

# Impulso al desarrollo productivo en Quito



La consultoría realizada por COOPSISA analizó el proceso de capacitación ciudadana impulsado por la UZDEP–Administración Zonal La Delicia. El estudio permitió identificar resultados clave que fortalecen las capacidades técnicas, comerciales y comunicativas de los participantes. Estos hallazgos representan un aporte significativo y constituyen la base para nuevas acciones y propuestas en beneficio de la comunidad.

## ¿Qué analiza?

- Ejecutar tres procesos formativos.
- Evaluar el impacto en el fortalecimiento de capacidades productivas, comerciales y comunicativas.
- Identificar dificultades y recomendaciones.

## Definiciones del proceso

- Objetivos de la capacitación.
- Metodología de educación popular y participativa.
- Productos tangibles y aprendizajes logrados.

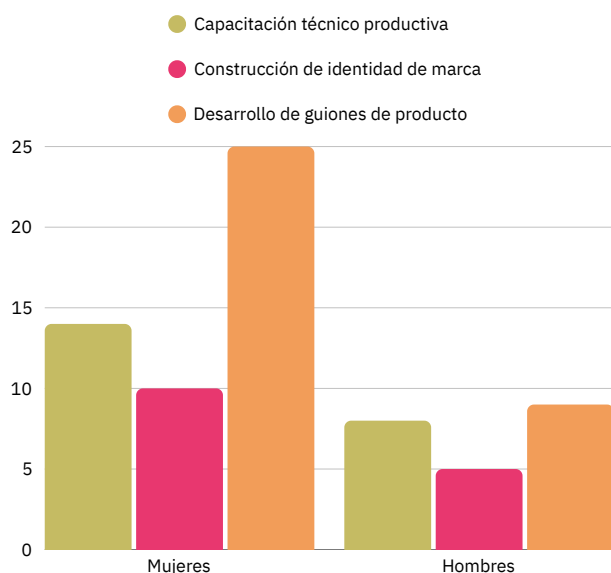
## Alcance del proceso

- Duración: 45 días de ejecución.
- Cobertura: hasta 34 participantes por bloque.
- Productos generados: 1 invernadero, 12 marcas y 30 guiones.

## Objetivos y metodología

La capacitación tuvo como objetivos principales fortalecer las capacidades técnicas de producción, consolidar la identidad de marca de los emprendimientos y mejorar sus competencias comunicativas. Para alcanzarlos, se aplicó una metodología de educación popular y participativa, basada en la práctica, el intercambio de experiencias y el aprendizaje colectivo.

## Participación en las capacitaciones



Distribución de hombres y mujeres en la formación

La participación en las capacitaciones fue amplia y diversa. En el bloque técnico-productivo asistieron en promedio 22 personas por jornada.

El módulo de identidad de marca contó con 15 participantes, en su mayoría mujeres que lideran pequeños negocios locales, lo que refleja el interés en fortalecer la visibilidad y posicionamiento de sus productos.

La capacitación en construcción de guiones alcanzó la mayor convocatoria, con 34 asistentes, lo que evidencia que la comunicación efectiva constituye una necesidad prioritaria para los emprendedores. Esta diferencia en la asistencia demuestra que los temas vinculados a la comercialización y venta generan mayor atracción.

## Logros visibles del proceso

El proyecto dejó resultados concretos para la comunidad. En el ámbito técnico-productivo se construyó un invernadero de 8x5 metros, equipado con sistema de riego por goteo. Este espacio sirvió como herramienta pedagógica durante la capacitación y quedó como recurso comunitario permanente. Su implementación permitirá mejorar la producción agrícola local, garantizar la soberanía alimentaria y, a futuro, facilitar la comercialización de excedentes.

En el fortalecimiento comercial se desarrollaron 12 marcas completas, con logotipos, eslóganes, paletas de colores, etiquetas y empaques, lo que dio a los emprendimientos una imagen más profesional y competitiva. En el ámbito comunicativo, los participantes elaboraron guiones para 30 productos, construyendo narrativas persuasivas adaptadas a ferias, clientes y presentaciones empresariales.

## Aprendizajes alcanzados

Los aprendizajes abarcaron tres dimensiones principales.

- En lo técnico-productivo, los participantes aprendieron diseño y montaje de invernaderos, instalación de sistemas de riego eficientes, elaboración de biofertilizantes y fungicidas orgánicos, y manejo de cultivos bajo cubierta. La combinación de teoría y práctica les permitió aplicar de forma directa lo aprendido.
- En lo comercial, los participantes trabajaron en la construcción de la identidad de sus marcas, definiendo propósito, valores y público objetivo. Se diseñaron empaques, materiales gráficos y estrategias de venta, además de participar en ruedas de negocios simuladas que facilitaron la aplicación práctica de lo aprendido.
- En lo comunicativo, el énfasis estuvo en la elaboración de guiones y narrativas emocionales para 30 productos, que permitieron presentar los emprendimientos de manera clara, persuasiva y profesional. También se incluyeron técnicas de lenguaje corporal, modulación de voz y conexión emocional con los clientes.



### Identidad compartida

Se generó un ecosistema de emprendimientos La Delicia, una marca integradora que representa a todos los negocios de la zona. Cada emprendimiento cuenta con su propia identidad visual y, al mismo tiempo, forma parte de esta marca colectiva que fortalece la proyección y el reconocimiento del territorio.

## Retos en el proceso de capacitación

Durante el proceso se identificaron varios retos que enriquecieron el aprendizaje. En la formación técnico-productiva, algunos participantes con menor experiencia agrícola requirieron mayor apoyo para asegurar una adecuada comprensión y aplicación de las técnicas. En el ámbito comercial, al inicio muchos asistentes concebían la 'identidad de marca' únicamente como un logotipo o color, sin tomar en cuenta valores, propósito o narrativa; esta visión se amplió a lo largo de la capacitación.

En lo comunicativo, varios participantes mostraron nerviosismo y poca confianza al presentar sus productos, recurriendo a muletillas o explicaciones técnicas extensas que limitaban la claridad del mensaje. Sin embargo, gracias a la práctica y la retroalimentación, sus presentaciones mejoraron progresivamente hasta volverse más fluidas y efectivas.

### Sugerencias para dar continuidad

- Establecer un plan de seguimiento para el invernadero comunitario, garantizando su uso óptimo y sostenible.
- Implementar mentorías personalizadas en marketing digital y comercio electrónico, para que las marcas creadas fortalezcan su presencia en entornos virtuales.

- Reforzar la capacitación en lenguaje corporal y presentación, mediante simulaciones en ferias y ruedas de negocios.
- Replicar el modelo en otras comunidades del DMQ, ajustando los contenidos a las particularidades de cada territorio.

Estas recomendaciones buscan consolidar los logros alcanzados y multiplicar el impacto del proceso.

**El proceso de capacitación no solo generó recursos tangibles, sino que también transformó la manera en que los emprendedores construyen, comunican y posicionan sus productos, fortaleciendo la economía social y solidaria en la zona**







## Cooperativa de Servicios de Asesoría en Innovación y Sostenibilidad para la Asociatividad COOPSISA

### Equipo consultor

Cristhoffer Velasco  
Mayra Cadena  
Janeth Mena  
Margarita Caiminagua  
Simonne Córdova  
Karen Barragán  
Camila Robayo  
Hernán Barreiro

### Contacto institucional

Rubio de Arévalo E13-84 y Julio Zaldumbide,  
sector La Floresta  
Quito – Ecuador  
[info@coopsisa.org](mailto:info@coopsisa.org)  
[www.coopsisa.org](http://www.coopsisa.org)

### Publicación

**Diseño y redacción:** Camila Robayo

**Revisión:** Diego Pereira

### Fecha de publicación

Diciembre 2024

TRANSFORMAMOS EN  
COMUNIDAD