

**UNIVERSIDAD METROPOLITANA DEL ECUADOR**



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

**CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL**

**SEDE GUAYAQUIL**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
INGENIERA EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

**TEMA:**

**“DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIO PARA LA PRODUCCIÓN Y  
COMERCIALIZACIÓN DE BOUTIQUE ACOFASHION DE VESTIMENTA PARA  
PERSONAS CON ACONDROPLASIA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.”**

**AUTORA:**

**ERICKA MONSERRATE PIÑA ARTEAGA**

**TUTOR:**

**PABLO HERNÁN SOLÓRZANO POLO MGS.**

**GUAYAQUIL – 2023**

## CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

**UMET**  
UNIVERSIDAD  
METROPOLITANA

Guayaquil, 3 de febrero 2023

**Pablo Hernán Solórzano Polo Mgs., en mi calidad de ASESOR de trabajo de graduación o titulación:**

**CERTIFICO:**

Que el trabajo de Graduación o titulación, para optar por el título de Ingeniera en Gestión empresarial, cuyo título es: **"DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIO PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE BOUTIQUE ACOFASHION DE VESTIMENTA PARA PERSONAS CON ACONDRÓPLASIA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL"** elaborada por **ERICKA MONSERRATE PIÑA ARTEAGA** con C.I.: 0922930151 ha sido debidamente revisado y está en condiciones de ser entregado para que se siga lo dispuesto por la Universidad Metropolitana, correspondientes a la sustentación y defensa de la misma.



**Pablo Hernán Solórzano Polo Mgs.**  
**ASESOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN**

## **CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA DE TRABAJO DE TITULACIÓN**

Yo, ERICKA MONSERRATE PIÑA ARTEAGA, estudiante de la Universidad Metropolitana del Ecuador “UMET”, Gestión empresarial, declaro en forma libre y voluntaria que el presente trabajo de investigación que versa sobre: “DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIO PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE BOUTIQUE ACOFASHION DE VESTIMENTA PARA PERSONAS CON ACONDROPLASIA EN EL ECUADOR.”, y las expresiones vertidas en la misma, son autoría de la compareciente, las cuales se han realizado en base a recopilación bibliográfica, consultas de internet y consultas de campo.

En consecuencia, asumo la responsabilidad de la originalidad de la misma y el cuidado al referirme a las fuentes bibliográficas respectivas para fundamentar el contenido expuesto.

Atentamente.

**Ericka Monserrate Piña Arteaga**

**Cl. 0922930151**

## **CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR**

Yo, Ericka Monserrate Piña Arteaga, en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación, “DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIO PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE BOUTIQUE ACOFASHION DE VESTIMENTA PARA PERSONAS CON ACONDROPLASIA EN EL ECUADOR.”, modalidad proyecto de investigación, de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN, cedo a favor de la Universidad Metropolitana del Ecuador una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Metropolitana del Ecuador para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Atentamente.

**Ericka Monserrate Piña Arteaga**

**Cl. 0922930151**

## **DEDICATORIA**

En primer lugar, se lo dedico a Dios, por todas las bendiciones que me da todos los días, en especial a mi mamá, abuelita, hermanas, y familiares por el apoyo que me brindaron a diario por confiar en mí, y a todas esas personas que dudaron que piensan que por tener una condición física no vas a luchar por tus sueños, metas.

Este triunfo lo dedico a mí, por todo lo que he estado consiguiendo a base de mi esfuerzo, de mis capacidades y cada triunfo se lo dedico al cielo que tengo a mis dos ángeles, que siempre en vida me apoyaron fui su orgullo.

Una vez lo dije, lo voy a lograr y aquí se demuestra, siempre recuerdo esta frase “El que persevera alcanza” con Fe y la ayuda divina de nuestro Padre Celestial, se obtiene las grandes recompensas.

Para ti mamá María, abuela Yolanda, Tío Bolívar, abuelo Rafael y Alejandro, Tío Carlos, se los dedico por todo lo que me han enseñado a esforzarme, en ser una buen ser humano, con la calidad de valores.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por haber permitido en mi lograr todo este proceso de estudios, no fue fácil pero se lo logró, a pesar de mi condición de discapacidad me demostré y agradezco por la valentía que tuve para demostrar de cuánta es mi capacidad, e inteligencia y decir nada es imposible en esta vida; agradezco a mi madre y abuela, son las que estuvieron día a día conmigo, en risas, llantos, pero gracias a mis dos pilares fundamentales sigo en pie, a mis familiares que jamás me dejaron rendir, mis tíos, primos, en especial a un ser especial como lo es, el tío Bolívar que permaneció siempre con su apoyo, agradezco a cada persona que creyó en mí.

## INDICE GENERAL

<b>CERTIFICACIÓN DEL ASESOR .....</b>	<b>I</b>
<b>CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA DE TRABAJO DE TITULACIÓN .....</b>	<b>II</b>
<b>CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR .....</b>	<b>III</b>
<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>IV</b>
<b>AGRADECIMIENTO .....</b>	<b>V</b>
<b>INDICE GENERAL .....</b>	<b>VI</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS.....</b>	<b>VIII</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS.....</b>	<b>IX</b>
<b>INDICE DE ECUACIONES .....</b>	<b>X</b>
<b>RESUMEN.....</b>	<b>XI</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>XII</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
<b>Justificación.....</b>	<b>2</b>
<b>Planteamiento del Problema .....</b>	<b>3</b>
<b>Formulación del problema .....</b>	<b>5</b>
<b>Delimitación del Plan de Investigación .....</b>	<b>5</b>
<b>Delimitación Espacial .....</b>	<b>5</b>
<b>Delimitación Temporal .....</b>	<b>5</b>
<b>Objetivo.....</b>	<b>5</b>
<b>Objetivo General .....</b>	<b>5</b>
<b>Objetivos Específicos .....</b>	<b>5</b>
<b>Antecedentes de la Investigación .....</b>	<b>6</b>
<b>Fundamentación Contextual.....</b>	<b>7</b>
<b>Fundamentación Legal .....</b>	<b>11</b>
<b>Fundamentación Teórica.....</b>	<b>15</b>
<b>Paradigma de la investigación .....</b>	<b>25</b>
<b>Enfoque de la investigación.....</b>	<b>26</b>
<b>CAPITULO I.....</b>	<b>32</b>
<b>1. ANÁLISIS DEL ENTORNO .....</b>	<b>32</b>
<b>1.1 Diagnostico Situacional .....</b>	<b>32</b>
<b>1.5 Plan de procesamiento, análisis y presentación de los datos.....</b>	<b>34</b>
<b>Modelos de negocio .....</b>	<b>40</b>

<b>CAPITULO II .....</b>	<b>43</b>
<b>ESTUDIO TECNICO – ADMINISTRATIVO – LEGAL .....</b>	<b>43</b>
<b>2.1 Localización de la empresa “Boutique Acofashion”.....</b>	<b>43</b>
<b>2.1.2 Macro localización .....</b>	<b>43</b>
<b>2.1.3 Micro Localización.....</b>	<b>43</b>
<b>2.2 Ingeniería del proyecto de la empresa “Boutique Acofashion” .....</b>	<b>45</b>
<b>2.2.1. Arquitectura y modelamiento de procesos Boutique de ropa “Acofashion”.....</b>	<b>45</b>
<b>2.2.2. Diagrama de flujos de servicios Boutique “Acofashion”.....</b>	<b>46</b>
<b>2.2.3 Estudio técnico arquitectónico de la boutique de ropa “Acofashion”.....</b>	<b>49</b>
<b>2.3 Materiales y equipos necesarios para la boutique “Acofashion” .....</b>	<b>51</b>
<b>2.4 Muebles y enseres.....</b>	<b>52</b>
<b>2.5 Equipos de Computación .....</b>	<b>55</b>
<b>2.6 Estudio Administrativo y legal .....</b>	<b>57</b>
<b>2.6.1 Filosofía organizacional.....</b>	<b>58</b>
<b>2.6.2 Estructura organizacional de la boutique “Acofashion” .....</b>	<b>60</b>
<b>2.6.3 Requerimiento de personal .....</b>	<b>60</b>
<b>2.7 Servicios y precios .....</b>	<b>61</b>
<b>3.1 Cálculos de los costos .....</b>	<b>64</b>
<b>3.2 Inversiones y financiamiento del proyecto.....</b>	<b>68</b>
<b>3.3 Beneficios y costos .....</b>	<b>73</b>
<b>3.4 Amortización .....</b>	<b>76</b>
<b>3.4 Flujo de Caja .....</b>	<b>79</b>
<b>3.5 Evaluación Financiera .....</b>	<b>81</b>
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>85</b>
<b>RECOMEDACIONES .....</b>	<b>86</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>87</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>94</b>



## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1. Justificación .....</b>	<b>3</b>
<b>Figura 2. Árbol de Problemas .....</b>	<b>4</b>
<b>Figura 3. Estructura de idea del negocio .....</b>	<b>16</b>
<b>Figura 4 Clasificación de Segmentación de Mercado .....</b>	<b>19</b>
<b>Figura 5. Observación de Boutiques .....</b>	<b>35</b>
<b>Figura 6. Necesidades de Servicio al Público.....</b>	<b>35</b>
<b>Figura 7. Categoría de Demanda de Sexo.....</b>	<b>36</b>
<b>Figura 8. Variable Inconvenientes de producto .....</b>	<b>36</b>
<b>Figura 9. Variable de servicio .....</b>	<b>37</b>
<b>Figura 10. Variable Comportamiento al consumidor .....</b>	<b>37</b>
<b>Figura 11. Variable Compra .....</b>	<b>38</b>
<b>Figura 12 Variable de cronograma de compras.....</b>	<b>38</b>
<b>Figura 13. Variable de Pago de producto .....</b>	<b>39</b>
<b>Figura 14. Localización de Compra .....</b>	<b>39</b>
<b>Figura 15. Modelo Canvas .....</b>	<b>41</b>
<b>Figura 16. Lugar del Sector Ubicación .....</b>	<b>44</b>
<b>Figura 17. Mapa de procesos .....</b>	<b>45</b>
<b>Figura 18. Diagrama de Flujo Boutique "Acofashion" .....</b>	<b>47</b>
<b>Figura 19. Diagrama de Flujo de Boutique "Acofashion S.A" .....</b>	<b>48</b>
<b>Figura 20. Estudio Técnico Arquitectónico de "Acofashion" del almacén .....</b>	<b>49</b>
<b>Figura 21. Estudio arquitectónico taller de producción.....</b>	<b>50</b>
<b>Figura 22 Misión de la boutique "Acofashion" .....</b>	<b>58</b>
<b>Figura 23 Visión de la boutique "Acofashion S.A" .....</b>	<b>59</b>
<b>Figura 24 Valores de la Boutique "Acofashion" .....</b>	<b>59</b>
<b>Figura 27. Marca e imagen .....</b>	<b>62</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1. Expertos de Validación.....</b>	<b>30</b>
<b>Tabla 2. Alfa de Cron Bach.....</b>	<b>31</b>
<b>Tabla 3. Evaluación de micro localización .....</b>	<b>44</b>
<b>Tabla 4. Maquinaria y equipo.....</b>	<b>51</b>
<b>Tabla 5. Muebles y enseres.....</b>	<b>52</b>
<b>Tabla 6. Equipos de Computación .....</b>	<b>55</b>
<b>Tabla 7. Equipos de Oficina.....</b>	<b>56</b>
<b>Tabla 8. Personal Operativo .....</b>	<b>60</b>
<b>Tabla 9. Personal Administrativo.....</b>	<b>61</b>
<b>Tabla 10. Servicios y precios .....</b>	<b>61</b>
<b>Tabla 11. Cálculo de Costes .....</b>	<b>64</b>
<b>Tabla 12. Mano de obra directa.....</b>	<b>65</b>
<b>Tabla 13. Mano de obra indirecta .....</b>	<b>66</b>
<b>Tabla 14. Costo bruto línea de prendas .....</b>	<b>66</b>
<b>Tabla 15. Costeo de Blusas .....</b>	<b>67</b>
<b>Tabla 16. Costeo de Prenda Vestido.....</b>	<b>67</b>
<b>Tabla 17. Otros Gastos .....</b>	<b>68</b>
<b>Tabla 18. Calculo precio de venta al público.....</b>	<b>68</b>
<b>Tabla 19. Inversión de Activos Fijos .....</b>	<b>69</b>
<b>Tabla 20. Gastos Pre Operacionales.....</b>	<b>70</b>
<b>Tabla 21. Gastos Amortizables .....</b>	<b>70</b>
<b>Tabla 22. Capital de trabajo .....</b>	<b>71</b>
<b>Tabla 23. Resumen de Inversiones .....</b>	<b>72</b>
<b>Tabla 24. Fuentes de financiamiento de la inversión.....</b>	<b>72</b>
<b>Tabla 25. Presentación de prendas.....</b>	<b>73</b>
<b>Tabla 26. Costeo del proyecto blusa .....</b>	<b>73</b>
<b>Tabla 27. Costeo del proyecto vestido .....</b>	<b>74</b>
<b>Tabla 28. Costo total del proyecto .....</b>	<b>74</b>
<b>Tabla 29. Ingreso del proyecto Blusas.....</b>	<b>75</b>
<b>Tabla 30. Ingreso del proyecto Vestidos .....</b>	<b>75</b>
<b>Tabla 31. Ingreso total del proyecto.....</b>	<b>76</b>
<b>Tabla 32. Gastos del proyecto Administrativo .....</b>	<b>76</b>

<b>Tabla 33. Amortización .....</b>	<b>76</b>
<b>Tabla 34. Estado de pérdidas y ganancias .....</b>	<b>78</b>
<b>Tabla 35. Flujo de Caja .....</b>	<b>80</b>
<b>Tabla 36. Periodo de flujo de fondos .....</b>	<b>82</b>
<b>Tabla 37. Calculo de la TMAR .....</b>	<b>82</b>
<b>Tabla 38. Calculo de la TIR .....</b>	<b>83</b>
<b>Tabla 39. Período de Recuperación Inversión .....</b>	<b>84</b>

### **INDICE DE ECUACIONES**

<b>Ecuación 1. Alfa de Cronbach .....</b>	<b>30</b>
<b>Ecuación 2 Muestra Población Finita .....</b>	<b>33</b>

## RESUMEN

El presente proyecto de titulación, tiene como principal y fundamental objetivo el aporte de brindar al mercado la solución a las necesidades y deseos de personas con la condición de discapacidad llamado por instituciones del gobierno, como Acondroplasia o enanismo, que adquieren la demanda en productos de prendas de vestir acompañado de un servicio dirigido exclusivamente para ellos mediante una boutique.

Por ende, se plantea como primer punto; desarrollar el análisis situacional, mediante el estudio del entorno conociendo el respectivo segmento de mercado, realizar e implementar la matriz del modelo canvas con sus respectivas herramientas, en función del instrumento de las encuestas para determinar la gravedad de las necesidades de las personas, cuyo así obtener la información necesaria que no se han podido resolver en el campo del mercado. Como segundo punto; se determina en llevar a cabo el planteamiento del estudio técnico administrativo, donde se proyecta la organización estructural de la idea del negocio, mediante sus respectivos departamentos, donde se presentan la intervención de los insumos, recursos financieros, administrativos, recursos humanos para establecer seguimiento del rendimiento de cada miembro del personal, de esta manera mediante lo mencionado, presentar la propuesta del proyecto hacia el enfoque de personas con Acondroplasia.

El proyecto está en base de dirección en el ámbito de los paradigmas: exploratorio e interpretativo mediante conceptos de científicos, estableciendo un enfoque mixto, para ejecutar la propuesta que se requiere establecer en el mercado y marcar la innovación en proponer la solución a estas personas. Por lo tanto, como último objetivo es realizar, presentar y analizar el estudio económico financiero, mediante constantes investigaciones en el mercado, determinar la viabilidad y la factibilidad del proyecto plan de negocio, sin embargo; se fundamenta a través de los datos financieros como son: las inversiones y financiamiento; donde se determina las inversiones fijas y diferidas, capital de trabajo, pronóstico del financiamiento, ingresos, costos y gastos, flujo de caja, mediante los respectivos resultados analizar el VAN, TIR y periodo de recuperación.

**PALABRAS CLAVES:** Acondroplasia, Enanismo, Técnico, Segmento de mercado, Proyecto, Financiamiento.

## ABSTRACT

The present titling Project has as its main and fundamental objective the contribution of providing the market with the solution to the needs and desires of people with the condition of disability called by government institutions, such as Achondroplasia or dwarfism, who acquire the demand in products of clothing accompanied by a service directed exclusively for them through a boutique.

Finally, it is raised as the first point; develop the situational analysis, through the study of the environment knowing the respective market segment, carry out and implement the matrix of the Canvas model with its respective tolos, depending on the survey instrument to determine the severity of the needs of the people, whose thus obtain the necessary information that could not be resolved in the market field. As a second point; It is determined to carry out the approach of the administrative technical study, where the structural organization of the business idea is projected, through their respective departments, where the intervention of inputs, financial, administrative and human resources is present to establish monitoring of the performance of each staff member, in this way through the aforementioned, present the Project proposal towards the approach of people with Achondroplasia.

The Project is base on the direction in the field of paradigms: exploratory and interpretive through scientific concepts, proposing a mixed approach, to execute the proposal that is required to be established in the market and mark the innovation in proposing the solution to these people. Therefore, the ultimate objective is to carry out, present and analyze the financial economic study, through constant research in the market, to determine the viability of the business plan project, however; it is based on financial data such as: investments and financing; where fixed and deferred investments, working capital, financing forecast, income, costs and expenses, cash flow are determined, through the respective results, analyze the VAN, TIR and recovery period.

**KEYWORDS:** Achondroplasia, dwarfism, technical, market segment, project, financing.

## INTRODUCCIÓN

En el año 2015, la Acondroplasia se considera una condición de discapacidad con muy baja frecuencia, discapacidades de la población general. Tiene lugar con una continuidad similar en ambos sexos y en todos los grupos étnicos y afecta a aproximadamente a 250.000 personas. La prevalencia mundial es de aproximadamente 1 de cada 25.000 nacimientos vivos, menciona (Somos Fundación Alpe, 2015)

La Acondroplasia, según la observación clínica de (Uruguay, Ministerio de Salud Pública, 2022) “se caracteriza por extremidades cortas, tronco largo y estrecho y macrocefalia con abombamiento frontal e hipoplasia de la parte media de la cara con puente nasal deprimido, sumado a un tono muscular débil, elementos objetivables al nacimiento”.

Las personas con la condición de estatura baja, tienen un porcentaje de grado a favor, según lo establecido por los informes médicos, son propensos a obtener cierta inmunidad al cáncer y la diabetes, pero a raíz de sus órganos pequeños, los pulmones hacen cada cierta fuerza y mantienen complicaciones al respirar y a obtener problemas cardiovasculares.

Según (Diario ABC, 2019) Muchas organizaciones como la Fundación ALPE, trabajan por los derechos de las personas con Acondroplasia y otras displasias esqueléticas con enanismo, de hecho, consideran que la palabra (enano) perpetúa el estigma. El enanismo, recuerdan, está provocado por un trastorno genético, la Acondroplasia.

En varias partes del mundo las personas con esta condición física, es catalogado como un síndrome gracioso, por su estatura; han sido excluidos desde la parte humana de poder llevar un buen trato, sin olvidar que existe la discriminación hacia ellos, por lo tanto en la actualidad estas personas, desean ser escuchados, que todo acceso sea al alcance de ellos desde, la parte de tener paso a las subidas de autobuses, estanterías de despensas, y la obtención de vestimenta, que la estatura no los hace menos ni diferentes a nadie.

En el Ecuador, según el Conadis, ha realizado acciones específicas para conseguir la inclusión de las personas de talla baja en la sociedad, como la orientación y asesoramiento legal para la creación de la Asociación Ecuatoriana de Personas de Talla Baja (Ecuador, Consejo Nacional Para la Igualdad de Discapacidades, 2015).

Según (Ecuador, Consejo Nacional para la Igualdad de Discapacidades, 2019) “El 25 de octubre, Día Mundial de las Personas de Talla Baja, es la oportunidad en la que

las personas de talla baja se reúnen con el propósito de reivindicar sus derechos y exigir su cumplimiento.”

Derechos donde cuentan con organizaciones como: Manuela Espejo, Construyamos un mundo donde sea más fácil de amar, que forman parte del plan toda una vida, que aportan ayuda económicamente, como recursos de aparatos en rehabilitación para la comunidad con discapacidades.

Estas personas que desarrollan la condición de Acondroplasia, poseen brazos y piernas cortas, del cual equivale que esa extremidad no crece y mediante los años proceden a arquearse, mientras su columna vertebral mantiene su longitud normal. Esta condición física se caracteriza en dos fases: como Acondroplasia de tronco corto y de extremidades cortas.

En la actualidad del país, existen personas con Acondroplasia que requieren prendas acordes a sus respectivas medidas corporales, desde que nacen hasta que son personas de tercera edad.

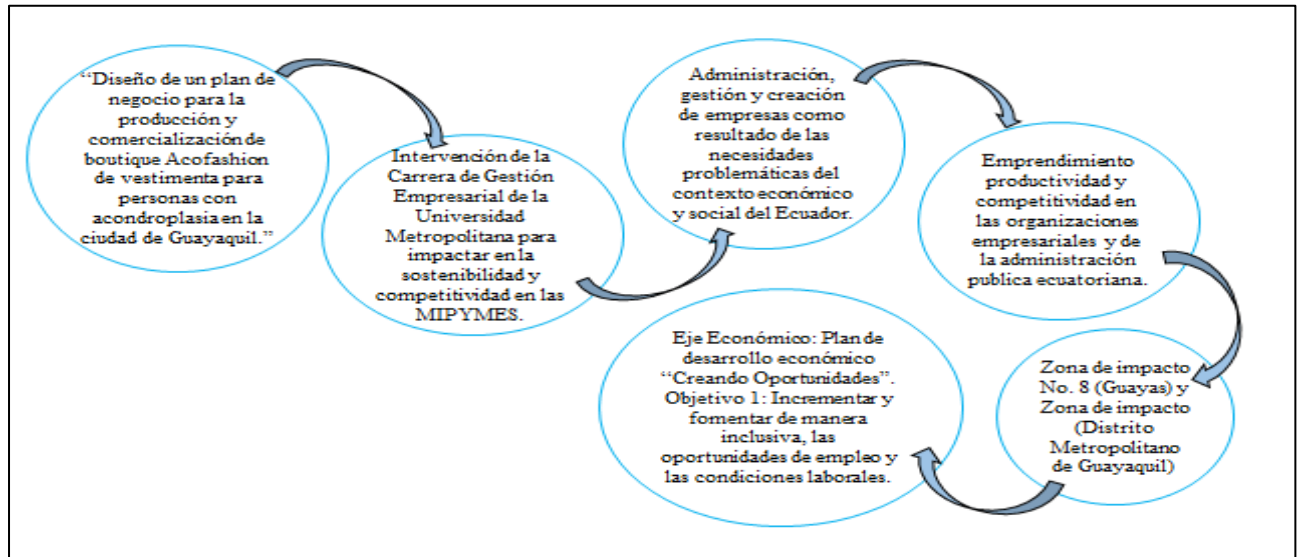
En lo que respecta la ciudad de Guayaquil en la actualidad no se analiza en el mercado, una boutique, donde estas personas tengan mayor acceso en obtener su producto y servicio, como también son los catálogos donde se proyecten prendas desde: vestimenta materna, deportiva, formal, Jeans, faldas, abrigos, etc.; que estén acorde a la moda que hoy en día se vive, y así poder brindar un mejor estilo de vida. La avanzada tecnología abre las puertas en proyectar la innovación, en dar la originalidad, dar cambios en: publicidad, colores, diseños, mensajes y en vestimenta con las respectivas tallas.

### **Justificación**

El presente trabajo de investigación propuesto como: “Diseño de un plan de negocio para la producción y comercialización de boutique “Acofashion” de vestimenta para personas con Acondroplasia en el Ecuador”, es pertinente al proyecto de investigación de la Escuela de Administración de Empresas denominado: “Intervención de la Carrera de Gestión Empresarial de la Universidad Metropolitana para impactar en la sostenibilidad y competitividad en MIPYMES”, mismo que se articula con la línea de investigación “Administración, gestión y creación de empresas como resultado de las necesidades problemáticas del contexto económico y social del Ecuador”, que forma parte del programa de investigación “Emprendimiento productividad y competitividad en organizaciones empresariales y de la administración pública ecuatoriana”; enmarcando en la Zona de impacto No. 8 (GUAYAS) y Zona de impacto No. 9 (centro norte Avenida García Avilés y

Clemente Ballén), tributando de esta manera al Eje Económico: Plan de desarrollo económico “Creando Oportunidades”, así como el Objetivo 1: Incrementar y fomentar de manera inclusiva, las oportunidades de empleo y las condiciones laborales, así tal como se define a continuación:

Figura 1. Justificación



Elaborado por: Ericka Monserrate Piña Artega

## Planteamiento del Problema

Para desarrollar la problematización del presente plan de negocio se aplica la definición de la Acondroplasia, en brindar el conocimiento de sus causas, estilo de vida, necesidades de la existencia de estas personas con mencionada condición física que según el autor Porigualmas, 2014 que es citado por (Morocho Bustamente, 2017) menciona:

La Acondroplasia se da en el cambio de información genética que recibe el factor receptor de crecimiento de fibroblastos (células que hacen que los huesos crezcan a lo largo). Esto causa una anomalía en el proceso de los cartílagos, con un endurecimiento apresurado que impide el desarrollo normal de los huesos (Morocho Bustamente, 2017, pág. 18)

Durante el análisis estructurado en el árbol de problemas, se observa como contrariedad central, la carencia de ofertas en prendas de vestir con las pertinentes tallas a personas con Acondroplasia, por ende, se visualiza a nivel nacional un grupo de personas con la señalada condición que se establece prioritariamente mediana.

Como prioridad de estudio de mercado es: brindar un espacio innovador, aportar con las debidas estrategias generando expectativas positivas; las cuales proponen una solución,



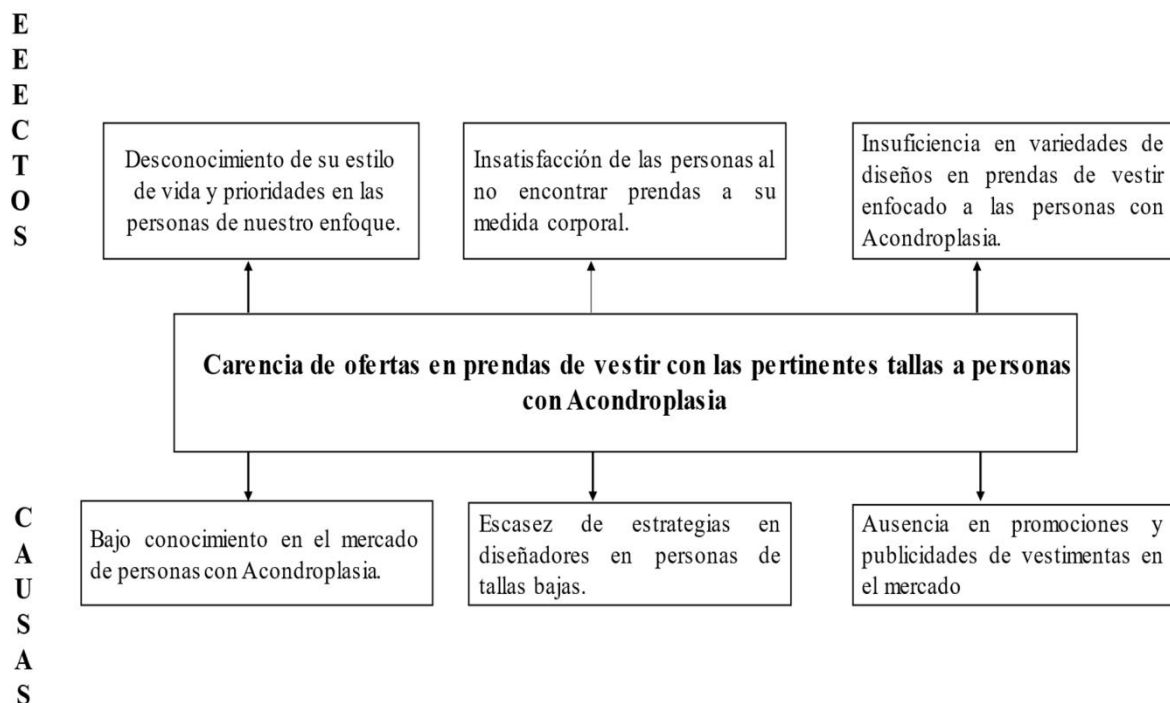
para así, obtener una cómoda variedad en productos y un satisfactorio servicio del cual esa necesidad no ha sido atendida.

Los principales inconvenientes del público se muestran en la segmentación psicográfica, la cual está direccionada en el mercado que no ha permitido enfocar cuáles son sus estilos de vida, sus prioridades y necesidades; en que las personas con Acondroplasia necesitan al momento de obtener prendas de acuerdo con su medida.

Se observa en el país la escasez de diseñadores que estén interesados en elaborar prendas de acuerdo con sus respectivas tallas, el cual se debe generar un plan estratégico en donde evitemos la insatisfacción en las personas que deseen adquirir sus prendas y no obtener un resultado que no sea favorable.

Establecer un estudio de marketing para generar las promociones y publicidades de acuerdo con la versatilidad en la producción de: prendas, slogan, mensajes entre otros. Para brindar un nuevo espacio e imagen en el mercado y así evitar la insuficiencia en variedades de diseños.

Figura 2. Árbol de Problemas



Elaborado por: Ericka Monserrate Piña Arteaga

## **Formulación del problema**

¿Cómo aportará el diseño de un plan de negocios a determinar la factibilidad para la producción y comercialización de la boutique ACOFASHION dedicada a la oferta en prendas de vestir con las pertinentes tallas a personas con Acondroplasia?

## **Delimitación del Plan de Investigación**

### **Delimitación Espacial**

El área geográfica determinada para llevar a cabo la elaboración del presente trabajo de titulación se encuentra delimitada en la ciudad de Guayaquil, en la provincia del Guayas.

### **Delimitación Temporal**

Las operaciones para la enunciación del presente trabajo de investigación se enmarcan en tres tiempos. Está planteado para los últimos seis meses del presente año con la elaboración del diseño de plan de negocio para la producción y comercialización de boutique Acofashion de vestimenta para personas con Acondroplasia en la ciudad de Guayaquil.

## **Objetivo**

### **Objetivo General**

Diseñar un plan de negocios para determinar la factibilidad de la producción y comercialización en la creación de emprendimiento ACOFASHION mediante el desarrollo de un estudio de mercado, la elaboración de un estudio técnico administrativo y la preparación de un estudio financiero.

### **Objetivos Específicos**

Determinar un estudio de mercado tanto del micro entorno, como el macro entorno, aplicando herramientas administrativas que permitan obtener información del contexto y que sirva de insumo para el desarrollo de la investigación.

Proponer el desarrollo de un estudio técnico administrativo que refleje las necesidades, que apoye la estructuración de la tesis para la producción y comercialización de la boutique Acofashion, y establecer estrategias que apoyen el cumplimiento de los objetivos planteados.

Plantear el desarrollo del estudio financiero que permita determinar la viabilidad económica financiera de llevar a cabo el presente estudio.

## MARCO TEÓRICO

### Antecedentes de la Investigación

Para la elaboración de los presentes antecedentes de la investigación se ha tomado dos investigaciones acerca del análisis de personas con Acondroplasia y sus necesidades en la obtención de prendas de acuerdo con sus medidas corporales, de estas dos investigaciones se desempeñan los objetivos generales y las conclusiones como se detallan a continuación:

El primer antecedente de investigación de (Criollo Tansinchana , 2017) nombrada: Análisis de la Acondroplasia y su repercusión en la indumentaria de las personas de la Asociación Ecuatoriana de Personas de Talla Baja en la ciudad de Quito en el año 2016, presenta como objetivo general “Analizar la Acondroplasia para la creación de un cuadro de tallas para indumentaria en la asociación ecuatoriana de personas de talla baja”.

Según (Criollo Tansinchana , 2017), determina las conclusiones originarias del mismo plan de titulación, tal como se especifica a continuación:

- Analizar la respectiva repercusión de la indumentaria que se tuvo en las personas de Talla Baja es positiva ya que se sienten satisfechas al usar prendas apropiadas de forma ergonómica y proporcionando confianza ante las demás personas para desempeñar sus respectivos roles.
- Establecer en el proyecto y dejar asentado un punto importante que es que todas las personas tienen derecho a ser tratados de forma digna en todos los aspectos sociales, es por eso en este caso se analizó la vestimenta necesaria para las personas de talla baja en donde se ha aplicado todos los conocimientos adquiridos a lo largo del tiempo de estudio. Perfeccionando una indumentaria específica.
- Presentar la realización del paper que permite dar a conocer la información completa del proyecto y compartirlo de manera informativa y educativa.

De acuerdo, con el segundo antecedente según (Morocho Bustamente, 2017), establece en su investigación designada: “Creación de una colección de prendas de vestir para personas con Acondroplasia”, determina como objetivo general “Satisfacer las necesidades del cliente de acuerdo con el diseño y las comodidades mediante el uso de prendas”.

Por lo tanto (Morocho Bustamente, 2017), determina las conclusiones desarrolladas del mismo plan de titulación, tal como se acontece a continuación:

- Diseñar prendas de vestir para personas con Acondroplasia es un reto para el diseñador, puesto que, al no obtener fácilmente medidas de su talla, este se ve en la obligación de modificar patrones con sus medidas correspondientes.
- Establecer las tablas de medidas por el cual se obtuvo la diferencia que hay entre la talla y talla de dichas personas, con la información se consiguió la transformación de moldes que sirvió para dar un mejor ajuste de la prenda al cuerpo.
- Comprobar la manera de como enfrentan el problema de la indumentaria en su vida cotidiana. Mediante insumos y tecnología aplicada en las prendas por medio de puntadas acordes a la tela se lograron obtener resultados excelentes en cuanto a los acabados.
- Recordar tomar medidas sin margen de error para elaborar patrones correctos y poder realizar los cambios pertinentes en los moldes para que la indumentaria se adapte perfectamente a su cuerpo.

Se presenta en el tercer antecedente de investigación, según (Gamboa Vaquero, 2009), nombrada Plan de negocios para la creación de una boutique de ropa para mujeres jóvenes, presenta como objetivo general “Desarrollar un plan de negocios para la creación de una boutique de prendas de vestir a la medida para mujeres jóvenes, en la ciudad de Bogotá” (pág. 35)

Por lo cual (Gamboa Vaquero, 2009), señala las siguientes conclusiones planteadas del mismo plan de titulación, tal como se especifica a continuación:

- Presentar mediante el desarrollo de este proyecto la viabilidad ya que suple una necesidad del mercado, lo cual se ve reflejado en los resultados de la encuesta aplicada. Además, el manejo de maquilas por outsourcing hace que no se requiera un capital inicial demasiado alto, permitiendo flexibilidad y disponibilidad al cambio. A lo largo del desarrollo de este plan de negocio se dio cuenta de que en el mercado textil colombiano hay un vacío en cuanto a telas ecológicas, por esta razón gran parte de las utilidades se reinvertirá en I&D para la producción de este tipo de telas a LP. Generando así cada día más y más empleos directos e indirectos, estando acorde con el plan regional y nacional (Gamboa Vaquero, pág. 127).

### **Fundamentación Contextual**

Se fundamenta que en la ciudad de Guayaquil, existe una federación que aporta ayuda humanitaria a personas con discapacidades física, incluida la condición de Acondroplasia, es una asociación que satisface y brinda la oportunidad de establecer trabajos estables a personas con condiciones especiales, realizan actividades de inclusión con todos los demás trabajadores de la asociación, atienden todas las necesidades de cada persona; mediante

registros realizan seguimientos de programas que ejecuta el gobierno, en la actualidad se ha implementado la renovación del carnet de discapacidad, que solo será un solo documento que es la cedula de identidad; donde reflejara el porcentaje, y el código de discapacitado, así lo menciona (Ecuador, Servicio de Integración Laboral Para Personas Con Discapacidad , 2006).

Según (Revista Ekos , 2017) nos hace énfasis en lo siguiente:

En el Ecuador existen empresas que producen y confeccionan ropa a nivel nacional, una de las principales empresas fabricantes son: Empresa Pinto S.A, la esperanza comercializadora Wholesaleinn S.A, pasamanería S.A, Etatex Cía. Ltda., S.A, royal tex S.A, Granda hermanos S.A, Mapelec.

Referente a lo mencionado, actualmente son empresas que han obtenido grandes ventas a nivel textil nacional e internacional, por su trayectoria comercial, materia prima; por ende, se han posesionado entre los primeros ranking como las mejores empresas, año tras año se observa el impacto de crecimiento económico en producir, confeccionar, comercializar en diferentes espacios de posicionamiento al público; que han causado satisfactorio resultado ante los consumidores por sus servicios que ofrecen.

Las empresas dedicadas al sector comercial y textil, personifican al país como generador de mano de obra e inversión de elaboración, exportación de telas y vestimenta de buena calidad implementadas al esfuerzo de los confeccionistas, modistas, diseñadores, y dueño de cada empresa que proyectará a través de su misión en crear variedades de expectativas en niveles de ferias, pasarelas de moda incursionando cada prenda que se encuentren en boga con dirección al mercado juvenil.

El sector textil es el segundo a nivel de Ecuador que generará más empleo, con 174.25 puestos de trabajo que representan el 21% de los que produce la industria manufacturera. Las ventas del sector textil fueron de USD 1'313.000 millones en 2016 y representaron el 5% del sector manufacturero, señaló el titular de esa cartera, quien agrego que se trata de una rea prioritaria para la economía nacional, que supuso el 8% del producto interno bruto (PIB) industrial entre 2007 y 2015 (Revista Ekos, 2017)

Pinto, la empresa textil ecuatoriana con 100 años de presencia en el mercado nacional, recibió en días pasados el "Premio internacional a la calidad empresarial ecuador 2013" por parte de la Corporación Internacional de Comercio de los Países Andinos en reconocimiento a su liderazgo y trayectoria empresarial, cada 20 años Pinto ha renovado la maquinaria de sus fábricas. La más reciente modernización inició en septiembre del 2012. Para ello, invirtió

USD 4'000.000 millones en 94 equipos nuevos entre máquinas de corte, tejeduría, de tinte y de confección, así lo menciona (Revista Ekos, 2013).

Por ello, la marca pinto es dedicada en estar pendiente en crecer en líneas de productos como: camisas, camisetas polos, pijamas, vestidos, tops, blusas; entre otros puntos en categorías de hombres y mujeres. Es decir; una empresa que se encarga en ofrecer el mejor servicio, brindando a su público, los respectivos descuentos, sin embargo, emplea precios accesibles al consumidor, eso lo convierte en una empresa que elabore una cantidad mayor en prendas para obtener una buena ganancia en venta mensual.

Pasa actualmente, es la empresa productora que genera más de 500 plazas de empleo directo, mientras que, en el apartado comercial, atiende a más de 1400 clientes mayoristas en todo el País y cuenta con 34 tiendas propias, ubicados en los principales centros comerciales del país. Las ventas a nivel nacional del sector textil se redujeron durante el 2020 en un (36%) en relación a 2019, reactivación económica del país, ha ayudado a que la situación mejore con respecto a 2020, aunque para Cobo todavía no se han alcanzado los niveles de ventas de 2019, la empresa superó y alcanzó a recuperar en el 2021 a un (75 – 80%) de las ventas normales (Corporación Mucho Mejor Ecuador, 2021).

Por lo tanto, se determina que de acuerdo a los porcentajes de reducción en ventas en el año 2020 como se lo menciona, es a causa por la pandemia que afecto en la comercialización al público, se analiza que la empresa opto por un plan de emergencia para salvaguardar la empresa, y no perjudicar desde los trabajadores hasta los proveedores, por ende, se realizó la producción y elaboración de mascarillas con la calidad de tela que ejecuta Pasa, logro que la empresa salga a flote y recuperar y sobrepasar sus ventas sobre el año anterior.

De acuerdo con los acontecimientos que suceden en los espacios de revistas, las personas que padecen esta condición llamada Acondroplasia establecen que existen datos de pedidos en el sector textil y por el arduo trabajo que se ha venido realizando por años, se tiene como resultados sus ventas en las regiones de la costa y sierra que reflejan resultados positivos de ubicación en listas como el segundo lugar ranking que tiene a nivel nacional y con mayor producción en vestimenta de ropa.

Mediante el código CIU, se observa y analiza que las empresas que producen y fabrican prendas de vestir, se elaboran para todas las personas en general, y no para personas que contengan algún tipo de discapacidad.

Según (Ecuador, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2012) presenta a continuación el siguiente el código, actualmente se mantiene la ley vigente:

C14 Fabricación De Prendas De Vestir.- Esta división comprende todas las actividades de confección (prêt-à-porter, a medida), en todo tipo de materiales (cuero, tela, tejidos de punto y ganchillo, etcétera), de todo tipo de prendas de vestir (ropa exterior e interior para hombres, mujeres y niños, ropa de trabajo, ropa formal y deportiva, etcétera) y accesorios. No se establece ninguna distinción entre prendas de vestir para adultos y para niños ni entre prendas de vestir modernas y tradicionales. La división C14 abarca también la industria peletera, producción de pieles y fabricación de prendas de vestir de piel. (Ecuador, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2012, pág. 37)

Según (Ecuador, Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2018) indica que en el Ecuador no se ha registrado con ningún nombre, y por ende no existe empresa que se dedique a la producción y comercialización de prendas para personas con Acondroplasia.

Mediante las investigaciones realizadas, se analiza que este proyecto de tesis va aportar en el estilo de vida y necesidades para las personas con la discapacidad de Acondroplasia. Sin embargo, en base a la búsqueda realizada, Acofashion tiene analizado las debilidades o falencias que demás empresas de prendas de vestir adquieren el riesgo de perder clientes.

Por esta razón, como primer enfoque es hacia el direccionamiento en la producción y comercialización, se debe de determinar en las empresa que se dedican a producir, confeccionar ropa; que hoy en día, se requiere de crear estrategias de innovación en prendas hacia las personas con Acondroplasia, vivimos en la actualidad la nueva era digital, donde se explota en las redes sociales, ferias, campañas de aceptación hacia este tipo de condición y que se debe pensar en todas las personas con alguna condiciones especial.

El establecer lanzamientos del nuevo emprendimiento de boutique, que se proyecta a posesionar en el mercado ecuatoriano, mediante personajes público de la pantalla nacional, que incentiven a visitar el lugar, mantener la presencia de modelos con estatura pequeña, para que luzcan cada prenda con el logo y marca que es ACOFASHION y causen impacto hacia los demás consumidores, generar expectativas positivas.

Por ejemplo: Invitar a personas del medio televisivo o ahora llamados influencers, crear contenidos, realizar mediante sus redes sociales publicidades, incentivando al público que visiten el lugar, mediante la imagen de ellos, mostrar un gran mensaje; que todos debemos vivir y aceptarnos uno hacia los demás, no marcarlos con indiferencia ni desprecio,

motivar que todos podamos dar un giro de negocio mediante una imagen, proyecto, nuevo hacia el mercado.

### **Fundamentación Legal**

La fundamentación legal del presente plan de negocios se respalda en un comienzo en las normativas, derechos que nos indica en el artículo 47. Sección sexta Personas con discapacidad tal como lo señala la (Ecuador, Asamblea Nacional Constituyente, 2008)

Art. 47.- El Estado garantizará políticas de prevención de las discapacidades y, de manera conjunta con la sociedad y la familia, procurará la equiparación de oportunidades para las personas con discapacidad y su integración social. Se reconoce a las personas con discapacidad, los derechos a:

1. La atención especializada en las entidades públicas y privadas que presten servicios de salud para sus necesidades específicas, que incluirá la provisión de medicamentos de forma gratuita, en particular para aquellas personas que requieran tratamiento de por vida.

Es decir, que los derechos ante la ley que el gobierno ejecutivo, las personas con discapacidades tienen la obligación de obtener sus privilegios de que sus derechos sean cumplidos y respaldados y respetado por vida, tanto en la educación, en atenciones médicas, ayudas humanitarias, y lugares de recreación ante todo el público en general.

El siguiente objetivo va directamente hacia el desarrollo sostenible, como una empresa Pyme en el Ecuador. Con el objetivo estructurado del Reglamento General Ley Orgánica Emprendimiento e Innovación, menciona el artículo 17 con sus establecidos objetivos de la guía nacional de emprendimiento, se presenta a continuación (Ecuador, Presidencia de la República, 2020):

- Plazos para el pago de facturas de emprendimientos registrados en el Registro Nacional de Emprendimiento.
- El pago de facturas a emprendimientos inscritos en el RNE se realizará conforme lo establecido en la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación. Para el efecto, el emprendimiento presentará, juntamente con la factura, el Certificado del RNE actualizado.
- Para las entidades públicas sujetas al sistema de gestión financiera de la Administración Central, el plazo para el pago de facturas a emprendimientos inscritos en el RNE será de 90 días contados desde que se genere el Comprobante Único de Registro -CUR- en este sistema. En el caso de las entidades públicas no sujetas a dicho sistema, el plazo será de



máximo 90 días después de suscrita el acta de entrega-recepción (Ecuador, Asamblea Nacional Constituyente, 2008, pág. 14)

Por lo tanto, este proyecto de plan de negocios estará designado como una empresa de Boutique nombrada como Acofashion, como un plan innovador en la ciudad de Guayaquil estará estructurado bajo lo que corresponde a los reglamentos.

El presente proyecto de investigación se sostiene mediante el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, se realiza un énfasis con los artículos 3 y 4, con el respectivo título preliminar del objetivo y ámbito de aplicación. (Ecuador, Asamblea Nacional, 2010).

Art. 3.- Objeto. - El presente Código tiene por objeto regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir. Esta normativa busca también generar y consolidar las regulaciones que potencien, impulsen e incentiven la producción de mayor valor agregado, que establezcan las condiciones para incrementar productividad y promuevan la transformación de la matriz productiva, facilitando la aplicación de instrumentos de desarrollo productivo, que permitan generar empleo de calidad y un desarrollo equilibrado, equitativo, e eficiente y sostenible con el cuidado de la naturaleza.

Por lo tanto, mediante el presente artículo mencionado, sostiene que toda persona que desee emprender un nuevo negocio, ayuda a incentivar a más personas a tener mayor interés en crear, innovar y poseer en el mercado su negocio, es decir; ayuda a potencializar al mercado nacional y así el país será conocido como generador de calidad en emprendimientos.

Art. 4.-Fines. - La presente legislación tiene, como principales, los siguientes fines:

- Fomentar la producción nacional, comercio y consumo sustentable de bienes y servicios, con responsabilidad social y ambiental, así como su comercialización y uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas.
- Generar trabajo y empleo de calidad y dignos, que contribuyan a valorar todas las formas de trabajo y cumplan con los derechos laborales.
- Generar un sistema integral para la innovación y el emprendimiento, para que la ciencia y tecnología potencien el cambio de la matriz productiva y para contribuir a la construcción de una sociedad de propietarios, productores y emprendedores.
- Regular la inversión productiva en sectores estratégicos de la economía, de acuerdo con el Plan Nacional de Desarrollo.

- Promover el desarrollo productivo del país mediante un enfoque de competitividad sistémica, con una visión integral que incluya el desarrollo territorial y que articule en forma coordinada los objetivos de carácter macroeconómico, los principios y patrones básicos del desarrollo de la sociedad; las acciones de los productores y empresas; y el entorno jurídico -institucional.
- Impulsar el desarrollo productivo en zonas de menor desarrollo económico
- Establecer los principios e instrumentos fundamentales de la articulación internacional de la política comercial de Ecuador.
- Potenciar la sustitución estratégica de importaciones.
- Facilitar las operaciones de comercio exterior.
- Promover las actividades de la economía popular, solidaria y comunitaria, así como la inserción y promoción de su oferta productiva estratégicamente en el mundo, de conformidad con la Constitución y la ley (Ecuador, Asamblea Nacional, 2010, pág. 14)

Esto indica que, en la actualidad se debe de enfocar más en potencializar el mercado, desarrollar el ámbito de competitividad mediante estrategias innovadoras que permitan mayores índices de ganancia tanto en lo nacional: realzar el emprendimiento, productores en el sector de la industria textil y artesanal.

En lo internacional como son las exportaciones, en llevar el producto y servicio de casa hacia afuera y permitir que el país sea beneficio e indicador de calidad.

En el siguiente reglamento, a continuación; se presenta las leyes, directrices que ejecuta la asamblea nacional, en función al sector productivo, en tema conocer cuáles son los requisitos para realizar, la creación de nuevas empresas, negocios y emprendimientos, así lo determina (Ecuador, Asamblea Nacional, 2020).

Según indica (Ecuador, Asamblea Nacional, 2020) El presente plan de negocio, es únicamente establecido como el diseño de producción y comercialización de boutique Acofashion, y es una empresa establecida como persona natural en el enfoque del emprendimiento, así lo establece la Ley Orgánica de emprendimiento e innovación.

Art. 6.- Consejo Nacional para el Emprendimiento e Innovación: Crease el Consejo Nacional para el Emprendimiento e Innovación – CONEIN, como organismo permanente estratégico para promover y fomentar el emprendimiento, la innovación y la competitividad sistémica del país, mediante la coordinación interinstitucional, la alianza público – privada y academia, el mismo que estará conformado por las máximas autoridad o delegados de las siguientes instituciones:

- a) La Presidencia de la República o su delegado, quien lo presidirá y tendrá voto.

- b) El Ministerio rector de la Producción.
- c) El Ministerio rector de Economía y Finanzas.
- d) La Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación.
- e) Un representante del Comité Interinstitucional de la Economía Popular y Solidaria.
- f) Un representante del Consorcio de Gobiernos Autónomos Provinciales.
- g) Un representante de la Asociación de Municipalidades del Ecuador.
- h) Un representante del Consejo Consultivo del Emprendimiento e Innovación.
- i) Un representante de las Cámaras de la Producción.
- j) Un representante de las Universidades, Escuelas Politécnicas e Institutos de Educación Superior públicos.
- k) Un representante de las Universidades, Escuelas Politécnicas e Institutos de Educación Superior privados (Ley orgánica de emprendimiento e innovación, pág. 6).

Art. 12.- Registro Nacional de Emprendimiento: El Ministerio rector de la Producción creará el Registro Nacional de Emprendimiento RNE, el mismo que será el responsable de su creación y actualización en línea, conforme a los parámetros y características establecidos en el reglamento de esta Ley. Los proyectos que consten dentro de este registro se sujetarán al Título III del libro IV del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación.

Toda persona natural o jurídica con antigüedad menor a cinco años a la fecha de entrada en vigencia de esta Ley, que tenga menos de 49 trabajadores y venta menores a 1.000.000 USD, podrá constar en el RNE para beneficiarse de los incentivos previstos en esta Ley. Para esto el Ministerio rector de la Producción, previa la emisión del RNE, requerirá los datos que correspondan al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social y al Servicio de Rentas Internas, así como a otras entidades vinculadas (Ecuador, Asamblea Nacional, 2020, pág. 8).

La presente Ley, y artículos hacen referencia que Ecuador es un país, que está inmerso en la innovación, creatividad, y eso ayuda a promover e incentivar la productividad, y en base a los requisitos que se tienen que realizar como principio de iniciar un emprendimiento, es conocer cada proceso, que costo e inversión se tomara, beneficios como empresa y hacia los empleados.

### **Registro del ruc para personas naturales**

El registro único del contribuyente, es la institución que procesa, un documento de identidad para aquellas personas que llevan a cabo una actividad económica independiente, es decir; Si una persona desea establecer un negocio propio, es básicamente propietario y dueño del establecimiento, por ende, tiene que cumplir cada requisitos y normas que requiere el (RUC) (Ecuador, Servicio de Rentas Internas, 2022) .

Según (Ecuador, Servicio de Rentas Internas, 2022) menciona los requisitos para obtener el RUC, a continuación:

- Cédula de identidad.
- Certificación de votación.
- Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente.
- Calificación artesanal emitida por el organismo competente (Ecuador, Servicio de Rentas Internas, 2022).

### **Procedimiento para realizar el trámite SRI:**

- Primero ingresar al navegador Google Chrome, e ir a la página web: **www.sri.gob.ec**
- Dar clic en la opción SRI en línea.
- Con sus datos personales, ingresar el número de cédula y clave correspondiente.
- Seleccionar la opción de: Inscribir.
- Aceptar toda la información ingresada y leída, y dar clic en: Aceptar términos y condiciones.
- Ingresar toda la información general y necesaria del contribuyente.
- Colocar fuentes de medios de contactos.
- Ingresar la dirección de domicilio.
- Ingresar la dirección donde vas a establecer tu negocio o matriz.
- Integrar la información las actividades económicas.
- Observar el resumen de la información ingresada.
- Recibir la notificación de confirmación de inscripción de RUC (Ecuador, Servicio de Rentas Internas, 2022).

### **Fundamentación Teórica**

Se establece para el presente plan de titulación, luego de analizar algunas referencias de textos, con el tema del modelo de plan de negocios se selecciona como referencia del libro por el autor Oscar Hugo Pedraza Rendón con título “Modelo de Plan de negocios: para la micro y pequeña empresa” dado como mención a la estructura que corresponde a un modelo de plan de negocios, así lo indica (Pedraza Rendón, 2014, pág. 43).

Por otro lado, se debe conceptualizar y enfocar correctamente el plan que se desea plasmar, se necesita ejecutar las siguientes razones para elaborar un modelo de plan de negocios:

- Tener un instrumento para presentar un proyecto y gestionar recursos financieros.
- Determinar la viabilidad económica de la inversión propuesta y establecer escenarios de operación y riesgo por enfrentar.

- Plantear un esquema de ejecución e instalación del plan de negocio y servir de guía para la puesta en marcha.
- Establecer necesidades y tiempos de actividades antes la operación.
- Evaluar el desempeño de un negocio en marcha (Pedraza Rendón, 2014, pág. 43).

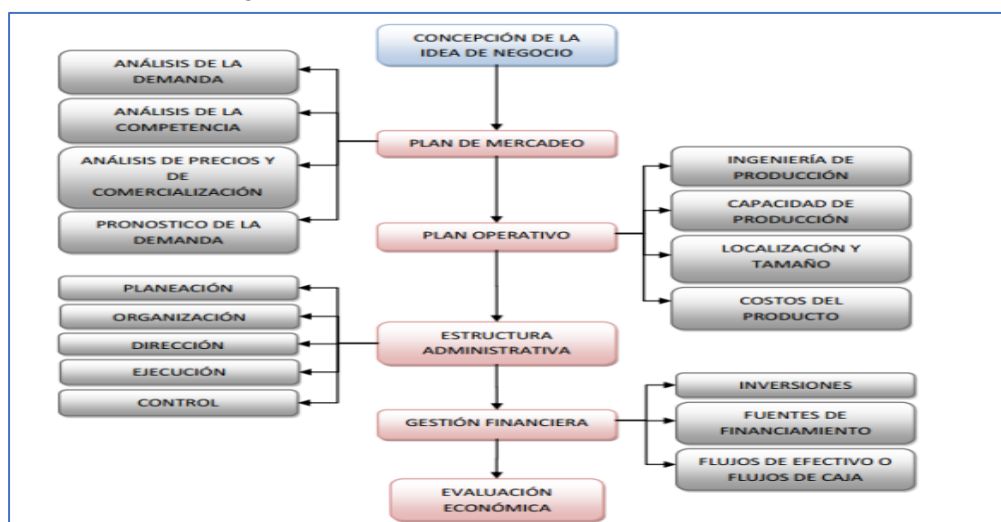
### Plan de negocios

De acuerdo con (Viniegra, 2007), el plan de negocios se define a continuación como:

El plan de negocio ayuda a visualizar hoy como deben operar las distintas áreas del negocio o empresa para que de manera conjunta y sinérgica permitan alcanzar los objetivos deseados de la manera más eficiente posible; producir el máximo recursos de resultados con el mínimo de recursos. (pág. 13)

El plan de negocio se establece como parte esencial la base de la planificación, control, dirección en la ejecución y estructura del inicio de un proyecto que se va a realizar, plasmar todas las ideas primarias y secundarias, observar e analizar la situación del entorno, conocer las carencias en el que se encuentran con el tema de búsqueda en un producto o servicio, mediante las demás empresas que se encuentran alrededor conocer cuáles serían las oportunidades y fortalezas que se puede obtener al montar un negocio innovador, dominar la situación en el que labora la competencia con su equipo de trabajo, crear estrategias positivas desde un correcto ambiente de trabajo hasta la venta de un cliente.

Figura 3. Estructura de idea del negocio



Fuente: (Sánchez Revelo, 2015)

Implementar en el plan de negocio objetivos claros que tengan énfasis con lo planteado, construir una misión y visión que tenga dirección a lo establecido, ser cuan

amigable y profesional manejando el campo administrativo y financiero; y así, realizar: tomas de decisiones, proporcionar argumentos claves a la hora de establecer contacto con los clientes para obtener como resultado la factibilidad y viabilidad del proyecto.

### **Análisis del entorno**

El análisis del entorno se fundamenta como, la determinación de los riesgos y oportunidades del éxito o del fracaso del proyecto, engloba los estudios que se deben realizar con la finalidad de detectar las ventajas y desventajas, dentro del área o sector donde se desea implantar el proyecto, para con los resultados obtenidos determinar la viabilidad del plan de negocio (Rojas López, 2015).

Estudiar el comportamiento del entorno interno y externo, como lo indica la palabra externa permite conocer cómo está la situación por parte de la competencia, tener un enfoque de lo que se va a enfrentar, para obtener como resultados nuestras oportunidades a través de las creaciones de nuevas estrategias y productos que se maneje en el mercado.

Así mismo, se presentarán las amenazas y esa parte se debe de evitar, por ende, mediante encuesta de calificación de los clientes se pueda observar la satisfacción por parte de ellos y estar pendiente si cada uno de los usuarios requieran algún tipo de necesidad con productos; y así, la empresa crece por críticas constructivas y se obtendrán resultados positivos y ser mejores vistos ante la competencia (Rojas López).

### **Demanda**

La demanda en la economía y sector empresarial maneja una relación en que se relaciona con una cantidad, del cual las personas están dispuestas a comprar con el precio que estén dispuestos a pagar. Hoy en día el empresario debe de desarrollar un enfoque de decisión al establecer los precios, por ende, es importante conocer las características que tiene el mercado para observar si es sensible o insensible para la toma de decisiones.

Según la demanda consta en su clasificación con los siguientes estados a continuación:

- Demanda satisfecha
- Demanda Insatisfecha
- Demanda Nula o inexistente
- Demanda negativa
- Demanda latente

- Demanda decreciente (Mendoza Farro & Tello Berenstein, 2019).

### **Demanda insatisfecha**

Según, (Mendoza Farro & Tello Berenstein, 2019) determina que la demanda insatisfecha se la defina de la siguiente manera: “Por lo tanto, la demanda insatisfecha solo se establece mediante lo ocurrido en el mercado no cubre los requerimientos de la demanda”. Es decir, es necesario calcular el tamaño de la demanda insatisfecha para calcular la cantidad de productos requeridos para satisfacerla.

### **Oferta**

La oferta es establecida como uno de los elementos de la economía, del cual es la encargada de ofrecer bienes y servicios desde la perspectiva del mercado, en el ámbito empresarial, el emprendedor ofrece un producto a cambio que el cliente realice una compra, y así generar una venta con precios justos y adecuados, y se logrará como resultado la obtención de la satisfacción de haber cumplido con la necesidad. “La oferta se define como una cantidad concreta, bien especificada en cuanto al precio y al período de tiempo que cubre, de bienes y servicios que los productores están dispuestos a vender (Mendoza Farro & Tello Berenstein, 2019)”.

### **Segmentación de mercado**

La segmentación de mercado se conoce en el sector empresarial, que es un proceso mediante el cual se logra identificar y analizar a un grupo de compradores, sin embargo, esto indica que se observa las necesidades en base a los deseos y requerimientos que adquieren los consumidores.

Es importante recordar, que, en una segmentación de mercado se crea una marca con un producto específico y determinado para un grupo de personas, en este caso, a las personas que contienen la condición de Acondroplasia que desean adquirir prendas con tallas adecuadas a su cuerpo y estilo.

Por lo tanto, el segmento de mercado debe ser claramente diferenciado respecto al otro, en base a sus componentes, se puede determinar, de manera precisa, aspectos como tamaño, género, edad, poder de compra de los integrantes de cada segmento (Mendoza Farro & Tello Berenstein, 2019).

En la siguiente ilustración, se analiza la estructura y clasificación de la segmentación de mercado, a continuación:

Figura 4 Clasificación de Segmentación de Mercado



Fuente: (Mendoza Farro & Tello Berenstein, 2019)

### **Estrategias del marketing**

El proceso de las estrategias del marketing, se fundamenta como el conjunto de decisiones sobre acciones a emprender y recursos a utilizar para alcanzar los objetivos teniendo en cuenta la posición que ocupa el producto en el mercado respecto de sus competidores (Vargas Belmonte , 2014).

Es decir, esta herramienta es la clave para llevar a cabo el funcionamiento del posicionamiento en el mercado meta, analizando como estrategia el perfil del consumidor para luego dar el siguiente paso de aplicar un nuevo producto y servicio al mercado, durante la transición se cuenta con los temas del marketing mix, que indica las 4 P: Producto, promoción, precio, plaza.

### **Estudio Técnico**

“El estudio técnico se desarrolla de forma explícita las etapas principales del perfeccionamiento de la idea original, hasta llegar al diseño propuesto como solución del proyecto definitivo” así lo menciona (Rojas López, 2015).

Dentro del estudio técnico se procura contestar las siguientes preguntas:

- ¿Cómo producir lo que el mercado demanda?
- ¿Cuál debe ser la combinación de factores productivos?



- ¿Dónde producir?
- ¿Qué materias primas e insumos se requieren?
- ¿Qué equipos e instalaciones físicas se necesitan?
- ¿Cuánto y cuándo producir? (pág. 54).

Según (Sapag Chain N. , 2008) indica, según en el campo del estudio técnico se determinarán los requerimientos de equipos de fábrica para la operación y el monto de la inversión correspondiente. Del análisis de las características y especificaciones técnicas de las máquinas se precisará su disposición en planta, la que a su vez permitirá hacer una dimensión de las necesidades de espacio físico para su normal operación, en consideración con las normas y principios de la administración de la producción.

### **Tamaño del Mercado**

En el tamaño del mercado, se indica que es la variable que toma más importancia, ya que deberá optarse por la definición de un tamaño inicial lo suficientemente grande como para que pueda responder a futuro a ese crecimiento del mercado, u otro más pequeño pero que vaya ampliándose de acuerdo con las posibilidades de las escalas de producción. (Sapag Chain N. , 2008).

Existen tres situaciones básicas del tamaño que pueden identificarse respecto del mercado:

- Aquella en la cual la cantidad demandada total sea claramente menor que la menor de las unidades productoras posibles de instalar
- Aquella en la cual la cantidad demandada sea igual a la capacidad mínima que se puede instalar
- Aquella en la cual la cantidad demandada sea superior a la mayor de las unidades productoras posibles de instalar (pág. 182).

### **Localización**

El estudio de localización es, la referencia al lugar donde se ubicará el proyecto, donde se le permita o facilite el acceso para el usuario o consumidor, la localización se determina como el factor importante en este tipo de decisión son los costos de transporte y las particularidades del producto o material por transportar.

Existen factores para la toma de decisiones sobre la localización son:

- Disponibilidad de terrenos.

- Facilidad de construcción.
- Facilidad de acceso a servicios públicos: luz, teléfono, acueducto, alcantarillado, comunicaciones.
- Acceso a servicios complementarios: Bancos, notarias, etc.
- Nivel impacto ambiental.
- Políticas de desarrollo empresarial (Méndez Lozano, 2020).

### **Plan estratégico**

El plan estratégico en el ámbito empresarial se desarrolla como proceso fundamental una primera dirección del análisis de la organización, basándose en las ideas claves, el plasmar los respectivos objetivos específicos cuyos estén asociados con los propósitos estratégicos del cual es: la misión, visión y valores de la empresa, y ejecutar constantes seguimientos de alcances en las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades, para poder obtener como resultado la formación de las relaciones estratégicas y acuerdos con los que formaran parte como clientes actuales y proveedor para adquirir alianzas y alcanzar el éxito (Luna González, 2016).

### **Visión**

La visión debe ser breve, operativa, desafiante, inspiradora, trascendente y relacionada con aquello que se sabe hacer bien. Las siguientes preguntas pueden ayudar al equipo a redactar la visión:

- ¿Cómo nos vemos en el futuro?
- ¿Cuál es la imagen deseada de la empresa?
- ¿Qué actividades desarrollaremos en el futuro? (Mendoza Farro & Tello Berenstein, 2019).

### **Misión**

La Misión de la empresa, se define como una declaración de lo que el negocio desea ser y a quien servir. Para redactar la misión el emprendedor debe considerar los siguientes puntos:

- Identificar el rubro del negocio
- Determinar la necesidad que se va a satisfacer.
- Preguntarse a que se ofrece, a quién y cómo (Mendoza Farro & Tello Berenstein, 2019).

### **Objetivos Estratégicos**

Como punto esencial, se debe de acotar que son los fines o metas, a nivel estratégico, que la empresa pretende alcanzar a largo plazo, mediante el desarrollo de directrices o pautas de actuación, encaminadas a mejorar la actividad y el rendimiento de la empresa. Por lo tanto, deben de contar con los siguientes 5 criterios:

1. Implementar la aceptación por los diferentes grupos de personas de la empresa.
2. Que puedan reorientarse en función de circunstancias excepcionales.
3. Sean medibles.
4. Formar parte de la estrategia empresarial y de la cultura corporativa.
5. Que sean alcanzables con las habilidades y conocimientos disponibles en la empresa (Palacios Acero, 2011).

### **Plan Financiero**

El presente indicador plan financiero, hace énfasis en: Realizar un análisis de la situación financiera de la empresa, integrar todos los planes y estrategias previamente establecidos en el plan de negocios, se debe reflejar todas las decisiones que se toman a lo largo del desarrollo planteado; identificar los datos supuestos y políticos que guiaran las proyecciones económicas y financieras del emprendimiento, así lo menciona (Weinberger Villarán, 2009).

### **Valor actual neto (VAN)**

El índice Financiero del Valor actual neto (VAN), también conocido como valor presente neto (VPN), determina la valoración de una inversión, en función de la diferencia entre el valor actual actualizado de todos los cobros derivados de la inversión y todos los pagos actualizados originados por la misma a lo largo del plazo de la inversión realizada (Mendoza Farro & Tello Berenstein, 2019).

### **Tasa interna de retorno (TIR)**

La tasa interna de retorno evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por periodo con la cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual (Morales Vargas & Páliz Arroyo, 2011).

### **Relación beneficio/ costo**

La relación costo/ beneficio es el que realiza la medición en lo que respecta la relación entre el coste por unidad producida de un bien o servicio y el beneficio obtenido por su venta, del cual se desarrolla en el mundo empresarial y de los negocios (Economipedia).

### **Flujo de caja**

El análisis del flujo de caja, es la herramienta básica de la planificación financiera y de evaluación de proyecto que sirve para: planificar, ordenar y controlar la liquidez de la empresa por un periodo determinado, evaluar la necesidad de cambiar las condiciones de plazo a cobro a clientes y el pago a proveedores; el indicador muestra todos los ingresos y egresos, actuales y a futuro (Weinberger Villarán, 2009).

### **Inversión Fija**

La Inversión fija o inversión de activos fijos, son aquellas que se realizan en los bienes tangibles que se utilizaran en el proceso de transformación de los insumos o que sirven de apoyo a la operación normal del proyecto. Constituyen activos fijos como: los terrenos, las obras físicas (edificios industriales, sala de venta, oficinas administrativas, vías de acceso estacionamientos, bodegas, etcétera), el equipamiento de la planta, de las oficinas y de las salas de venta (en maquinarias, muebles, herramientas, vehículos y decoración en general), así como la infraestructura de servicios de apoyo (agua potable, desagües, red eléctrica, comunicaciones, energía, etcétera). (Sapag Chain N. , 2014, pág. 199).

### **Depreciación Anual**

La depreciación anual es la evaluación de un proyecto a niveles de perfil y pre factibilidad, estableciendo el procedimiento de cálculo, generalmente por el método lineal, sin considerar valores residuales para el activo final del periodo de depreciación (Sapag Chain N. , 2011, pág. 155).

### **Depreciación Lineal**

Para los estudios a niveles de perfil o pre factibilidad, es dividiendo el valor total estimado en su adquisición por el número de años en que se deberá depreciar (Sapag Chain N. , 2011, pág. 201).

## **Capital de trabajo**

El presente indicado es el recurso económico adicional, diferente a la inversión inicial; permite financiar la primera producción de la empresa antes de recibir sus primeros ingresos por ventas, financia la materia prima, pago de mano de obra directa, otorgar créditos en las primeras ventas y contar con ciertos gastos que implica el negocio (Weinberger Villarán, 2009).

### **Capital de trabajo – Modelos**

Según (Sapag Chain N. , 2011) indica, que en el indicador del capital de trabajo “En los proyectos de inversión se fundamenta, que existe tres modelos para calcular el monto para invertir en capital de trabajo, el método contable, el del periodo de desfase y el del déficit acumulado máximo.

Según (Sapag Chain N. , 2011) Establece que el Método contable:

Es estimar una proyección confiable de cada variable hacen recomendable utilizar este método únicamente cuando, en una empresa en marcha; se puede definir un estándar y aplicarlo al proyecto que se evalúa, por sus limitaciones se usa principalmente a nivel de perfil o de pre factibilidad (pág. 185).

Según (Sapag Chain N. , 2011) Fundamenta que el Método de desfase: “Calcula la inversión en capital de trabajo como la cantidad de recursos necesarios para financiar los costos de operación desde que se inician los desembolsos hasta que se recuperan”. (pág. 186).

Establece (Sapag Chain N. , 2011) Que es Método del déficit acumulado máximo: “Es el más exacto de los tres disponibles para calcular la inversión en capital de trabajo, al determinar el máximo déficit que se produce entre la ocurrencia de los egresos e ingresos”. (pág. 187).

### **Periodo de recuperación**

El método de periodo de recuperación, indica que permite determinar cuánto tiempo tarda en ser pagado un proyecto, mediante las restas consecutivas a la inversión inicial de cada uno de los flujos de efectivo, hasta que se recupere íntegramente, de modo que, si la inversión se liquida igual al horizonte del proyecto o menor, será considerado viable y se aceptará, de lo contrario se rechazará. (Palomino Paucar & Sullón García, 2021).

## MARCO METODOLÓGICO

### Paradigma de la investigación

Para la elaboración del plan de negocios, se desarrolla como base el marco metodológico, lo siguiente, contar con la respectiva estructura mediante el cual, se comienza a detallar con la explicación del paradigma de la investigación científica, que se fundamenta básicamente como el proceso de procedimientos que ejecutan un grupo de personas encargadas que desarrollan conocimientos del tema, para tener un claro enfoque de cuáles son los problemas y necesidades que se están presentando.

Por lo tanto, se brinda la solución de una manera eficaz y constante, según como lo indica (Ramos, 2015), en su libro Paradigmas de la Investigación menciona: “Un paradigma engloba un sistema de creencias sobre la realidad, la visión del mundo, el lugar que el individuo ocupa en él y las diversas relaciones que esa postura permitiría con lo que se considera existente” (Pág. 10).

Según indica (Martínez Marín, 2006) Un paradigma permite obtener la base de la estructura coherente constituida por una red de conceptos a través de los cuales ven su campo los científicos, constituida por creencias metodológicas y teóricas entrelazadas que permiten la selección, evaluación y crítica de temas, problemas y métodos. Mediante el cual, se conoce las responsabilidades del compromiso que existe entre los miembros de una comunidad científica, todo lo cual implica una definición específica del campo de la ciencia correspondiente y se expresa en una tradición orgánica de investigación.

Se establece que los procesos de paradigmas de la investigación científica, es de manera continua que básicamente se genera en función de desarrollo de nuevos conocimientos y tecnologías partiendo desde el punto que se observa la realidad para establecer la formulación del problema a través de las directrices, que por lo tanto, permitirá proceder la simplificación del entorno de manera que se realizara de una condición eficaz en las tomas de decisiones para la explicación de situaciones en el contexto de un paradigma anterior.

De acuerdo con, (Ramos, 2015)“En el desarrollo del análisis de los paradigmas de la investigación, se acota que su clasificación se deriva en los siguientes tipos de paradigmas como son: El positivista, el materialista histórico, y el interpretativo.”

De acuerdo, con lo mencionado, se presenta como primer punto, en el desarrollo del presente plan de negocios, el enfoque del paradigma positivista, en el cual se va a realizar el giro de la idea de un proyecto, realizar la elaboración de un objeto de estudio con un vínculo del tema problemático que está relacionado con único fin de ayudar a predecir el comportamiento de la realidad con base a la predicción de la posibilidad de control riesgos.

Sin embargo, como segundo enfoque; se implementa el paradigma interpretativo, es el instrumento que proporcionará un énfasis clave, en realizar los debidos respectivos análisis de los resultados estadísticos que se obtiene mediante los instrumentos.

Por lo consiguiente, en el presente plan de negocios con dirección a personas con Acondroplasia, se desarrollará las debidas muestras a través de encuestas para obtener estadísticas mediante la demanda insatisfecha y la oferta, para lograr analizar las hipótesis, en consecuencia y así determinar el comportamiento del consumidor y el mercado, y por ende realizar los seguimientos de control de tamaño de mercado, para establecer correctas ideas, estrategias, metas para la producción y comercialización de la boutique “Acofashion”.

### **Enfoque de la investigación**

En el enfoque de la investigación científica se establece desde el punto de vista que se observe el tema para plantear la resolución del problema que se va a ejecutar, mediante su clasificación se conoce que existen las variables: cuantitativa, cualitativa y mixta. En la investigación se desarrollan los siguientes paradigmas: positivista, interpretativo y crítico. Es decir, se asigna metodológicamente al presente plan de negocio, el paradigma positivista e interpretativo, por la razón en que, como dueño de la idea del negocio se tiene que conocer e identificar los respectivos análisis de los paradigmas, para medir o comprender el giro de la investigación con las dimensiones admitidas epistemológico y metodológico (Gallardo Echenique, 2017).

El presente trabajo se basa en el enfoque cuantitativo, según lo indica el autor (Cedeño Esmeralda, 2022) :“Se conoce como el análisis de una realidad objetiva partiendo del uso de mediciones numéricas y datos estadísticos para que, de esta manera se logre determinar el comportamiento del objeto de estudio en el problema planteado”.

Por lo tanto, en el presente enfoque se ejecuta valores cuantificables para analizar porcentajes mediante índices estadísticos y numéricos para obtener en qué nivel se encuentra el comportamiento de la población segmentada, la frecuencia de crecimiento en la población, tasas de indicadores cerca de la investigación que se está realizando, se comprueba los

resultados mediante la recopilación de datos para determinar el máximo control de observaciones de las necesidades y satisfacción por el entorno externo.

El enfoque cualitativo, aportara como un instrumento importante, mediante el cual se conocerá los análisis de valoración de las personas con Acondroplasia que abstengan la necesidad de tener prendas indumentarias acorde a sus medidas y así brindar un estilo de vida únicos para ellos.

De acuerdo con el análisis de los tipos de enfoques que existen en el ámbito de la metodología de la investigación, existen varios alcances de estudios como son: Exploratorio, descriptivo y explicativo, nos guiará a conocer a qué tipo de alcance será el proyecto. Sin embargo, en el presente plan de negocio se direcciona con la delineación exploratoria para determinación de cuantas personas con Acondroplasia existen en el Ecuador, establecer un seguimiento en base de esas personas con el entorno del mercado.

Como segunda delineación se tiene la descriptiva, que permite conocer, estudiar, analizar las necesidades que ellos requieran en base a la obtención en prendas de vestir, junto al enfoque Mixto, que permitirá conocer el entorno y sector de la investigación, analizar qué tan familiarizado es el tema a nivel del mercado nacional.

Por ende, se ejecutará la respectiva búsqueda de información; explorar el campo donde será ejecutado el proyecto a través de encuestas a la población que será direccionada la boutique ACOFASHION, el presente alcance muestra que tan estudiado es el tema, para poder resolver y brindar satisfacción.

El enfoque de la investigación de este proyecto es direccionado a la forma en que se estará aproximando al objeto de estudio, es decir, esta segmentado hacia las personas de talla baja o la condición de Acondroplasia dentro de la ciudad Guayaquil, por el motivo que ninguna empresa de vestimenta de manera física, ha logrado captar la necesidad que requiere este grupo de personas, solo han establecido un enfoque que han permitido que sus tendencias de moda y catálogos solo sean a personas que mantienen una condición física normal.

Para el presente plan de negocios, se determinará el uso de la herramienta llamada encuesta, para determinar la situación del mercado, conocer las necesidades que tienen las personas con Acondroplasia, realizar análisis de los resultados del por qué ese grupo de personas desean que exista en el mercado un espacio de vestimenta para ellos. Mediante estadísticas y porcentajes se observará que tan viable será este plan de negocio.



La encuesta para según el autor (Boniolo & Sautu, 2005) Es una herramienta útil, si se quiere dar cuenta de los aspectos estructurales y/o atributos generales de una población, o las razones u opiniones que tienen las personas acerca de determinados temas.

### **Técnicas de recolección de datos**

Según indica (Hernández Escobar, Ramos Rodríguez, & Placencia López) “Las fuentes primarias, es aquella información indispensable de obtener para la realización del estudio de factibilidad del proyecto”. (pág. 29). En este campo de la recolección de datos, se presentan las fuentes primarias, que por conocimiento se las establecen como principios de información de categorías y argumentos nuevos, que solamente pueden ser obtenidas a través de medios de periódicos como: el comercio, universo, líderes, vistazo, primicias, sin embargo, existen fuentes en trabajos de tesis que realizan investigación de proyectos innovadores. Por lo tanto, para que un proyecto sea factible, se debe de establecer datos primarios para validar por medios estadísticos, tales como: la observación, la experimentación, y la entrevista.

Las fuentes secundarias, se las establecen en dos métodos: internas y externas, por lo tanto, en el caso de las internas se interviene, con la sección financiera como son: los registros contables, cuadros estadísticos, flujos de márgenes de ganancias y pérdidas y por ende, los enfoques de la investigación del estudio del mercado, entre otros; y las externas son fuentes claves donde obtendremos información proporcionadas con medios de instituciones (Hernández Escobar, Ramos Rodríguez, & Placencia López, 2018, pág. 34)

Mediante el presente plan de negocios que se está proyectando, se empleará las respectivas fuentes primarias y secundarias, pero en la investigación se designará las fuentes secundarias para así, realizar las debidas preguntas como lo indica una encuesta, y, por lo tanto, se tomara de guía y material de apoyo los repositorios digitales de personas que en tiempo atrás han elaborado sus tesis.

Como otro material de apoyo secundario se contará con informaciones con contenido verídico legales, como es La Constitución del Ecuador y el Plan de desarrollo nacional “Programa Hilando Juntos 2022 - 2023”, incluido los objetivos sostenibles de la “Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación”, y el código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones. Para la recolección de datos estadísticos, se observa mediante fuentes financiera como Corporación Financiera Nacional (CFN), el Instituto Nacional y Censos (INEC), por último el Banco Central del Ecuador (BCE) serían por parte de fuentes

institucionales, y por la parte de revista y periódicos principales a nivel nacional tenemos: El universo, el telégrafo, las primicias, revista Ekos, líderes, el comercio para observar y tener conocimiento de cómo año a año avanzan las estadísticas en crecimiento de producción, comercialización y ventas.

Establecer mediante la información primaria, obtenida por espacios verídicos mencionados, conocer las necesidades del público de enfoque, se desarrollará una encuesta establecida de 10 preguntas acorde la urgencia de satisfacer las necesidades hacia las personas con Acondroplasia, se implementarán encuestas a los consumidores en general para conocer el comportamiento de cada uno de ellos e incluir preguntas con enfoques claves hacia la innovación del mercado ecuatoriano, para obtener resultados favorables hacia la boutique Acofashion.

### **Instrumento de la investigación**

#### Validación de encuesta

Mediante el instrumento de la investigación de la encuesta, se desarrolla el único objetivo de validar el mencionado proyecto, con el conocimiento del método de coeficiente “alfa de Cron Bach” este factor se lo interpreta como una validez de constructo que permite conocer los resultados de una encuesta. Para realizar y obtener buenas derivaciones estadísticas, se contará con la participación de 5 expertos en el campo de la gestión empresarial y administración, creación y diseño de prendas indumentarias casual y de gala. Con el respectivo conocimiento de los expertos mencionados se suministrará las firmas legales de calificación, en las desarrolladas 10 preguntas en una escala del 1 al 5, de donde el indicador 1 es la escala más baja e inaceptable y 5 es la escala con la puntuación de más alta en excelencia.

Por lo tanto, de la siguiente manera se muestra la tabla de los expertos que forman parte de la validación de encuesta, se da a conocer los respectivos nombres y su función como profesional con el único objetivo es que se demuestren sus conocimientos relacionados al tema que se dirige el plan de negocio.

Tabla 1. Expertos de Validación

<b>Profesión/cargo del experto</b>	<b>Nombre del Experto</b>
Docente Universitario	Ing. Diego Rubio
Diseñadora de moda	Sra. Pensilvania Moran
Ing. Contaduría y Estadísticas	Ing. Ángela Calderón
Empresaria Boutique	Ing. Verónica Villamar
Lcda. Mercadotecnia y publicidad	Lcda. Karen Ordoñez

Elaborado por: Ericka Monserrate Piña Arteaga

Para los expertos en la validación de las respectivas encuestas, se plantea el diagnóstico por cada uno de ellos, mediante la ecuación con la fórmula que permitirá conocer los resultados obtenidos, de las encuestas que se han implementado.

**MÉTODO COEFICIENTE DE ALFA DE CRONBACH**

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

Ecuación 1. Alfa de Cronbach

Tabla 2. Alfa de Cron Bach

EXPERTOS	Pr. 1	Pr. 2	Pr. 3	Pr. 4	Pr. 5	Pr. 6	Pr. 7	Pr. 8	Pr. 9	Pr. 10	Suma
Docente de la UMET	5	5	4	1	4	5	5	2	4	5	40
Diseñadora	4	5	3	5	3	5	5	5	4	5	44
Ing. CPA	2	4	1	2	3	5	1	2	1	3	24
Empresaria	2	4	5	1	3	3	5	5	2	2	32
Lcda. en Marketing	3	4	4	4	5	2	3	4	5	3	37
Varianza	1,360	0,240	1,840	2,640	0,640	1,600	2,560	1,840	2,160	1,440	
Sumatoria de Varianza	16,320										
Varianza de sumatoria de Ítems	47,840										

$\alpha =$	Coficiente de confiabilidad del cuestionario	0,73
$k =$	Número de ítems del instrumento	10
$\Sigma S^2_i =$	Sumatoria de las varianzas de los ítems	16,320
$S^2_T =$	Varianza total del instrumento	47,840

RANGO	CONFIABILIDAD
0.53 a menos	Confiabilidad Nula
0.54 a 0.59	Confiabilidad Baja
0.60 a 0.65	Confiable
0.66 a 0.71	Muy Confiable
0.72 a 0.99	Excelente confiabilidad
1	Confiabilidad perfecta

Como se proyecta en la presente tabla, nos indica que, dado el diagnóstico de los 5 expertos, realizando la evaluación de las 10 preguntas de la encuesta planteada, refleja como resultado un indicador de coeficiente de confiabilidad del 0,73; mediante la tabla de rango establece que se maneja un margen dentro de la excelente confiabilidad. Nos indica que se puede seguir con el proceso.

## CAPITULO I

### 1. ANÁLISIS DEL ENTORNO

#### 1.1 Diagnostico Situacional

Según (Ecuador, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2012) indica, que en el sector Guayas sus actividades comerciales existen en 31.983 establecimientos económicos de los que el 80% se dedican a la venta al por menor con lo que corresponde a la elaboración de prendas de vestir con un indicador del 13% a la venta, donde se indica la clasificación de las actividades que mencionado proyectado desea realizar lo siguiente: prendas de vestir para mujeres, vestidos de gala, casual, jeans, chaquetas, prendas de embarazo, faldas, overol, enterizos, traje de baño, entre otros; para hombres son: traje de gala, camisas casuales, corbatas, medias, jeans, bermudas, interiores, pantalón de baño, todo que sea de acorde a sus medidas corporales. (Ecuador, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2012).

#### 1.2 Analisis del entorno externo

Según (Sapag Chain N. , 2011) enfoca la empresa para analizar en donde está situada y del proyecto que se evalúa implementar es fundamental para determinar el impacto de las variables controlables y no controlables, así como para definir las distintas opciones mediante las cuales es posible emprender la inversión. Tan importante como identificar y dimensionar las fuerzas del entorno que influyen o afectan el comportamiento del proyecto, la empresa o, incluso, el sector industrial al que pertenece es definir las opciones estratégicas de la decisión en un contexto dinámico.

#### 1.3 Investigación de mercado

En la siguiente ejecución de la investigación de mercado, se adquiere la respectiva información mediante la encuesta en los siguientes sectores del norte y centro del distrito de Guayaquil, el objetivo determinado para la investigación planteada de las características y estructuración referente a la producción y comercialización de la boutique “Acofashion” de vestimenta para personas con Acondroplasia estará situada en el sector Centro de la ciudad de Guayaquil, con el único punto de dirección del énfasis de determinar y analizar la oferta y demanda que tiene el presente plan de negocio, con datos estadísticos que serán incluidos en el capítulo 2 con el neutral objetivo de diagnosticar la construcción del marco administrativo, legal y financiero.

#### 1.4 Población y muestra

Para realizar el cálculo de la población del presente estudio de investigación, se anexa información de la fuente (Ecuador, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2019) donde nos indica que en el Ecuador presenta un indicador de 18'224.503 de habitantes.

Por lo tanto, de los antecedentes que se han presentado, se obtiene como fuente (Federación Nacional de Ecuatorianos con Discapacidad Física, 2006) el indicador de margen de índice de datos en la población demográfica del Guayas, es un total de 9.256 habitantes con discapacidad física, pero el (10,6%) se muestra la diferencia significativa que presenta la variable sexo, se indica que el (57,6%) de los hombres, y el (42,4%) son mujeres; obtienen como datos que existe una población en la ciudad de Guayaquil como personas que padecen de la condición Acondroplasia.

Segunda variable se tiene la edad, cuyo indicador nos indica que se analiza la situación económica activa de cada uno de los usuarios (PEA), básicamente este proyecto de plan de negocios está sumamente dirigido a un segmento de mercado hacia las personas de un rango de 15 a 60 años. Como tercera y última variable se presenta la estratificación de las personas, según como indica el INEC se conocerá el estado de nivel socioeconómico, con las respectivas categorías de estratificación que son cinco estratos: nivel A, nivel B, nivel C+, nivel C-, nivel D, sin embargo, para el presente proyecto solo se selecciona tres categorías de niveles, que son: A, B, C+.

La población identificada en base a la segmentación de la Acondroplasia, es de 981 personas, dato estadístico mediante el cual se procede a calcular la población finita, por ende, se realiza la muestra con la respectiva formula, que se presenta a continuación:

$$n = \frac{Z^2 \times N \times P(1 - P)}{(N - 1) \times e^2 + Z^2 \times P(1 - P)}$$

Ecuación 2 Muestra Población Finita

$$n = \frac{1,96^2 * 981 * 0,50(1 - 0,50)}{(981 - 1) * 0,0025 + 3.8416 * 981(1 - 981)} = 276 \text{ encuestas}$$

Elaborado por: Ericka Monserrate Piña Arteaga

La población de las personas con Acondroplasia a nivel de Guayaquil se maneja con margen de indicador de 276 encuestas.

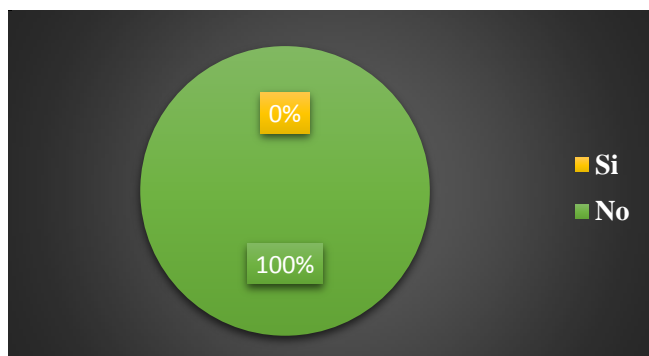
### **1.5 Plan de procesamiento, análisis y presentación de los datos**

De acuerdo con los datos investigativos proyectados en la recopilación de datos mediante indicadores, se realiza la ejecución de los respectivos análisis y procedimientos con la información obtenida por cada usuario y paginas institucionales del país, por ende, se incorporan los siguientes procesos que implementarán a continuación:

- Se realizó la búsqueda mediante instituciones oficiales que se encuentren encargadas de personas con discapacidades mediante la web.
- Mediante oficios realizados por medios de correos a la Federación Nacional de ecuatorianos con discapacidad física, se obtuvo una cita para mantener una entrevista con la coordinadora del área de estadísticas de personas con condiciones especiales.
- Por medio del registro del sistema se logró obtener los datos estadísticos que maneja la federación, los datos exactos de personas que tienen la discapacidad de Acondroplasia en la ciudad de Guayaquil.
- Se realizó la búsqueda de las 276 personas con Acondroplasia, pero del sexo Mujeres, para establecerles las respectivas encuestas.
- A raíz de la obtención de datos específicos de las personas con Acondroplasia (estatura pequeña) se procede a realizar las encuestas, para conocer al final los resultados de las percepciones, mediante tablas y gráficos, realizados en Excel.

**Pregunta 1. ¿Ha observado en la ciudad de Guayaquil, boutiques de ropa con enfoque a personas con Acondroplasia (estatura pequeña)?**

Figura 5. Observación de Boutiques

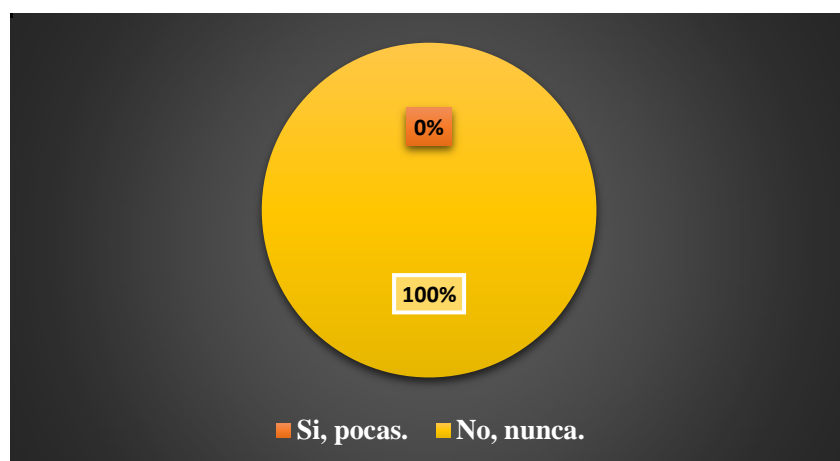


Elaborado por: Ericka Monserrate Piña Arteaga

Como primera pregunta realizada al público, se interpreta que, de las personas existentes con Acondroplasia, el 100% no ha observado una boutique de ropa con el enfoque hacia las personas de estatura pequeña, solo a nivel nacional existen boutiques para el público de talla normal.

**Pregunta 2. ¿Identifica alguna tienda de ropa que tenga una marca que se preocupe por las necesidades de confeccionar y producir prendas acordes a personas con Acondroplasia (estatura pequeña)?**

Figura 6. Necesidades de Servicio al Público



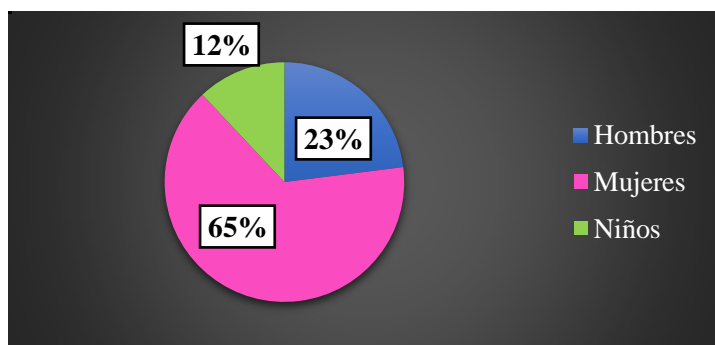
Elaborado por: Ericka Monserrate Piña Arteaga

Según los datos obtenidos, refleja que, de las 276 personas encuestadas con la Condición de Acondroplasia, manifiestan un No como respuesta; que ninguna tienda de ropa a cubierto; o no brindado la satisfacción de confeccionar prendas de vestir hacia estas personas.



### Pregunta 3. ¿Usted cómo consumidor que línea o sección de ropa adquiriría más?

Figura 7. Categoría de Demanda de Sexo

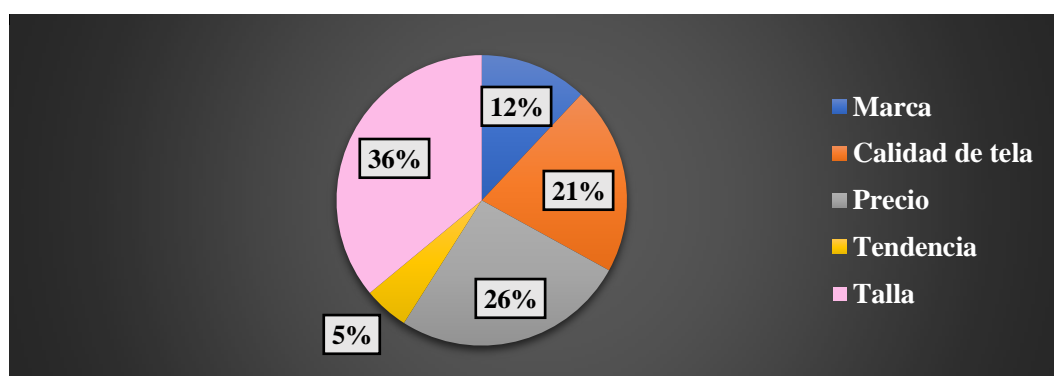


Elaborado por: Ericka Monserrate Piña Arteaga

En la tercera pregunta, las personas encuestadas han proporcionado el resultado, que se presenta una demanda en la categoría de Mujeres con el 65%; es decir, que es el indicador que solicita con un porcentaje alto; con más requerimiento en el espacio de moda y comercialización en prendas, con la variedad de línea de productos de vestir. Es decir, el emprendimiento de la boutique Acofashion empezará a petición del público por la línea hacia mujeres, y analizando ventas y avances, más adelante de poco a poco se implementarán las demás líneas.

### Pregunta 4. ¿Cómo consumidor que inconvenientes presenta usted al momento de elegir una prenda de vestir?

Figura 8. Variable Inconvenientes de producto

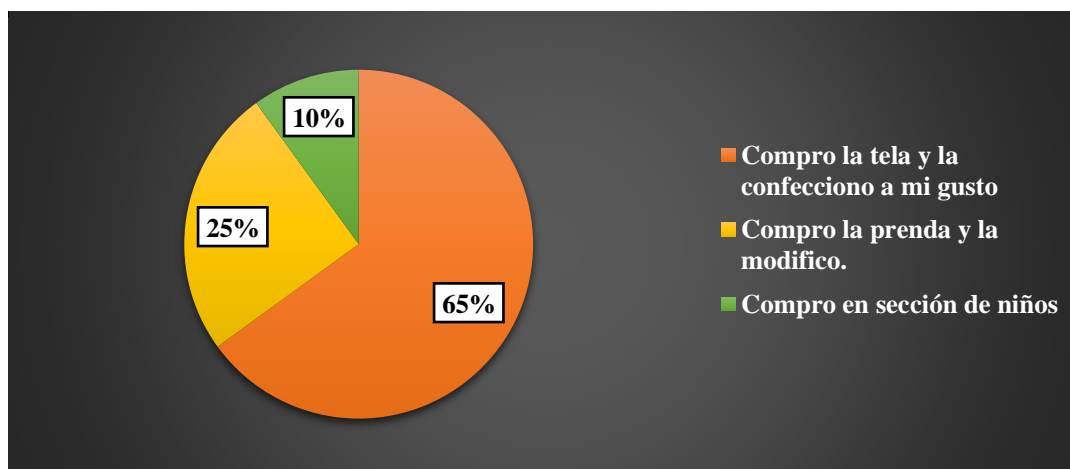


Elaborado por: Ericka Monserrate Piña Arteaga

El análisis de la variable producto (prenda de vestir), presenta favorablemente hacia la Boutique Acofashion un 36% de indicador talla, quiere decir que indica que las actuales tiendas de moda no establecen un plus en brindar la comodidad y seguridad en los clientes al obtener sus prendas con sus medidas corporales; y el 26% nos proyecta un margen del precio, el público no está a gusto con los precios que manejan las demás tiendas.

**Pregunta 5. ¿De qué manera usted adquiere la accesibilidad de obtener sus prendas de vestir?**

Figura 9. Variable de servicio

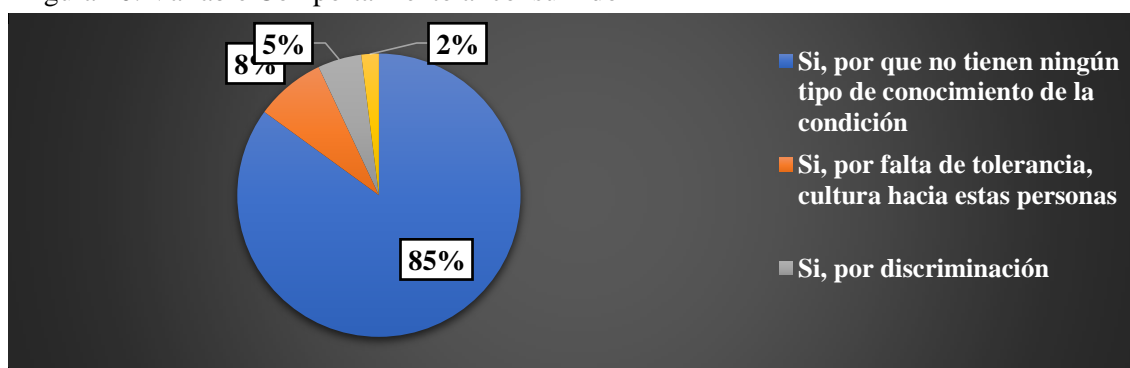


Elaborado por: Ericka Monserrate Piña Arteaga

En la presente sección de pregunta 5, se establece la variable servicio; los datos nos proporcionan que el 65% indica que las personas con la condición con Acondroplasia compran la tela y la confecciona con sus medidas tallas corporales; sin embargo, el 25% les generan un disgusto por qué no es igual comprar ya una prenda ya modificada, que se encuentre en tendencia, con sus estilos y diseños ya establecidos.

**Pregunta 6. ¿Ha recibido algún tipo de Mal servicio o atención por parte de una tienda de moda?**

Figura 10. Variable Comportamiento al consumidor



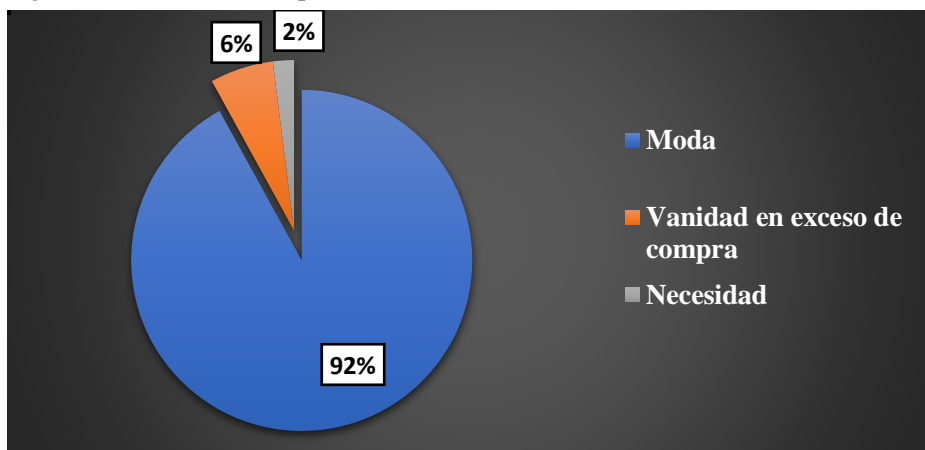
Elaborado por: Ericka Monserrate Piña Arteaga

En la quinta pregunta, se analiza mediante los resultados que proporcionaron las respectivas personas encuestadas, indican que el 85% las tiendas de moda desconocen sobre la existencia de las personas que padecen de Acondroplasia, por ese motivo no se ha creado

boutiques con las debidas prendas con dirección a ellos; y el 8% por la falta de tolerancia y paciencia en la aceptación de estas personas ante la sociedad.

**Pregunta 7. ¿Cuál es su principal razón por el cual compra alguna prenda de vestir?**

Figura 11. Variable Compra

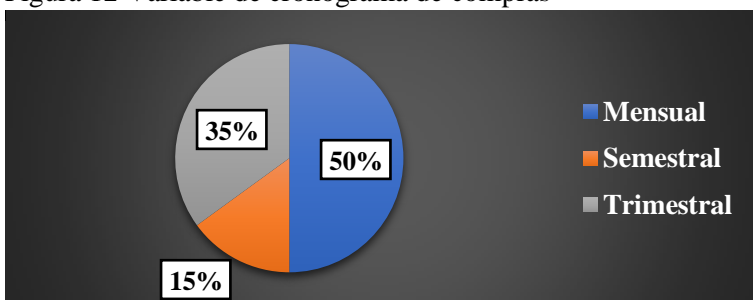


Elaborado por: Ericka Monserrate Piña Arteaga

En la séptima pregunta, mediante los resultados obtenidos, indica que las personas proporcionaron un 92% en la categoría de moda, con dirección hacia las mujeres, que son las que más se encuentran pendiente de estar día a día en la tendencia de vestir; por ende, las personas requieren tener la oportunidad de lucir sus prendas como todos los demás, sin ningún tipo de negación.

**Pregunta 8. ¿Con que frecuencia genera compras en prendas de vestir?**

Figura 12 Variable de cronograma de compras

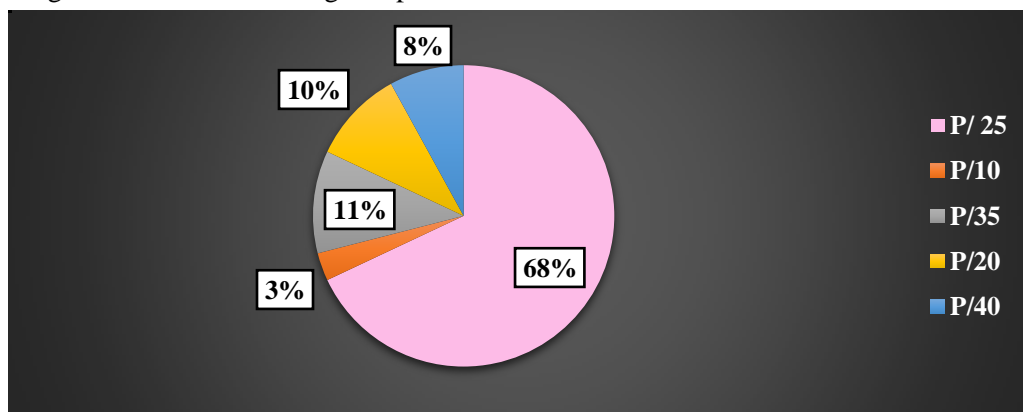


Elaborado por: Ericka Monserrate Piña Arteaga

En la pregunta 8, se analiza que las personas encuestadas, han indicado que la frecuencia en la que elaboran compras es Mensualmente con el 50%, alrededor entre más mujeres, que hacen compras entre 2 a 4 prendas en tiendas de moda; como segundo indicador calificador se presenta un 35% en el periodo trimestral cuando son temporadas.

### Pregunta 9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por productos en prendas de vestir?

Figura 13. Variable de Pago de producto

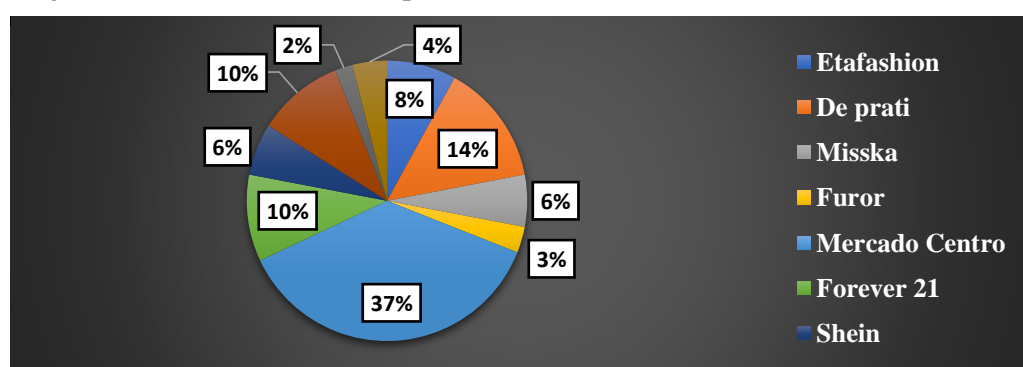


Elaborado por: Ericka Monserrate Piña Arteaga

En la presente pregunta 9, es el indicador de margen de pago por parte del público que realizan sus pagos y compras en otras tiendas, en cuestión de análisis, se opta por realizar estrategias de precios, obteniendo como referencia estos resultados, que le beneficiarían a nuestra boutique ofrecer precios de acordes a ellos y al negocio. Se establece que el 68% son de las personas que prefieren un precio de a partir de \$25 que para ellos es accesible.

### Pregunta 10. ¿En cuáles de estas tiendas de moda, frecuentas comprar prendas de vestir?

Figura 14. Localización de Compra



Elaborado por: Ericka Monserrate Piña Arteaga

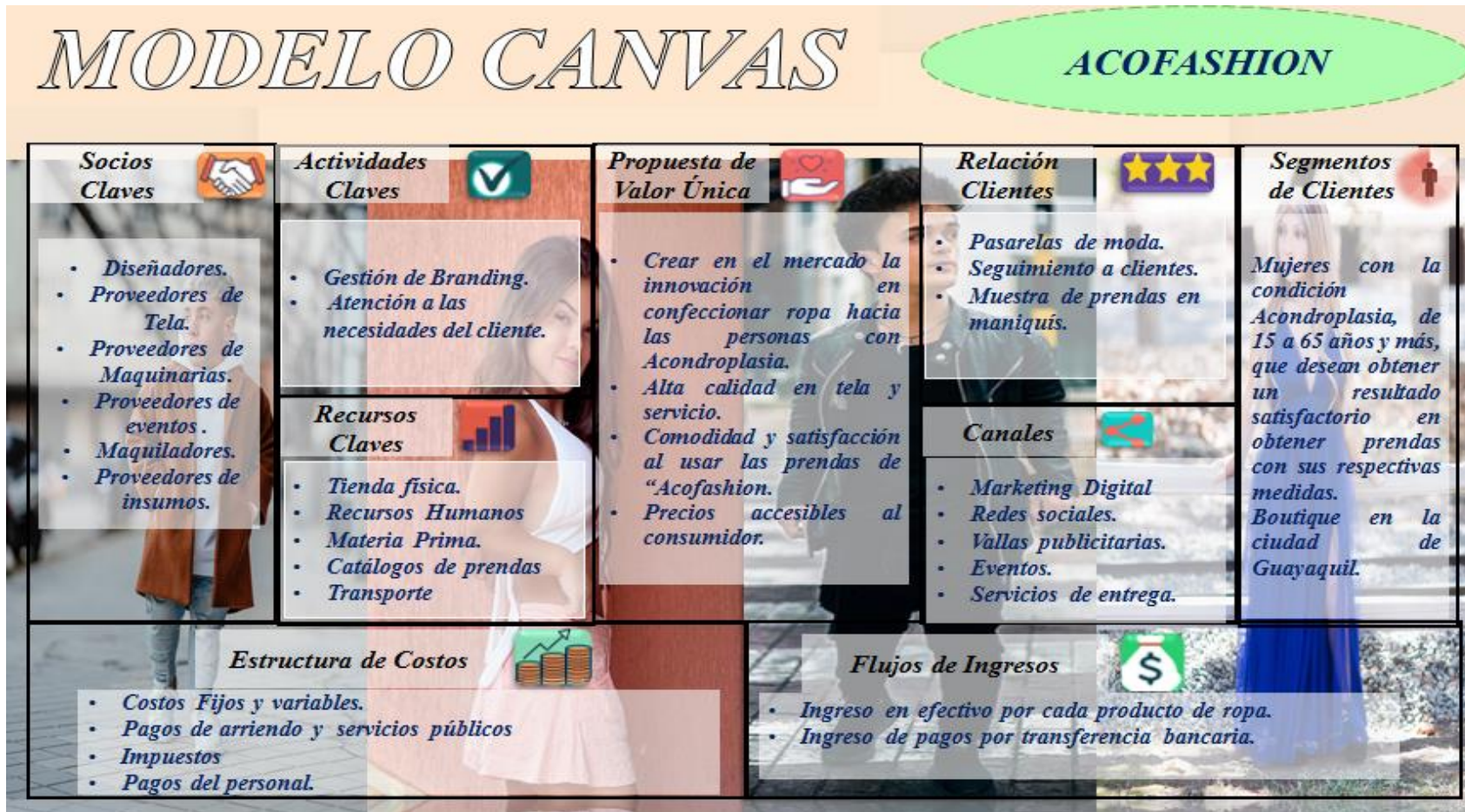
En la presenta pregunta 10, se observa que, en el mercado ecuatoriano, el público con condición de Acondroplasia se dirige con la opción de Mercado Central con el 37%, razón por cual; se les beneficia comprar la tela y con un confeccionista tomarse sus medidas para diseñarse la prenda de vestir; mientras que le sigue la casa de moda De Prati con un 14% que optan por comprar y ajustar medidas a su cuerpo o básicamente van a sección de niños.

Mediante los presentes resultados obtenidos de la valoración de la encuesta, se ha analizado que se presenta una gran demanda de personas con Acondroplasia, gran parte de ese público es del sexo Mujeres, indica que; como primer comienzo del plan de negocio para la producción y comercialización de boutique acofashion de vestimenta para personas con Acondroplasia en la ciudad de Guayaquil; se basara en línea de productos femeninos y a raíz de los procesos de ventas, más adelante se agregaran líneas de ropa para el otro sexo.

### **1.6. Modelos de negocio**

El presente plan negocio investigativo, proyecta la matriz modelo de negocio, en la cual se desarrolla la empresa “Acofashion”, que implementará la producción y desarrollo de una idea fresca y propuesta innovadora en diseñar una boutique de vestimenta para las personas con Acondroplasia en su cultura de discapacidad son conocidos como personas de talla baja o estatura, consiste esta idea en confeccionar prendas para mencionada segmentación de público, para mujeres, con línea de ropa: casual, formal, deportiva versátil, en dirección hacia el mercado ecuatoriano, y en la originalidad Guayaquil. Por lo tanto, para ejecutar la realización del proyecto, se planteará el modelo canvas, es una herramienta del cual se desarrollará mediante su estructura y sus funciones, del poseer una guía de cómo crear, modificar, plantear las ideas desde una perspectiva innovadora, en conocer cuáles serán los socios que contara con la empresa, las actividades con sus respectivos cronogramas que maneja el negocio, conocer y tener el enfoque claro de quienes serán los clientes, contar con los canales de distribución donde permita conocer la idea que se proyecta al mercado, su mensaje y dar a proyectar la finalidad del porque la idea del proyecto, por lógica proyectar sus recursos claves, su estructura de costos y los flujos de ingresos.

Figura 15. Modelo Canvas



Elaborado por: Ericka Monserrate Piña Arteaga

Según el modelo de canvas, se analiza mediante la empresa dedicada a la producción y comercialización de boutique Acofashion, como primer punto: se tiene a los socios claves que son los proveedores, quienes aportarán con implementos; la tela, proveedores de insumos, las maquinarias para elaborar cada prenda, y los diseñadores que dan el realce con cada diseño y así realizar un trabajo de buena imagen ante el público.

Las actividades claves, son la ejecución de cómo la empresa, mantiene el constante alcance de investigación o brindarle seguimiento al cliente, mediante las estrategias de gestión del branding, establecer soluciones y atenciones al consumidor sobre los requerimientos que tengan, por medios de urnas de sugerencias, o calificaciones (Satisfactorio, regular, malo) que demuestre la atención hacia ellos.

## **CAPITULO II**

### **ESTUDIO TECNICO – ADMINISTRATIVO – LEGAL**

#### **2.1 Localización de la empresa “Boutique Acofashion”.**

##### **2.1.2 Macro localización**

Para determinar la macro localización del proyecto, se presenta el lugar, sector del cual estará posesionado la boutique “Acofashion”, la tienda de ropa se encuentra en la provincia del Guayas, cantón Distrital de Guayaquil, su punto focal en atención será en el sector Centro Norte con la exactitud en Centro García Avilés y Clemente Ballén, en el cual se les incorporará la metodología de calificación y peso para obtener debidos resultados, sin embargo se decreta con certeza que la empresa se ubica en el norte de la ciudad perla del pacífico.

##### **2.1.3 Micro Localización**

El método que se ejecutará mediante el micro localización para la segmentación de este proyecto, se establecerá el enfoque del paradigma cuantitativo para obtener resultados de puntos estadísticos, y cualitativo para obtener variables de interpretaciones de cada comportamiento de los consumidores.

En esta sección se analizarán 5 factores con el único énfasis de observar la diferenciación de los sectores muy comercializados de la ciudad de Guayaquil dentro del Zonal No. 8 específicamente en el círculo sectorial Centro Norte de la respectiva ciudad.

Se considera tres sectores estratégicos en la parroquia Pascuales de Guayaquil, para realizar favorablemente la designación correspondida para desarrollar el presente diseño plan de negocios para la producción y comercialización de boutique “Acofashion” de vestimenta para personas con acondroplasia, la localización de ubicación será entre las calles Centro García Avilés y Clemente Ballén.

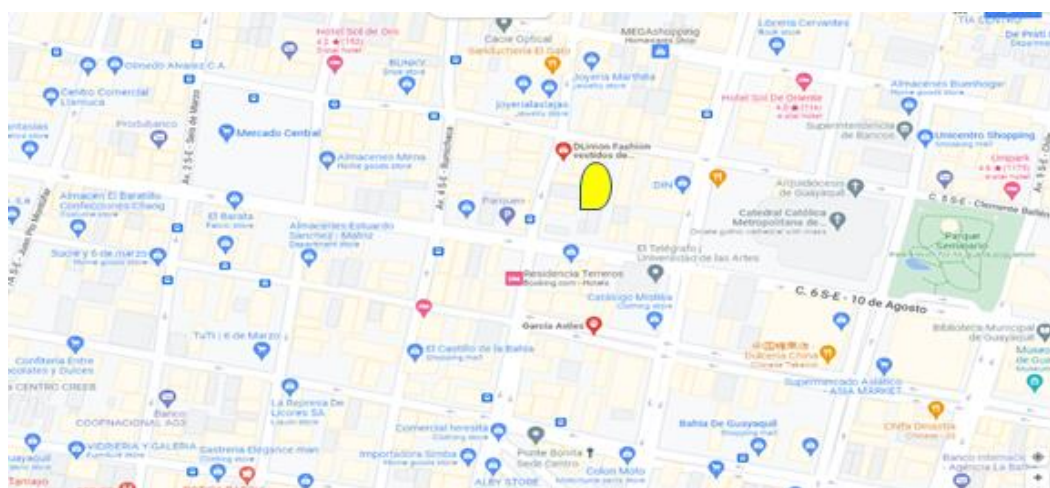


Tabla 3. Evaluación de micro localización

Factores	Ponderación	Sector Norte - Garzota		Sector Centro - G. Avilés y Cl. Ballén		Sector Sur - Av. 25 de Julio	
		Puntuación	P. Ponderada	Puntuación	P. Ponderada	Puntuación	P. Ponderada
1. Disponibilidad de Proveedores	0,25	6	1,50	8	2,00	5	1,25
2. Recursos Financieros	0,25	8	2,00	10	2,50	7	1,75
3. Infraestructura	0,10	8	0,80	7	0,70	7	0,70
4. Competencia	0,20	7	1,40	8	1,60	6	1,20
5. Seguridad	0,20	5	1,00	7	1,40	5	1,00
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>		<b>6,70</b>		<b>8,20</b>		<b>5,90</b>

Elaborado por: Ericka Monserrate Piña Arteaga

Figura 16. Lugar del Sector Ubicación



Fuente: (Google Maps, s.f.)

Elaborado por: Ericka Monserrate Piña Arteaga

Mediante la respectiva evaluación de micro evaluación, se analizará los siguientes factores, con los sectores establecidos donde se pretenderá establecer el emprendimiento, sin embargo; se proyecta que la boutique “Acofashion” tiene como localidad el sector centro con su avenida García Avilés y Clemente Ballén, un establecimiento que es conocido por sus trayectorias de emprendimientos comerciales, y la característica que respalda el posicionamiento de esta boutique es la capacidad de su localidad de 185 metros cuadrados, local que es de dos pisos, en el cual en la primera planta se desarrolla el emprendimiento y en la segunda planta, se establecerá el taller de producción del confeccionamiento de las prendas contiene un espacio para el público de estacionamiento para las personas con Acondroplasia, su infraestructura es acorde a la altura de nuestro público en mención.

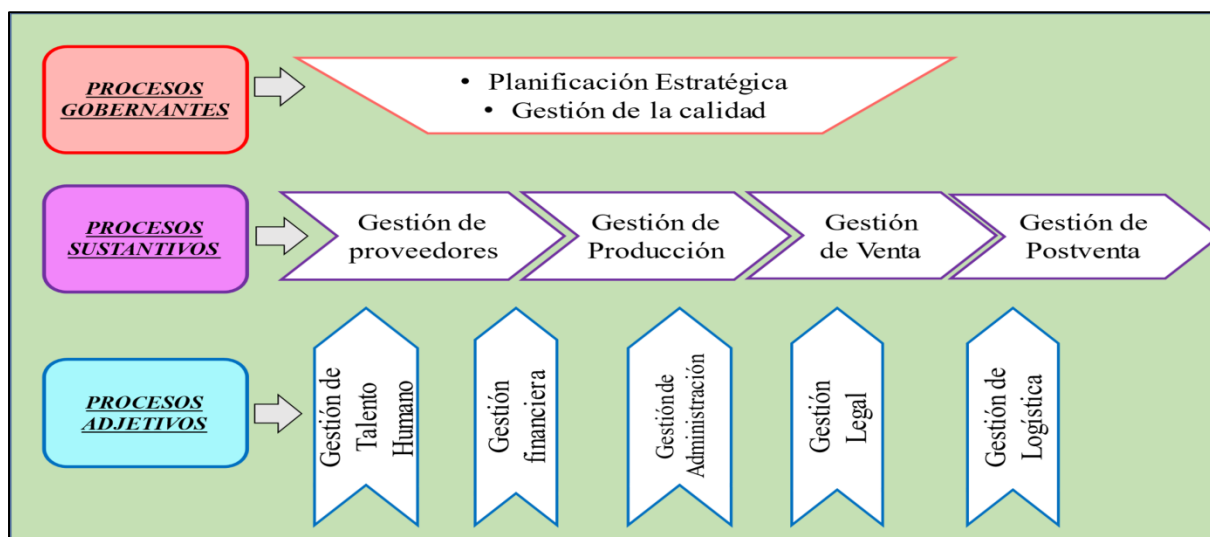
## 2.2 Ingeniería del proyecto de la empresa “Boutique Acofashion”

La ingeniería del proyecto consiste en diseñar las estructuras de bases del modelo de la arquitectura con sus dimensiones y logística mediante el cual se establecerá la boutique “Acofashion”, con el acompañamiento de los procesos de seguimiento y control en la presentación del diagrama de flujo de procesos, donde se desarrollarán las funciones que desempeñará la debida empresa que ejecutará mediante sus servicios ante el público con la condición de estatura pequeña.

### 2.2.1. Arquitectura y modelamiento de procesos Boutique de ropa “Acofashion”.

En esta sección se deberá plasmar los procesos, y estructuras organizacionales para analizar e identificar cuyo énfasis sobre los respectivos procesos que se implementara en la Boutique “Acofashion S.A”, de los cuales son: procesos gobernantes, sustantivos y adjetivos, conforme lo designa (Ecuador, Secretaria Nacional de la Administración Pública, 2016), se realiza mediante un acuerdo normativo ministerial 1573, que se direcciona a nivel nacional del país, como una fuente verídica que indica sus normativas sobre los tipos de procesos ya mencionados y basados en lo que respecta a la matriz mapa de procesos, que a continuación se presenta:

Figura 17. Mapa de procesos



Elaborado por: Ericka Monserrate Piña Arteaga

En el presente grafico de mapa de procesos, se implemente como primer punto, que el giro de negocio es en dirección a la segmentación de mujeres, de un rango de edad de 15 a 65

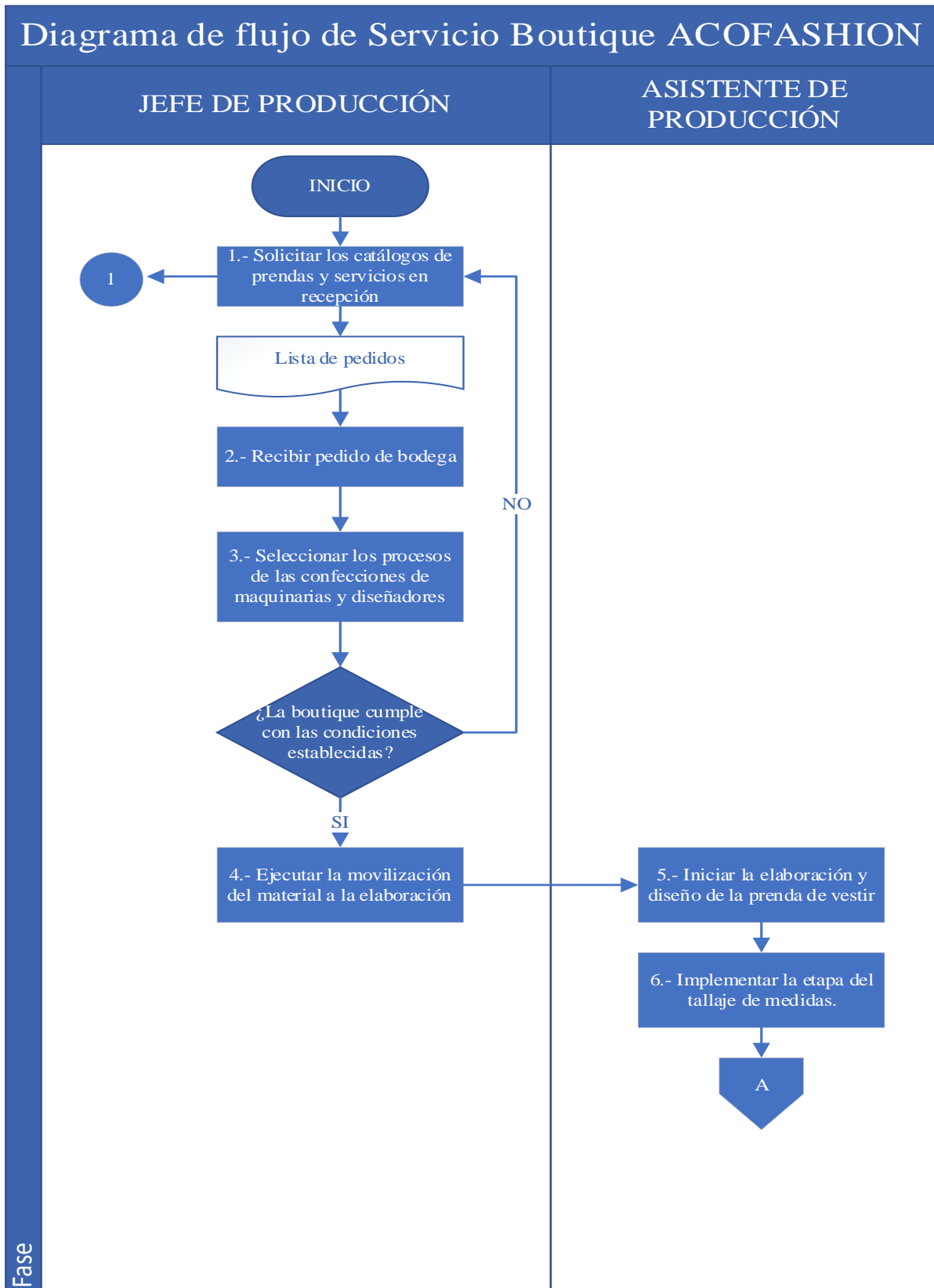
años que contengan la condición de Acondroplasia. El emprendimiento de boutique “Acofashion”, contará las establecidas alianzas con la participación de negocios que elaboran: telas, hilos, entre otros insumos de materia prima.

### **2.2.2. Diagrama de flujos de servicios Boutique “Acofashion”.**

En el enfoque del diagrama de flujos de servicios, se elaborará los bienes que realizará la boutique “Acofashion”, por lo tanto, los servicios en boutique de ropa en hombres y mujeres con la discapacidad Acondroplasia (estatura pequeña), se determina los cargos y funciones que establecerá el actual plan de negocios en realización, para el desarrollo de la diagramación de flujos de servicios se usa con el modelador de procesos conocido como Visio.

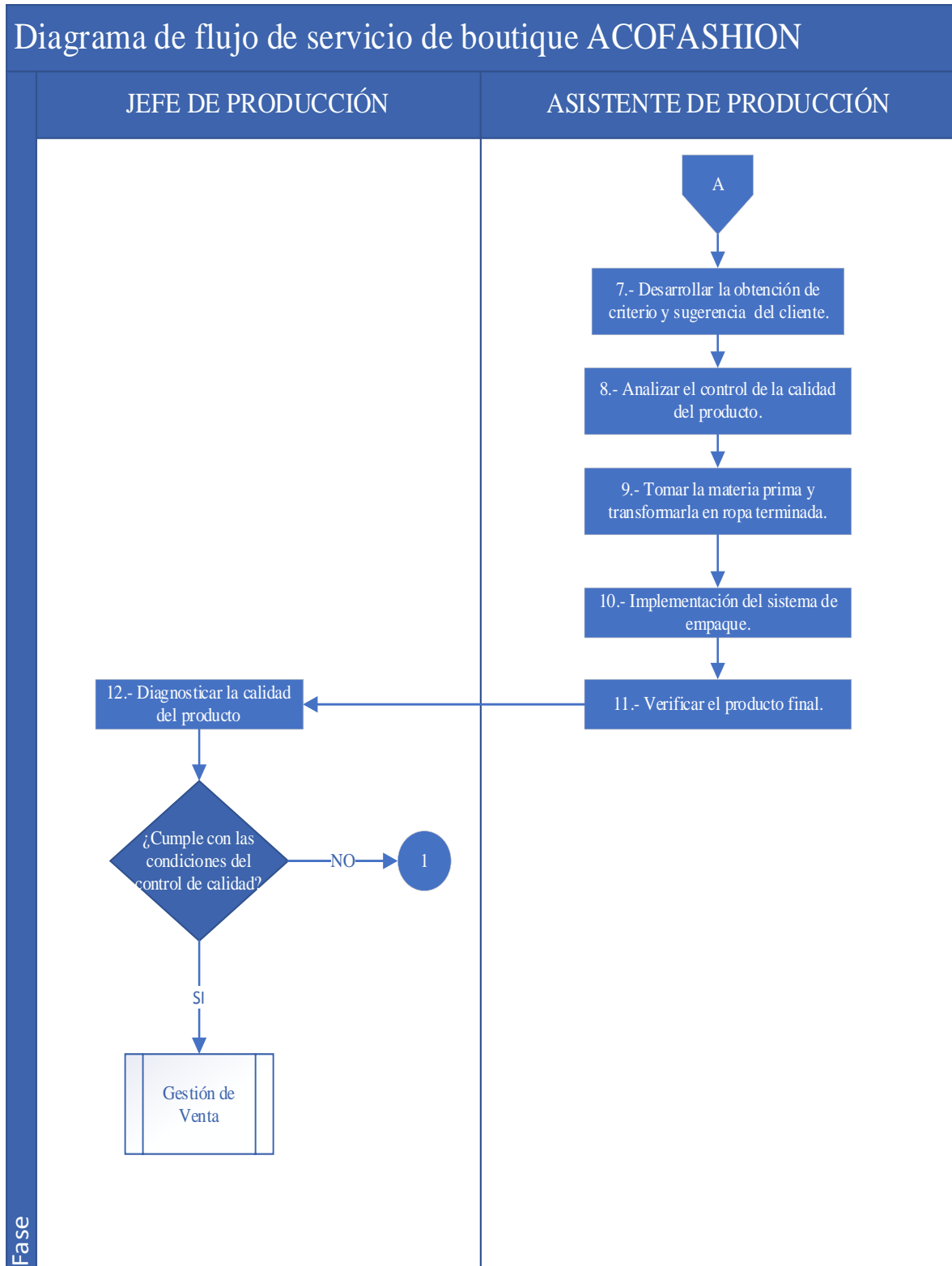
A continuación, se presenta el siguiente diagrama de flujo, con sus respectivos procesos:

Figura 18. Diagrama de Flujo Boutique "Acofashion"



Elaborado por: Ericka Monserrate Piña Arteaga

Figura 19. Diagrama de Flujo de Boutique "Acofashion S.A"

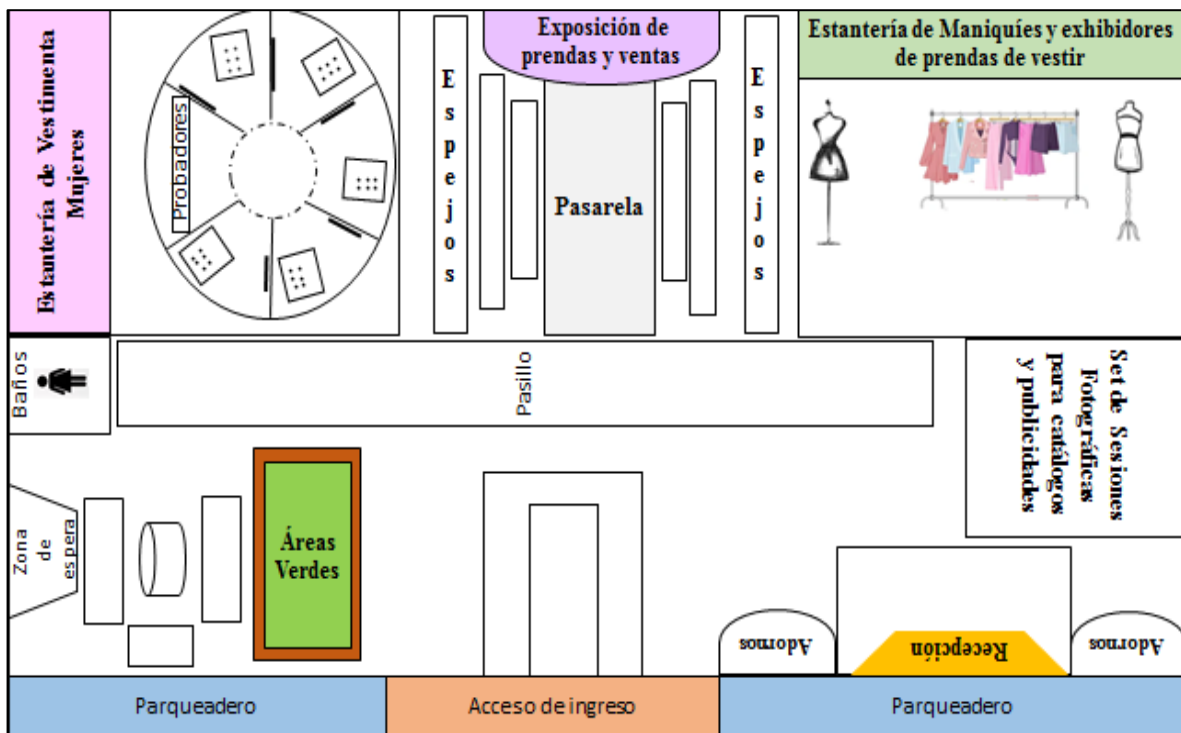


Elaborado por: Ericka Monserrate Piña Arteaga

### 2.2.3 Estudio técnico arquitectónico de la boutique de ropa “Acofashion”.

En el presente estudio técnico, se desarrolla la distribución para la boutique “Acofashion” emprendimiento de moda, dirigida a un público en específico que padecen de Acondroplasia, conocida como: estatura pequeña, del cual no es tan común en las personas que habitan en la vida cotidiana, de acuerdo con sus mediciones en el plano arquitectónico, la boutique proporciona una medición de 275 m<sup>2</sup>, se ubica en un sector muy conocido que es el centro norte Avenida García Avilés y Clemente Ballén, tienen accesible de parqueo al público con un estacionamiento de parqueo permitido, establece como referencia el centro norte el edificio “El Castillo”.

Figura 20. Estudio Técnico Arquitectónico de "Acofashion" del almacén



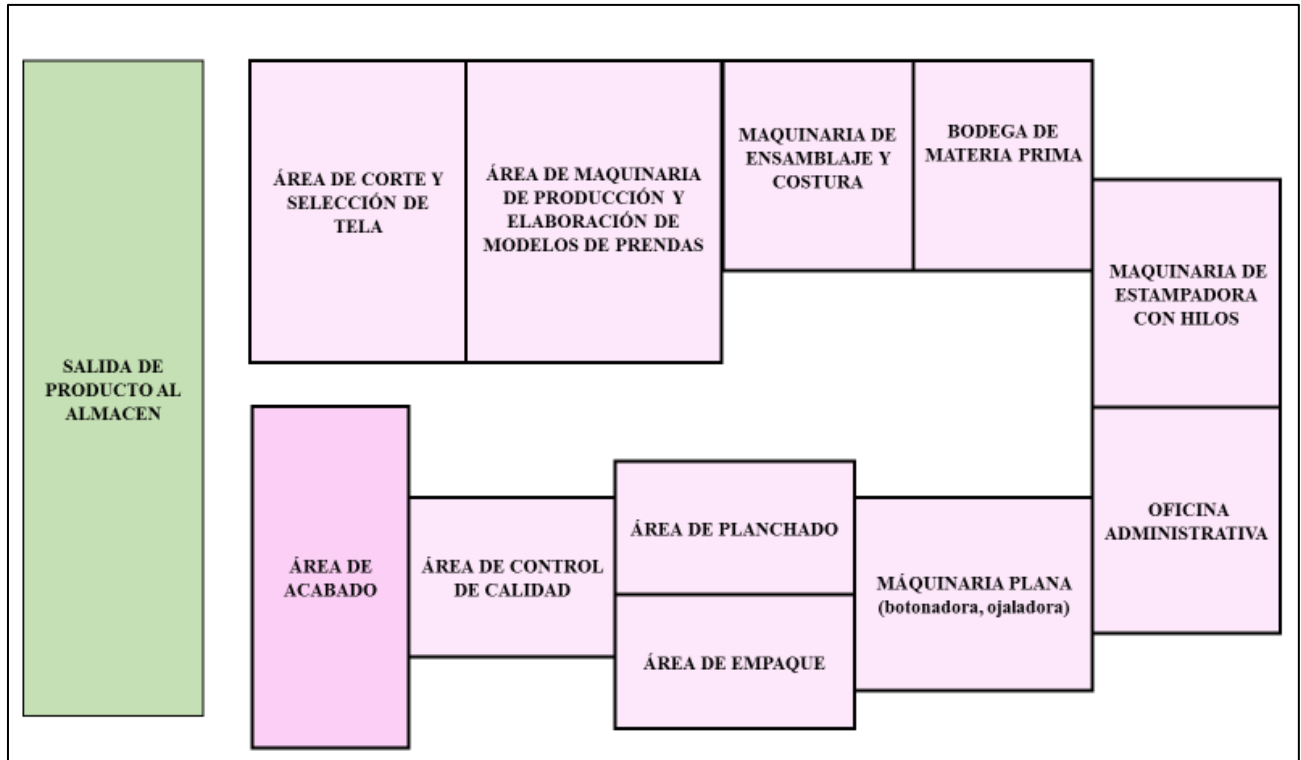
Elaborado por: Ericka Monserrate Piña Arteaga

El estudio técnico arquitectónico, establece mediante la figura, de manera interna, se observa cómo estará implementado su infraestructura, según lo establecido, presenta lo siguiente: dos parqueos exclusivos para las clientas que visiten el negocio, entrada principal de acceso, la recepción que estará para la atención al cliente, la empresa cuenta con un espacio de set de sesiones fotográficas que le faciliten al cliente realizar su compra satisfactoriamente, llevando un momento de agrado al observar que puede regresar y comprar más prendas, se cuenta con un espacio de maniqués y estanterías para que las clientas estén a

la mira de cada prenda que se encuentre en exhibición, espacio de pasarela y estanterías de vestidores.

A continuación, se presenta el estudio arquitectónico de producción de la empresa boutique Acofashion, del cual estará estructurado de la siguiente manera:

Figura 21. Estudio arquitectónico taller de producción



Elaborado por: Ericka Monserrate Piña Arteaga

Mediante la figura 21 que se visualiza, se presenta el desarrollo de la estructura del taller producción, se encuentra situado en la misma localización del almacén donde la infraestructura es de dos pisos, piso elevado es donde, se empleara con cada área las debidas funciones para elaborar las prendas, en la primera sección se observa; el área de selección de tela; es decir: el color, la textura de la tela (seda, algodón, etc.); y se implementa el corte, con las debidas medidas que el diseñador plantee el diseño.

La segunda sección, es el área de maquinaria de producción y elaboración de modelos de prendas, es el procedimiento mediante máquinas para el desarrollo del producto. La tercera sección es el área de maquinaria de ensamblaje de confección, permitirá unir las prendas con un cosido especial, entre las mangas y cuello. La cuarta se establece la bodega de materia prima, donde estarán todos los insumos que se necesitan para elaborar una prenda, luego sigue la área de estampado para colocar el diseño a la prenda de vestir, a continuación;

procede las demás áreas oficinas administrativas, donde está el gerente, contador, asistente que estén supervisando el proceso, como final del proceso se realiza la función del control de calidad del producto realizado, para colocarlo en su respectivo empaque y dirigirlo hacia el almacén para su desarrollada venta.

### 2.3 Materiales y equipos necesarios para la boutique “Acofashion”

En el presente punto, se ejecutará la implementación de los materiales y equipos como también corresponde a los muebles y enseres, y equipo de computación, por ende, se requiere la implantación de la producción y comercialización de empresa Boutique “Acofashion”.

Tabla 4. Maquinaria y equipo

<b>NOMBRE DEL EQUIPO</b>	<b>CANT</b>	<b>CARACTERISTICAS</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>
<b>Máquinas de coser</b>	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Costura de alta calidad para hilos con enfriador de aguja.</li> <li>• Contiene un dispositivo de lubricado para el hilo de aguja.</li> </ul>	<b>\$ 750,00</b>
<b>Máquinas de estampado</b>	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establece dimensiones de 38 x 30 cm, para blusas, la prensa es de 15 x 8 cm.</li> </ul>	<b>\$ 500,00</b>
<b>Centro de planchado</b>	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mesa de madera</li> </ul>	<b>\$ 43,00</b>
<b>Base de cortes</b>	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establece una forma rectangular.</li> <li>• Contiene 349 gramos.</li> <li>• Dimensiones de producto 17.76 “L x 11.93” W x 0,28” Th pulgadas.</li> <li>• Es duradera y reutilizable.</li> <li>• Indicada para costuras pequeñas, medianas y grandes.</li> </ul>	<b>\$ 10,00</b>
<b>Equipo de cortador de tela</b>	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acero inoxidable.</li> <li>• Tamaño #02 45mm (L).</li> <li>• Aplica cuchilla de corte circular</li> </ul>	<b>\$ 30,00</b>



		<p>para tela de costura, de herramienta de corte artesanal.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrolla alta precisión, mano de obra exquisita, y confiabilidad.</li> </ul>	
<b>Equipo de tijeras de sastre</b>	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contiene material de acero inoxidable de grado cuchillo a través de proceso forado y templado.</li> <li>• Mango ergonómico de ABS con una superficie interior envuelta en material TPR.</li> <li>• Incluye mezclilla, arpillera, algodón, para cortar varios tipos de tela.</li> </ul>	<b>\$ 40,00</b>
<b>Kit de prénsatelas</b>	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contiene 32 piezas.</li> <li>• En las prénsatelas esenciales para costura artesanal para juntar, insertar cremalleras, zurcir, unir bordes y más.</li> </ul>	<b>\$ 35,00</b>

Elaborado por: Ericka Monserrate Piña Arteaga

## 2.4 Muebles y enseres

Tabla 5. Muebles y enseres

<b>NOMBRE DEL ARTICULO</b>	<b>CANT</b>	<b>CARACTERISCTICAS</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>
<b>Mesas de costuras</b>	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tamaño de apertura: 47.0 x 16.0 x 31.0 in.</li> <li>• Tamaño de plegado: 24.0 x 16.0 x 31.0 in.</li> <li>• 3 contenedores ocultos para ser colocados herramientas: Hilos, agujas, tijeras.</li> </ul>	<b>\$ 180,00</b>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contiene 5 ruedas universales.</li> <li>• Las bisagras de la mesa son estable, resistente y de material duradero.</li> </ul>	
<b>Escritorios</b>	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tablero principal: 120 cm largo x 50 cm de ancho</li> <li>• Material: Vidrio templado 10MM + lamina.</li> <li>• Incluye 3 cajoneras en melamina de 3 gavetas con llave y ruedas.</li> </ul>	<b>\$ 100,00</b>
<b>Sillas giratorias para el personal</b>	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contiene 5 ruedas con, una resistencia de gran estabilidad.</li> <li>• Elevación de 3,5.</li> <li>• Tensión de inclinación de 125 G.</li> <li>• Contiene, para sentarse un cojín de forma de alta resistencia.</li> </ul>	<b>\$ 75,00</b>
<b>Sillas Rack 3 en 1 (atención al cliente)</b>	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asientos especiales para sala de espera.</li> <li>• Vigas y patas en “V” invertida de acero pintado de color negro.</li> <li>• Tamaño: 45x45 cm.</li> <li>• Colores: Negro, gris, azul, verde.</li> </ul>	<b>\$ 200,00</b>
<b>Sillón Puf</b>	7	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dimensiones 45 cm de alto x 40 cm x 40 cm de profundidad.</li> <li>• Material terció pelo.</li> </ul>	<b>\$ 48,00</b>

<b>Maniqués</b>	10	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaborado de material: fibra de vidrio con manos de goma.</li> <li>• Talle: especial para personas con Acondroplasia 1,24 cm</li> </ul>	<b>\$ 30,00</b>
<b>Dispensador de agua</b>	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dispensador de agua caliente y fría.</li> <li>• Enfriamiento WATT (W) 112W.</li> <li>• Dimensión: (CM) 34 x 35 x 99.</li> <li>• Contiene: tanque caliente de tamaño 1,2 litros.</li> <li>• Capacidad del depósito frío 3,8 litros.</li> <li>• Alta calidad SS304 acero inoxidable.</li> </ul>	<b>\$ 90,00</b>
<b>Espejos</b>	7	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Espejo inastillable, flexible.</li> <li>• Grosor 0,125 pulgadas, 40 pulgadas de largo x 10 pulgadas de ancho.</li> </ul>	<b>\$ 15,00</b>
<b>Cafetera</b>	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Brinda la experiencia de un café más intenso.</li> <li>• Potencia: 1050 W para 220 V.</li> <li>• Dimensiones: 31.2 x 22.5 x 28 cm.</li> <li>• Peso: 4.1 g.</li> <li>• Brand: Oster PrimaLatte BVSTEM6603R.</li> </ul>	<b>\$ 30,00</b>
<b>Exhibición de mesas acrílicas</b>	5	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dimensiones: Grande: 9 x 3 x 4,25, M: 8.55 x 3 x 2.9, S: 8.2 x 3 x 1.5 pulgadas.</li> </ul>	<b>\$ 105,00</b>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Soporte de 3 mesas acrílicas para exhibir prendas.</li> </ul>	
<b>Archivador</b>	4	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Archivadores cajones suelos metálicos de 3 cajones.</li> <li>• Dimensión: 90 cm de alto.</li> <li>• Profundidad: 47,5 de ancho.</li> <li>• Color: gris.</li> </ul>	<b>\$ 80,00</b>
<b>Exhibidor de pared</b>	15	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dimensiones: 130 cm largo x 198 cm de ancho x 140 cm alto.</li> <li>• Carga máxima: 110 Kg.</li> <li>• Contiene una gran capacidad de carga de prenda y movilidad.</li> </ul>	<b>\$ 30,00</b>

Elaborado por: Ericka Monserrate Piña Arteaga

## 2.5 Equipos de Computación

Tabla 6. Equipos de Computación

<b>NOMBRE DEL ARTICULO</b>	<b>CANT</b>	<b>CARACTERISTICAS</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>
<b>Impresoras</b>	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Impresora con profundidad máxima de escaneo a color.</li> <li>• Escala de grises: 16 – bit/8-bit-color: RGB cada 16 bit.</li> <li>• Contiene sistema operativo compatible: Windows y Mac.</li> <li>• Desarrolla gran capacidad multifuncional.</li> </ul>	<b>\$ 400,00</b>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wifi</li> </ul>	
<b>Computadoras</b>	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Laptop Modelo Hp 15 HD, BrightView, con micro bordes, de 39,6 cm (15,6") en diagonal, 250 nits y 45% de NTSC (13666 x 768).</li> <li>• Mouse inalámbrico.</li> <li>• Sistema operativo 11 Home.</li> <li>• Funcionalidad del Intel PCIe NVMe M.2 de 512 GB.</li> <li>• 8 GB de RAM DDR4-2666 MHz (2x 4 GB).</li> </ul>	<b>\$ 809,00</b>

Elaborado por: Ericka Monserrate Piña Arteaga

## 2.6 Equipos de Oficina

Tabla 7. Equipos de Oficina

<b>NOMBRE DEL ARTICULO</b>	<b>CANT</b>	<b>CARACTERISTICAS</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>
<b>Teléfonos</b>	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pantalla táctica capacitiva de 4.3" 480 x 272.</li> <li>• Se puede montar en la pared.</li> </ul>	<b>\$ 90,00</b>
<b>Televisor</b>	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Smart Tv LED 32".</li> <li>• Contiene disposición de Wifi.</li> <li>• Bluetooth.</li> <li>• Se puede manejar las redes sociales para</li> </ul>	<b>\$ 450</b>

		brindar promociones y publicidad al público.	
<b>Aire Acondicionado</b>	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Posee potencia de 24000 BTU.</li> <li>• Modelo: TAC-24CSA/Z2.</li> </ul>	<b>\$ 350</b>
<b>Tarjetas de presentación</b>	10	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Para brindar nuestra información de nuestro trabajo como empresa: productos y servicio.</li> </ul>	<b>\$ 20,00</b>
<b>Calculadoras Básicas</b>	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pantalla grande de 8 dígitos.</li> <li>• Calculadora de escritorio.</li> <li>• Conversión de impuestos y divisas.</li> <li>• Botones de encendido y apagado de signos de función y comando, % de margen de beneficio, +/- cambio de teclas.</li> </ul>	<b>\$ 5,00</b>

Elaborado por: Ericka Monserrate Piña Arteaga

## 2.6 Estudio Administrativo y legal

En el presente parámetro del estudio administrativo de la boutique “Acofashion”, se ejecutará las directrices de la filosofía organizacional, mediante el cual corresponderá en detallar las actividades que se realizarán para obtener resultados favorables de éxitos a futuros, demostrar al público en segmento la misión que nos caracteriza como empresa:

¿Quiénes somos? ¿Qué buscamos? ¿Qué hacemos? ¿Por qué lo hacemos? Y no puede faltar ¿Para quién trabajamos?, y la visión en mantener un enfoque amplio del ¿Cómo será el proyecto de boutique a futuro? ¿Cuál es la imagen deseada de nuestro negocio? Y los valores y la estructura organizacional mediante los objetivos y procesos que se designen en función a cada miembro de la organización.

### 2.6.1 Filosofía organizacional

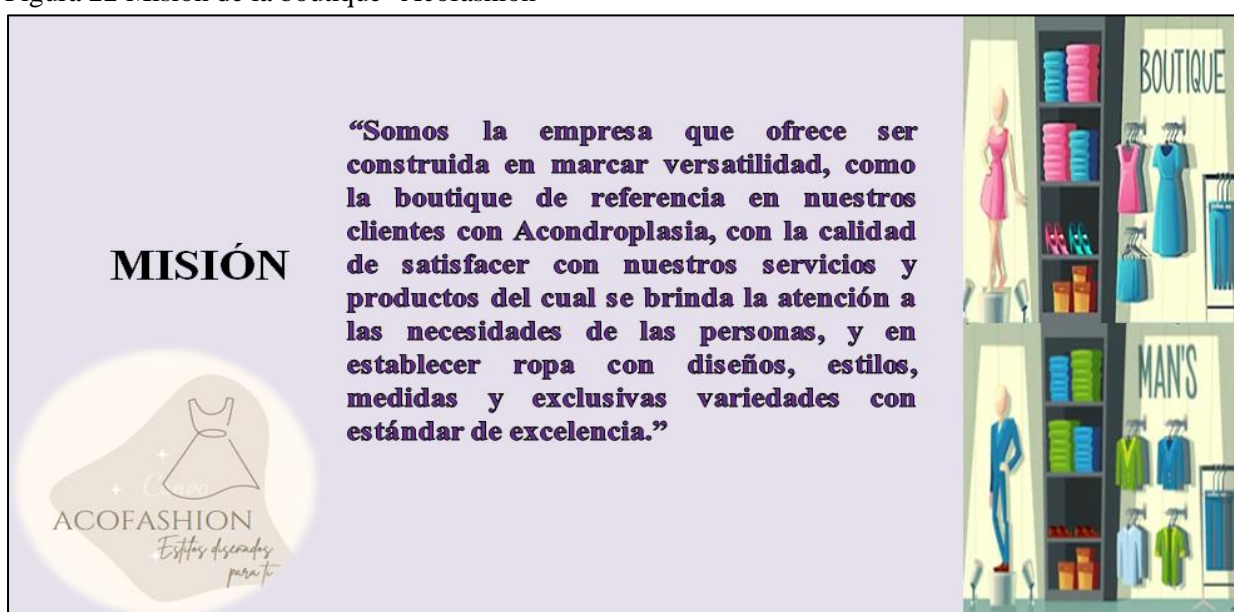
Para el estudio de la filosofía organizacional del presente plan de negocios, radica en potenciar la empresa en ser más fiable, ser más competente hacia el ámbito de su entorno, este estudio permite ser guía de desarrollo estratégico, por el cual es caracterizada por ser unas de las firmes tendencias de gran utilidad para el proceso empresarial, permitirá estructurar los propósitos de la organización, para tener el conocimiento a futuro de las oportunidades positivas y evitar obtener los riesgos.

Establecer constantes capacitaciones de los empleados por parte de los que lideran la empresa, para mantener una buena conexión, comunicación y saber llegar al público, fomentando e implementando la misión, visión y valores organizacionales que ejecuta el emprendimiento de la Boutique “Acofashion”.

#### Misión

La misión se la plantea como la razón de ser de la empresa, entender y conocer cuáles son las necesidades que tiene el público, a través del conocimiento del para quién estamos creando nuestros productos y servicios, ofreciendo una gama de excelencia en calidad hacia el entorno, para así obtener un resultado de satisfacción por parte de cada uno de ellos. Se establece a través de los valores corporativos que se debe de reflejar ante la sociedad, de manera que la misión de la Boutique “Acofashion” es ser el diferenciador ante la demás boutique que existan en el mercado.

Figura 22 Misión de la boutique "Acofashion"

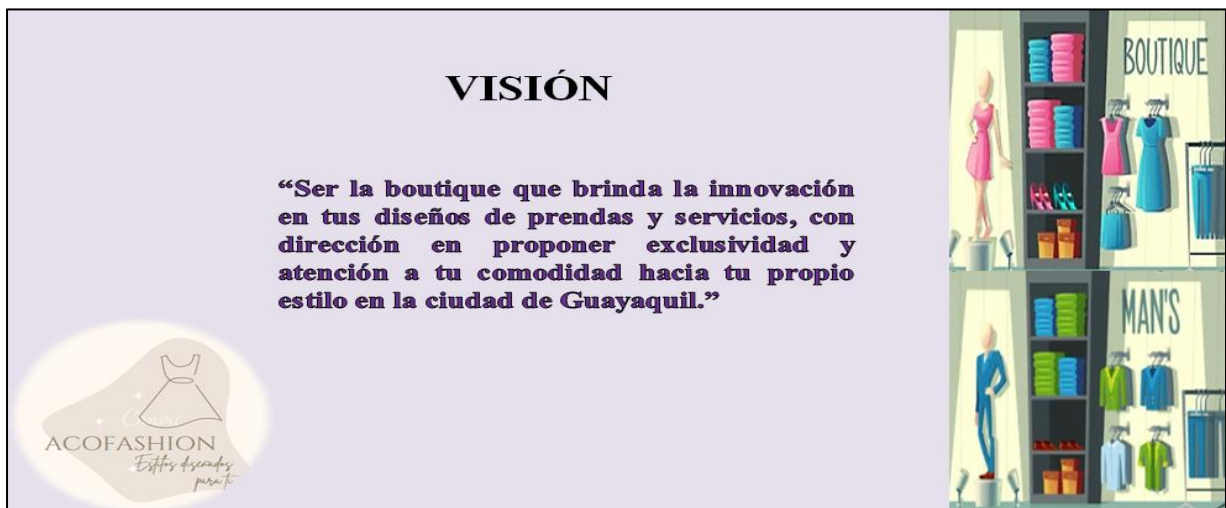


Elaborado por: Ericka Monserrate Piña Arteaga

## Visión

Al referirnos a la visión, tenemos el conocimiento de mantener la dirección y enfoque hacia los objetivos que se desea llegar a ejecutar a lo largo de determinado largo plazo, sin embargo, debe ser proyectada hacia dónde queremos llegar a futuro como empresa, por ende, se debe de comunicar un mensaje que cautive de una manera clara, precisa, memorable en la mente del consumidor, de esta manera la boutique “Acofashion” construye su visión.

Figura 23 Visión de la boutique "Acofashion S.A"

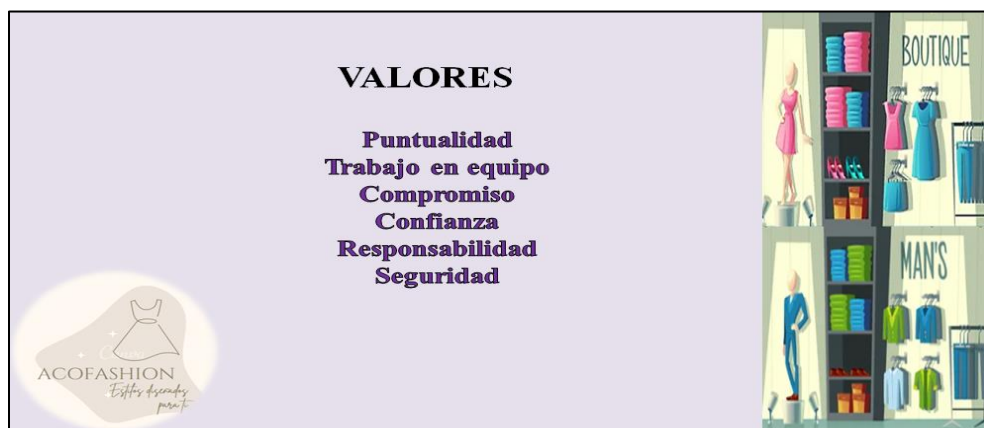


Elaborado por: Ericka Monserrate Piña Arteaga

## Valores empresariales

Los valores de ética y principios de manera empresarial de la boutique “Acofashion” se observan a continuación:

Figura 24 Valores de la Boutique "Acofashion"



Elaborado por: Ericka Monserrate Piña Arteaga



### 2.6.2 Estructura organizacional de la boutique “Acofashion”

La matriz en el diseño de la estructura organizacional de la boutique “Acofashion” se realiza mediante la estructura del mapa de procesos que se observa en la sección de arquitectura y modelamiento 2.3.1. Donde se analiza en el seguimiento de elaboración de diseño de dos organigramas de estructura organizacional, el primer organigrama va con el enfoque en designar las diferentes áreas que tendrá la boutique; mediante el segundo organigrama tendrá el mecanismo de las funciones que realizarán las personas que se designarán, para realizar las debidas actividades que establecerá la boutique de vestimenta.

A continuación, se observa el detalle de las funciones que estará estructura el emprendimiento boutique Acofashion:

- Se establece en la parte operativa, que se implementará en la elaboración de prendas, la función de dos confeccionistas, por ende; confeccionarán las dos líneas de prendas de vestir: Blusas de temporadas y vestidos para ocasiones de día.
- En la sección administrativa, se asignará la función del gerente, en otras palabras; será la dueña del emprendimiento, y por ende; cubriré las funciones como: contador, secretaria, asistente, relacionista pública.
- Finalmente, se implementa esta estrategia de cargos, porque es una empresa que recién saldrá al mercado, y no contará con mucho personal.

### 2.6.3 Requerimiento de personal

- **Personal Operativo**

Para la centralización del personal operativo de la boutique “Acofashion” se lo realiza e interpreta mediante el cuadro de tabla, en la cual se establece la designación de la cantidad de 2 personas, donde se clasifican en la sección de confeccionistas, a continuación, se presenta el cuadro del personal de la boutique:

Tabla 8. Personal Operativo

<b>PERSONAL OPERATIVO</b>		
<b>PUESTOS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR</b>
Confeccionistas	2	\$ 500,00
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>	<b>\$ 1.000,00</b>

Elaborado por: Ericka Monserrate Piña Arteaga

- **Personal Administrativo**

En la sección del requerimiento del personal administrativo, se fundamenta que en la boutique Acofashion; se contará con un gerente que lidere y organice al negocio para que lo dirija hacia las oportunas ventas con ganancias y oriente un clima laboral exitoso, establecerá la función del tesorero para que administrará, registrará toda la parte económica financiera del negocio; y determinará el rol del vendedor que lleve la función de cómo tratar a los clientes.

## 2.7 Servicios y precios

Con dirección a la matriz del mapa de procesos, se proyecta que se analiza la gestión de producción de prendas en dirección hacia: hombres, mujeres y niños que contengan la condición de Acondroplasia (estatura pequeña), con la única función en otorgarles un correcto servicio de boutique con sus establecidos precios, así como se lo presenta en la siguiente tabla a continuación:

Tabla 9. Personal Administrativo

<b>PERSONAL ADMINISTRATIVO</b>		
Gerente	1	\$ 800
<b>TOTAL</b>	1	\$ 800

Elaborado por: Ericka Monserrate Piña Arteaga

El personal administrativo estará en a cargo, del gerente; razón por la cual distribuirá todas las actividades que se establezca en la boutique; estará a cargo de la parte contable, llevara listados de cada actividad por ejecutar, establecerá agendas de espacios para atención al cliente, y realizará la función de lograr enganchar al público.

Tabla 10. Servicios y precios

<b>PRODUCTOS BOUTIQUE</b>	
<b>Tipos de productos en prendas</b>	<b>Valor \$</b>
<b>MUJERES</b>	
1. Vestidos de día	\$ 8,66
2. Blusas de Temporada	\$ 8,61

Elaborado por: Ericka Monserrate Piña Arteaga

Mediante los establecidos costos para obtener los precios de las dos líneas de prendas de vestir, se enfatiza lo siguiente: la prenda de vestido para ocasión de día tiene un valor accesible de \$8,66; y las blusas de temporada con un precio del \$8,61; cuyo valor establecen las personas encuestadas que están disponibles a cancelar por el producto

## 2.8 Estudio Legal

### 2.9 Razón social de la empresa

En el estudio legal para la boutique de ropa, se brinda a conocer como razón social el nombre del negocio “Acofashion”, básicamente está enfocado hacia las personas que tienen la condición de discapacidad en Acondroplasia, más conocida como estatura pequeña, por sus siglas “Aco de Acondroplasia” y “Fashion de Moda”; es una boutique que hace énfasis en proyectar un emprendimiento al mercado, con un servicio e imagen nueva, fresca e innovadora, en elaborar prendas no solamente hacia las personas de estatura normal, sino también a estaturas pequeñas, sin embargo; este proyecto de emprendimiento permitirá a cada una de estas personas que tienen la mencionada condición en cubrir las necesidades en optar por tener una prenda acorde a sus medidas, con diseños y estilos completos que impacten en los gustos y elección de cada persona.

Figura 25. Marca e imagen



Elaborado por: Ericka Monserrate Piña Arteaga

## 2.10 Forma jurídica de la empresa

En la boutique “Acofashion”, se fundamenta bajo los reglamentos jurídicos de las leyes del país, con la finalidad de captar una proyección visual de una idea en lo que respecta al tema de las Microempresas o como también son consideradas las MIPYMES, por lo tanto, se debe ser únicamente respaldado por el registro único de MIPYMES – RUM, que es el acuerdo que el gobierno ha presentado un programa de brindar la oportunidad de ofrecer el plan “apoyo a los emprendedores” que se encuentren en el país, mediante el cual deseen empezar a tener sus propios negocios y ser dueño de sus mismas empresas, y fomentar la competitividad y el desarrollo del emprendimiento a nivel nacional e internacional.

Según (Ecuador, Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, 2021) manifiesta paso a paso los siguientes requerimientos que se presentan a continuación:

### Requerimientos de Registro en Línea:

1. Ingresar al navegador: Google Chrome o Mozilla Firefox.
2. En la sección de búsqueda, ingresar a la web: [www.produccion.gob.ec](http://www.produccion.gob.ec).
3. Entrar al menú de Formalización según su clasificación: RUM, RUA, RNE.
4. Seleccione como persona que se registra, el tipo de categoría “RUM”
5. Establecer la opción: Ingrese al sistema
6. Seleccionar e indicar la opción de CATEGORIZACIÓN que indica en la respectiva página.
7. De acuerdo de llenar tu información con los respectivos datos, dar clic en la opción ENVIAR SOLICITUD.
8. Una vez enviada la solicitud, se recibirá una notificación de aprobación al correo electrónico establecido y registrado por el SRI, mediante el cual se anexó como referencia para que indiquen todo tipo de información y respuesta.
9. El SRI envía un correo notificando la CONFIRMACIÓN de tu registro.
10. La plataforma da el acceso para que imprimas tu certificado.

## CAPITULO III

### ESTUDIO ECONOMICO FINANCIERO

El estudio económico financiero consiste en conocer los estados económicos que se ejecutarán en el plan de negocio para la boutique, como son los: procedimientos y cálculos de los costos, la inversión inicial estimada del proyecto, la realización del financiamiento, los presupuestos de costos e ingresos/ gastos financieros; la elaboración del flujo de caja, establecer la evaluación financiera con la determinación de implementar los análisis para conocer cuanta factibilidad tendrá el proyecto, mediante el cual se lo presenta a continuación:

#### 3.1 Cálculos de los costos

Según (Sapag Chain N. , 2011, pág. 125) indica que “Determina e involucra la totalidad de egresos ocasionados por una alternativa, ya sea que se derive de una inversión, un gasto de operación o un costo de oportunidad”, por lo tanto, son los que se encuentran altamente enlazados con los gastos que van directamente en la realización o creación de un producto o servicio al mercado.

Tabla 11. Cálculo de Costes

INSUMOS	MEDIDA	TOTAL	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL DIARIO
Tela	Metro	21	\$9,00	\$189,00
Hilos	Bovinas	40	\$1,50	\$60,00
Elástico	Metro	11	\$0,60	\$6,60
Botones	Caja	1	\$2,00	\$2,00
Cierres de costuras	Yarda	3	1	\$3,00
<b>TOTAL MATERIA PRIMA DIRECTA DIARIA</b>				<b>\$260,60</b>
<b>TOTAL MATERIA PRIMA DIRECTA MENSUAL</b>				<b>\$5.212,00</b>

Elaborado por: Ericka Monserrate Piña Arteaga

En el presente cuadro del cálculo de costes, se determina los valores:

- Blusas: 1,50 metro de tela x 6 (blusas diarias) = \$ 9,00 (costo unitario).
- Vestido de día: 1,50 metro de tela x 8 (vestidos diarios) = \$ 12,00 (costo unitario).
- **Total en Telas = 9+12= \$ 21 valor de tela por la elaboración de las dos prendas.**

Los insumos que se detallan en la elaboración de las dos líneas de prendas de vestir, que ejecutará la boutique Acofashion, los costos de cada insumo, son acordes al sector textil del mercado ecuatoriano.

Se plantea que el costo total de la materia prima directa mensual, tendrá un costo de **\$5.212,00**; se los obtiene multiplicando por los 20 días laborales.

Tabla 12. Mano de obra directa

<b>DETALLE</b>	<b>CONFECCIONISTA</b>
Sueldo	1000
Décimo tercero	83,33
Décimo cuarto	37,50
Aporte IESS personal (9,45%)	94,50
Aporte IESS patronal (11,15%)	111,50
Fondos reserva (8,33%)	83,30
Vacaciones	41,67
<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>1.451,80</b>
Días	30
Valor diario	48,39
Valor hora	6,05
<b>TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA</b>	<b>48,39</b>

Elaborado por: Ericka Monserrate Piña Arteaga

En la mano de obra directa, se fundamenta a los interpretes que desarrollaran las prendas de vestir en el taller de producción: dos (2) confeccionistas por un valor de \$500; se establece sus beneficios de sueldos, décimo tercero y cuarto, aporte al IESS personal y patronal (Dato referencial por el Instituto Social de Seguridad Social), fondos de reserva y vacaciones.

Para el confeccionista, se presenta un total de 48 en mano de obra directa para elaborar prendas durante las 4 semanas del mes; confeccionar blusas y vestidos con las respectivas tallas estándar para las personas con Acondroplasia, durante cada mes.

Tabla 13. Mano de obra indirecta

DETALLE	GERENTE
SUELDO	800
DECIMO TERCERO	66,67
DECIMO CUARTO	66,67
APORTE IESS PERSONAL (9,45%)	75,60
APORTE IESS PATRONAL (11,15%)	8,92
FONDOS RESERVA (8,33%)	66,64
VACACIONES	33,33
<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>1,118</b>
DIAS	30
VALOR DIARIO	37,26
VALOR HORA	4,66
<b>TOTAL MANO DE OBRA INDIRECTA</b>	<b>37,26</b>

Elaborado por: Ericka Monserrate Piña Arteaga

En el respectivo cuadro de la Tabla 13. Se presenta el cargo del gerente, quien establecerá las funciones del área administrativa, su sueldo es de \$800,00; los décimos tercero y cuarto se obtienen el valor de 66,67 a raíz del sueldo del gerente sobre los doce (12) meses del año. Los porcentajes de los aportes: personal (9,45%) es la diferencia del valor del sueldo por el porcentaje establecido y patronal (11,15%) y fondos de reservas, son obtenidos por el Instituto de Seguridad Social; las vacaciones son obtenidas de la siguiente manera: el valor del sueldo entre los doce meses del año, establecen un valor total mensual de \$1,118. En un máximo de 30 días laborales.

Tabla 14. Costo bruto línea de prendas

COSTO BRUTO LÍNEA DE PRENDAS		
RUBROS	COSTO	VALOR \$\$
Materia prima directa	\$260,60	\$32,58
Mano de obra directa	\$48,39	\$6,05
Mano de obra indirecta	\$37,26	\$4,66
Otros costos	\$188,00	\$23,50
<b>COSTO TOTAL</b>		<b>\$66,78</b>

Elaborado por: Ericka Monserrate Piña Arteaga

En la presente Tabla 14. Se analiza costos para la materia prima directa, valor de \$260,60 que adquiere a la sumatoria total de los insumos de costos totales diarios; la mano de

obra directa es el valor total del detalle que adquieren las dos confeccionistas con un margen de \$48,39; mano de obra indirecta determina el cargo del gerente cuya persona realizara todas las funciones de la área administrativa que interpreta un valor de \$37,26 mensual, Otros costos equivale a los servicios básicos que tiene la boutique, se obtiene un valor de la sumatoria sobre las 8 horas laborales, finalmente; se obtiene un costo total de \$66,78.

Tabla 15. Costeo de Blusas

<b>COSTEO DE BLUSA</b>		
<b>RUBROS</b>	<b>COSTOS</b>	<b>VALOR</b>
Costo de blusa	\$66,78	\$8,35
Empaque	\$0,30	\$0,038
Funda	\$1,80	\$0,23
<b>COSTO TOTAL</b>		<b>\$8,61</b>

Elaborado por: Ericka Monserrate Piña Arteaga

En el costeo de blusa, el costo para el primer rubro equivale al costo total de la matriz de la función operativa y administrativa del emprendimiento con un valor del \$66,78; se elabora precios indicados por fuentes del mercado nacional para los rubros de empaque y fundas de presentación los mencionados costos mensuales; los valores para cada rubros son divididos para la cantidad de hora laborales.

Se establece el valor determinado de: \$8,61; con medidas estándar para las personas con Acondroplasia, que la producción realiza la operación de fabricar y procesar, para proyectarla en el almacén (boutique) donde se elaborará las ventas ante el público.

Tabla 16. Costeo de Prenda Vestido

<b>COSTEO DE VESTIDO</b>		
<b>RUBROS</b>	<b>COSTOS</b>	<b>VALOR</b>
COSTO DE VESTIDO	\$66,78	\$8,35
EMPAQUE	\$0,08	\$0,01
FUNDA	\$2,40	\$0,30
<b>COSTO TOTAL</b>		<b>\$8,66</b>

Elaborado por: Ericka Monserrate Piña Arteaga

De acuerdo a los parámetros de costos para la mencionada prenda, el valor para dicho artículo es de \$8,66; con la elaboración de 8 horas que realizará el obrero para su labor.



Tabla 17. Otros Gastos

<b>OTROS COSTOS</b>		
<b>SERVICIOS BÁSICOS</b>	<b>OPERATIVA</b>	<b>ADMINISTRATIVA</b>
LUZ	92	80
AGUA	20	40
TELEFONO	38	28
INTERNET	38	40
<b>TOTALES</b>	<b>188</b>	<b>188</b>

Elaborado por: Ericka Monserrate Piña Arteaga

De la presente tabla 17. Se interpreta los costos en los servicios básicos; para la área operativa (taller de producción) y la parte administrativa (almacén), se obtiene la misma cantidad de costos de \$188 mensual.

Tabla 18. Calculo precio de venta al público

<b>CALCULO PVP</b>		
<b>RUBROS</b>	<b>BLUSA</b>	<b>VESTIDO</b>
COSTO PRODUCCIÓN	\$8,61	\$8,66
UTILIDAD (40%)	\$3,44	\$3,46
<b>PVP (CP+ UTILIDAD)</b>	<b>\$12,00</b>	<b>\$12,00</b>

Elaborado por: Ericka Monserrate Piña Arteaga

El cálculo del precio de venta al público, establece que el costo de producción para mencionadas prendas de vestir, tiene un margen de utilidad del (40%) indicador proporcionado de la tasa de mercado. En el estudio de mercado, se observa que nuestro público en segmento está dispuesto a cancelar por sus prendas un valor desde \$12 a \$25, el precio de las prendas de ACOFASHION es accesible para su cancelación de pago.

### **3.2 Inversiones y financiamiento del proyecto**

Según (Mokate, 2004) En el estudio económico financiero menciona que: “Un proyecto surge de la identificación y priorización de unas necesidades, que serán atendidas de manera determinada en la preparación y formulación del mismo”; se realizan estudios financieros para conocer valores de ingresos y pérdidas, analizar con datos económicos que tan viable será el proyecto. La clasificación de los proyectos se los divide en dos grandes factores: proyectos de inversión y financiamiento. (Pág.1).

Tabla 19. Inversión de Activos Fijos

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR SUBTOTAL	VALOR TOTAL
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>				<b>\$ 3.461,00</b>
Muebles de costuras	2	\$ 180,00	\$ 360,00	
Espejos	7	\$ 15,00	\$ 105,00	
Sillas giratorias para el personal	3	\$ 75,00	\$ 225,00	
Sillas Rack 3 en 1 (atención al cliente)	2	\$ 200,00	\$ 400,00	
Sillón Puf	7	\$ 48,00	\$ 336,00	
Maniqués	10	\$ 30,00	\$ 300,00	
Dispensador de agua (almacén)	1	\$ 90,00	\$ 90,00	
Dispensador de agua (Planta)	1	\$ 90,00	\$ 90,00	
Escritorios	2	\$ 100,00	\$ 200,00	
Cafetera	2	\$ 30,00	\$ 60,00	
Exhibición de mesas acrílicas	5	\$ 105,00	\$ 525,00	
Exhibidor de pared	15	\$ 30,00	\$ 450,00	
Archivador	4	\$ 80,00	\$ 320,00	
<b>EQUIPOS DE OFICINA</b>				<b>\$ 1.995,00</b>
Teléfono	2	\$ 90,00	\$ 180,00	
Televisor	2	\$ 450,00	\$ 900,00	
Aire Acondicionado (almacén)	1	\$ 350,00	\$ 350,00	
Aire Acondicionado (Planta)	1	\$ 350,00	\$ 350,00	
Tarjetas de Presentación	10	\$ 20,00	\$ 200,00	
Calculadoras Básicas	3	\$ 5,00	\$ 15,00	
<b>EQUIPOS DE COMPUTACIÓN</b>				<b>\$ 2.418,00</b>
Impresoras	2	\$ 400,00	\$ 800,00	
Computadoras	2	\$ 809,00	\$ 1.618,00	
<b>MAQUINARIAS Y EQUIPOS</b>				<b>\$ 2.316,00</b>
Máquina de coser	2	\$ 750,00	\$ 1.500,00	
Máquinas de estampado	1	\$ 500,00	\$ 500,00	
Centro de planchado	2	\$ 43,00	\$ 86,00	
Base de cortes	2	\$ 10,00	\$ 20,00	
Equipo de cortador de tela	2	\$ 30,00	\$ 60,00	
Equipo de tijeras de sastre	2	\$ 40,00	\$ 80,00	
Kit de prénsatelas	2	\$ 35,00	\$ 70,00	
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>				<b>\$ 10.190,00</b>

Elaborado por: Ericka Monserrate Piña Arteaga

Se establece mediante los activos fijos, los rubros a utilizar para desarrollar la elaboración del emprendimiento, con los insumos y respectivos valores de costos indicados a través de investigaciones realizadas en el mercado, que nos establecen costos reales, para obtener una proyección de margen que en este caso es de \$10.190,00.

Tabla 20. Gastos Pre Operacionales

<b>GASTOS PREOPERACIONALES</b>			
<b>Instalaciones y equipo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>
Capacitación de personal	1	\$ 180,00	\$ 180,00
Extintores	2	\$ 80,00	\$ 160,00
Equipo de Seguridad (cámaras de vigilancia)	2	\$ 200,00	\$ 400,00
<b>TOTAL GASTOS PREOPERACIONALES</b>			<b>\$ 740,00</b>

Elaborado por: Ericka Monserrate Piña Arteaga

En la tabla 20. De los gastos pre operacionales, se distribuye las instalaciones y equipo, donde la boutique, establece capacitación hacia el personal o de cómo va a funcionar las actividades para la elaboración de prendas para las personas con la mencionada condición de Acondroplasia, para establecer una buena comunicación con los clientes.

Todas las empresas establecen este punto como estrategia de dirección y control; el equipo de extintor ley de seguridad contra incendios y accidentes es fundamental contar con el equipo para ayudarnos ante cualquier peligro, finalmente; el equipo de seguridad para supervisar que todo el procedimiento de la elaboración este correcto y evitar cualquier tipo de inseguridad ante los consumidores, se obtiene un valor de \$740,00 mensual que se cancela por los 3 procesos de instalación.

Tabla 21. Gastos Amortizables

<b>GASTOS AMORTIZABLES</b>	
<b>Rubros</b>	<b>Valor USD</b>
Patente Municipales	\$ 90,00
Gastos Legales	\$ 800,00
Permiso de Funcionamiento	\$ 250,00
<b>TOTAL GASTOS AMORTIZABLES</b>	<b>\$ 1.140,00</b>

Elaborado por: Ericka Monserrate Piña Arteaga

En la siguiente tabla 21. Se presentan los gastos amortizables, son los rubros que adquieren y se establece en un negocio, entre ellos se encuentran: los patentes municipales

donde estará establecido el negocio, los gastos legales que se requieren poner en funcionamiento y por ende se cumpla con las respectivas leyes, es decir; las leyes que le corresponde al emprendimiento como persona natural, y finalmente; los permisos de funcionamiento, donde se establezca que todo se encuentra en perfecto orden y cumplimiento para posesionar el negocio.

Tabla 22. Capital de trabajo

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>VALOR</b>
Costo materia prima	\$5.212,00
Servicios básicos	\$188,00
Sueldos y salarios	\$2.569,63
Gasto ventas mensual	\$0,00
<b>Total mensual</b>	<b>\$7.969,63</b>
Número de meses	3
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>\$23.908,88</b>
<b>sueldos operativos y administrativos</b>	<b>\$2.569,63</b>
<b>TOTAL SUELDOS MENSUALES</b>	<b>\$2.569,63</b>

Elaborado por: Ericka Monserrate Piña Arteaga

Según (Sapag Chain N. , 2011)

Existen tres modelos para calcular el monto para invertir en el capital de trabajo: el método contable, el del periodo de desfase, y el del déficit acumulado máximo” Para el presente plan de negocios, la boutique Acofashion se aplica el método del desfase, del cual establece “calcular la inversión en el capital de trabajo como la cantidad de recursos necesarios para financiar los costos de operación, desde que se inician los desembolsos hasta que se recuperan.

A continuación se lo realiza de la siguiente manera:

- Costo de materia prima: \$5.212,00
- Servicios Básicos: \$ 188,00
- Sueldos y salarios: \$ 2.569,63
- Gastos ventas mensuales: \$ 0,00
- **TOTAL MENSUAL: \$7.969,63**
- Número de meses: 3 meses
- **TOTAL CAPITAL DE TRABAJO \$23.908,88**
- Valor que el proyecto contara con la inversión del capital de trabajo

Tabla 23. Resumen de Inversiones

<b>RESUMEN DE INVERSIÓN TOTAL</b>		
<b>RUBRO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>TOTAL</b>
Activos Fijos	\$10.190,00	
Gastos pre operacionales	\$740,00	
Gastos amortizables	\$1.140,00	
<b>Inversión en activos y gastos</b>		<b>\$12.070,00</b>
Capital de trabajo	\$23.908,88	
<b>TOTAL DE LA INVERSIÓN</b>		<b>\$35.978,88</b>

Elaborado por: Ericka Monserrate Piña Arteaga

En la respectiva tabla 23. De resumen de inversión, se determina los activos fijos de las maquinarias y equipos que requiere la boutique con un valor de \$10.190,00; los gastos pre operacionales, determinan las instalaciones y equipo con un valor de \$740 mensual, gastos amortizables establecen los permisos para poner en funcionamiento el negocio con un valor de \$1.140,00, en total se adquiere una inversión diferida de \$1.880,00.

Se obtiene un total de inversión del \$35.978,88.

Tabla 24. Fuentes de financiamiento de la inversión

<b>FUENTE DE FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Capital propio	\$23.978,88	66,65%
Financiamiento con terceros	\$12.000,00	33,35%
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>\$35.978,88</b>	<b>100,00%</b>

Elaborado por: Ericka Monserrate Piña Arteaga

Mediante el detalle presentado, se establece que el 66% del proyecto será financiado con fondos propios, sin embargo; el 33% será con el financiamiento a terceros será únicamente financiado de manera a crédito bancario.

Tabla 25. Presentación de prendas

<b>PRESENTACIONES</b>	<b>DIARIO</b>	<b>MENSUAL</b>
UNIDADES BLUSA	6	120
UNIDADES VESTIDO	8	160

Elaborado por: Ericka Monserrate Piña Arteaga

La boutique Acofashion, presenta las líneas de unidades en prendas: Unidades en blusa se confeccionarán 6 blusas diarias, y en todo el mes se realizarán 120 blusas; en lo que corresponde con las unidades de vestidos para ocasión de día juvenil, diariamente se elaborarán ocho vestidos, y en el mes se obtendrá la cantidad de 160, todo el desarrollo de la elaboración y confección de prendas son con 2 confeccionistas.

### 3.3 Beneficios y costos

Para (Sapag Chain N. , 2011, pág. 307) el beneficio y costos radica “En la comparación del valor actual neto de los costos, incluida la inversión”, es decir; determina el valor de lo que se va a producir en el proyecto, para descifrar cuanta inversión se obtendrá en sus costos durante los periodos establecidos.

Se fundamenta mediante el cuadro de presentación de prendas, la boutique Acofashion establecerá sus unidades de prendas en blusas de 6 confecciones a diario, y 8 confecciones de vestido en determinado tiempo, a raíz de la capacidad de productividad, se obtiene con el aporte de los equipos que son: dos máquinas de coser (2), dos confeccionistas (2) que elaboraran las prendas establecidas de líneas, con la obtención de 8 horas diarias.

Tabla 26. Costeo del proyecto blusa

<b>COSTO BLUSA</b>				
<b>AÑOS</b>	<b>PRODUCCIÓN MENSUAL</b>	<b>PRODUCCIÓN ANUAL</b>	<b>COSTO UNITARIO USD</b>	<b>COSTO ANUAL USD</b>
<b>1</b>	120	1440	\$8,61	\$12.398,72
<b>2</b>	120	1440	\$8,72	\$12.557,42
<b>3</b>	120	1440	\$8,83	\$12.718,16
<b>4</b>	120	1440	\$8,95	\$12.880,95
<b>5</b>	120	1440	\$9,06	\$13.045,83

Elaborado por: Ericka Monserrate Piña Arteaga

En el desarrollo del presente cuadro de costo en blusa de temporada, se determina la misma cantidad de producción mensual, por motivo del público objetivo de personas con Acondroplasia que no obtienen incremento, es decir: en cada año no hay índice de crecimiento de personas con la mencionada condición.

Tabla 27. Costeo del proyecto vestido

<b>COSTO VESTIDO</b>				
<b>AÑOS</b>	<b>PRODUCCIÓN MENSUAL</b>	<b>PRODUCCIÓN ANUAL</b>	<b>COSTO UNITARIO USD</b>	<b>COSTO ANUAL USD</b>
<b>1</b>	160	1920	\$8,66	\$16.622,83
<b>2</b>	160	1920	\$8,77	\$16.835,60
<b>3</b>	160	1920	\$8,88	\$17.051,09
<b>4</b>	160	1920	\$8,99	\$17.269,35
<b>5</b>	160	1920	\$9,11	\$17.490,40

Elaborado por: Ericka Monserrate Piña Arteaga

En el desarrollo de la tabla de costos vestidos, en función para ocasión de día, se determina la misma cantidad de producción mensual, por motivo del público objetivo de personas con Acondroplasia que no obtienen incremento, es decir: en cada año no hay índice de crecimiento de personas con la mencionada condición. De esta manera, sus costos incrementaran por la tasa de inflación del 1,28%.

Tabla 28. Costo total del proyecto

<b>Años</b>	<b>Costo Total</b>
1	\$29.021,55
2	\$29.393,02
3	\$29.769,25
4	\$30.150,30
5	\$30.536,22

Elaborado por: Ericka Monserrate Piña Arteaga

En la presente tabla 28. Se fundamenta que durante los 5 periodos, sus costos entre las dos líneas de vestir, se mantienen desde el primer (1) año hasta el tercer (3) año, los últimos dos periodos se alza cierta capacidad de los costos unitarios, dada a la situación que cada año adquieren una variación por la tasa de inflación que cada año cambia.

Tabla 29. Ingreso del proyecto Blusas

<b>INGRESOS BLUSA</b>				
<b>AÑOS</b>	<b>PRODUCCIÓN MENSUAL</b>	<b>PRODUCCIÓN ANUAL</b>	<b>PRECIO VENTA PÚBLICO USD</b>	<b>INGRESO ANUAL USD</b>
<b>1</b>	120	1440	\$12,05	\$17.358,21
<b>2</b>	120	1440	\$12,21	\$17.580,39
<b>3</b>	120	1440	\$12,36	\$17.805,42
<b>4</b>	120	1440	\$12,52	\$18.033,33
<b>5</b>	120	1440	\$12,68	\$18.264,16

Elaborado por: Ericka Monserrate Piña Arteaga

Tabla 30. Ingreso del proyecto Vestidos

<b>INGRESOS VESTIDO</b>				
<b>AÑOS</b>	<b>PRODUCCIÓN MENSUAL</b>	<b>PRODUCCIÓN ANUAL</b>	<b>PRECIO VENTA PÚBLICO USD</b>	<b>INGRESO ANUAL USD</b>
<b>1</b>	160	1920	\$12,12	\$23.271,96
<b>2</b>	160	1920	\$12,28	\$23.569,84
<b>3</b>	160	1920	\$12,43	\$23.871,53
<b>4</b>	160	1920	\$12,59	\$24.177,09
<b>5</b>	160	1920	\$12,75	\$24.486,55

Elaborado por: Ericka Monserrate Piña Arteaga

Según lo proyectado se analiza y determina que la producción mensual para las prendas que establecerá el emprendimiento de boutique Acofashion, se elaborará 120 en producción de blusas con una cantidad de 6 blusas diarias, 160 de producción en vestidos con la cantidad de 8 vestidos diarios.

Por lo tanto, la producción mensual no tiene variación, por el motivo que la tasa de crecimiento de personas con estatura baja; no incrementa en el año, a diferencia de las personas con estatura promedio que su existencia es diaria o constante.



Tabla 31. Ingreso total del proyecto

Años	Ingreso Total
1	\$40.630,17
2	\$41.150,23
3	\$41.676,95
4	\$42.210,42
5	\$42.750,71

Elaborado por: Ericka Monserrate Piña Arteaga

Dentro de la tabla 31, se determina la sumatoria de los ingresos, desde el año 1 hasta el año 5 que se tiene pronosticado el proyecto, dato por el cual varían por la tasa de inflación, se compara con los costos y se comprueba que los ingresos son más altos.

Tabla 32. Gastos del proyecto Administrativo

GASTOS ADMINISTRATIVOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Servicios básicos	\$ 2.256,00	\$ 2.707,20	\$ 3.248,64	\$ 3.898,37	\$ 4.678,04
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 2.256,00</b>	<b>\$ 2.707,20</b>	<b>\$ 3.248,64</b>	<b>\$ 3.898,37</b>	<b>\$ 4.678,04</b>

Elaborado por: Ericka Monserrate Piña Arteaga

En la presente tabla 32. Se establece los gastos administrativos de los otros gastos; por ende pertenecen a los servicios básicos con un valor del primer (1) año de \$2.256,00, a partir de los demás años se observa un crecimiento por la tasa de inflación del 1,28%.

### 3.4 Amortización

Tabla 33. Amortización

PERIODO	SALDO INICIAL	CUOTAS	INTERESES	CAPITAL	SALDO FINAL
1	\$133.668,06	\$3.112,99	<b>\$1,197,44</b>	\$1.915,54	\$131.752,52
2	\$109.514,48	\$3.112,99	<b>\$ 981,90</b>	\$2.131,92	\$107.382,56
3	\$ 82.632,55	\$3.112,99	<b>\$ 740,25</b>	\$2.372,74	\$ 80.259,82
4	\$ 52.714,10	\$3.112,99	<b>\$ 472,23</b>	\$2.640,75	\$ 50.073,34
5	<b>\$ 19.416,12</b>	<b>\$3.112,99</b>	<b>\$ 173,94</b>	<b>\$2.939,05</b>	<b>\$ 16.477,07</b>

Elaborado por: Ericka Monserrate Piña Arteaga

La presente Tabla 33. Establece el resumen del cálculo de la amortización por el método de desfase, se determina la proyección de visión de 5 años, para analizar la toma de decisiones si por el tamaño del público objetivo de la Acondroplasia, se concluye que el proyecto tendrá un periodo de 5 años.

Mediante las investigaciones respectivas en el mercado, se especifica a continuación el detalle, de la obtención de los resultados, para proyectarlos en el flujo de caja

- Valor de préstamo a tercero: \$12.000,00
- TASA: 10,75%; Otorgado por el banco del pacifico, para el sector productivo de las Mi pymes.
- Periodo: 60
- Meses: 12 meses del año.

Tabla 34. Estado de pérdidas y ganancias

<b>ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO</b>					
<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>					
Ventas BLUSA	\$17.358,21	\$17.580,39	\$17.805,42	\$18.033,33	\$18.264,16
Ventas VESTIDO	\$23.271,96	\$23.569,84	\$23.871,53	\$24.177,09	\$24.486,55
<b>VENTAS TOTALES</b>	<b>\$40.630,17</b>	<b>\$41.150,23</b>	<b>\$41.676,95</b>	<b>\$42.210,42</b>	<b>\$42.750,71</b>
<b>COSTOS OPERACIONALES</b>					
Costos BLUSA	\$12.398,72	\$12.557,42	\$12.718,16	\$12.880,95	\$13.045,83
Costos VESTIDO	\$16.622,83	\$16.835,60	\$17.051,09	\$17.269,35	\$17.490,40
<b>COSTOS TOTALES OPERACIONALES</b>	<b>\$29.021,55</b>	<b>\$29.393,02</b>	<b>\$29.769,25</b>	<b>\$30.150,30</b>	<b>\$30.536,22</b>
<b>UTILIDAD BRUTA (VENTAS - COSTOS)</b>	<b>\$11.608,62</b>	<b>\$11.757,21</b>	<b>\$11.907,70</b>	<b>\$12.060,12</b>	<b>\$12.214,49</b>
GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS	\$2.256,00	\$2.707,20	\$3.248,64	\$3.898,37	\$4.678,04
<b>UTILIDAD EN OPERACIÓN (UB - GA)</b>	<b>\$9.352,62</b>	<b>\$9.050,01</b>	<b>\$8.659,06</b>	<b>\$8.161,75</b>	<b>\$7.536,45</b>
GASTOS FINANCIEROS (INTERES)	\$1.197,44	\$981,07	\$740,25	\$472,23	\$173,94
<b>UTILIDAD ANTES DE LOS IMPUESTOS (UOP - GF)</b>	<b>\$8.155,18</b>	<b>\$8.068,94</b>	<b>\$7.918,81</b>	<b>\$7.689,52</b>	<b>\$7.362,51</b>
15% PARTICIPACIÓN EMPLEADOS	\$1.223,28	\$1.210,34	\$1.187,82	\$1.153,43	\$1.104,38
<b>UTILIDAD ANTES DEL IR (UAI - PE)</b>	<b>\$6.931,90</b>	<b>\$6.858,60</b>	<b>\$6.730,99</b>	<b>\$6.536,09</b>	<b>\$6.258,13</b>
IMPUESTO RENTA (22%)	\$1.525,02	\$1.508,89	\$1.480,82	\$1.437,94	\$1.376,79
<b>UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO</b>	<b>\$5.406,88</b>	<b>\$5.349,71</b>	<b>\$5.250,17</b>	<b>\$5.098,15</b>	<b>\$4.881,35</b>

Elaborado por: Ericka Monserrate Piña Arteaga

En el presente cuadro de estado de pérdidas y ganancias, se determina y evalúa que durante los cinco años (5), se establece que margen de ventas en unidades son de 120 prendas durante esos periodos de tiempo, pero el margen de costos existe y se percibe un incremento a consecuencia de la inflación, por lo tanto; la ganancia para Acofashion disminuye.

Las ventas para el presente proyecto no obtiene aumento, por motivo que se vende la misma cantidad de prendas para la determinada población objetivo de Acondroplasia no incrementa, solo de 5 a 6 personas nacen en el año, de esta manera no crece de forma exponencial.

### **3.4 Flujo de Caja**

Para (Sapag Chain N. , 2011, pág. 2018)El método de flujo de caja es “Es la asociación con cuentas que construirán movimientos de fondos, en la evaluación de proyectos se incluyen variables que no lo son, pero que forman parte de la riqueza o el valor agregado por el proyecto a la empresa” En determinada síntesis, el flujo de caja es la técnica del costeo de las empresas que genera gran valor, del cual permite conocer las fuentes de ingresos, y en que invertirá nuestros recursos a emplear. Se presenta en la boutique Acofashion, la magnitud de desarrollar el horizonte con la proyección de cinco años, y a continuación se establecen los resultados.

Tabla 35. Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA	Años					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>FLUJO DE INGRESOS</b>						
VENTA PRODUCTO PRINCIPAL		\$ 40.630,17	\$ 41.150,23	\$ 41.676,95	\$ 42.210,42	\$ 42.750,71
<b>TOTAL FLUJO DE INGRESOS</b>		<b>\$ 40.630,17</b>	<b>\$ 41.150,23</b>	<b>\$ 41.676,95</b>	<b>\$ 42.210,42</b>	<b>\$ 42.750,71</b>
<b>FLUJO DE COSTOS</b>						
COSTOS OPERATIVOS		\$ 29.021,55	\$ 29.393,02	\$ 29.769,25	\$ 30.150,30	\$ 30.536,22
GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 2.256,00	\$ 2.707,20	\$ 3.248,64	\$ 3.898,37	\$ 4.678,04
INVERSIÓN FIJA	-\$ 10.190,00					
INVERSIÓN DIFERIDA	-\$ 1.880,00					
CAPITAL TRABAJO	-\$ 23.908,88					
<b>TOTAL DE FLUJO DE COSTOS</b>	<b>-\$ 35.978,88</b>	<b>\$ 31.277,55</b>	<b>\$ 32.100,22</b>	<b>\$ 33.017,89</b>	<b>\$ 34.048,67</b>	<b>\$ 35.214,27</b>
<b>FLUJO ECONÓMICO ( I-C)</b>		<b>\$ 9.352,62</b>	<b>\$ 9.050,01</b>	<b>\$ 8.659,06</b>	<b>\$ 8.161,75</b>	<b>\$ 7.536,45</b>
RECUPERACIÓN CAPITAL TRABAJO						
PAGO PRESTAMO	\$ 12.000,00	\$ 3.112,99	\$ 3.112,99	\$ 3.112,99	\$ 3.112,99	\$ 3.112,99
PARTICIPACIÓN EMPLEADOS		\$ 1.223,28	\$ 1.210,34	\$ 1.187,82	\$ 1.153,43	\$ 1.104,38
IMPUESTO A LA RENTA		\$ 1.525,02	\$ 1.508,89	\$ 1.480,82	\$ 1.437,94	\$ 1.376,79
<b>FLUJO FINANCIERO</b>	<b>-\$ 23.978,88</b>	<b>\$ 3.491,34</b>	<b>\$ 3.217,79</b>	<b>\$ 2.877,44</b>	<b>\$ 2.457,40</b>	<b>\$ 1.942,30</b>

Elaborado por: Ericka Monserrate Piña Arteaga

En el presente estado de flujo se analiza los cinco periodos que proyectará Acofashion a través de las ventas con las dos líneas de prendas de vestir, a continuación sus flujos son: Año 0 se tiene un incremento en inversión, mediante el cuadro se observa los altos costos, y gastos que se determina los recursos para establecer la boutique con un valor de -\$23.978,88 es un valor negativo, en comparación al capital propio, y así sucesivamente año 2 hasta el año 5, se establecen flujos positivos pero no se obtiene ganancias.

Se determina los flujos de fondos:

- Año 0= \$-23.978,88
- Año 1= \$ 3.491,34
- Año 2= \$ 3.217,79
- Año 3= \$ 2.877,44
- Año 4= \$ 2.457,40
- Año 5= \$ 1.942,30

### **3.5 Evaluación Financiera**

La evaluación financiera del presente proyecto de investigación plan de negocios, se establece la finalidad de conocer la función de los conceptos u argumentos que establece el autor, y así poder aplicar con los respectivos indicadores lo que llamamos la inversión en el proyecto; Por lo tanto, para el presente diseño plan de negocios, se desarrollaran cuatros indicadores: Valor Actual Neto (VAN), tasa interna de retorno (TIR), el periodo de recuperación, y el respectivo análisis Beneficio y costos (B/C), a continuación de detallaran:

En primer punto, es necesariamente conocer el enfoque que establece el indicador Valor Actual Neto (VAN) “Es el método que mide el excedente resultante después de obtener la rentabilidad deseada o exigida y después de recuperar toda la inversión” (Sapag Chain N. , 2011).

Para realizar el respectivo cálculo del VAN, se desarrolla lo siguiente:

Tabla 36. Periodo de flujo de fondos

PERIODOS	FLUJO DE FONDOS
0	-\$23.978,88
1	\$ 3.491,34
2	\$ 3.217,79
3	\$ 2.877,44
4	\$ 2.457,40
5	\$ 1.942,30

Elaborado por: Ericka Monserrate Piña Arteaga

En la siguiente tabla 36. Se establece que en el año 0 se invierte en los costos y se obtienen gastos, pero no ingresos, por ende; se obtiene un flujo negativo de \$ -23.978,88; sin embargo hasta el año 5 no se logra recuperar la inversión inicial.

Tabla 37. Calculo de la TMAR

TMAR CON FINANCIAMIENTO				Ponderación
Deudas con terceros	\$ 12.000,00	33%	10,75%	3,59%
Capital Propio	\$ 23.978,88	67%	10,35%	6,90%
<b>TOTAL</b>	\$ 35.978,88	100%		10,48%

Elaborado por: Ericka Monserrate Piña Arteaga

Para el proceso de la TMAR, se aplica con financiamiento, por ende; se determina las ponderaciones, para las deudas con terceros con un margen del 33% en función del 10,75%, se establecerá un indicador del 3,59%; para el capital propio se obtiene el 67% contra el 10,35% de la tasa del premio al riesgo, indica un porcentaje del 6,90% cuyo porcentaje es mayor; se aplicará el uso de póliza porque, ayudará al proyecto a rendir en lo que respecta a la inversión.

En segundo punto, se establece la Tasa Interna de Retorno (TIR) según lo indica (Sapag Chain N. , 2011) enmarca “Mide la rentabilidad como porcentaje” y establece “la situación de analizar las tasas de interés más alta que el determinado inversionista tenga la facilidad de pagar sin perder dinero, y entablar descuentos de flujos netos de efectivo para realizar fondos para el financiamiento de la inversión” (Sapag Chain R. , 2008).

- La tasa interna de retorno presenta el siguiente cálculo: formula TIR y la sumatoria de la inversión inicial con los cinco años de los flujos de efectivo.
- Por valores negativos de la presente TIR, no es viable, el valor es menor que la tasa de descuento.

A continuación se indica como tercer punto, el análisis y proceso del cálculo del indicador Beneficio – Costo (B/C), de la misma manera se orienta en “compara el valor actual de los costos, incluida la inversión” (Sapag Chain N. , Proyectos de inversión: formulación y evaluación, 2011). Para el emprendimiento plan de negocio “Acofashion” mediante la resolución de los cálculos financieros, se logra un valor de \$-0,12 indica que no se genera un valor positivo, se está generando pérdidas y no como se pretende obtener una ganancia, por ende se constituye que no se obtiene valores a recuperar de la inversión; mediante el siguiente cálculo se obtiene los resultados para la boutique:

- Sumatoria de los cinco años de los flujos de fondos en efectivo:  
 $\$3.491,34 + \$3.217,79 + \$2.877,44 + \$2.457,40 + \$1.942,30 = \$13.986,26.$
- Se presenta la inversión inicial: **\$-23.978,88.**

Tabla 38. Calculo de la TIR

<b>Tasa de descuento</b>	6,11%
<b>Valor Actual Neto (VAN)</b>	\$ -12.039,685
<b>Tasa Interna de Retorno (TIR)</b>	-17%
<b>Beneficio y costo (B/C)</b>	\$ 1
<b>Sumatoria de flujos netos</b>	\$ 13.986,26
<b>Período de recuperación</b>	No se recupera

Elaborado por: Ericka Monserrate Piña Arteaga

Se determina mediante los resultados obtenidos, reflejan el VAN con la fórmula:

- $VAN = \text{Valor inicial 0 del flujo de caja} + VNA (\text{valor de tasa de descuento} + \text{los flujos de efectivo del año 1 al 5}; \text{nos da como resultado valor negativo.}$
- $TIR = TIR (\text{Flujo año 0} + \text{Flujos de efectivo Año 1, 2, 3, 4,5})$  proporciona un -17% es decir, no hay retorno de inversión.
- $B/C = \text{Es la sumatoria de los flujos netos} / (\text{Flujo año 0} \times (-1))$



- Nos indica un valor de \$1; no se obtiene ganancia; por la razón que sus flujos años tras años van disminuyendo, se establece que el proyecto no es factible ni viable, se presenta un beneficio costo de un valor de \$1, se evalúa que el emprendimiento Boutique Acofashion no va a obtener ganancias y pérdidas.

Últimamente, para determinar la viabilidad del proyecto se realiza la recuperación de la inversión, que especifica en su base “El objeto de medir en cuanto tiempo se recupera la inversión, incluyendo el costo del capital involucrado” (Sapag Chain N. , Proyectos de inversión: formulación y evaluación, 2011).

Tabla 39. Período de Recuperación Inversión

<b>INVERSIÓN INICIAL</b>	<b>FLUJO DE EFECTIVO</b>	<b>RECUPERACIÓN INVERSIÓN</b>
-\$23.978,88		
	\$3.491,34	-\$20.487,54
	\$3.217,79	-\$20.761,09
	\$2.877,44	-\$21.101,44
	\$2.457,40	-\$21.521,48
	\$1.942,30	-\$22.036,58

Elaborado por: Ericka Monserrate Piña Arteaga

Se detalla que, del valor de la inversión inicial se suma con el flujo del año 1, y se obtiene el valor del primer año de recuperación, y así sucesivamente con los siguientes valores; sin embargo, se obtiene resultado en negativos, es decir; que el proyecto no es viable, por sus altos costos y gastos en los recursos para mencionado proyecto.

## CONCLUSIONES

- En el presente proyecto investigativo, se determinó que es la condición de la Acondroplasia, cuales son las variables de inconvenientes o problemas que adquieren estas personas con la mencionada condición, es diferentes expectativas desde la parte: indumentaria de obtener sus prendas con sus respectivas medidas, y la parte social de incluir ante la sociedad y al mercado la existencia de ellos.
- Se estableció la investigación de búsqueda del número de existencia de personas con Acondroplasia en el país y específicamente en la ciudad de Guayaquil; se determinó las variables del mercado que permiten determinar el tipo de recursos necesarios para el diseño del estudio técnico administrativo, como instrumento fundamental la encuesta, para determinar y especificar nuestro diagnóstico situacional y segmento de mercado, en cuestión de garantizar información, mismo que permitirá conocer las necesidades y requerimientos de las mujeres con la condición de discapacidad Acondroplasia.
- Mediante el estudio financiero, se determinó que el presente proyecto no es viable, por sus valores altamente negativos en sus costos y gastos, a comparación del valor que se plantea invertir de capital propio, se obtuvo un valor actual neto (VAN) del \$ -12.039,685, una tasa interna de retorno (TIR) de un valor -17%, que el proyecto no es rentable.

## RECOMEDACIONES

- Es muy fundamental realizar constantes estudios de mercados, para tener los conocimientos de las necesidades de las personas, en obtener productos o servicios que requieran, mantener un seguimiento en sugerencias hacia el público para así, establecer estrategias de mayor innovación y mantener la inclusión hacia las personas que contengan algún tipo de condición de discapacidad.
- Determinar claramente su público objetivo: cantidad, edad; para establecer la idea del proyecto y como resultado se obtenga la viabilidad y rentabilidad del plan de negocios.
- Realizar seguimientos e investigaciones de precios, costos, y gastos dentro del mercado, como también enfatizar las actividades de la competencia, para conocer que falencia tienen y como emprendimiento u negocio ganar esa ventaja y establecer un proyecto brillante.

## BIBLIOGRAFÍA

- Boniolo, P., & Sautu, R. (2005). *Manual de metodología. Construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología*. Buenos Aires: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales. Recuperado el 03 de Agosto de 2022, de <http://biblioteca.clacso.edu.ar/gsd/collect/clacso/index/assoc/D1532.dir/sautu2.pdf>
- Cedeño Esmeralda, L. J. (2022). *Análisis del sector industrial no petrolero de productos manufacturados y su aporte al producto interno bruto en la economía ecuatoriana periodo 2015 – 2019*. Recuperado el 03 de Agosto de 2022, de Universidad Vicente Rocafuerte: <http://200.24.193.135/bitstream/44000/4845/1/T-ULVR-3894.pdf>
- Corporación Mucho Mejor Ecuador. (28 de Octubre de 2021). *Empresa Pasa un referente en el sector textil por su calidad*. Recuperado el 01 de Diciembre de 2022, de <https://www.muchohomejorecuador.org.ec/pasa-un-referente-en-el-sector-textil-por-su-calidad/>
- Criollo Tansinchana , V. F. (Enero de 2017). *Análisis de la acondroplasia y su repercusión en la indumentaria*. Recuperado el 13 de Junio de 2022, de Universidad Técnica de Ambato: <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/24640/1/Valeria%20Fernanda%20Criollo%20Tasinchana..pdf>
- Diario ABC. (17 de Julio de 2019). *Espacio de conocimiento de la acondroplasia a nivel internacional*. Recuperado el 28 de Noviembre de 2022, de [https://www.abc.es/sociedad/abci-acondroplasia-unica-discapacidad-causa-risa-201907171510\\_noticia.html](https://www.abc.es/sociedad/abci-acondroplasia-unica-discapacidad-causa-risa-201907171510_noticia.html)
- Economipedia. (s.f.). *Relación Coste - Beneficio*. Recuperado el 27 de Julio de 2022, de <https://economipedia.com/definiciones/analisis-costebeneficio.html>
- Ecuador, Asamblea Nacional. (29 de Diciembre de 2010). *Código orgánico de la producción, comercio e inversiones*. Recuperado el 08 de Julio de 2022, de Registro oficial 351: <https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-04/CODIGO%20ORGANICO%20DE%20LA%20PRODUCCION%2C%20COMERCIO%20E%20INVERSIONES%20COPCI.pdf>

Ecuador, Asamblea Nacional. (28 de Febrero de 2020). *Ley orgánica de emprendimiento e innovación*. Recuperado el 29 de Noviembre de 2022, de Registro Oficial N. 151: [https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-03/Documento\\_LEY-ORGANICA-EMPREDIMIENTO-INNOVACION.pdf](https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-03/Documento_LEY-ORGANICA-EMPREDIMIENTO-INNOVACION.pdf)

Ecuador, Asamblea Nacional Constituyente. (20 de octubre de 2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Recuperado el 14 de Julio de 2022, de Registro Oficial N° 449: [https://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/documents/old/constitucion\\_de\\_bolsillo.pdf](https://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/documents/old/constitucion_de_bolsillo.pdf)

Ecuador, Asamblea Nacional República del Ecuador. (28 de Febrero de 2020). *Ley orgánica de emprendimiento e innovación*. Recuperado el 02 de Diciembre de 2022, de [https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-03/Documento\\_LEY-ORGANICA-EMPREDIMIENTO-INNOVACION.pdf](https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-03/Documento_LEY-ORGANICA-EMPREDIMIENTO-INNOVACION.pdf)

Ecuador, Consejo Nacional Para la Igualdad de Discapacidades. (25 de Octubre de 2015). *Día mundial de las personas de talla baja*. Recuperado el 25 de Noviembre de 2022, de <https://www.consejodiscapacidades.gob.ec/dia-mundial-de-las-personas-de-talla-baja/>

Ecuador, Consejo Nacional para la Igualdad de Discapacidades. (Octubre de 2019). *Día Mundial de las personas de talla baja*. Recuperado el 28 de Noviembre de 2022, de <https://www.consejodiscapacidades.gob.ec/dia-mundial-de-las-personas-de-talla-baja/#:~:text=El%2025%20de%20octubre%2C%20D%C3%ADa,derechos%20y%20exigir%20su%20cumplimiento.>

Ecuador, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (Junio de 2012). *CIIU 4.0: Clasificación Nacional de Actividades Económicas*. Recuperado el 01 de Diciembre de 2022, de <https://aplicaciones2.ecuadorencifras.gob.ec/SIN/descargas/ciiu.pdf>

Ecuador, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (6 de Octubre de 2012). *Clasificación de actividades comerciales y económicas del país*. Recuperado el 29 de 07 de 2022, de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Infoeconomia/info6.pdf>

Ecuador, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (11 de Julio de 2019). *Ecuador cuenta con su reloj poblacional*. Recuperado el 31 de Agosto de 2022, de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/ecuador-cuenta-con-su-reloj-poblacional/>

Ecuador, Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (10 de agosto de 2021). *Programa Plan de Apoyo al Emprendedor y el registro único de mipymes*. Recuperado el 04 de Noviembre de 2022, de <https://sites.google.com/view/apoyoemprendimiento/formalizaci%C3%B3n/rum>

Ecuador, Presidencia de la República. (04 de Agosto de 2020). *Reglamento General a la ley orgánica de emprendimiento e innovación*. Recuperado el 07 de Julio de 2022, de Registro oficial 260: <https://epico.gob.ec/wp-content/uploads/2020/12/REGLAMENTO-GENERAL-LEY-ORGANICA-EMPREDIMIENTO-E-INNOVACION.pdf>

Ecuador, Secretaria Nacional de la Administración Pública. (2016). *Norma técnica de prestación de servicios y administración por procesos*. Quito, Ecuador: Registro Oficial 739 del 22 de abril del 2016. Recuperado el 09 de Septiembre de 2022

Ecuador, Servicio de Integración Laboral Para Personas Con Discapacidad . (septiembre de 2006). *Federación Nacional de Ecuatorianos con discapacidad física*. Obtenido de <http://www.discapadadesecuador.org/sil/index.php?btnpagina=pagina-publico-servicios>

Ecuador, Servicio de Rentas Internas. (09 de Junio de 2022). *Registro Único del Contribuyente*. Recuperado el 02 de Diciembre de 2022, de <https://www.gob.ec/sri/tramites/inscripcion-registro-unico-contribuyente-ruc-persona-natural-artesanos>

Ecuador, Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. (11 de Diciembre de 2018). *La superintendencia informa: Registro de empresas productoras de ropa*. Recuperado el 28 de Noviembre de 2022, de <https://www.supercias.gob.ec/portalscvsv/index.htm>

Federación Nacional de Ecuatorianos con Discapacidad Física. (Septiembre de 2006). *Servicios de Integración Laboral de Personas con Discapacidad*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2022, de

<http://www.discapacidadesecuador.org/sil/index.php?btnpagina=pagina-publico-servicios>

Fundación Alpe Acondroplasia. (Enero de 2015). *Somos Fundación Alpe*. Recuperado el 25 de Noviembre de 2022, de <https://www.fundacionalpe.org/es/fundacion-alpe>

Gallardo Echenique, E. E. (Julio de 2017). *Metodología de la investigación*. Recuperado el 03 de Agosto de 2022, de [https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/4278/1/DO\\_UC\\_EG\\_MAI\\_UC0584\\_2018.pdf](https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/4278/1/DO_UC_EG_MAI_UC0584_2018.pdf)

Gamboa Vaquero, M. (2009). *Plan de negocios para la creación de una boutique de ropa*. Recuperado el 23 de junio de 2022, de Universidad Pontificia Javeriana: <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/9436/tesis525.pdf>

Google Maps. (s.f.). *Ubicación d ela empresa*. Recuperado el 3 de diciembre de 2022, de <https://www.google.com.ec/maps/@-2.194363,-79.885548,18z?hl=es>

Hernández Escobar, A. A., Ramos Rodríguez, M. P., & Placencia López, B. M. (2018). *Metodología de la investigación científica*. Málaga: Área de innovación y desarrollo, S.L.

Luna González, A. C. (2016). *Plan estratégico de negocios*. México: Grupo Editorial Patria.

Martínez Marín, A. (2006). Los Conceptos de Conocimiento, Epistemología y Paradigma, como base diferencial en la orientación metodológica del trabajo de grado. *Revista teoría del arte*. Recuperado el 01 de Agosto de 2022, de <https://revistateoriadelarte.uchile.cl/index.php/CDM/article/view/25960/27273>

Méndez Lozano, R. A. (2020). *Formulación y evaluación de proyectos: Enfoque para emprendedores*. Bogotá: Ecoe Ediciones.

Mendoza Farro, T., & Tello Berenstein, A. (2019). *Plan de negocios en pocos pasos*. Huancayo: Universidad Continental. Recuperado el 21 de Julio de 2022, de [https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/7167/1/IV\\_UC\\_LI\\_Plan\\_de\\_negocios\\_en\\_pocos\\_pasos\\_2019.pdf](https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/7167/1/IV_UC_LI_Plan_de_negocios_en_pocos_pasos_2019.pdf)

- Mokate, K. M. (2004). *Evaluación Financiera de proyectos de inversión*. Bogotá: Ediciones Uniandes.
- Morales Vargas, J., & Páliz Arroyo, A. D. (09 de Marzo de 2011). *Diseño de modelo de negocio; segmentación geográfica*. Recuperado el 21 de Julio de 2022, de Pontificia Universidad Católica del Ecuador : <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/12762/Tesis%20Final.pdf?sequence=1>
- Morocho Bustamente, A. B. (Febrero de 2017). *Creación de colección para personas con Acondroplasia*. Recuperado el 21 de Junio de 2022, de Universidad del Azuay: <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/7086>
- Palacios Acero, L. C. (2011). *Dirección Estratégica*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Palomino Paucar, L. E., & Sullón García, M. (2021). *Plan Financiero como herramienta de gestión para incrementar la rentabilidad de la empresa*. Recuperado el 26 de Julio de 2022, de Universidad Señor De Sipán: <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/8418/Palomino%20Paucar%20Leidy%20&%20Sull%20C3%B3n%20Garc%20C3%ADa%20Mahumy.pdf?sequence=1>
- Pedraza Rendón, O. H. (2014). *Modelo de Plan de negocios para la micro y pequeña empresa*. México: Grupo Editorial Patria S.A. Recuperado el 14 de marzo de 2023, de [https://books.google.com.ec/books?id=u9zhBAAAQBAJ&pg=PR11&dq=Modelo+de+Plan+de+negocios+para+la+micro+y+peque%C3%B1a+empresa,+autor+Oscar+hugo+pedraza&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjerZ\\_o-9v9AhXWTTABHSpwBDkQ6AF6BAgJEA#v=onepage&q=Modelo%20de%20Plan%20de%20ne](https://books.google.com.ec/books?id=u9zhBAAAQBAJ&pg=PR11&dq=Modelo+de+Plan+de+negocios+para+la+micro+y+peque%C3%B1a+empresa,+autor+Oscar+hugo+pedraza&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjerZ_o-9v9AhXWTTABHSpwBDkQ6AF6BAgJEA#v=onepage&q=Modelo%20de%20Plan%20de%20ne)
- Ramos, C. A. (2015). Los paradigmas de la investigación científica. *Unife*. Recuperado el 31 de Julio de 2022, de [http://www.unife.edu.pe/publicaciones/revistas/psicologia/2015\\_1/Carlos\\_Ramos.pdf](http://www.unife.edu.pe/publicaciones/revistas/psicologia/2015_1/Carlos_Ramos.pdf)
- Revista Ekos . (2017). *Empresas productoras de ropa en el Ecuador*. Recuperado el 01 de Diciembre de 2022, de <https://www.ekosnegocios.com/sector/tiendas-de-ropa>



- Revista Ekos. (17 de Diciembre de 2013). *Pinto reconocida como: "La mejor empresa de ropa para la familia"*. Recuperado el 01 de Diciembre de 2022, de <https://www.ekosnegocios.com/articulo/pinto-reconocida-como-la-mejor-empresa-de-ropa-para-la-familia>
- Revista Ekos. (16 de Marzo de 2017). *Sector Textil, segundo en generar más empleo manufacturero al país*. Recuperado el 30 de Noviembre de 2022, de <https://www.ekosnegocios.com/articulo/sector-textil-el-segundo-en-generar-mas-empleo-manufacturero-en-el-pais>
- Rojas López, M. D. (2015). *Evaluación de proyectos para ingenieros*. Bogotá: Ecoe Ediciones Ltda.
- Sánchez Revelo, X. E. (2015). *Estructura de Idea del Plan de Negocios*. Recuperado el 14 de marzo de 2023, de Universidad Nacional del Chimborazo: <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/2070/1/UNACH-IPG-PYMES-2015-0004.pdf>
- Sapag Chain, N. (2008). *Preparación y Evaluación de Proyectos* (Cuarta Edición ed.). (L. Solano Arèvalo , Ed.) Bogotá, Colombia: McGraw Hill. Obtenido de <http://up-rid2.up.ac.pa:8080/xmlui/handle/123456789/1621>
- Sapag Chain, N. (2011). *Proyectos de inversión: formulación y evaluación*. Chile: Pearson. Recuperado el 02 de Agosto de 2022, de [http://daltonorellana.info/wp-content/uploads/sites/436/2014/08/Proyectos\\_de\\_Inversion\\_Nassir\\_Sapag\\_Chain\\_2E\\_dic.pdf](http://daltonorellana.info/wp-content/uploads/sites/436/2014/08/Proyectos_de_Inversion_Nassir_Sapag_Chain_2E_dic.pdf)
- Sapag Chain, N. (2014). *Preparación y evaluación de proyectos*. Mexico: McGraw Hill.
- Sapag Chain, R. (2008). *Preparación y evaluación de proyectos*. Bogotá: McGraw-Hill Interamericana.
- Uruguay, Ministerio de Salud Pública. (25 de Octubre de 2022). *Día mundial de las personas con la condición Acondroplasia*. Recuperado el 28 de Noviembre de 2022, de <https://www.gub.uy/ministerio-salud-publica/comunicacion/noticias/dia-mundial-personas-talla-baja>

Vargas Belmonte , A. (2014). *Marketing y plan de negocios de la microempresa*. Antequera: Ic Editorial.

Viniegra, S. (2007). *Entendiendo el plan de Negocios*. México: Sergio Viniegra.

Weinberger Villarán, K. (2009). *Plan de negocios: Herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio*. Perú: Nathan Associates Inc.

**ANEXOS**

## Anexo 1. Encuesta

**ENCUESTA AL PÚBLICO GENERAL****0. INFORMACION GENERAL****0.1. Edad**

15 - 20 años <input type="checkbox"/>	35 - 42 años <input type="checkbox"/>
20 - 35 años <input type="checkbox"/>	15 - 65 años <input type="checkbox"/>

**0.2. Sexo**

Femenino <input type="checkbox"/>	Masculino <input type="checkbox"/>
-----------------------------------	------------------------------------

**0.3. ¿En qué sector de la ciudad de Guayaquil es usted?**

Norte <input type="checkbox"/>	Sur <input type="checkbox"/>
Norte - Centro <input type="checkbox"/>	Sur - Centro <input type="checkbox"/>

1. **¿HA OBSERVADO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, BOUTIQUES DE ROPA CON ENFOQUE A PERSONAS CON ACONDROPLASIA (ESTATURA PEQUEÑA)?**

Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>
-----------------------------	-----------------------------

2. **MEDIANTE SU OPINIÓN**

**¿IDENTIFICA ALGUNA TIENDA DE ROPA QUE TENGA UNA MARCA QUE SE PREOCUPE POR LAS NECESIDADES DE CONFECCIONAR Y PRODUCIR PRENDAS ACORDE A PERSONAS DE ACONDROPLASIA (ESTATURA PEQUEÑA)?**

Si, pocas <input type="checkbox"/>
No, nunca <input type="checkbox"/>

3. **¿USTED COMO CONSUMIDOR QUE LÌNEA O SECCIÒN DE ROPA ADQUIRIRÌA MÀS?**

Hombres <input type="checkbox"/>
Mujeres <input type="checkbox"/>
Niños <input type="checkbox"/>

4. **¿CÓMO CONSUMIDOR QUE INCONVENIENTES PRESENTA USTED AL MOMENTO DE ELEGIR UNA PRENDA DE VESTIR?**

Marca <input type="checkbox"/>
Calidad de tela <input type="checkbox"/>
Precio <input type="checkbox"/>
Tendencia <input type="checkbox"/>

Talla	<input type="checkbox"/>
-------	--------------------------

**5. ¿DE QUE MANERA USTED ADQUIERE LA ACCESIBILIDAD DE OBTENER SUS PRENDAS DE VESTIR?**

Compro la tela y la confecciono a mi gusto.	<input type="checkbox"/>
Compro la prenda y la modifico.	<input type="checkbox"/>
Compro en sección de niños	<input type="checkbox"/>

**6. ¿HA RECIBIDO ALGÚN TIPO DE MAL SERVICIO O ATENCIÓN POR PARTE DE UNA TIENDA DE MODA?**

Si, por que no tienen ningún tipo de conocimiento de la condición	<input type="checkbox"/>
Si, por falta de tolerancia, cultura hacia estas personas	<input type="checkbox"/>
Si, por discriminación	<input type="checkbox"/>
No, nunca.	<input type="checkbox"/>

**7. ¿CUÁL ES SU PRINCIPAL RAZÓN POR EL CUAL COMPRA ALGUNA PRENDA DE VESTIR?**

Moda	<input type="checkbox"/>
Vanidad en exceso de compra	<input type="checkbox"/>
Necesidad	<input type="checkbox"/>

**8. ¿CON QUE FRECUENCIA GENERA COMPRAS EN PRENDAS DE VESTIR?**

Mensual	<input type="checkbox"/>
Semanal	<input type="checkbox"/>
Trimestral	<input type="checkbox"/>

**9. ¿CUÁNTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR PRODUCTOS (Prendas de vestir)?**

P/25	<input type="checkbox"/>
P/10	<input type="checkbox"/>
P/35	<input type="checkbox"/>
P/20	<input type="checkbox"/>
P/12	<input type="checkbox"/>

**10. ¿EN CUÁLES DE ESTAS TIENDAS DE MODA, FRECUENTAS COMPRAR PRENDAS DE VESTIR?**

Etafasion	<input type="checkbox"/>
De Prati	<input type="checkbox"/>
Misska	<input type="checkbox"/>
Furor	<input type="checkbox"/>
Mercado Centro	<input type="checkbox"/>
Forever 21	<input type="checkbox"/>
Shein	<input type="checkbox"/>
R-M	<input type="checkbox"/>
Pasa	<input type="checkbox"/>
Súper Éxito	<input type="checkbox"/>

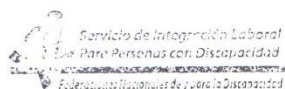


Datos estadísticos sobre discapacidad física cuyo diagnóstico es enanismo por acondroplasia o trastornos metabólicos u hormonales, las anomalías cromosómicas y los trastornos hipofisarios,

Del total de personas con discapacidad física en Guayas (9.256 ) se tiene que el 10,6% de personas con discapacidad física (enanismo) se muestra la diferencia significativa que presenta la variable sexo, esto es que el 57,6% de los hombres presentan un cierto tipo de discapacidad, frente al 42,4% de las mujeres.

En el 2022 personas con discapacidad atendidas mediante registros administrativos MSP-CONADIS,

Fuente: Servicio de Integración Laboral para personas con discapacidad



Firmado electrónicamente por:  
**RAQUEL BEATRIZ  
MARMOL HUERTA**



Juntos lo logramos