayoría.

CAPÍTULO 2.

2. REVISIÓN DE LA LITERATURA

Como base para el presente proyecto, se tomaron en consideración varios documentos de distintos autores en los cuales se identifica la importancia del uso de la tecnología en varias industrias, especialmente la del turismo. Además, se explora las diferentes herramientas que se pueden usar para el desarrollo tecnológico, indica cuáles son los pronósticos para las diferentes plataformas que se han desarrollado en los últimos años y las plataformas que tendrán auge en los siguientes años.

Nuevas tecnologías aplicadas al turismo

La investigación "Internet y sus aplicaciones al sector turístico" (Alonso & Furio, 2006) está enfocada en información general acerca de internet como base de datos, beneficios, riesgos que presenta y el uso por parte de los consumidores y proveedores en el sector turístico. Por medio de internet se ha incrementado la información sobre los productos y la realidad que demanda y exige el mercado, así también como el aumento de la negociación ya que ha abierto puertas a nivel global y ha eliminado intermediarios creando un contacto directo entre el consumidor y el proveedor. El internet está en constante cambio debido a las actualizaciones para mejorar su eficacia al momento de navegar.

Como demuestran Alonso & Furio, el internet y sus aplicaciones enfocadas al sector turístico han obligado a las empresas a competir por los consumidores ofreciendo precios competitivos brindando un mejor servicio y actualizando sus productos como en alojamiento, transporte, restauración, ocio, etc.; el internet ha colaborado en la obtención de grandes éxitos en algunas de ellas ya que ha facilitado el intercambio de información a nivel mundial y ha desarrollado potencialmente los productos turísticos a través de la promoción, distribución, precios y nuevos destinos.

Se puede observar que el documento informa acerca de la importancia del internet en la comercialización de productos y destinos turísticos; además de los constantes

cambios y actualizaciones en tendencias que tanto la oferta como la demanda exigen del mercado dentro de la web. Otra ventaja que indican los autores es la facilidad que brinda la red de forma eficaz para la venta de productos turísticos a nivel mundial, tomando como referencia la investigación se demuestra la oportunidad que tiene la comuna de Pile en hacer uso de la web para la comercialización de los sombreros de paja toquilla ya que las plataformas de comercialización han tenido un crecimiento importante provocando que las empresas turísticas online compitan promocionando nuevos destinos, precios y productos.

Finalmente, la comuna de Pile puede utilizar las ventajas de la web comercializando de manera global los sombreros de paja toquilla, ya que en la actualidad es notoria la importancia y función que el internet tiene en el mercado turístico.

De igual forma, el documento "El papel de la tecnología móvil en el proceso innovador de la empresa turística: Propuesta de un modelo integrado de gestión" (Rodríguez, Gonzalez, & García, 2012) habla de la importancia que la tecnología tiene para el sector turístico. El documento establece que "las empresas turísticas están haciendo uso de nuevas herramientas tecnológicas que les permitan mejorar su innovación y cubrir las necesidades de un perfil de cliente más exigente" (Rodríguez, Gonzalez, & García, 2012). El uso de tecnologías ayuda a que las empresas puedan diferenciarse y dar un valor agregado a sus clientes. Una facilidad del uso de las TICs es que permite procesar grandes cantidades de información y dar una mayor facilidad a sus usuarios.

El documento plantea la teoría de recursos y capacidades que "tiene como objetivo identificar y valorar estratégicamente los recursos y habilidades/capacidades que posee la empresa, o a los que puede acceder, con el fin de establecer ventajas competitivas" (Rodríguez, Gonzalez, & García, 2012). El documento menciona diferentes plataformas del sector turístico que facilitan las actividades que los viajeros realizan en su destino. Además, ofrece un estudio exploratorio acerca de las variables que se deben considerar al momento de desarrollar una plataforma web: el gasto en tecnología móvil, la finalidad concreta que se le da al dispositivo, la

frecuencia de uso y las principales aplicaciones que utilizan estas dos últimas en relación al turismo.

En relación al proyecto, es importante dado que afirma que el uso de herramientas tecnológicas asiste al desarrollo de las empresas turísticas. En Pile se puede aplicar la teoría de recursos y capacidades para identificar las habilidades de los diferentes microempresarios y establecer las ventajas competitivas de cada uno de ellos y generar programas de desarrollo de capacidades. Se puede hacer uso del estudio exploratorio del documento ya que plantea las principales variables que deben ser consideradas al momento de desarrollar una plataforma tecnológica, esto se puede implementar en la metodología del proyecto.

En conclusión, el uso de plataformas tecnológicas da oportunidad a los microempresarios artesanales de Pile de llegar a un mercado más amplio estableciendo sus criterios de ventas lo que provoca que los sombreros de paja toquilla sean adquiridos directamente a los artesanos generando mayores beneficios para la comuna. Además se deben identificar las ventajas competitivas de los artesanos y las variables en relación a los clientes para desarrollar una plataforma que se ajuste a las necesidades tanto de los proveedores como de los clientes.

La web como herramienta de marketing para los recursos turísticos

En el documento “Aplicaciones tecnológicas para la promoción de los recursos turísticos culturales” (Caro, Luque, & Zayas, 2014) los autores expresan que la web ha demostrado estar consolidada como herramienta clave en cualquier proceso relacionado con el turismo como en la promoción, difusión, venta, información, etc. En el ámbito relacionado al turismo cultural, la difusión y promoción por medio del internet, es una temática bastante desarrollada sobre todo en los museos nacionales, tanto por las características que definen a esta tipología de turista como por los bienes que poseen los recursos que lo definen.

Turismo, cultura y NTIC (nuevas tecnologías de la información y comunicación) han generado sinergia de enorme importancia en la actualidad que comprende áreas diversas, sin embargo, si se analiza los temas de la *Conference on Cultural Heritage*

and New Technologies (CHNT) se enfocan principalmente en cuatro áreas: Gestión, Web, GIS y 3D.

Como aporte al presente proyecto, el documento detalla la importancia de la web como mecanismo para la promoción de recursos turísticos culturales. El tejido de los sombreros de paja toquilla elaborados en la comuna de Pile fue declarado como patrimonio cultural inmaterial de la humanidad por la UNESCO; Como ya lo señalan Caro, Luque, & Zayas, la web es una excelente oportunidad para dar a conocer bienes culturales vinculados al turismo. De igual manera muestra la importancia de las TIC para el desarrollo de las mismas.

Concluyendo, se debe hacer uso de la web para lograr promocionar bienes culturales como los sombreros de paja toquilla y así ayudar a los artesanos de Pile a llegar a un mercado más amplio. Mediante la promoción de los sombreros en la plataforma tecnológica se busca subrayar la importancia de este bien cultural y aclarar que Pile es cuna del sombrero de paja toquilla.

Evolución y proyección del desenvolvimiento de las plataformas tecnológicas

Ya que se ha demostrado la importancia de la tecnología en el sector turístico, se exploró la posible evolución que varias plataformas tecnológicas tendrían en el futuro. El documento “El futuro de la intermediación en el sector turístico” (Vallespín & Molinillo, 2014) explora la intermediación en este sector y los cambios que en el 2014 se esperaban que cada tipo de plataforma tecnológica tuvieran. El sector turístico ha sido un referente en cuanto al uso de tecnologías como medios de información o canales de distribución desde la aparición del internet a mediados de los años 90. Existen los intermediarios tradicionales que se han tenido que adaptar al uso de tecnologías para mantenerse en el mercado. Por otro lado, están los nuevos intermediarios electrónicos y entre ellos los ciberintermediarios; éstos son los intermediarios electrónicos como portales de compra colectiva. Además, se han creado nuevas tendencias de distribución y entre ellas el M-commerce. El estudio mide el futuro desenvolvimiento de los intermediarios teniendo en cuenta el desarrollo de las TICs. Entre los portales que se pronosticaba una mejora en

posición, se encontraban los de compra colectiva, páginas webs de proveedores y M-commerce.

Como plantea el documento, la evolución del campo de la intermediación en el sector turístico se ha dado con mucha rapidez en los últimos años y continua en constante cambio. Entre los intermediarios que han surgido en los últimos años y que han ganado más fuerza se encuentran aquellos portales de compra colectiva y M-commerce, ámbitos relacionados con el proyecto ya que la plataforma pretende actuar como intermediaria entre los artesanos de Pile y los compradores de sombreros de paja toquilla alrededor del mundo. Las TICs se encuentran generando tendencias en las cuales las personas no se limitan a obtener información de las plataformas web sino que se ven motivadas a adquirir productos de ellas, esto genera un buen antecedente para el proyecto.

Intermediarios y plataformas tecnológicas que van a ver mejorada su posición		Número de respuestas	Puntuación media	Desviación Estándar
M-Commerce	Actual	53	4,0	1,3
	En un horizonte de 10 años	53	6,2	1,0
	Diferencia de medias		2,2	
Sistemas de reserva a través de televisión interactiva	Actual	50	2,1	1,3
	En un horizonte de 10 años	50	4,2	1,7
	Diferencia de medias		2,1	
Redes sociales	Actual	53	3,6	1,4
	En un horizonte de 10 años	53	5,5	1,5
	Diferencia de medias		1,9	
Metabuscadores	Actual	50	4,5	1,1
	En un horizonte de 10 años	50	6,0	1,2
	Diferencia de medias		1,5	
Páginas webs de los proveedores	Actual	53	4,7	1,4
	En un horizonte de 10 años	53	5,8	1,5
	Diferencia de medias		1,1	

Buscadores	Actual	53	5,5	1,3
	En un horizonte de 10 años	53	6,3	1,1
	Diferencia de medias		0,8	
Agencias de viajes virtuales (OTAs)	Actual	53	5,2	
	En un horizonte de 10 años	53	5,9	
	Diferencia de medias		0,7	
Portales de compra colectiva	Actual	49	4,3	1,4
	En un horizonte de 10 años	49	4,9	1,8
	Diferencia de medias		0,6	
Organizaciones de destino	Actual	52	3,7	1,5
	En un horizonte de 10 años	52	4,1	1,7
	Diferencia de medias		0,4	

Tabla 1: Diferencias en las valoraciones de la contribución de los distintos intermediarios y plataformas tecnológicas según horizonte temporal.¹

En definitiva, como se muestra en la tabla anterior, se comprueba la tendencia en aumento del uso de TICs para la adquisición de productos el cual da cabida a que cada vez más aplicaciones y plataformas tecnológicas incursionen en este ámbito y así los artesanos tengan la oportunidad de vender sus sombreros a precios internacionales obteniendo una mayor rentabilidad.

Las TICs como herramienta de comercialización de productos turísticos

La investigación “La influencia de las TIC en la estructura del sistema de distribución turístico” (Berné, García, García, & Mugica, 2011) se realizó de forma empírica a través de la recolección de información secundaria, opiniones de especialistas y entrevistas realizadas a directivos del sector turístico. En la fase de la metodología emplearon fichas técnicas de encuesta que fueron aplicadas a empresas del sector turístico para saber el nivel de dependencia de las TIC en sus establecimientos. La ficha técnica de la encuesta fue dividida en distintas partes y dirigida a diferentes puntos como: ficha técnica de la encuesta, tipo de asociación, plataformas

¹ (Vallespín & Molinillo, 2014)

tecnológicas utilizadas, experiencia en el uso de las tic, estadísticos básicos de los criterios propuestos y sobre el uso de las TIC y consecuencias, en las que se buscó: información sobre el tipo de intermediario en el sistema, el desarrollo de las TIC en la distribución turística, determinar el grado y los objetivos de utilización de las TIC y las consecuencias derivadas de su uso. Por lo tanto, en los resultados se realizó un análisis descriptivo de la muestra para generar un perfil de los encuestados y se desarrolló un análisis comparado de sus opiniones sobre los cinco criterios básicos de cambio y sus extensiones.

La información adquirida mediante la investigación del documento ha aportado conocimiento acerca de la importancia que tienen las tecnologías de la información y comunicación en la distribución de bienes turísticos. No solo ha guiado en la selección de la metodología y el tipo de fichas que sirven para obtener información necesaria para la elaboración y el desarrollo de la investigación propuesta sino también con el tipo de análisis de resultados que se debe realizar luego de poner en marcha el proyecto.

Como conclusión se demuestra la importancia de la elaboración de fichas técnicas para el desarrollo del proyecto de la creación del diseño de la plataforma tecnológica para la comuna Pile.

Desarrollo de plataformas enfocadas al turismo

En “Desarrollo de aplicaciones móviles enfocadas al turismo en el departamento de Boyacá” (Callejas, Meléndez, & Cortes, 2010) explican la implementación de tecnologías móviles relacionadas con el turismo en el departamento de Boyacá. Se plantean también algunas teorías de cómo abordar la tecnología y las necesidades de los turistas. Los investigadores usaron la metodología del Proceso Unificado Racional (RUP) para desarrollar su análisis; éste se basa en el uso de varias herramientas de programación, desarrollo y administración de aplicaciones y bases de datos. El desarrollo de la aplicación se llevó a cabo en cuatro fases: inicio, elaboración, construcción y transición (como lo plantea la metodología RUP). En la Tabla 2 se muestra la descripción de cada una de las etapas.

Fase	HITO
Fase de Inicio	En esta fase se analizan los requisitos del proyecto, los cuales serán establecidos en el artefacto Visión. Los principales casos de uso serán identificados y se hará un refinamiento del Plan de Desarrollo marcando el final de esta fase.
Fase de elaboración	En esta fase, basada en los requisitos, se desarrolla un prototipo de arquitectura. Al final de esta fase, todos los casos de uso deben estar analizados y diseñados (en el Modelo de Análisis / Diseño). La revisión del prototipo de la arquitectura del sistema marca el final de esta fase.
Fase de Construcción	Durante la fase de construcción se terminan de analizar y diseñar todos los casos de uso, refinando el Modelo de Análisis / Diseño. El producto se construye en base a 2 iteraciones a las cuales se les verificó el correcto funcionamiento. El hito que marca el fin de esta fase es la implantación de la aplicación (alojamiento en el servidor) para iniciar las pruebas.
Fase de Transición	En esta fase se adecua la aplicación según los resultados obtenidos en las pruebas. El hito que marca el fin de esta fase es la entrega del proyecto al comité para su respectiva evaluación.

Tabla 2: Fases del desarrollo del proyecto²

Al seguir las cuatro fases se logra el análisis de los requisitos del proyecto y en base a eso se desarrolla un prototipo que se usa para diseñar todos los atributos de la aplicación y así lograr implantarla. Finalmente se realizan pruebas a la aplicación y se efectúan las adecuaciones necesarias para dar paso a la evaluación final. En el caso de Callejas, Meléndez & Cortes, la aplicación provee información turística del departamento de Boyacá de manera fácil y sencilla usando cuatro módulos: WAP, Localización, Cartografía y Administrador. Los diferentes módulos ofrecen un amplio rango de información que ayudará a los turistas a ubicarse, movilizarse e identificar los principales lugares de interés. El estudio de la tecnología y el desarrollo de aplicaciones "deja un precedente del gran campo de acción que actualmente existe

² (Callejas, Meléndez, & Cortes, 2010)

en el mercado móvil y de los beneficios que se pueden obtener al integrar diversas tecnologías" (Callejas, Meléndez, & Cortes, 2010).

La investigación da una guía para el desarrollo de la metodología del proyecto. El documento explica la metodología RUP, la cual sirve para el desarrollo de aplicaciones. En el proyecto actual, se puede usar esta metodología para el correcto desarrollo de la plataforma tecnológica y así lograr tener éxito luego de las pruebas y evaluación a las cuales se somete la aplicación. Si bien la investigación habla acerca de aplicaciones de información turística del departamento de Boyacá, esta metodología se puede adaptar para el desarrollo de la plataforma tecnológica para Pile. Este documento además plantea que el mercado móvil y el campo tecnológico tienen un gran campo de acción que se debe aprovechar integrando diversas tecnologías.

En conclusión, para el desarrollo de la plataforma tecnológica del presente proyecto, se hará uso de las tres primeras fases de la metodología del Proceso Unificado Racional ya que éstas cubren todos los ámbitos en desarrollo y evaluación que se debe hacer en una herramienta web. Como menciona el documento, el campo tecnológico se puede aprovechar ampliamente ya que cada vez más personas tienen acceso a él.

Los trabajos mencionados anteriormente, forman una base para el presente proyecto que contribuye al correcto desarrollo de la plataforma tecnológica y así aumentar las posibilidades de éxito. Además demuestra que el tema de investigación se basa en un respaldo teórico y fundamentado.

Como resultado final, a través de estos documentos se demuestra la importancia que tienen las TIC para la distribución de productos turísticos ya que el internet es una herramienta que ayuda a ampliar el mercado de manera global llegando con facilidad a los consumidores.

CAPÍTULO 3

3. METODOLOGÍA APLICADA

El presente proyecto aplicó una versión de la metodología de Proceso Unificado Racional (RUP por sus siglas en inglés) adaptada al proyecto. El fin de la metodología RUP “es entregar un producto de software. Se estructura todos los procesos y se mide la eficiencia de la organización. Es un proceso de desarrollo de software el cual utiliza el lenguaje unificado de modelado UML, constituye la metodología estándar más utilizada para el análisis, implementación y documentación de sistemas orientados a objetos. El RUP es un conjunto de metodologías adaptables al contexto y necesidades de cada organización. Describe cómo aplicar enfoques para el desarrollo del software, llevando a cabo unos pasos para su realización. Se centra en la producción y mantenimiento de modelos del sistema.” (Procesos de software, 2016)

La **primera etapa** de la metodología consistió en la realización de un levantamiento de la línea base para obtener información acerca de los artesanos proveedores de sombreros que formarían parte de la base de datos de la plataforma tecnológica y de las preferencias de los potenciales clientes. Esta información sirvió como insumo para el desarrollo de la plataforma tecnológica de comercialización de sombreros de paja toquilla.

La investigación de campo fue exploratoria, ésta se usa cuando se está buscando indicios acerca de la naturaleza general de un problema, las posibles alternativas de decisión y las variables relevantes que necesitan ser consideradas. Existen, por lo general, pocos conocimientos anteriores sobre el problema. En este caso, había poco conocimiento acerca de la comercialización de productos artesanales mediante plataformas tecnológicas, y aún más desconocimiento acerca del uso de tecnología por parte de micro empresarios en pequeñas comunas.

Para obtener información de los artesanos se usó una ficha de campo la cual se encuentra en el Anexo 1. La ficha se compone de las observaciones realizadas en las visitas de campo, incluye información importante acerca de los artesanos y sus productos. Esta información sirvió para crear una plataforma tecnológica, enfocada al sector turístico, que se adapte a las necesidades de los artesanos.

Para obtener información de los potenciales clientes, se realizó un muestreo usando el método de bola de nieve y se aplicó una encuesta que se encuentra en el Anexo 2. El valor de la muestra se lo obtuvo usando la fórmula de muestra para población infinita dado que pese a tener un mercado objetivo delimitado, no se sabe el número exacto de elementos que la conforman. Se usó un margen de error del 7% y un nivel de confianza del 93%. Al aplicar a fórmula se obtuvo un resultado de 167 encuestas.

La encuesta se encargó de levantar información acerca de los hábitos de compra online, los atributos que les gustaría encontrar en la plataforma, las diferentes facilidades de pago y posibles nombres para la plataforma. La recolección de la información se realizó vía internet utilizando Google Form que también sirvió para el análisis y presentación de los resultados.

La **segunda etapa** fue el análisis de la información para hacer los perfiles de los artesanos proveedores de los productos turísticos.

La **tercera etapa** consistió en el desarrollo del diseño de la plataforma tecnológica. En esta etapa se usó la metodología RUP, tomando en cuenta tres de sus cuatro fases. Además se usó Wix (diseñador de páginas web) como apoyo para el desarrollo del diseño. Luego de haber realizado la investigación de páginas similares y hacer un *Benchmarking* se definió que Wix era la mejor opción para la plataforma ya que se ajusta a las necesidades del proyecto. Así mismo se utilizó Adobe Photoshop, imágenes incorporadas de Google, fotografías obtenidas de la investigación primaria, la investigación de mercado que dio paso a las diferentes características de la plataforma y un *Plugin* de comercialización.

1. En la primera fase (inicial) se realizará el modelamiento del negocio. Los productos de esta fase son: documento de visión, plan de desarrollo del software y entorno de trabajo.

2. La segunda fase (elaboración) consistirá en el análisis y diseño de la plataforma. Los productos de esta fase son: modelo del análisis, diseño de interfaces, plantillas y prototipo.
3. La tercera fase (construcción) consistirá en la implementación y prueba del prototipo desarrollado. Los productos de esta fase son: modelo de componentes y el prototipo final de la plataforma.

Con la metodología antes mencionada, se desarrollará el diseño de la plataforma tecnológica la cual tiene como propósito incentivar la comercialización de productos turísticos enfocados en la mercantilización de sombreros de paja toquilla de la comuna Pile.

CAPÍTULO 4

4. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

En el levantamiento de línea base se obtuvo información tanto de los artesanos como de los potenciales clientes.

Por medio del levantamiento de línea base usando la herramienta 1, las fichas de campo, en la comuna de Pile se pudo recolectar datos de 8 artesanos que han dedicado años a la elaboración de sombreros de paja toquilla. Los datos servirán para la creación del diseño de la plataforma tecnológica, el tipo de información que se recaudó fue acerca de: tipo de sombreros, años de experiencia, nombre de los artesanos y precios de venta. A continuación se presenta la información levantada en las fichas dirigidas a los artesanos.

Nombre	Sexo	Lugar de nacimiento	Experiencia	Tipo de sombrero	Precio	Tiempo de elaboración
Eduardo Pilligua	M	Pile	30 años	Fino	300	3 meses
				Grueso	100	1 mes
Domingo Carranza	M	Pile	37 años	Fino	500 - 600	2 – 3 meses
Gisella Espinal	F	Pile	14 años	Fino	300	3 – 4 meses
				Grueso	90	1 – 2 meses
Joana Espinal	F	Pile	15 años	Fino	200	3 meses
				Grueso	80	1 ½ meses
Montserrat Pilligua	F	Pile	30 años	Fino	200	3 meses
				Grueso	80	1 ½ meses

Caterine Delgado	F	Manta	3 años	Grueso	80	1 mes
Rosa Alarcón	F	Pile	60 años	Grueso	100	3 – 4 meses
Narcisa Espinal	F	Pile	20 años	Grueso	80 - 90	2 – 3 meses
Evelina Triviño	F	Pile	54 años	Grueso	150	1 mes

Tabla 3: Datos de los artesanos de Pile

En cuanto a la venta de los sombreros, solo el Sr. Domingo Carranza los vende terminados mientras que los otros artesanos actualmente los venden en estado crudo. Esta diferencia es la que genera las variaciones en el precio de venta. En Pile solo se manufacturan sombreros blancos, el color natural de la paja toquilla.

Seguidamente se presentan los resultados obtenidos mediante la herramienta 2, las 160 encuestas realizadas. La primera pregunta fue una de tipo filtro, para identificar las personas que realizan compras por internet. Se obtuvieron 102 respuestas afirmativas y 58 negativas, razón por la cual, las siguientes preguntas fueron contestadas solo por 102 personas.

Ya que el objetivo principal de la encuesta era obtener información de los potenciales clientes acerca de los atributos que les gustaría encontrar en la plataforma mas no identificar el mercado objetivo, se omitieron las preguntas de edad y sexo. La información recopilada mediante esta herramienta era exclusivamente para poder realizar el diseño.

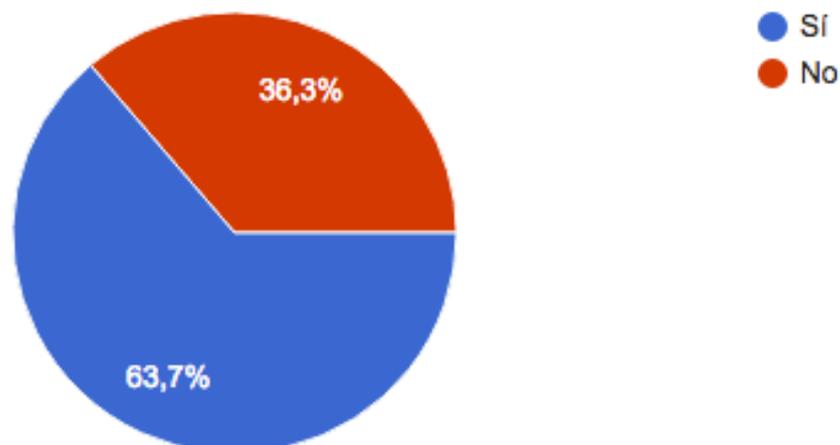


Ilustración 1. Tendencia a realizar compras por internet

El resultado obtenido de la encuesta mostró que un 63,7% de las personas encuestadas sí realizan compras por internet a diferencia del 36,3% que dieron una respuesta negativa.

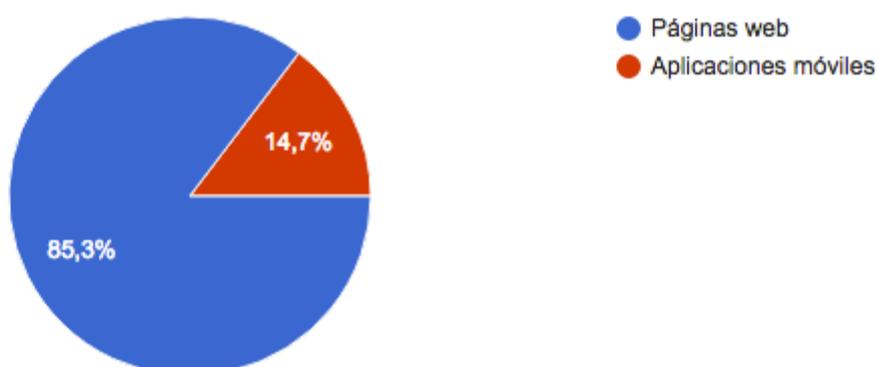


Ilustración 2. Medios de compra online

El resultado arrojado fue de un 85,3% de personas encuestadas compran en páginas web y un 14,7% compran mediante aplicaciones móviles.

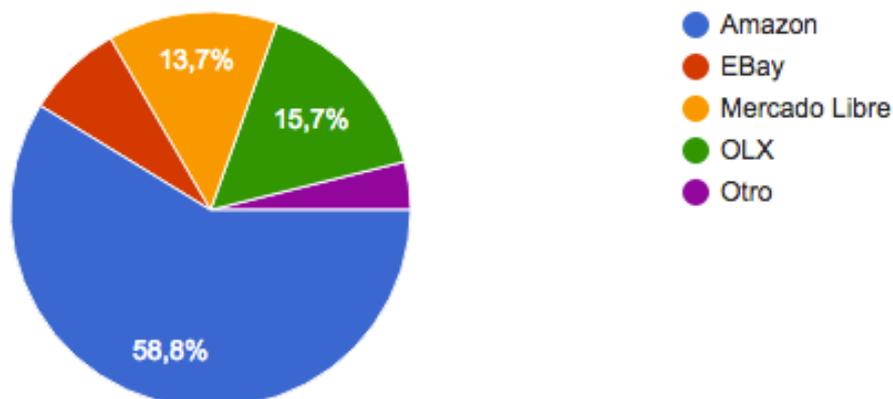


Ilustración 3. Tiendas online con mayor aceptación

Según los datos obtenidos un 58,8% compran por Amazon siendo el más usado, luego un 15,7% por OLX; otro 13,7% en Mercado Libre; un 7,8% Ebay y un pequeño porcentaje en otras plataformas como Walmart, AliExpress, Supercines y tiendas de ropa.

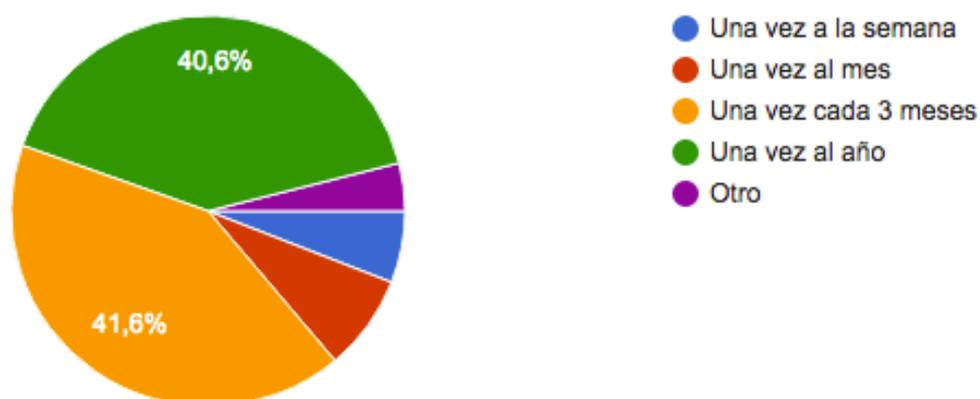


Ilustración 4. Frecuencia de compra online

En cuanto a la frecuencia con la cual compran en plataformas web, un 41,6% compran una vez cada tres meses, un 40,6% una vez al año, un 7,9% una vez al mes, un 5,9% una vez a la semana y un 4% en otros periodos como dos o tres veces al año.

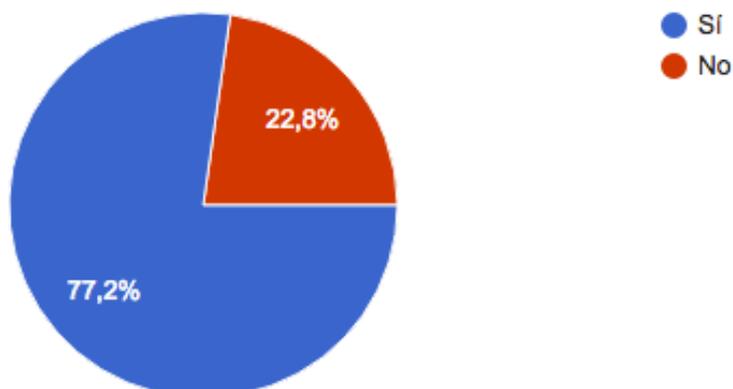


Ilustración 5. Aceptación del concepto de la plataforma web

Al preguntar acerca de si comprarían sombreros de paja toquilla a través de una página web y manteniendo un contacto directo con los artesanos que los fabrican, se obtuvo una respuesta positiva del 77,2% de los encuestados y tan solo un 22,8% no mostró interés. Este resultado muestra que una plataforma como la que se propone en el presente trabajo sí tendría aceptación y podría generar una buena rentabilidad.

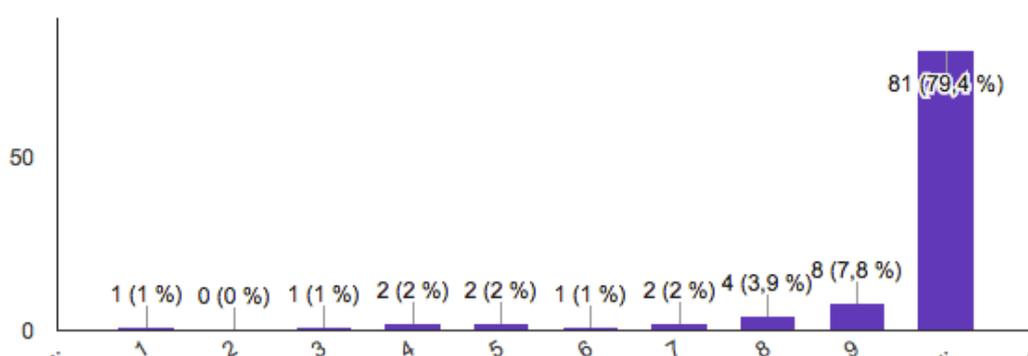


Ilustración 6. Importancia de la seguridad informática

Con respecto a la seguridad informática, alrededor del 90% de los encuestados consideran que es de vital importancia, dándole una ponderación de 8 puntos sobre 10 o más.

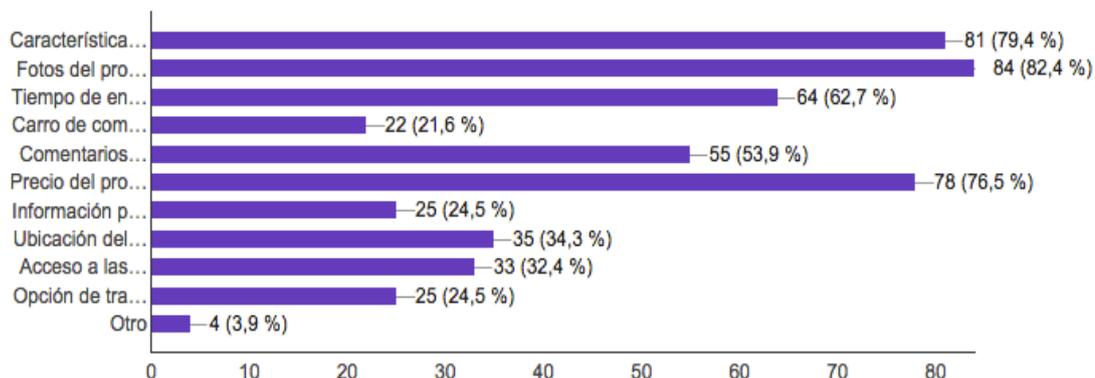


Ilustración 7. Atributos de la plataforma tecnológica

Los atributos con mayor aceptación fueron fotos del producto, características específicas del producto, precio del producto, tiempo de entrega y comentarios. Estos atributos se ubicarán en el diseño de la plataforma tecnológica.

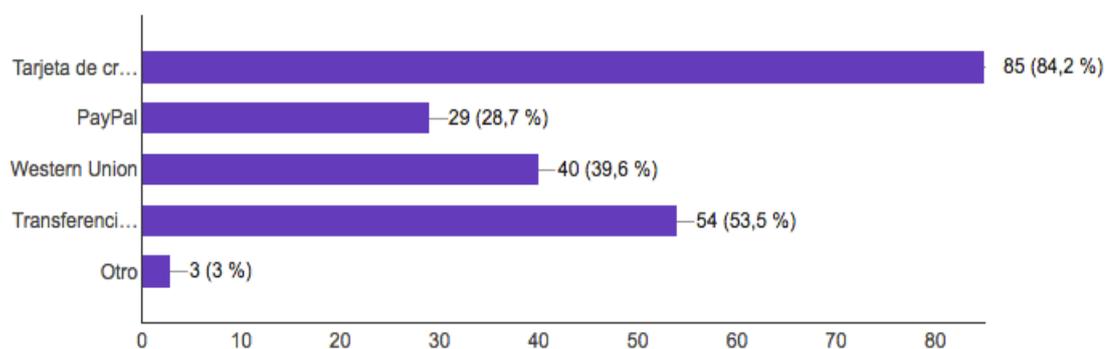


Ilustración 8. Tipos de pago

El 84,2% de los encuestados mostraron agrado por el tipo de pago con tarjeta de crédito, un 53,5% por medio de transferencia bancaria, el 39,6% mediante Western Union, el 28,7% por Paypal y un mínimo del 3% señaló que le gustaría pagar por medio de una tarjeta de débito.

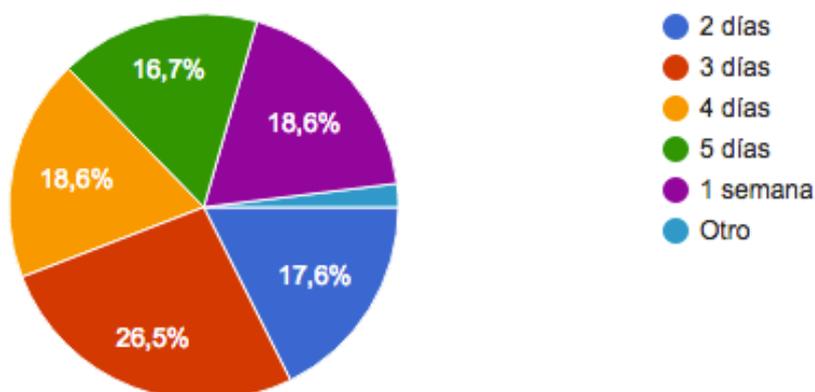


Ilustración 9. Tiempo de espera a nivel nacional

El 26,5% de las personas encuestadas están dispuestos a esperar 3 días por la entrega del producto a nivel nacional, un 18,6% están dispuestos a esperar 4 días, el 18,6% muestra que es posible esperar 1 semana, el 17,6% marcaron la posibilidad de esperar dos días, un 16,7% de personas encuestadas se muestran pacientes al esperar 5 días y el mínimo del 2% están dispuestos a esperar dependiendo de donde se encuentren.

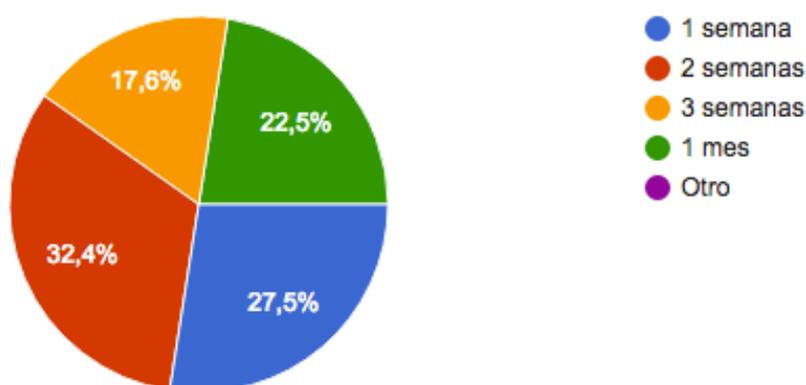


Ilustración 10. Tiempo de espera a nivel internacional

El 32,4% de las personas encuestadas están dispuestos a esperar 2 semanas por la entrega del producto a nivel internacional, un 27,5% están dispuestos a esperar 1 semana, el 22,5% muestra que es posible esperar 1 mes y el 17,6% marcaron la posibilidad de esperar 3 semanas.

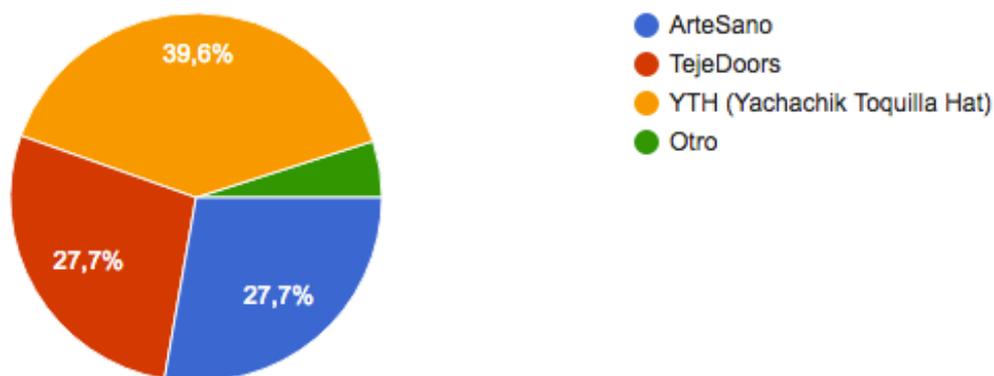


Ilustración 11. Sugerencias de nombres para la plataforma

Gracias a las personas encuestadas se definió el nombre con el que se presentará el diseño de la plataforma tecnológica el cual es Yachachik Toquilla Hat que significa Maestro del Sombrero de Toquilla con el 39,6% de los votantes dejando atrás a las otras opciones como Artesano y TejeDoors.

En resumen, los resultados de la investigación muestran que el producto turístico desarrollado en Pile tiene potencial para ser comercializado por los artesanos a un mercado nacional e internacional. Además, se evidenció que un medio efectivo para lograr esta comercialización sería mediante el uso de una plataforma web que sea un canal de comunicación directo entre los artesanos y los clientes.

CAPÍTULO 5

5. PROPUESTA

A continuación se presenta la propuesta basada en los resultados de la investigación de campo. La siguiente tabla presenta una visión general de los atributos con las que contará el diseño de la plataforma de comercialización de sombreros de paja toquilla en la comuna de Pile:

Atributo	Sí	No
Características específicas del producto	✓	
Fotos del producto	✓	
Tiempo de entrega	✓	
Carro de compras		✓
Comentarios o calificaciones de otros usuarios	✓	
Precio del producto	✓	
Información personal acerca de los compradores y/o vendedores		✓
Ubicación del artesano (Google Maps)		✓
Acceso a las redes sociales de la plataforma web	✓	
Opción de traducción		✓
Pago con tarjeta de crédito	✓	
Transferencia bancaria	✓	
Western Union		✓
PayPal		✓
ArteSano		✓
TejeDoors		✓
YTH (Yachachik Toquilla Hat)	✓	

Tabla 4: Atributos del diseño de la plataforma

Para empezar, en la portada del diseño de la plataforma realizada en WIX se puede observar en la parte superior izquierda la opción de registro e inicio de sesión para los potenciales clientes. También muestra en el centro el imago tipo conformado por la imagen de un sombrero y el nombre Yachachik Toquilla Hat (YTH) que significa maestro del sombrero de toquilla resultado del análisis de mercado. Hacia la parte derecha del imago tipo se encuentra un carro de compras que por los datos arrojados del análisis no se determinó necesario pero a fin de que se pueda realizar la simulación de compra se lo ubicó.

Los atributos de tarjeta de crédito y de finalizar la compra tras realizar el pago no fueron posibles porque los *gadgets* o *plugins* no son gratuitos, pese a esto se pudo realizar una simulación para la transferencia bancaria. Además, se insertó la opción de ver la plataforma en inglés para que pueda ser usada por clientes extranjeros.

El menú se encuentra bajo el imago tipo con cuatro opciones en las cuales se hallan datos sobre la finalidad que tiene la elaboración de la plataforma, información de los artesanos recopilada mediante las fichas de campo en las visitas realizadas, el medio de contacto para comunicarse con los administradores de la página e imágenes de la comuna las cuales en su mayoría fueron tomadas por los desarrolladores del proyecto durante la investigación de campo y una pequeña cantidad obtenidas de Google. Finalmente en la parte inferior derecha se adhirieron redes sociales como Youtube, Facebook, Instagram y Google+ para crear un sistema de difusión más amplio.

A consecuencia de la información otorgada se presentan imágenes del diseño de la plataforma elaborada enfocada al sector turístico para la comercialización de sombreros de paja toquilla de la comuna de Pile:



Ilustración 12. Portada del diseño de la plataforma

Como se dijo anteriormente, el contenido “Nosotros” es la meta a la cuál se desea llegar con la elaboración del proyecto la que es: “Somos una compañía ecuatoriana que busca resaltar la importancia y el valor de los sombreros de paja toquilla de la comuna Pile de la provincia de Manabí ya que es la cuna de tan aclamado sombrero. Éste fue declarado patrimonio cultural inmaterial de la humanidad por la Unesco debido a todo el proceso que existe detrás de este arte ancestral que ha venido pasando de generación en generación.

Yachachik Toquilla Hat (YTH) desea fomentar una cadena de valor justa y honesta para los artesanos quienes fabrican los sombreros. Por esta razón nace la plataforma de comercialización, buscando llegar a un mercado nacional e internacional para presentar los sombreros de paja toquilla elaborados 100% en

Ecuador dándole beneficio directo a los artesanos de la comuna Pile.” Esto se muestra en la siguiente imagen.



Ilustración 13. Finalidad del diseño de la plataforma

En la siguiente sección, Artesanos, se puede observar fotos de los artesanos quienes elaboran los sombreros de paja toquilla. Ellos han dedicado varios años de su vida a esta ardua labor y han conseguido hacer de ésta todo un arte. Esto se muestra en la siguiente imagen.



Ilustración 14. Artesanos y sus productos

Como se puede notar, al lado de cada nombre se encuentra un botón con un lápiz que conduce a los comentarios que los clientes dejan a cada uno de los artesanos. Este botón lleva a una página independiente para cada artesano en la cual las personas pueden enviar comentarios públicos acerca de cada uno de ellos. Esto se muestra en la siguiente imagen.

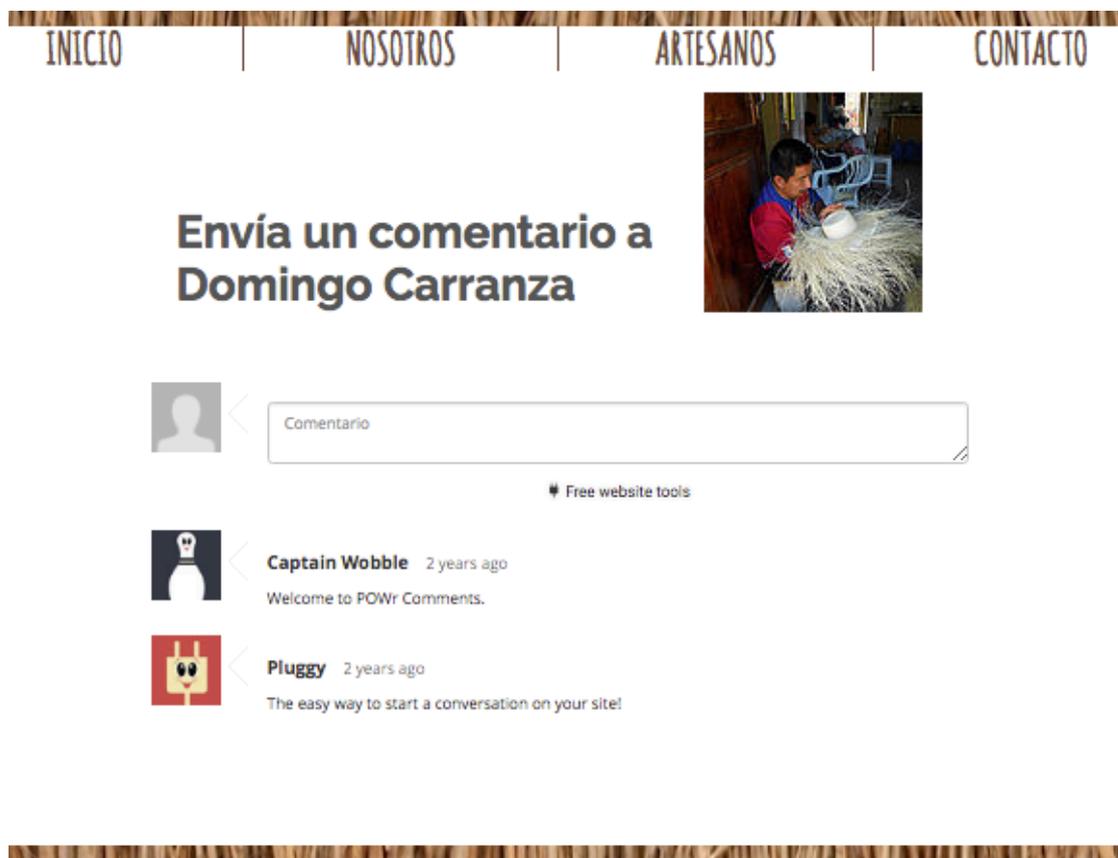


Ilustración 15. Comentarios públicos de los clientes

Como se puede observar en la imagen anterior, cada artesano tendrá un espacio para comentarios con su nombre y foto donde los potenciales compradores pueden hacer preguntas o donde los clientes que ya adquirieron sus sombreros pueden compartir su experiencia y dar una reseña acerca de su compra.

Así mismo en la parte superior de la imagen de cada artesano se encuentra la opción "Tienda", aquí se puede ver qué tipo de sombrero elabora cada artesano. Entre los tipos de sombreros se encuentran:

- Finos

Su elaboración es más compleja, dura alrededor de 3 meses y el resultado es impresionante ya que logran crear solo con sus dedos un sombrero perfectamente liso con acabados impecables gracias a la técnica ancestral que han practicado por mucho tiempo.

- Gruesos

Son más fáciles de hacer, su tiempo de elaboración es alrededor de 1 mes y medio y el resultado también es de calidad pero se puede notar la diferencia por el hilar de la paja toquilla.

A continuación se presenta una explicación acompañada de capturas de pantalla de la plataforma de un ejemplo del proceso que debe seguir el potencial cliente cuando va a efectuar la compra de algún sombrero:

- 1) Se debe elegir al artesano a quien va a comprar el sombrero, dando click en la parte superior de la foto donde indica "Tienda".



Ilustración 16. Selección del artesano

- 2) Se abrirá otra sección que va a mostrar qué tipos de sombreros vende el artesano de Pile, en este caso es solo sombreros finos.



Ilustración 17. Tipo de sombrero

- 3) Una vez seleccionado, el potencial cliente podrá observar la descripción del producto, el valor, las redes sociales, la opción de elegir la cantidad que desea comprar y el botón de "Agregar al carrito".

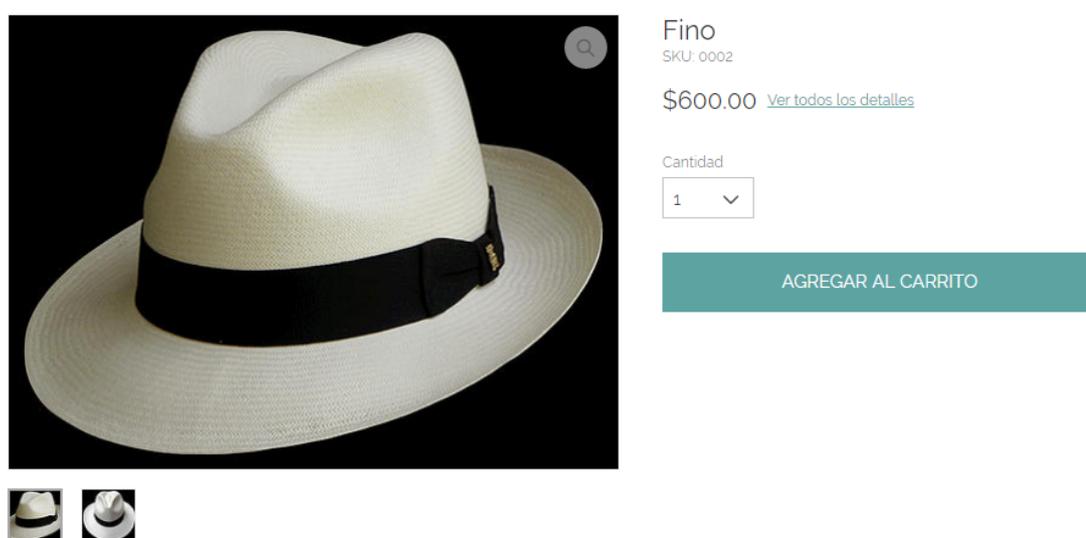


Ilustración 18. Características del sombrero

- 4) Luego de dar clic en “Agregar al carrito” se abrirá a un costado de la página “Ver carrito” aquí el comprador tendrá la facultad de poder observar cuántos productos contiene la compra que va a realizar.

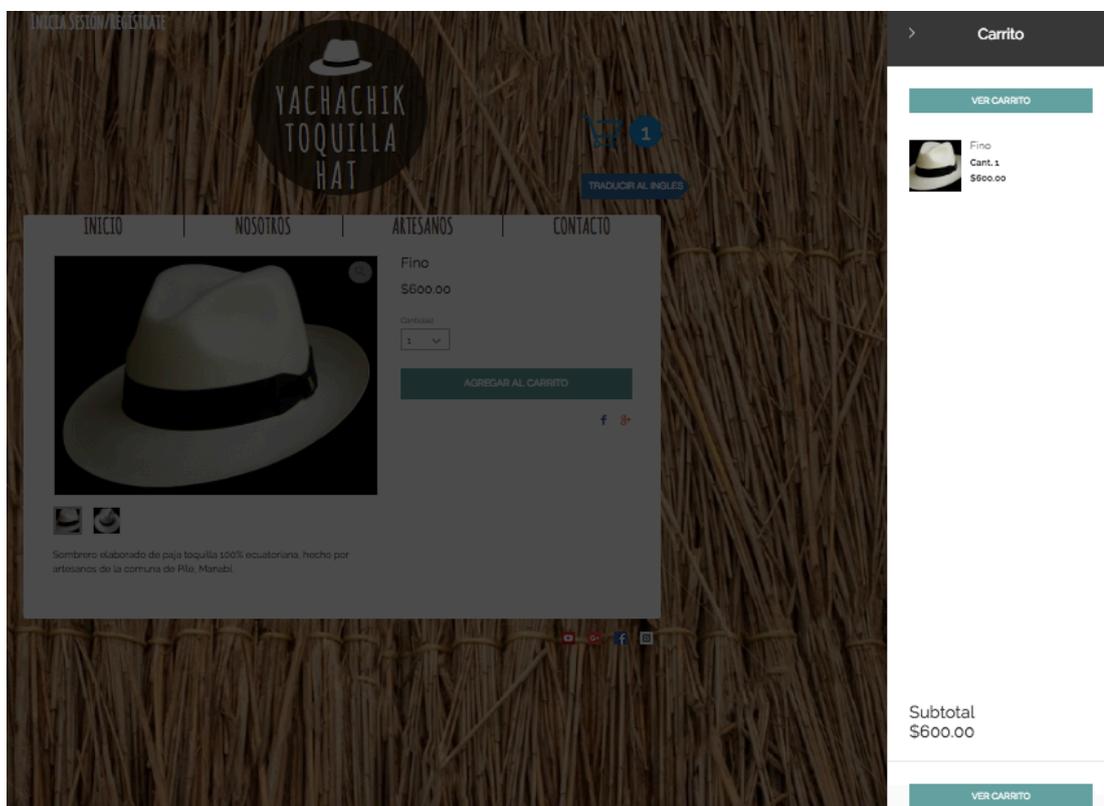


Ilustración 19. Selección del sombrero

- 5) Aquí el potencial cliente logrará una comunicación directa con el artesano sobre el producto antes de realizar la compra mediante la opción de “Diálogo con el Artesano”, después de aclarar sus dudas el cliente confirmará la cantidad de su compra y culminará dando click en “Finalizar compra”.

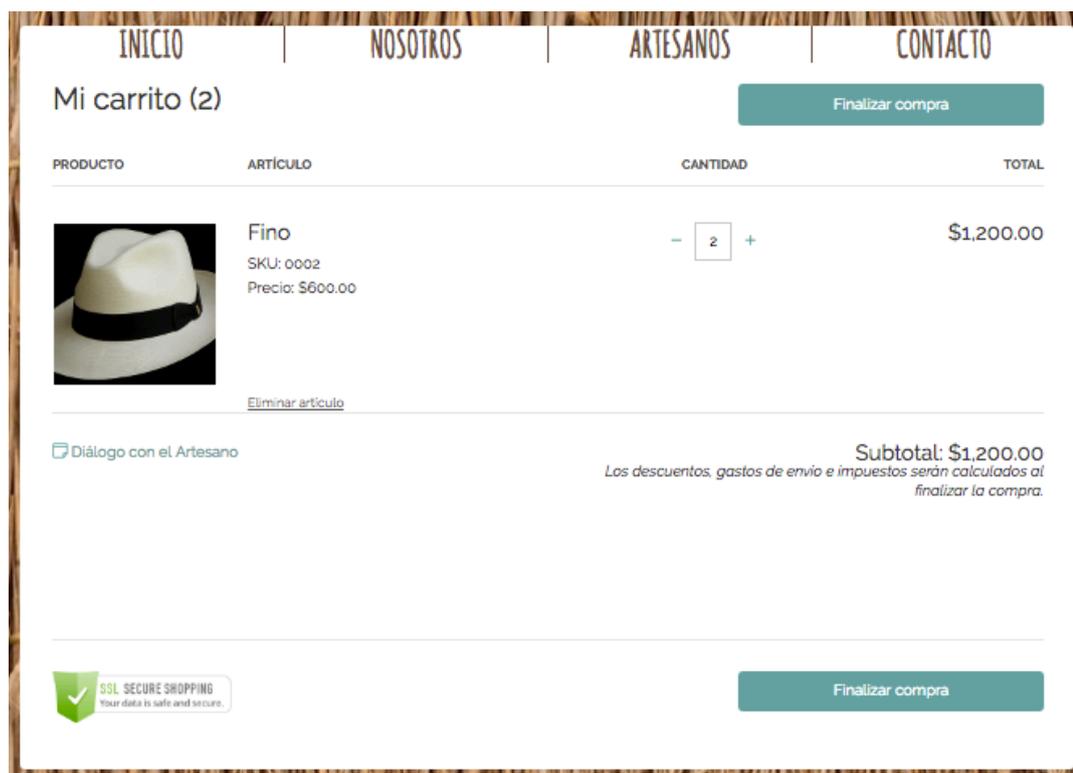


Ilustración 20. Confirmación de compra

- 6) Finalmente se abrirá la página de agradecimiento personalizada con el nombre del cliente mostrándole un resumen de su compra.

¡GRACIAS POR TU COMPRA BUYER NAME!

Esperamos volver a verte pronto.

RESUMEN

	Tu número de pedido:	10000
	Costo total:	\$10.00
	Enviado a:	Buyer Name, Address City, Nueva York, Zip, Estados Unidos

Ilustración 21. Agradecimiento y resumen de compra

Puesto que el presente proyecto tiene como finalidad la propuesta del diseño de una plataforma de comercialización, existen *plugins* o *gadgets* específicos que son importantes para la realización efectiva de una plataforma de este tipo, pero están fuera del alcance por motivos de que la adquisición no es gratuita y las comercializan por medio de licencias anuales. Sin embargo a continuación se presentan diferentes medios de pago como tarjetas de crédito, transferencias bancarias, etc. y políticas de compra nacionales e internacionales que se podrían implementar en la plataforma.

La siguiente imagen muestra que se puede dar la opción de pago con tarjeta de crédito, el medio más común entre las compras online.

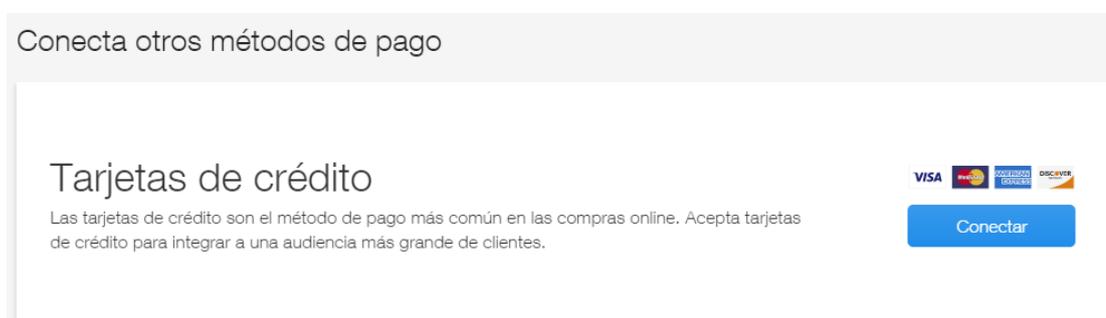


Ilustración 22. Métodos de pago

WIX presenta un método de pago fuera de línea, esto significa que el artesano de Pile puede llegar a un acuerdo con su potencial cliente dándole instrucciones de pago y hacer uso de bancos por medio de transferencias bancarias y empresas como Western Union que brindan servicios financieros y de comunicación.

✓ Pago Offline



Acepta pagos offline



Características y beneficios

- ✓ Recibe pedidos mientras se van haciendo y establece los métodos de pago offline.
- ✓ Ofrece a tus clientes instrucciones de pago que verán durante el proceso de finalizar la compra y en el mail de confirmación del pedido.

Da a tus clientes algunas instrucciones sobre cómo completar su compra usando el método de pago offline.

B	I	U	%	☰	☷
<p>Transferencia Bancaria</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nombre: Domingo Carranza • Cuenta: Ahorro () Crédito (✓) • Número: 13423420635-9 • Banco del Pichincha 					

Ilustración 23. Método de Pago Offline

La imagen anterior muestra cómo se programa los datos para que se presenten los medios de pago offline.

A continuación, se muestran las normas de envíos e impuestos para los compradores tanto nacionales como internacionales. Dentro de éstas, se encuentran los plazos de entrega los cuales se ajustan a los resultados obtenidos en la investigación de campo, las tarifas por envío, los impuestos vigentes a nivel nacional e internacional y por último la comisión de la plataforma que es del 3%.

Normas de envíos e impuestos

Crea o edita las regiones a las que tu tienda ofrece productos o servicios. Luego, elige el método de envío y tarifas de impuestos que deseas aplicar en cada región.

 **Nacional**
Ecuador

Tarifa plana (\$10.00) Impuesto agregado [Editar](#)

Elige los destinos

Nombre

Elige un método de envío

Titulo de la opción de envío Tiempo de entrega estimado (opcional) Tarifa

Agrega un impuesto de tramitación para cada pedido

Impuesto

Sin impuesto

Mismo impuesto para la región entera %

Diferentes impuestos en la región

Ilustración 24. Normas de envíos e impuestos a nivel nacional

Normas de envíos e impuestos

Crea o edita las regiones a las que tu tienda ofrece productos o servicios. Luego, elige el método de envío y tarifas de impuestos que deseas aplicar en cada región.

 **Internacional**
El Resto del Mundo

Tarifa plana (\$30.00) Impuesto agregado [Editar](#)

Elige los destinos ⌵ Nombre ⌵

Elige un método de envío ⌵

Título de la opción de envío ⌵ Tiempo de entrega estimado (opcional) Tarifa

[+ Agrega una opción de envío](#)

Agrega un impuesto de tramitación para cada pedido ⌵

Impuesto

Sin impuesto

Mismo impuesto para la región entera %

Diferentes impuestos en la región

Ilustración 25. Normas de envíos e impuestos a nivel internacional

Por último, se presenta la opción de contacto con los administradores de la plataforma.

INICIA SESIÓN/REGÍSTRATE

YACHACHIK
TOQUILLA
HAT

TRADUCIR AL INGLÉS

INICIO | NOSOTROS | ARTESANOS | CONTACTO

CONTACTO

YTH.ECUADOR@GMAIL.COM

NOMBRE

EMAIL

CIUDAD Y PAIS

ASUNTO

MENSAJE

ENVIAR

YouTube, Google+, Facebook, Instagram icons

Ilustración 26. Comunicación con los administradores de la plataforma

Como muestra la imagen anterior, se ofrece un formulario donde los usuarios de la plataforma podrán ingresar sus datos y enviar cualquier duda, queja o sugerencia para la plataforma.

Para culminar se invita a visitar el diseño de la plataforma y su contenido en las redes sociales tanto en español como en inglés en sus siguientes URL:

- Versión en español: <http://ythecuador.wixsite.com/inicio>
- Versión en inglés: <http://ythecuador.wixsite.com/home>

Conclusiones

Finalmente, con el levantamiento de la línea base, se obtuvo información acerca de cómo los artesanos de Pile aprovechan su potencial y los recursos para elaborar sombreros de paja toquilla de alta calidad. Sin embargo, por no tener medios directos de comercialización, no obtienen las ganancias que deberían tener ya que son quienes elaboran el producto. La ausencia de medios de comercialización provoca que los artesanos recurran a los comerciantes de Montecristi quienes se aprovechan de la situación y venden los sombreros dos y hasta tres veces más caros del precio al que los consiguen.

La creación del diseño de la plataforma tecnológica permitirá una comunicación directa entre los artesanos y los potenciales compradores, dejando hasta cierto punto a los intermediarios a un lado. Aunque la plataforma YTH también es un intermediario, el artesano decidirá el precio al cual quiere vender sus sombreros tomando en cuenta la comisión que debe dar a YTH, esto da a los artesanos una mayor autonomía e independencia para decidir sus condiciones de venta.

Si bien es cierto la finalidad del proyecto es generar beneficios económicos para los artesanos mediante el uso de tecnologías por medio de la comercialización en la web respondiendo así a nuestro planteamiento del problema también busca recalcar la importancia que tiene la elaboración del sombrero de paja toquilla manufacturado por los artesanos de la comuna de Pile como producto turístico estrella que tiene Ecuador. Así mismo acentuar la razón por la que la UNESCO declaró al sombrero de paja toquilla como patrimonio cultural inmaterial de la humanidad y reconoció que su origen es ecuatoriano. Además, dar a conocer que la cuna donde se inició el tejido de los sombreros de paja toquilla en el Ecuador se encuentra en Manabí concretamente en una pequeña comuna llamada Pile de gente muy alegre, respetuosa y sencilla. Gracias a ellos se ha mantenido la técnica ancestral de la elaboración de los sombreros ya que en la mayoría de los casos es su fuente de trabajo.

Se espera que el desarrollo de este proyecto sea beneficioso para la comuna de Pile y que sirva de ejemplo para que se incorpore el uso de tecnología para la

generación de nuevos canales de comercialización y comunicación. De esta manera, se aprovecha la creciente tendencia del uso de la web para realizar compras.

Tras el análisis de la información se pudo determinar que aunque Pile es el foco inicial del proyecto, si la plataforma tiene éxito, se puede ampliar a una gran cantidad de artesanos de todo el país o incluso de otros territorios.

Se anhela que mediante toda la información brindada en este proyecto, los ecuatorianos den una verdadera envergadura al valor que tiene este producto turístico ya que siempre debemos elegir y apreciar los productos hechos en Ecuador. Por el mismo motivo que conocemos la realidad del país sabemos que trabajar exige un gran esfuerzo humano y éste debe ser valorado primero por los ecuatorianos.

Recomendaciones

Como resultado de la observación realizada en Pile, se recomienda la compra de la maquina prensadora para dar el acabado a los sombreros de paja toquilla en la comuna de Pile ya que representaría menos gastos para el artesano en viáticos.

De igual forma, aunque el acceso a internet no es un limitante dado que el Centro de Formación Artesanal del INPC mostró su intención de apoyar a los artesanos, se debe realizar una gestión estricta y rigurosa para poder obtener conexión a internet para toda la comuna de Pile ya que esto facilitaría aún más las ventas online de los sombreros de paja toquilla.

Analizando las estrategias de venta, se recomienda establecer precios de venta estandarizados para los sombreros entre los artesanos de la comuna de Pile para que sus ganancias no sean menores a las esperadas y puedan sobrepasar sus expectativas.

Con respecto al diseño de la plataforma, es importante la adquisición de un dominio oficial ya que para el cliente esto muestra seguridad y seriedad por parte de la empresa. Además, se debería mantener la búsqueda de nuevas redes sociales de mayor acogida para ampliar la difusión y poder ubicarse en el mercado online, esto debería ir acompañado de fotos de calidad profesional de los productos para que sean más llamativos para los potenciales clientes así como, mantener y posicionar el imago tipo de la plataforma para que los potenciales clientes puedan reconocer fácilmente el origen y lo relacionen con la calidad con la que están elaborados los sombreros de paja toquilla.

En relación con las ideas anteriores, para el correcto uso de los medios de comercialización online, en la plataforma se recomienda hacer uso de *gadgets* o *plugins* como Multivendor Market Place, Google Translate, etc. que se pueden conseguir fácilmente pero se debe tener en cuenta las características de la plataforma para que los *gadgets* o *plugins* se acoplen. Las licencias de las herramientas son vendidas anualmente y su valor oscila entre \$480 y \$700.

Por otro lado, informar a la comuna sobre la propuesta de este proyecto para que sea debidamente estudiado y analizado para que así los aspectos positivos y

negativos sean determinados por los artesanos de Pile para desarrollar la plataforma tecnológica enfocada al sector turístico para la comercialización de sombreros de paja toquilla.

Finalmente, se debe mantener la constante revisión de la plataforma e ir mejorando paulatinamente ya que la tecnología es muy cambiante.

Bibliografía

- Alonso, M., & Furio, E. (24 de 12 de 2006). *Internet y sus aplicaciones al sector turístico*. Retrieved 17 de 06 de 2016 from HAL archives-ouvertes: <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00119439>
- Berné, C., García, M., García, M., & Mugica, J. (2011). La influencia de las TIC en la estructura del sistema de distribución turístico. *Cuadernos de Turismo* (28), 9-22.
- Callejas, M., Meléndez, L., & Cortes, A. (2010). Desarrollo de aplicaciones móviles enfocadas al turismo en el departamento de Boyacá. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte* , 166-178.
- Camacho, G. (28 de 12 de 2010). *Como citar imágenes según el estilo APA*. From Biblioinstrucción: <http://biblioinstruccion.blogspot.com/2010/12/como-citar-imagenes-segun-el-estilo-apa.html>
- Caro, J., Luque, A., & Zayas, B. (2014). Aplicaciones tecnológicas para la promoción de los recursos turísticos culturales. *XVI Congreso Nacional de Tecnologías de la Información Geográfica 25, 26 y 27 de Junio de 2014*, (pp. 938-946). Alicante. Corporación editora Intercultural S.A. (2002). *El fichaje en la investigación*. Retrieved 19 de 08 de 2016 from Enciclopedia Didáctica de la Pedagogía del Ocio: <http://www.monografias.com/trabajos78/fichaje-investigacion/fichaje-investigacion2.shtml>
- Imagen de manos tejiedo un sombrero de paja toquilla [Fotografía]. (n.d.). *Excelencias Magazines*. From http://www.revistasexcelencias.com/sites/default/files/Images/4_9.jpg
- Imagen de sombrero, tejido grueso [Fotografía]. (n.d.). *Artipistilo*. From http://www.artipistilos.com/FitxersWeb/138419/CS-172_FOTOFICHA_B20170ARTALLA60.JPG
- Imagen de sombrero de paja toquilla con su caja [Fotografía]. (2014). *Ministerio de Turismo de Ecuador*. From <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2014/08/Captura-de-pantalla-2014-08-25-a-las-14.47.10.png>
- Imagen de sombrero de paja toquilla fino [Fotografía]. (2012). *Viajeros Ecuador*. From http://4.bp.blogspot.com/-VbM-jlBre0s/UL97M0q-c5I/AAAAAAAAAZg/J-Fp25XqoRU/s1600/4718_mundosombreros-sombrero-panameno.jpg

- Imagen de sombrero fino de paja toquilla [Fotografía]. (n.d.). *Chutku*. From http://www.chutku.ec/media/ec/717801_717900/717811_b_4d3498ea60c3c12fe5e1721164477710.jpg
- Imagen de sombrero grueso de paja toquilla [Fotografía]. (n.d.). *Modesto Hats*. From <http://modestohats.com/wp-content/uploads/sombrero-montecristi-diamante-lle-no-panama-hat-diamont-full-weave3.jpg>
- Imagen del secado de paja de toquilla [Fotografía]. (n.d.). *El Comercio*. From http://especiales.elcomercio.com/planeta-ideas/imagenes/imagenes/slider_paja_3.jpg
- Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones. (n.d.). *Sombreros de Paja Toquilla*. Retrieved 08 de 06 de 2016 from <http://www.proecuador.gob.ec/compradores/oferta-exportable/handcrafts/sombreros-de-paja-toquilla/>
- Instituto Nacional de Patrimonio Cultural. (2012). *Tejido tradicional del sombrero de paja toquilla, Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad*. Retrieved 14 de 06 de 2016 from <http://www.inpc.gob.ec/component/content/article/525>
- Ministerio de Turismo. (08 de 08 de 2014). *El sombrero de paja toquilla, Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad*. Retrieved 08 de 06 de 2016 from <http://www.turismo.gob.ec/el-sombrero-de-paja-toquilla-patrimonio-cultural-inmaterial-de-la-humanidad/>
- Procesos de software. (14 de 04 de 2016). *Metodología RUP*. From <https://procesosdesoftware.wikispaces.com/METODOLOGIA+RUP>
- Rational Unified Process Equipo. (08 de 12 de 2012). *¿Que es RUP?* . From <http://rupequipo1.blogspot.com/2012/12/que-es-rup.html>
- Rodriguez, M., Gonzalez, R., & García, F. (2012). El papel de la tecnología móvil en el proceso innovador de la empresa turística: Propuesta de un modelo integrado de gestión. *TURyDES* , 5 (13).
- UNESCO. (2013). *Tejido tradicional del sombrero de paja toquilla*. Retrieved 08 de 06 de 2016 from <http://www.unesco.org/culture/ich/es/RL/tejido-tradicional-del-sombrero-ecuatoriano-de-paja-toquilla-00729>

Vallespín, M., & Molinillo, S. (2014). El futuro de la intermediación en el sector turístico. *Revista de análisis turístico* (17), 13-25.

Zorzini, C. (9 de Diciembre de 2015). *Ecommerce-Platforms*. Retrieved 4 de Agosto de 2016 from The Best Ecommerce Platforms & Shopping Carts for Multi-vendor Ecommerce Marketplaces: <http://ecommerce-platforms.com/ecommerce-selling-advice/the-best-ecommerce-platforms-shopping-carts-for-multi-vendor-ecommerce-marketplaces>

Anexos

Anexo 1. Ficha de campo dirigida a los artesanos

PERFIL

NOMBRE DEL ARTESANO			
NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO			
UBICACIÓN			
EDAD		SEXO	M F
LUGAR DE NACIMIENTO			
TELÉFONO DE CONTACTO			
MAIL			
EXPERIENCIA (TIEMPO)			
DESCRIPCIÓN			

PRODUCTOS

NOMBRE	COLORES	PRECIO	TIEMPO DE ENTREGA

Anexo 2. Encuesta a potenciales clientes

Comercialización de sombreros de paja toquilla

¿Realiza compras por internet?

 Sí

 No

¿Cuál de los siguientes medios usa para compras online?

 Páginas web

 Aplicaciones móviles

¿Cuáles de las siguientes páginas usa?

 Amazon

 OLX

 EBay

 Otro

 Mercado Libre

¿Con que frecuencia compra en la web?

 Una vez a la semana

 Una vez al año

 Una vez al mes

 Otro

 Una vez cada 3 meses

¿Le gustaría comprar sombreros de paja toquilla sin la necesidad de visitar el lugar de origen pero manteniendo comunicación directa con el artesano que las fabrica?

 Sí

 No

Del 1 al 10, ¿qué tan importante es para usted la seguridad informática en las páginas de compras online?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

De las siguientes propiedades, ¿cuáles le gustaría encontrar en la página?

 Características específicas del producto

 Fotos del producto

 Tiempo de entrega

 Carro de compras

 Comentarios o calificaciones de otros usuarios

- Precio del producto
- Información personal acerca de los compradores y/o vendedores
- Ubicación del artesano(Google Maps)
- Acceso a las redes sociales de la plataforma web
- Opción de traducción
- Otro

¿Qué tipos de pago le gustaría encontrar en la página?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Tarjeta de crédito | <input type="checkbox"/> Transferencia bancaria |
| <input type="checkbox"/> Pay Pal | <input type="checkbox"/> Otro |
| <input type="checkbox"/> Western Union | |

¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a esperar por la entrega de un producto a nivel nacional?

- | | |
|---------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 2 días | <input type="checkbox"/> 5 días |
| <input type="checkbox"/> 3 días | <input type="checkbox"/> 1 semana |
| <input type="checkbox"/> 4 días | <input type="checkbox"/> Otro |

¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a esperar por la entrega de un producto a nivel internacional?

- | | |
|------------------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1 semana | <input type="checkbox"/> 1 mes |
| <input type="checkbox"/> 2 semanas | <input type="checkbox"/> Otro |
| <input type="checkbox"/> 3 semanas | |

¿Cuál de los siguientes nombres le parece adecuado para la plataforma web, si ésta se enfoca en la comercialización de sombreros de paja toquilla?

- | | |
|------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> ArteSano | <input type="checkbox"/> YTH (Yachachik Toquilla Hat) |
| <input type="checkbox"/> TejeDoors | <input type="checkbox"/> Otro |

Anexo 3. Fotos de las visitas de campo realizadas en Pile















