



Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y
Comercial

Carrera:
Tecnología en Administración de Empresa

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN:

Tema:
“Creación del Micro Emprendimiento Jenn Desing”

Requisito previo para la obtención del título de Tecnóloga en Administración de
Empresa

Autor:
Jenniffer Anggie Cabezas Avalos

Tutor:
MSC. Rosa Amelia Moreira Ortega
Ing. Administración de Empresas y Marketing

Guayaquil-Ecuador
2021



**Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y
Comercial**

Carrera:

Tecnología en Administración de Empresa

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Tema:

“Creación del Micro Emprendimiento Jenn Desing”

Requisito previo para la obtención del título de Tecnóloga en Administración de

Empresa

Autor:

Jennifer Anggie Cabezas Avalos

TUTOR:

MSC. Rosa Amelia Moreira Ortega

Ing. Administración de Empresas y Marketing

GUAYAQUIL-ECUADOR

2020-2021



Factura: 001-003-000060046



20210901050D01033

DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20210901050D01033

Ante mí, NOTARIO(A) RAFAEL ERNESTO ALULEMA BORJA de la NOTARÍA QUINCUAGESIMA , comparece(n) JENNIFFER ANGGIE CABEZAS AVALOS portador(a) de CÉDULA 0930616578 de nacionalidad ECUATORIANA, mayor(es) de edad, estado civil SOLTERO(A), domiciliado(a) en GUAYAQUIL, POR SUS PROPIOS DERECHOS en calidad de COMPARECIENTE; quien(es) declara(n) que la(s) firma(s) constante(s) en el documento que antecede RECONOCIMIENTO DE RESPONSABILIDAD, es(son) suya(s), la(s) misma(s) que usa(n) en todos sus actos públicos y privados, siendo en consecuencia auténtica(s), para constancia firma(n) conmigo en unidad de acto, de todo lo cual doy fe. La presente diligencia se realiza en ejercicio de la atribución que me confiere el numeral noveno del artículo dieciocho de la Ley Notarial -. El presente reconocimiento no se refiere al contenido del documento que antecede, sobre cuyo texto esta Notaría, no asume responsabilidad alguna. - Se archiva un original. GUAYAQUIL, a 1 DE OCTUBRE DEL 2021, (17:29).

Jennifer Cabezas A.
 JENNIFFER ANGGIE CABEZAS AVALOS
 CÉDULA: 0930616578



Rafael Alulema Borja
 NOTARIO(A) RAFAEL ERNESTO ALULEMA BORJA
 NOTARÍA QUINCUAGESIMA DEL CANTÓN GUAYAQUIL



[Handwritten signature]



Reconocimiento de Responsabilidad

Yo, **Jennifer Anggie Cabezas Avalos**, declaro bajo juramento que el presente Trabajo de titulación, válido para optar por el título de Tecnóloga en Administración de Empresa, titulado:

“CREACIÓN DEL MICRO EMPRENDIMIENTO JENN DESING”, es de mi autoría; que no lo he presentado en ninguna otra institución educativa para obtener algún título, grado o calificación profesional.

Reconozco que he consultado todas las fuentes bibliográficas que aquí detallo.

De la misma manera, según lo que establece la Ley de Propiedad Intelectual, su reglamento y el Reglamento Interno del Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, cedo los derechos de propiedad intelectual de este trabajo de investigación, al Instituto ya mencionado.

Autorizo la reproducción parcial o total de este trabajo con fines académicos por cualquier forma, medio o procedimiento, siempre y cuando se incluya la cita bibliográfica del documento.

Jennifer Cabezas A.

JENNIFER ANGGIE CABEZAS AVALOS

C.C 0930616578

REPÚBLICA DEL ECUADOR
DIRECCIÓN GENERAL DE REGISTRO CIVIL
IDENTIFICACIÓN Y CIRCULACIÓN

CÉDULA DE CIUDADANÍA
APELLIDOS Y NOMBRES
CABEZAS AVALOS JENNIFER ANGGIE
LUGAR DE NACIMIENTO
GUAYAS
GUAYAQUIL
SOLVÁR (SAGRARIO)
FECHA DE NACIMIENTO 1993-07-07
NACIONALIDAD ECUATORIANA
SEXO MUJER
ESTADO CIVIL SOLTERO

N.º 093061657-8




INSTRUCCIÓN BACHILLERATO PROFESIÓN Y OCUPACIÓN BACHILLER

APELLIDOS Y NOMBRES DEL PADRE CABEZAS ORDÓÑEZ JACKSON ENRIQUE

APELLIDOS Y NOMBRES DE LA MADRE AVALOS VELOZ ROSARIO DEL CARMEN

LUGAR Y FECHA DE EMISIÓN GUAYAQUIL 2019-07-15

FECHA DE EXPIRACIÓN 2029-07-15

E200310222

Jennifer Cabezas A




CERTIFICADO DE VOTACIÓN 11 ABRIL 2021

PROVINCIA: GUAYAS

CIRCUNSCRIPCIÓN: 2

CANTÓN: GUAYAQUIL

PARRROQUIA: PASCUALES

ZONA: 1

JUNTA N.º 0012 FEMENINO

55223483

55223483

0930616578

CABEZAS AVALOS JENNIFER ANGGIE



RAZÓN: Doy fe que el presente documento es FIEL FOTOCOPIA del original, que me fue exhibido y devuelto al interesado.

01 OCT 2021

Guayaquil, s/

Dr. Rafael Alulema Borja
NOTARIO QUINCUAGESIMO DEL CANTON GUAYAQUIL



CERTIFICADO DIGITAL DE DATOS DE IDENTIDAD



Número único de identificación: 0930616578

Nombres del ciudadano: CABEZAS AVALOS JENNIFFER ANGGIE

Condición del cedulado: CIUDADANO

Lugar de nacimiento: ECUADOR/GUAYAS/GUAYAQUIL/BOLIVAR
(SAGRARIO)

Fecha de nacimiento: 7 DE JULIO DE 1993

Nacionalidad: ECUATORIANA

Sexo: MUJER

Instrucción: BACHILLERATO

Profesión: BACHILLER

Estado Civil: SOLTERO

Cónyuge: No Registra

Fecha de Matrimonio: No Registra

Nombres del padre: CABEZAS ORDOÑEZ JACKSON ENRIQUE

Nacionalidad: ECUATORIANA

Nombres de la madre: AVALOS VELOZ ROSARIO DEL CARMEN

Nacionalidad: ECUATORIANA

Fecha de expedición: 15 DE JULIO DE 2019

Condición de donante: NO DONANTE

Información certificada a la fecha: 1 DE OCTUBRE DE 2021

Emisor: RAFAEL ERNESTO ALULEMA BORJA - GUAYAS-GUAYAQUIL-NT 50 - GUAYAS - GUAYAQUIL



Jennifer Cabezas A.

N° de certificado: 218-630-83222



218-630-83222

J. Alvear

Ing. Fernando Alvear C.
Director General del Registro Civil, Identificación y Cedulación
Documento firmado electrónicamente





REPÚBLICA DEL ECUADOR
Dirección General de Registro Civil, Identificación y Cedulación



Dirección General de Registro Civil,
Identificación y Cedulación



INFORMACIÓN ADICIONAL DEL CIUDADANO

NUI: 0930616578

Nombre: CABEZAS AVALOS JENNIFFER ANGGIE

1. Información referencial de discapacidad:

Mensaje: No se encontró persona con discapacidad %

1.- La información del carné de discapacidad es consultada de manera directa al Ministerio de Salud Pública - CONADIS en caso de inconsistencias acudir a la fuente de información

Información certificada a la fecha: 1 DE OCTUBRE DE 2021

Emisor: RAFAEL ERNESTO ALULEMA BORJA - GUAYAS-GUAYAQUIL-NT 50 - GUAYAS - GUAYAQUIL

N° de certificado: 211-630-83225



211-630-83225



No. Escritura: 20210901050D01033
DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS
OTORGADA POR: JENNIFFER ANGGIE CABEZAS AVALOS
FECHA: 01/OCTUBRE/2021



Certificación del Tutor del Trabajo de Investigación

MSC. Rosa Amelia Moreira Ortega en calidad de Tutor del trabajo de titulación:

CERTIFICA

Que el trabajo de titulación válido para optar el título de Tecnóloga en Administración de empresa cuyo tema es: **“CREACIÓN DEL MICRO EMPRENDIMIENTO JENN DESING”**, fue elaborado por la Srta. Jenniffer Anggie Cabezas Avalos, ha sido debidamente revisado y está en condiciones de ser entregado para que se siga lo dispuesto por el Instituto Superior Técnico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, correspondiente a la sustentación y defensa del mismo, previo a la obtención de su título.

.....

MSC. Rosa Amelia Moreira Ortega

DEDICATORIA

Esta tesina está dedicada a:

A mi Padre Celestial “Jehová” quien me lleno de emoción, amor y fe en el transcurso de este proyecto, que ha hecho que yo logre la culminación del proyecto con dedicación y esfuerzo.

A continuación, mencionare a las personas que han sido mis pilares fundamentales, mi motor, mi motivación, inspiración en mi vida.

Mis padres Jackson Enrique Cabezas Ordoñez y Carmen del Roció Avalos Veloz quienes, con amor, paciencia, consejos han sido de gran ayuda para culminar una meta más y les digo gracias por formar una hija de bien.

A cada uno de mis docentes que me inculcaron la educación tecnológica durante los años de estudios, a cada una de las personas que han formado parte de mi vida que siempre estuvieron dándome ánimos y apoyo.

Jennifer Anggie Cabezas Avalos

AGRADECIMIENTOS

Siempre mis agradecimientos van hacer primero para Jehová por darme la paciencia, sabiduría, fe, y amor durante mis años de vida siempre agradecida por cada cosa que el me brinda por cada mañana, por cada oportunidad, por cada obstáculo superado.

Quiero agradecerle a mi querida y apreciada MSC. Rosa Amelia Moreira Ortega, por ser una buena guía en el proceso de mi proyecto y a cada uno de mis maestros que me ayudaron a formarme, gracias por la paciencia por compartir sus conocimientos son unos excelentes maestros siempre preparándose para dar lo mejor de ustedes a sus alumnos.

Agradezco a cada una de las personas que estuvieron en los momentos complicados y felices de mi vida por ese ánimo que me brindaban sin nada a cambio, me siento muy feliz saber que lo he logrado con mis esfuerzos, dedicación paciencia ha sido un proceso de aprendizaje complicado, pero no imposible.

Jennifer Anggie Cabezas Avalos

ÌNDICE

Reconocimiento de Responsabilidad.....	I
Reconocimiento de Firma	II
Cédula y Certificado de Votación.....	III
Dedicatoria.....	IV
Agradecimiento.....	V
Informe del Urkund.....	VI
Resumen.....	VII
Abstract.....	VII
Introducción.....	1
1.Fundamentación.....	6
1.1. Marco Histórico.....	6
1.1.1. Evolución de los Emprendimientos en el Ecuador.....	6
1.1.2. Origen de la Empresa.....	7
1.2.Marco Téorico.....	8
1.2.1. Emprendimiento.....	8
1.2.1. Emprendedores.....	9
1.2.5. Modelos Canvas.....	10
1.2.6. Estructura de Modelo Canvas.....	11
1.2.7. Lienzo Modelo Canvas.....	14

1.3. Marco Conceptual.....	14
1.4. Marco Legal.....	16
1.4.1 Constitución de la República del Ecuador.....	16
1.4.2. Plan Nacional de Desarrollo Toda una vida (2017-2021).....	17
1.4.3. Ley Orgánica del Emprendimiento e Innovación.....	19
1.4.5. Ley de Defensa del Artesano.....	22
1.4.6. Reglamento de Ley Orgánica de Defensa del Artesano.....	23
1.4.7. Reglamento de Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación.....	24
Capitulo II.....	29
2. Metodología Empleada.....	29
2.1. Enfoque de la Investigación.....	29
2.2. Tipo de la Investigación.....	31
2.2.1. Descriptivo.....	31
2.2.2. Explicativo.....	31
2.3. Método de Investigación.....	31
2.3.1. Método Teórico.....	31
2.3.2. Métodos Empíricos.....	32
2.4. Método Estadístico.....	35
2.4.1. Estadísticas Descriptiva.....	35
2.5. Tipos de Muestreos.....	35
2.5.1. Muestreo Probabilístico.....	35

2.5.2. Universo y Muestra.....	35
2.5.3. Cálculo de la Muestra.....	36
2.6. Análisis de Resultados.....	37
2.6.1. Análisis de las Encuestas.....	37
2.6.2. Análisis de la Guía de Observación.....	44
Capitulo III.....	45
3.Herramienta para Justificar la Propuesta.....	45
3.1. Análisis PEST.....	45
3.1.2. Análisis FODA.....	46
3.1.3. Modelo CAPA.....	46
3.2. Título de la Propuesta.....	48
3.2.1. Objetivo de la Propuesta.....	48
3.2.2. Descripción de la Propuesta.....	48
3.2.3. Cronograma de Actividades.....	49
3.2.4. Factibilidad de la Propuesta.....	50
3.2.5. Propuesta.....	50
3.2.6. Resultado Esperado en la Aplicación de la Propuesta.....	65
Conclusiones.....	66
Recomendación	67
Bibliografía	68

ÌNDICE DE TABLA

Tabla.1. Resultado de la Respuesta1.....	37
Tabla2. Resultado de la Respuesta2.....	38
Tabla3. Resultado de la Respuesta3.....	39
Tabla4. Resultado de la Respuesta4.....	40
Tabla5. Resultado de la Respuesta5.....	41
Tabla6. Resultado de la Respuesta6.....	42
Tabla7.Resultado de la Respuesta7.....	43
Tabla8. Cronograma de Actividades.....	49
Tabla9. Lienzo Modelo de Negocio Canvas.....	53
Tabla10.Materia Prima.....	61
Tabla11.Gastos Administrativos.....	62
Tabla12.Gastos Operativos.....	62
Tabla13.Suministro de Oficina.....	62
Tabla14.Balance Inicial.....	63
Tabla15.Costo.....	63
Tabla16.Ventas.....	64
Tabla17. Ganancias.....	64
Tabla18. Estado de Resultados.....	64

ÌNDICE DE ILUSTRACION

Ilustracion1. Lienzo Modelo de Negocio Canvas.....	14
Ilustracion2. Análisis FODA.....	46
Ilustracion3. Logo.....	52
Ilustracion4. Estimulación de la Producción	56
Ilustracion5. Estimulación de la Producción.....	56
Ilustracion6. Estimulación de la Producción.....	57
Ilustracion7. Estimulación de la Producción.....	57
Ilustracion8. Estimulación de la Producción.....	58
Ilustracion9. Estimulación de la Producción.....	58
Ilustracion10. Estimulación de la Producción.....	59
Ilustracion11. Localizacion del Negocio.....	60

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexos1. Entrevista 1.....	73
Anexos2. Entrevista 2.....	75
Anexos3. Encuesta 1.....	77
Anexos4. Guía de Observación.....	79
Anexos5. Catalogó.....	81
Anexos6. Empaques de Prendas.....	84
Anexos7. Evidencias de Entregas.....	85
Anexos8. Redes Sociales Instagram.....	87
Anexos9.Redes Sociales WhatsApp Business.....	89
Anexos10. Página Web.....	90
Anexos11. Evidencia de la Entrevista.....	94

Informe del Urkund

CERTIFICACIÓN

En calidad de revisor del trabajo de titulación “**Creación del Micro Emprendimiento Jenn Desing**”.

CERTIFICO

Que el trabajo del estudiante **Jenniffer Anggie Cabezas Avalos** ha sido analizado por un sistema de reconocimiento de texto automático **URKUND ANALYSIS**.

Los resultados alcanzados evidencian el cumplimiento del nivel de coincidencias permitido hasta el 17%. Por tanto, se autoriza su impresión y presentación al acto de defensa



Dr. C. Rafael Bell Rodríguez

Vicerrector Académico

Resumen

El presente trabajo investigativo tiene como finalidad dar a conocer la creación del emprendimiento Jenn Desing en la ciudad de Guayaquil. Centrándose en la propuesta del emprendimiento, para ello se indago información por medio de varios libros de diferentes autores cada uno de ellos con sus propios conceptos dándome a conocer varias ideas sobre el modelo de negocios canvas.

Gracias a esta información se llevó a cabo la creación del microemprendimiento Jenn Desing, enfocado en la creación y comercialización de prendas femeninas algo característico de mi emprendimiento es el diseño y la creación de mi producto, para la expansión del mismo se ha diseñado una página web con su respectivo catálogo de la variedad de producto que ofrezco.

En el desarrollo del proceso investigativo se detalla la parte financiera y como proyecto el crecimiento a un futuro, basándome en la misión visión y valores con lo que comencé mi emprendimiento.

Todo esto con la finalidad de dar a conocer una nueva marca con un producto de buena calidad y que satisfaga las necesidades de los clientes.

Abstract

The purpose of this research work is to present the creation of the Jenn Desing venture in the city of Guayaquil. Focusing on the proposal of the venture, for this information was investigated through several books by different authors each with their own concepts giving me to know several ideas about the business model canvas.

Thanks to this information was carried out the creation of the microenterprise Jenn Desing, focused on the creation and marketing of women's clothing something characteristic of my venture is the design and creation of my product, for the expansion of the same has been designed a website with its respective catalog of the variety of product I offer.

In the development of the investigative process, the financial part is detailed and how I plan to grow in the future, based on the mission, vision and values with which I started my venture.

All this with the purpose of introducing a new brand with a good quality product that meets the needs of customers.

INTRODUCCIÓN

Inicialmente con el acontecimiento a nivel mundial con lo de la pandemia covid-19 en Ecuador surgieron nuevos emprendimientos y otros que se reinventaron por la crisis económica dando un gran paso a la creación de pequeñas empresas con poco conocimiento y hasta muchas veces sin presupuestos, estos factores no han sido impedimento para incursionar en diferentes sectores de mercados mediante el comercialización online, generando nuevas oportunidades a los emprendimientos que se han llevado a cabo desde una plataforma o desde casa, ya que la característica principal de un emprendedor es estudiar el mercado y ver oportunidades en momentos de crisis.

Los momentos difíciles sirven muchas veces para reinventarse asumiendo la responsabilidad de nuestro propio desarrollo sin importar la experiencia de vida que tengamos, probando que se es posible emprender a raíz de una pandemia. Durante este proceso han surgido muchos emprendedores, por la falta de oportunidades laborales, en la cual la tasa de desempleo afecta mucho a la población convirtiéndose en una situación preocupante, para mantener los emprendimientos activos los mismos tienen que ser creativos e innovadores en sus productos o servicios.

El trascurso de la pandemia fue un impulso al comercio en línea, un poco más fuerte que años anteriores ya que Ecuador es un país con altos niveles de emprendimientos, la mayoría de ellos tienen que ver con negocios online, los mismos que se van expandiendo por la comodidad de hacer las compras desde casa. Este tipo de compras es la más opcional a la hora de obtener un acceso más rápido al realizar sus compras con responsabilidad.

A medida que va pasando el tiempo los emprendimientos se van adaptando, así como competencia y es necesario resaltar que hay muchas más oportunidades en varios negocios; por lo tanto, se toman las medidas pertinentes para ser el mejor y más efectivo en el negocio, la industria textil a nivel mundial es la más amplia del mercado brindando oportunidades, ofreciendo productos de calidad con nuevas tendencias, nuevos diseños, satisfaciendo a los consumidores.

Con respecto al micro emprendimiento basándome en la creación de ropa de mujer en una sola prenda como blusas, crop top, body de la nueva tendencia de hoy en día ya que son frescas, cómodas a la hora de utilizarlas ya que nuestra zona es cálida y son los tipos de prendas más utilizadas.

En sus inicios la industria textil fue constituida por mujeres que elaboraban ropa en los hogares de manera artesanal luego se volvió un sector muy productivo fabricando todo tipo de fibra como es el algodón , poliéster, lino entre otras dando un gran paso en la industria textil , siendo un mercado bastante extenso e innovador buscando nuevas tendencias en el siglo XXI , posicionándose en la industria, actualmente fabricando ropa para mujeres teniendo como resultado una alta demanda en dicho sector.

El micro emprendimiento se basa en el desarrollo de la comercialización de ropa de mujer vía online, brindando una buena calidad con modelos únicos creando una gran diferencia. Como una gran referencia de muchos negocios online trabajando directamente desde una plataforma o redes sociales tenemos la siguiente emprendedora de prendas de mujeres Jenny Guzmán teniendo una boutique online con 1.063 seguidores reconocida por vender ropa de mujer brinda servicio online como otros microemprendimientos que brindan este tipo de servicio, hoy en día que favorece al emprendedor y consumidor. Enfocándose en la industria textil de la moda femenina, es un mercado muy potencial como la ropa mujeres, siempre buscan comodidad para sus armas sus outfits.

Un emprendedor debe de ser innovador, responsable, carismático y con una visión mostrando a la sociedad que ama a su producto o servicio ofrecido, mientras tanto creando ideas para tener claro el objetivo y las metas que debe cumplir, así mismo dedicándole tiempo para obtener logros, superando los obstáculos y adversidades en el camino del emprendimiento por ende se debe ser constante para alcanzar el éxito no dejar de ser humilde sobre todo tener una buena actitud, paciencia y luchar por el objetivo siempre día a día.

Es necesario emprender será una fuente de ingresos, es una forma de vida cabe señalar que de ahí viene el ser independiente es una buena opción para crecer económicamente, a

su vez tener éxito no es solo suerte, es ser constante y perseverante llegar al objetivo planteado se trata de trabajar intensamente y siempre pensar positivo y así satisfacer al cliente en las necesidades por otro lado ofrecer precios adecuado a la sociedad un emprendedor tiene la capacidad de direccionar ,tomar riesgos controlados.

Tomando en cuenta que al ser un estudio de mercado hay que, identificando las amenazas para disminuir, las debilidades y aumentar las fortalezas y aprovechar las oportunidades tomando buenas decisiones y estar atento a su entorno ser investigativo y así tener sus clientes potenciales.

Hoy en día la nueva tendencia de ropa femenina moderna nace el micro emprendimiento llamado Jenn Desing creada con el objetivo de brindar a las mujeres comodidad, calidad a excelencia y buen precio obteniendo consumidoras contentas y felices el producto que se ofrece son los siguientes: blusas mangas cortas, mangas largas, mangas tres cuartas, crop top y body; se ofrecerá por medio online y dando una buena atención al cliente.

Teniendo en cuenta de ser eficiente a la hora de contestar sus mensajes siempre dándole una solución al problema que se presente, al mismo tiempo si tienen preguntas sobre los modelos de la ropa, talla colores, diseños se dará un buen servicio subiendo contenidos compartiendo con los consumidores a su vez los clientes estarán contentos de realizar sus compras sintiéndose a gusto y seguras de hacer sus compras.

Por ese motivo se plantea el ingreso al micro emprendimiento con el propósito de solucionar los problemas a los consumidores en la cual el negocio será vía online, desde la ciudad de Guayaquil haciendo envíos a diferentes partes del Ecuador ofreciendo un buen servicio de atención de lunes a domingo, realizando promociones, descuentos cada que se lance prendas nuevas con stock limitados. Y así llegar a tener posicionamiento en el mercado online y estar en el pensamiento de los consumidores y podrán realizar sus compras sin ningún problema, dependiendo las necesidades del cliente.

No sabemos cuánto pueda durar la pandemia a nivel global es muy probable que se aumente nuevos compradores en línea en cual se tiene que hacer alimentación en el campo de las nuevas tendencias buscar nuevas estrategias en las ventas para alcanzar más clientes en línea recordando que las ventas en líneas son a nivel global

Problema

¿Cómo desarrollar un modelo de negocios canvas para implementarlo en el microemprendimiento de la venta de ropa femenina vía online en la ciudad de Guayaquil?

Objetivo

Desarrollar un modelo de negocios canvas para la implementación en el emprendimiento de la venta de ropa de femenina.

Contenido de cada capítulo**Capítulo 1.**

En la redacción del capítulo 1 se describe sobre el marco histórico los antecedentes del emprendimiento siendo investigativos dando a conocer sobre el emprendimiento detallando porque se dio la idea del proyecto.

Capítulo 2.

Se realiza la metodología de la investigación describiendo cada punto de los temas investigados enraizados con el tema del proyecto los autores explican cómo implementar un modelo de negocio en una empresa o pequeño negocio y así surgirá el negocio como tiene que ser un emprendedor estratégico e innovador con su negocio y clientes.

Capítulo 3.

En el capítulo tres se desarrollará la propuesta del emprendimiento dónde se aplicará un modelo de negocio dándole factibilidad al proyecto, destacando la estratégica, dando a conocer el producto. Para terminar el proyecto se da la conclusión y la recomendación del negocio logrando cumplir con el objetivo implementado en la investigación.

Capítulo I:

1.Fundamentación

1.1. Marco Histórico

1.1.1. Evolución de los Emprendimientos en el Ecuador

El emprendimiento en América Latina no es sostenible, se debe agregar que con el pasar de los años se debería implementar estrategias y ser constante en el negocio. Un emprendedor tiene que ser innovador, creativo (Daniel Lederman J. M., 2014) “El crecimiento de la productividad lleva décadas siendo mediocre y el reciente período de auge de las materias primas no ha supuesto una excepción. Así pues, la presencia de emprendedores dinámicos será necesaria para impulsar la creación de puestos de trabajo de calidad y la aceleración del crecimiento de la productividad en la región”. Al pasar el tiempo se va actualizando la manera de ver y pensar las cosas en lo que respecta a culturas y valores, siendo este un desafío a la sociedad.

El índice de emprendedores en Ecuador es de 31,8 en TEA (Actividad Emprendedora Temprana) y se encuentra en el ranking global # 2 siendo el porcentaje es más alto que en otros países el siguiente factor es el desempleo para que el ecuatoriano empiece a desarrollar su propio emprendimiento.

El crecimiento de las empresas en el Ecuador se involucra en distintos ámbitos siendo competitivos en calidad y precios teniendo una buena calidad de exportación Para ser líder en su sector de actividad, una empresa socialmente responsable debe ser una empresa con afán de mejora continua, a partir de la innovación, con independencia de que exista o no competencia. Como resultado de este hecho, la implementación de estrategias innovadoras crece de manera importante en las empresas que buscan ser sostenibles por factores tales como: el carácter “global” de las estrategias empresariales como indicador que la organización actúa localmente, la mayor competencia existente en el comercio internacional.

Son mejores o de igual característica que los productos extranjeros, la mayoría de las empresas ecuatorianas se han comprometido a sustituir importaciones a mejorar el producto

cumpliendo con las normas que se tiene como obligación acatar como ecuatoriano de imponer en beneficio de los consumidores.

1.1.2. Breve Historia de la Idea de Negocio de la Emprendedora

El micro emprendimiento Jenn Desing nace a partir del salón de clases en una de mis materias de la malla curricular con el nombre “emprendedores” en la cual se desarrolló dentro de clases un modelo canvas y explique cada uno de los pasos como llevar a cabo mi negocio desde ese momento supe que en cualquier momento lo iba a poner en práctica al pasar un año apareció covid-19 fue hay que empecé a planificar para empezar con mi negocio con el fin de vender ropa femenina vía online, actualmente ya tengo una pequeña tienda en línea facilitando las compras a las consumidoras y tengo pensado llegar a todos los hogares del Ecuador, hoy en día por la pandemia las ventas son más factibles por las redes sociales realizando sus compras y sus pedidos llegan a la puerta de los hogares.

Teniendo en cuenta que hay mucha competencia me fui por la línea de ropa femenina para ofrecer variedad, calidad y buen precio también dar información sobre cada una de las prendas como: colores, tallas, modelos. Actualmente tengo creada una tienda online en la cual yo realizo mis ventas por unidad empezando por mis amistades, conocidos, familiares son los que han hecho mis compras y lo siguen haciendo, las siguientes prendas son: blusas mangas cortas, mangas tres cuartas, mangas largas, body y crop top.

1.2.Marco Téorico

Se llevo a cabo una investigación de diferentes libros y autores en la cual se analizó varios contenidos sobre como efectuar un modelo de negocio con su propia estructura para la creación de un microemprendimiento de venta en línea.

1.2.1. Emprendimiento.

La importancia atribuida al emprendimiento para el desarrollo económico de los países ha despertado interés en los formuladores de políticas socio económicas e investigadores. Desde el punto de vista académico se trata de dar respuesta a qué factores motivan e influyen en la actividad emprendedora, siendo la intención, un elemento clave para la comprensión del proceso de creación de nuevas empresas.

Por tal motivo, el objetivo de este estudio es analizar la influencia de la educación empresarial y la experiencia laboral en la formación de la intención emprendedora de estudiantes universitarios. Se plantea un modelo de intención empresarial a partir de la teoría de la conducta planificada. Los resultados indican una influencia significativa de las capacidades empresariales percibidas sobre la intención emprendedora a través de la actitud hacia la conducta, la norma subjetiva y el control percibido; los conocimientos sobre emprendimiento influyen indirectamente a través del control percibido. La experiencia laboral influye positivamente en las capacidades empresariales percibidas y la educación en emprendimiento. (Bravo Bravo, 2021)

Para (Moreno Castro, 2016) “La importancia del emprendimiento para una persona y para el país es evidente. Los altos niveles de desempleo y las reducidas remuneraciones incentivan a los trabajadores a lograr su independencia y estabilidad económica. Lo mismo ocurre a nivel de los gobiernos que, al darse cuenta de que la oferta de mano de obra es mayor al crecimiento de la economía, preparan programas de apoyo para que los trabajadores inicien sus propios negocios y colaboren con la creación de nuevos puestos de trabajo”.

El emprendedor tiene que ser constante en la innovación así demostrara un cambio que esta actualizado es importante para su emprendimiento la sociedad si lo acepta estará a gusto con sus servicios y productos.

Sin embargo (Restrepo, 2016) describe que “Hablar de Innovación y Emprendimiento es hablar de liderazgo, inversión, política, proyectos, desafíos, oportunidades y otras palabras que incentiven a concretar la idea de emprender e innovar. De este tema se habla hoy en día por la necesidad de motivación de muchas personas de lograr una oportunidad y desarrollo personal, resultando un estudio cada vez más interesante y necesario”

1.2.2. Emprendedores

Para (Maximiano, 2008) Dice que la idea de un espíritu emprendedor se asocia con personas emprendedoras que movilizan recursos y corren riesgos para fundar organizaciones de todos los tipos. Pese a que existen emprendedores en todas las áreas de la actividad humana, en su sentido restringido el concepto se refiere a las personas que crean empresas: organizaciones del mundo de los negocios, el cual está formado por las grandes corporaciones y por una enorme cantidad de pequeños emprendedores.

1.2.3. Clientes

Uno de los mayores problemas que existen en el área de servicios es la poca disposición de los directivos por concebir esta área como una estrategia más de marketing. Demasiados la ven únicamente como parte del servicio posventa; es decir, algo que se relaciona con una venta ya realizada, no con las ventas que se generan en el futuro.

Estudios demuestran que, en la actualidad, en muchas empresas el servicio es más eficaz que el marketing para incrementar el volumen de negocios, la promoción de ventas o la publicidad. Sospechamos que, en una empresa que posea una estrategia de servicios global, altamente profesional, el servicio añade más a las utilidades netas finales que las actividades que se realizan en las áreas de investigación y desarrollo, innovación de productos, capitalización, ampliación de la cartera financiera, servicios de crédito o cualquier otra estrategia de administración. (John Tschohl, 2019).

1.2.4. Comercio Electrónico

Actualmente se puede acceder desde Internet a la inmensa mayoría de productos y servicios existentes en el mercado. Como veremos a continuación, sean productos tangibles o intangibles (servicios) no hay prácticamente nada que no se pueda comercializar a través de Internet. En las siguientes páginas veremos qué productos y servicios se venden más por

Internet dedicando especial atención a los nuevos soportes y a los sectores que generan un mayor volumen de ventas on-line.

Elementos básicos de una tienda electrónica:

- Diseño
- Usabilidad
- Accesibilidad
- Catálogo de productos
- Carrito de la compra
- Mecanismo de promociones y ofertas
- Motor de búsqueda
- Proceso de compra
- Medios de pago
- Impuestos
- Logística
- Información corporativa
- Registro de área de usuarios ((AECCEM), 2011)

1.2.5. Modelos Canvas

Es un diseño de modelos de negocios en la cual se facilita el trabajo siendo una estructura más fácil al realizar los 9 campos teniendo una visión más factible al desarrollando paso a paso para aplicarlo en la empresa o negocio.

“Cuando un emprendedor se plantea una idea por primera vez, no siempre visualiza claramente la forma de hacerlo tangible, de encontrarlo rentable ya sea en el corto, mediano o en el largo plazo, de saber cuánto dinero requiere para iniciar su idea, de donde obtendrá ese dinero y sobre todo a quienes debe dirigir su innovación. Ahí surge la necesidad de establecer una forma de proceder, de emplear una metodología, un modelo, es decir un Plan de Negocios”. (Herrera D. C., 2015)

Modelo de Negocio.

El punto de partida para cualquier debate, reunión o taller provechoso sobre innovación en modelos de negocio debería ser una visión compartida del concepto de modelo de negocio.

Necesitamos un concepto que todos entiendan, que facilite la descripción y el debate, porque es importante partir de la misma base y hablar de lo mismo. La clave es conseguir un concepto simple, relevante y fácilmente comprensible que, al mismo tiempo, no simplifique en exceso el complejo funcionamiento de una empresa.

Creemos que la mejor manera de describir un modelo de negocio es dividirlo en nueve módulos básicos que reflejen la lógica que sigue una empresa para conseguir ingresos. Estos nueve módulos cubren las cuatro áreas principales de un negocio: clientes, oferta, infraestructura y viabilidad económica. El modelo de negocio es una especie de anteproyecto de una estrategia que se aplicará en las estructuras, procesos y sistemas de una empresa. (Pigneur, Business Model Generation, 2011)

1.2.6. Estructura del Modelo Canvas

Es un lienzo dónde se explica los nuevos modelos donde en cada uno de los casilleros de forma organizada, enumerando y detallando cada punto sobre el proyecto para brindar un servicio eficiente y eficaz al cliente. A continuación, se indica la estructura del modelo canvas como llevar un orden dentro de un microemprendimiento o empresas y el significado de cada apartado del lienzo.

1. Segmentos de Mercado

Una empresa atiende a uno o varios segmentos de mercado.

En este módulo se definen en los diferentes grupos de personas o entidades a los que se dirige una empresa. Los clientes son el centro de cualquier modelo de negocio, ya que ninguna empresa puede sobrevivir durante mucho tiempo si no tiene clientes (rentables), y es posible aumentar la satisfacción de los mismos agrupándolos en varios segmentos con necesidades, comportamientos y atributos comunes. Un modelo de negocio puede definir uno o varios segmentos de mercado, ya sean grandes o pequeños

2. Propuesta de valor

En este módulo se describe el conjunto de productos y servicios que crean valor para un segmento de mercado específico. La propuesta de valor es el factor que hace que un cliente se decante por una u otra empresa; su finalidad es solucionar un problema

o satisfacer una necesidad del cliente. Las propuestas de valor son un conjunto de productos o servicios que satisfacen los requisitos de un segmento de mercado determinado. En este sentido, la propuesta de valor constituye una serie de ventajas que una empresa ofrece a los clientes.

3. Canales

En el siguiente módulo se explica el modo en que una empresa se comunica con los diferentes segmentos de mercado para llegar a ellos y proporcionarles una propuesta de valor. Los canales de comunicación, distribución y venta establecen el contacto entre la empresa y los clientes. Son puntos de contacto con el cliente que desempeñan un papel primordial en su experiencia.

4. Relaciones con Clientes.

En este módulo se describen los diferentes tipos de relaciones que establece una empresa con determinados segmentos de mercado. Las empresas deben definir el tipo de relación que desean establecer con cada segmento de mercado. La relación puede ser personal o automatizada

5. Fuentes de ingreso

El presente módulo se refiere al flujo de caja que genera una empresa en los diferentes segmentos de mercado (para calcular los beneficios, es necesario restar los gastos a los ingresos). Si los clientes constituyen el centro de un modelo de negocio, las fuentes de ingresos son sus arterias. Las empresas deben preguntarse lo siguiente: ¿por qué valor está dispuesto a pagar cada segmento de mercado? Si responde correctamente a esta pregunta, la empresa podrá crear una o varias fuentes de ingresos en cada segmento de mercado.

6. Recursos Clave

En este módulo se describen los activos más importantes para que un modelo de negocio funcione. Todos los modelos de negocio requieren recursos clave que permiten a las empresas crear y ofrecer una propuesta de valor, llegar a los mercados, establecer relaciones con segmentos de mercado y percibir ingresos. Cada modelo de negocio requiere recursos clave diferentes. Un fabricante de microchips necesita instalaciones de producción con un capital elevado, mientras que un diseñador de microchips depende más de los recursos humanos.

7. Actividades Clave

En el presente módulo se describen las acciones más importantes que debe emprender una empresa para que su modelo de negocio funcione. Todos los modelos de negocio requieren una serie de actividades clave. Estas actividades son las acciones más importantes que debe emprender una empresa para tener éxito, y al igual que los recursos clave, son necesarias para crear y ofrecer una propuesta de valor, llegar a los mercados, establecer relaciones con clientes y percibir ingresos. Además, las actividades también varían en función del modelo de negocio.

8. Asociaciones Clave

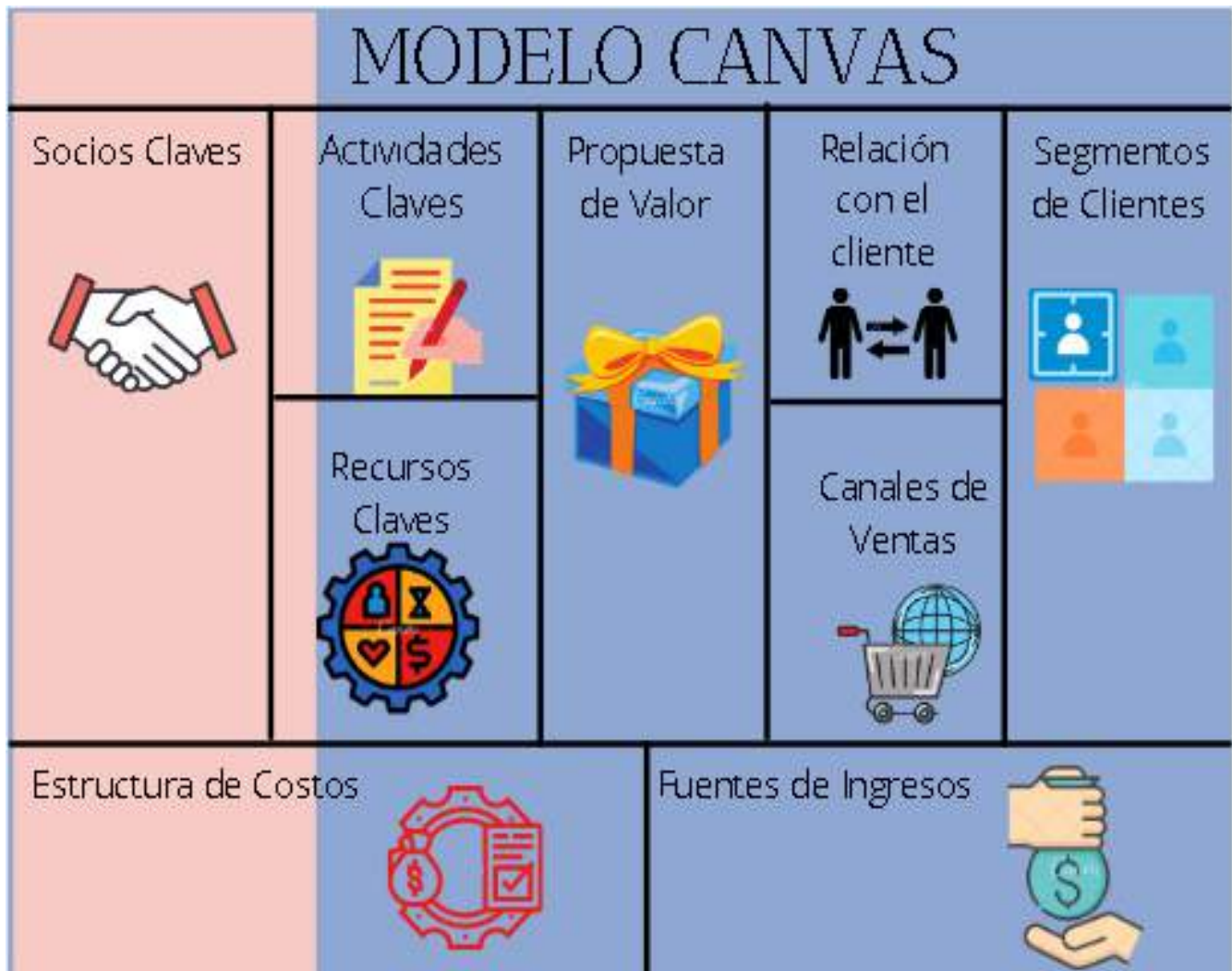
En este módulo se describe la red de proveedores y socios que contribuyen al funcionamiento de un modelo de negocio. Las empresas se asocian por múltiples motivos y estas asociaciones son cada vez más importantes para muchos modelos de negocio. Las empresas crean alianzas para optimizar sus modelos de negocio, reducir riesgos o adquirir recursos

9. Estructura de costes

En este último módulo se describen todos los costes que implica la puesta en marcha de un modelo de negocio. En este módulo se describen los principales costes en los que se incurre al trabajar con un modelo de negocio determinado. Tanto la creación y la entrega de valor como el mantenimiento de las relaciones con los clientes o la generación de ingresos tienen un coste. Estos costes son relativamente fáciles de calcular una vez que se han definido los recursos clave, las actividades clave y las asociaciones clave. No obstante, algunos modelos de negocio implican más costes que otros (Pigneur, Business Model Generation, 2021)

1.2.7. Lienzo Modelo Canvas

Ilustración 1



Elaborado por: Jenniffer Cabezas Avalos

Fuente: Jenniffer Cabezas Avalos

1.3. Marco Conceptual

Calidad

Medir continuamente las mejoras en los procesos y servicios al cliente.

Actuar de acuerdo a lo acordado y reportar los fallos.

Hacer lo correcto, en el momento correcto, de la forma correcta, con las personas adecuadas.

Brindar el mejor valor a los clientes mediante la mejora de las actividades y del proceso cada día. (Iribarren, 2021)

Clientes

Cliente es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona o para una empresa u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios. (Thompson, 2021)

Competencias

La competencia es “el conjunto de conocimientos y habilidades que los sujetos necesitamos para desarrollar algún tipo de actividad” (Ernesto, 2016)

Comercialización

La comercialización se ha desarrollado grandemente en los últimos años. Las diversas formas de llegar a los clientes se han multiplicado presentando a los productores de bienes y servicios infinidad. (Rodríguez, 2009)

Emprendimiento

El fenómeno emprendimiento puede definirse, dentro de las múltiples acepciones que existen del mismo, como el desarrollo de un proyecto que persigue un determinado fin económico, político o social, entre otros. (Caballero, 2014)

Innovación

De este modo, el concepto de innovación aparecerá relacionado a estos tres usos: la creación de algo desconocido, la percepción de lo creado como algo nuevo y la asimilación de ese algo como novedoso. (Margalef García & Arenas Martija, 2006)

Mercado

El mercado es una actividad empresarial proactiva, inteligente y dinámica donde el empresario, gerente, dueño o accionista debe romper paradigmas para aceptar que esta traspase a todas las demás áreas funcionales. (Herrera J. E., 2013)

Moda

La moda es un elemento dinamizador en la sociedad actual y es una de las instituciones creadoras de sentido; es un mecanismo educador del gusto y de la sensibilidad. (Juanita, 2008)

Modelo de Negocio

Un modelo de negocio describe las bases sobre las que una empresa crea, proporciona y capta valor (Pigneur, Business Model Generation, 2011)

Planificación

Planificar significa que los ejecutivos estudian anticipadamente sus objetivos y acciones, y sustentan sus actos no en corazonadas sino con algún método, plan o lógica. (Salazar & Romero, 2006)

Redes Sociales

Las redes sociales han marcado un hito en materia de difusión masiva, debido a su alcance, características e impacto en la sociedad actual. Son utilizadas tanto por individuos como por empresas, dado que permiten lograr una comunicación interactiva y dinámica (Hütt Herrera, 2012)

Administración

La administración convencional, sino que el análisis debe contener la fuerte interacción entre la empresa y su entorno económico, social y político, incluyendo los modelos académicos que orientan la formación de los administradores. (Monroy Varela)

1.4. Marco Legal

Empresa o negocio deben de conocer el contenido de cada una de las leyes, reglamentos, normar y referenciar cada artículo teniendo relación con la investigación.

1.4.1 Constitución de la República del Ecuador

Capítulo Segundo

Derechos del Buen Vivir

Sección VIII

Trabajo y Seguridad Social

Art. 33.- El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras

el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado.

Capítulo Tercero

Derechos de las Personas y Grupos de Atención Prioritaria

Sección Novena

Personas Usuarias y Consumidoras

Art. 52.- Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor. (Ecuador C. d., 2008)

14.2. Plan Nacional de Desarrollo Toda una vida (2017-2021)

Eje 1: Derecho para todos durante toda la vida

Objetivo 1: Garantizar una vida digna con iguales oportunidades para todas las personas

Política 1.7: Garantizar el trabajo digno y la seguridad social de todas las personas.

Impulso Joven

Esta intervención busca atender, motivar, fortalecer, empoderar y proteger, así como mejorar las capacidades y generar mayores oportunidades para los jóvenes ecuatorianos en su inserción en el sistema productivo del país. El impulso al empleo y emprendimiento en la juventud se logrará con acciones coordinadas y articuladas entre: la Secretaría de la Juventud, el Ministerio de Inclusión Económica y Social, la Secretaría de Cualificaciones y Capacitación Profesional, el Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional, la Banca Pública, la Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación y el Ministerio de Industrias y Productividad. (Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021. Toda una Vida, 2017)

Banco del Pueblo

El acceso restringido a créditos para ciertos sectores ha sido uno de los limitantes para la generación de proyectos de emprendimiento, por lo que esta intervención facilitará la obtención de créditos de manera ágil y oportuna, en condiciones favorables de plazo y tasas de interés. El Banco del Pueblo está orientado a beneficiar principalmente a mujeres, jóvenes emprendedores, migrantes, comerciantes informales, pequeños y medianos productores de manera individual y/o asociativa (Desarrollo S. N., Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021. Toda una Vida, 2017)

Eje 2: Economía al servicio de la sociedad.

Objetivo 4: Consolidar la sostenibilidad del sistema económico social y solidario, y afianzar la dolarización.

Política 4.1: Garantizar el funcionamiento adecuado del sistema monetario y financiero a través de la gestión eficiente de la liquidez, contribuyendo a la sostenibilidad macroeconómica y al desarrollo del país. (Desarrollo S. N., Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021. Toda una Vida, 2017)

Objetivo 5: Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria.

Política 5.1: Generar trabajo y empleo digno fomentando el aprovechamiento de las infraestructuras construidas y las capacidades instaladas.

Política 5.6: Promover a la investigación, la formación, la capacitación, el desarrollo y la transferencia tecnológica, la innovación y el emprendimiento, la protección de la propiedad intelectual, para impulsar el cambio de la matriz productiva mediante la vinculación entre el sector público, productivo y las universidades. (Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021. Toda una Vida, 2017)

1.4.3. Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación.

Ley Orgánica

La Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación tiene “por objeto establecer el marco normativo que incentive y fomente el emprendimiento, la innovación y el desarrollo tecnológico, promoviendo la cultura emprendedora e implementando nuevas modalidades societarias y de financiamiento para fortalecer el ecosistema emprendedor.

El ámbito de esta ley se circunscribe a todas las actividades de carácter público o privado, vinculadas con el desarrollo del emprendimiento y la innovación, en el marco de las diversas formas de economía pública, privada, mixta, popular y solidaria, cooperativista, asociativa, comunitaria y artesanal”. (Innovación, 2020)

1.4.4. Ley Orgánica de defensa del consumidor

Capítulo II

Derechos y obligaciones de los consumidores.

Art. 4.- Derechos del Consumidor. - Son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la Constitución Política de la República, tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil, los siguientes: 1. Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos; 2. Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad; 3. Derecho a recibir servicios básicos de óptima calidad; 4. Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren presentar; 5. Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios, especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y medida; 6. Derecho a la protección contra la publicidad engañosa o abusiva, los métodos comerciales 7. Derecho a la educación del consumidor, orientada al fomento del

consumo responsable y a la difusión adecuada de sus derechos;8. Derecho a la reparación e indemnización por daños y perjuicios, por deficiencias y mala calidad de bienes y servicios; 9. Derecho a recibir el auspicio del Estado para la constitución de asociaciones de consumidores y usuarios, cuyo criterio será consultado al momento de elaborar o reformar una norma jurídica o disposición que afecte al consumidor; y10. Derecho a acceder a mecanismos efectivos para la tutela administrativa y judicial de sus derechos e intereses legítimos, que conduzcan a la adecuada prevención sanción y oportuna reparación de su lesión 11. Derecho a seguir las acciones administrativas y/o judiciales que correspondan; y, 12. Derecho a que en las empresas o establecimientos se mantenga un libro de reclamos que estará a disposición del consumidor, en el que se podrá notar el reclamo correspondiente, lo cual será debidamente reglamentado.

Art. 5.- Obligaciones del Consumidor.- Son obligaciones de los consumidores: 1. Propiciar y ejercer el consumo racional y responsable de bienes y servicios; 2. Preocuparse de no afectar el ambiente mediante el consumo de bienes o servicios que puedan resultar peligrosos en ese sentido; 3. Evitar cualquier riesgo que pueda afectar su salud y vida, así como la de los demás, por el consumo de bienes o servicios lícitos; y, 4. Informarse responsablemente de las condiciones de uso de los bienes y servicios a consumirse.

Capítulo III

Regulación de la publicidad y su contenido

Art. 6.- Publicidad Prohibida. - Quedan prohibidas todas las formas de publicidad engañosa o abusiva, o que induzcan a error en la elección del bien o servicio que puedan afectar los intereses y derechos del consumidor.

Capítulo IV

Información básica comercial.

Art. 12.- Productos Deficientes o Usados. - Cuando se oferten o expendan al consumidor productos con alguna deficiencia, usados o reconstruidos, tales circunstancias deberán indicarse de manera visible, clara y precisa, en los anuncios, facturas o comprobantes.

Capítulo V

Responsabilidades y obligaciones del proveedor ley orgánica de defensa del consumidor

17.- Obligaciones del Proveedor. - Es obligación de todo proveedor, entregar al consumidor información veraz, suficiente, clara, completa y oportuna de los bienes o servicios ofrecidos, de tal modo que éste pueda realizar una elección adecuada y razonable.

Art. 27.- Servicios Profesionales. - Es deber del proveedor de servicios profesionales, atender a sus clientes con calidad y sometimiento estricto a la ética profesional, la ley de su profesión y otras conexas. En lo relativo al cobro de honorarios, el proveedor deberá informar a su cliente, desde el inicio de su gestión, el monto o parámetros en los que se regirá para fijarlos dentro del marco legal vigente en la materia y guardando la equidad con el servicio prestado.

Capítulo VI

Servicios públicos domiciliarios

Art. 32.- Obligaciones. - Las empresas encargadas de la provisión de servicios públicos domiciliarios, sea directamente o en virtud de contratos de concesión, están obligadas a prestar servicios eficientes, de calidad, oportunos, continuos y permanentes a precios justos.

Art. 34.- Reciprocidad. - Las empresas proveedoras de servicios públicos domiciliarios están en la obligación de otorgar un trato recíproco a los consumidores, aplicando en lo referente a reintegros y devoluciones, los mismos criterios que se utilicen para los recargos por mora en el pago del servicio.

Capítulo VII

Protección contractual

Art. 46.- Promociones y Ofertas. - Toda promoción u oferta especial deberá señalar, además del tiempo de duración de la misma, el precio anterior del bien o servicio y el nuevo precio o, en su defecto, el beneficio que obtendría el consumidor, en caso de aceptarla. Cuando se trate de promociones en que el incentivo consista en la participación en concursos o sorteos, el anunciante deberá informar al público sobre el monto o número de premios de aquellos, el plazo y el lugar donde se podrán reclamar. El anunciante estará obligado a difundir adecuadamente el resultado de los concursos o sorteos. (Ley Organica de Defensa del Consumidor , 2019)

1.4.5. Ley de defensa del Artesano

Codificación de la ley del artesano

Art. 1.- Esta Ley ampara a los artesanos de cualquiera de las ramas de artes, oficios y servicios, para hacer valer sus derechos por sí mismos o por medio de las asociaciones gremiales, sindicales e interprofesionales existentes o que se establecieren posteriormente.

Art. 15.- Los maestros debidamente titulados y los artesanos autónomos podrán ejercer el artesanado, abrir y mantener sus talleres, una vez que se hayan registrado en la Junta Nacional de Defensa del Artesano, la que les conferirá el Carnet Profesional Artesanal, al momento mismo de su registro. Los aprendices y operarios podrán formar parte de las cooperativas de producción y consumo, cuyo fomento y extensión se encarga de manera especial a la Junta Nacional de Defensa del Artesano.

Art. 16.- Los artesanos amparados por esta Ley no están sujetos a las obligaciones impuestas a los patronos en general por la actual legislación. Sin embargo, los artesanos jefes de taller están sometidos con respecto a sus operarios, a las disposiciones sobre el salario mínimo y a pagar las indemnizaciones legales en los casos de despido intempestivo. También gozarán los operarios del derecho de vacaciones y jornada máxima de trabajo de conformidad con el Código del Trabajo. Con los fondos determinados en esta Ley y con los fondos que en lo sucesivo se asignarán, se atenderá por el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social a las indemnizaciones de accidentes de trabajo y a los otros derechos de los operarios.

Art. 17.- El Estado prestará a los artesanos eficiente ayuda económica mediante:

- a) La exoneración de los impuestos a la renta del capital con el concurso del trabajo y adicionales de dicho impuesto, del impuesto a los capitales en giro y del impuesto al valor agregado (IVA) en calidad de sujetos pasivos y sustitutivos;
- b) La importación en los términos más favorables que establezca la correspondiente Ley, de los materiales e implementos de trabajo de los artesanos, salvo los de lujo;
- c) La exoneración del impuesto a las exportaciones de artículos de producción artesanal;
- d) La concesión de préstamos a largo plazo y con intereses preferenciales a través del Banco Nacional de Fomento y de la banca privada, para cuyos efectos la Junta Monetaria dictará la regulación correspondiente. Los montos de los créditos se

fijarán considerando especialmente la actividad artesanal y el número de operarios que tenga a su cargo el taller;

- e) La compra de artículos de artesanía para las instituciones oficiales y otros organismos públicos. Exceptuase el caso en que el Estado o las Instituciones de Derecho Público sean productores de estos artículos. Los artesanos continuarán gozando de las demás exoneraciones contempladas en el artículo 9 de la Ley de Fomento Artesanal, en cuanto más les beneficie. (Artesano, 2008)

f)

1.4.6. Reglamento de Ley Orgánica de defensa del consumidor

Capítulo I

Principios generales y definiciones

Art. 1.- Consumidor. - De conformidad con los incisos tercero y noveno del Art. 2 de la ley, no serán considerados consumidores aquellas personas naturales o jurídicas que adquieran, utilicen o reciban oferta de bienes o servicios para emplearlos en la explotación de actividades económicas con fines de lucro o, en beneficio de sus clientes o de terceros a quienes ofrezcan bienes o servicios. **Art. 2.- Servicios públicos domiciliarios.** - Se entienden por servicios públicos domiciliarios aquellos servicios básicos que se reciben directamente en los domicilios de los consumidores.

Capítulo III

Regulación de la publicidad y su contenido

Art. 7.- Toda comunicación comercial o propaganda que un proveedor dirija a los consumidores, inclusive la que figure en empaques, etiquetas, folletos y material de punto de venta, debe ser preparada con sentido de responsabilidad, respetando lo prescrito en el artículo 2 de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, absteniéndose de incurrir en cualquier forma de publicidad prohibida por el Art. 6 de la ley.

Capítulo IV

Información básica comercial

Art. 9.- Cuando hubiere obligación legal de recargar montos adicionales al precio de venta al público de un producto, el valor final se hará conocer al consumidor por cualquier medio

escrito, visible y legible, en el establecimiento de venta al público, a efectos de dar cumplimiento a lo previsto en el inciso segundo del Art. 9 de la ley.

Capítulo VI

Servicios públicos domiciliarios

Art. 29.- En referencia al Art. 32 de la ley, entiéndase por precios justos, a los establecidos en función de: a. Cumplimiento de parámetros de calidad. b. Consumo real. c. Análisis de costos. **Art. 30.-** Para dar cumplimiento a lo dispuesto en el artículo 33 de la ley, cada dependencia de las empresas proveedoras de servicios públicos domiciliarios, que dé atención al público, deberá proporcionar información al consumidor. Las empresas brindarán a los usuarios facilidades para el pago y reclamación. **Art. 31.-** En los contratos de servicios públicos domiciliarios deberá constar el plazo en el que la empresa proveedora hará la instalación efectiva del servicio. En el caso de que por causas imputables al proveedor se incumpliera este plazo, el Juez de contravenciones, con conocimiento de causa, podrá imponer al proveedor la sanción prevista en el Art. 77 de la ley. **Art. 32.-** Las modificaciones a las condiciones de prestación de los servicios, serán informadas a los consumidores por escrito y remitidas conjuntamente con la facturación del mes en el que se produjeron las variantes. En caso de que no se cumpla con esta obligación en el plazo señalado, el proveedor del servicio será sancionado conforme al Art. 70 de la ley. **Art. 33.-** Los reclamos de los usuarios de servicios públicos domiciliarios serán subsanados en un plazo máximo de quince días, salvo disposición legal o reglamentaria expresa que establezca un plazo diferente. **Art. 34.-** El registro de reclamos al que alude el Art. 35 de la ley podrá ser llevado por medios informáticos. (Bejarano, Reglamento a la Ley del Consumidor , 2006)

1.4.7. Reglamento de la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación.

Capítulo IV

Fomento al emprendedor y creación de nuevos negocios

Art. 15.- Verificación de proyectos en el Registro Nacional de Emprendimiento: Para la verificación del cumplimiento de los requisitos establecidos para la inscripción de proyectos en el RNE, el administrador del mismo establecerá la documentación de respaldo que el

solicitante deberá presentar, incluyendo el o los certificados de la Superintendencia correspondiente que demuestren su existencia y actividad.

Al verificarse el cumplimiento de los requisitos detallados, el RNE emitirá el Certificado del Registro Nacional de Emprendimiento, documento que tendrá validez de un (1) año y, a partir del cuarto año de antigüedad del emprendimiento, por el tiempo restante para ser considerado emprendimiento conforme a la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación. Cumplido el plazo, el solicitante deberá solicitar su actualización, siempre que cumpla con los requisitos establecidos en el Artículo 12 de la ley. Para efectos del conteo de la antigüedad de los emprendimientos de personas naturales, el plazo se computará desde la fecha de inicio de la actividad de que trate el emprendimiento, de conformidad con lo establecido en el **Registro Único de Contribuyentes**.

Art. 17.- De la Guía Nacional de Emprendimiento: Para el desarrollo de la Guía Nacional de Emprendimiento, la Secretaría Técnica del CONEIN solicitará a los diferentes actores del ecosistema emprendedor la información que requiera, especialmente aquella que consta en repositorios de información y bases de datos existentes. La Guía Nacional de Emprendimiento será de fácil acceso al público, a través de medios digitales. 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. A efectos de cumplir con los plazos previstos en el inciso precedente, las entidades contratantes sometidas al Sistema Nacional de Contratación Pública realizarán las modificaciones y ajustes respectivos a los pliegos de cada contratación, conforme los artículos 20 y 28 del Reglamento General de la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública, así como en las cláusulas respectivas del contrato.

Capítulo VI

Fuentes alternativas de financiamiento y garantías

Art. 24.- Del acceso a servicios financieros y fondos de inversión públicos: Toda información sobre servicios financieros y fondos de inversión públicos que se encuentren vigentes o se generen para el fomento y desarrollo de emprendimientos, será incluida y publicada en la Guía Nacional de Emprendimiento.

Capítulo VIII

Reestructuración de emprendimientos

Art. 40.- Solicitud de reestructuración de emprendimientos: La solicitud de reestructuración de emprendimientos deberá incluir los siguientes requisitos: 1. Solicitud dirigida al Superintendente competente o su delegado con la identificación clara de la sociedad que solicita la reestructuración del emprendimiento, exposición razonada de las causas que llevaron a la sociedad deudora a hacer esta solicitud y las bases de una propuesta de arreglo con sus acreedores; 2. Documentos que acrediten la personería del peticionario y el certificado vigente emitido por el Registro Nacional de Emprendimiento -RNE- que lo acredite como emprendedor; 3. Un estado de situación, junto con el estado de resultados, cortado con no más de treinta días anteriores a la presentación de la solicitud, debidamente firmado por el representante legal y un contador autorizado. Se acompañará un informe cuantificado de las obligaciones laborales no satisfechas; 4. Una relación de todos sus acreedores, indicando el nombre, domicilio, dirección, correo Electrónico, cuantía de la obligación, naturaleza y fecha del vencimiento. Además, deberá detallar los nombres de los codeudores solidarios y subsidiarios, garantes y avalistas; 5. Una relación de todos los juicios y procesos de carácter patrimonial, sean judiciales o administrativos, que se sigan contra la sociedad deudora o que sean promovidos por la misma, indicando la autoridad que conoce de ellos, así como las medidas cautelares o de apremio dictadas en su contra; 6. Copia del acta de la junta general o asamblea que apruebe la solicitud de reestructuración. La mencionada autorización lleva implícita la facultad de celebrar y ejecutar los acuerdos de reestructuración; y 7. La insinuación de un supervisor de entre los acreditados ante la Superintendencia competente. El procedimiento de reestructuración de emprendimientos se podrá ser negado de forma motivada, lo cual será notificado al solicitante. (Garès, 2020)

1.4.8. Reglamento general de la ley de defensa del artesano

Art. 1.- El presente Reglamento tiene por objeto aplicar las disposiciones de la Ley de Defensa del Artesano, regulando la estructura y funcionamiento de los organismos creados en virtud de dicha norma, y la forma en la que han de otorgarse los beneficios legales previstos en la misma para la clase artesanal.

Art. 2.- Actividad Artesanal: Es la practicada manualmente para la transformación de la materia prima destinada a la producción de bienes y servicios con auxilio de máquinas de equipos o herramientas, es decir que predomina la actividad manual sobre la mecanizada.

Art. 3.- Artesano. - Es el trabajador manual maestro de taller o artesano autónomo que debidamente calificado por la Junta Nacional de Defensa del Artesano y registrado en el Ministerio de Trabajo y Recursos Humanos, desarrolla su actividad y trabajo personalmente y hubiere invertido en su taller en implementos de trabajo, maquinarias y materias primas una cantidad no superior al 25% del capital fijado para la pequeña industria.

Art. 9.- Los artesanos titulados, así como las sociedades de talleres artesanales calificados por la Junta Nacional de Defensa del Artesano que, para lograr mejores rendimientos económicos por sus productos, deban comercializarlos en un local independiente de su taller, serán considerados como una sola unidad para gozar de los beneficios que otorga la Ley.

Art. 10.- En los casos de talleres artesanales asociados o de producción cooperativa de artesanos, el capital y el número de artesanos no excederá del máximo señalado por la Ley de Defensa del Artesano.

Título III

Asociaciones artesanales

Art. 11.- El Ministerio de Trabajo y Recursos Humanos propiciará por todos los medios posibles, la constitución de organizaciones y agrupaciones para fortalecer la unidad, la acción y el desarrollo de la clase.

Art. 13.- Las asociaciones de artesanos gozan de personería jurídica por el hecho de constituirse conforme a la Ley y constar en el Registro que al efecto llevará la Dirección de

Empleo y Recursos Humanos del Ministerio de Trabajo y Recursos Humanos. Se probará la existencia de la organización o agrupación de artesanos mediante el certificado que extienda dicha dependencia.

Art. 16.- Las directivas de las organizaciones y agrupaciones artesanales designadas conforme a sus estatutos deberán ser registradas en la Dirección de Empleo y Recursos Humanos, sin cuya certificación ejercerán representación legal alguna. Nota: Artículo reformado por Numeral 146. de Decreto Ejecutivo No. 1665, publicado en Registro Oficial 341 de 25 de mayo del 2004.

Capítulo I

Del Derecho de Autor

Sección I

Preceptos Generales

Art. 4. Se reconocen y garantizan los derechos de los autores y los derechos de los demás titulares sobre sus obras.

Art. 5. El derecho de autor nace y se protege por el solo hecho de la creación de la obra, independientemente de su mérito, destino o modo de expresión. Se protegen todas las obras, interpretaciones, ejecuciones, producciones o emisiones radiofónicas cualquiera sea el país de origen de la obra, la nacionalidad o el domicilio del autor o titular.

Esta protección también se reconoce cualquiera que sea el lugar de publicación o divulgación.

El reconocimiento de los derechos de autor y de los derechos conexos no está sometido a registro, depósito, ni al cumplimiento de formalidad alguna.

El derecho conexo nace de la necesidad de asegurar la protección de los derechos de los artistas, intérpretes o ejecutantes y de los productores de fonogramas.

Sección III

Titulares de los Derechos

Art. 11. Únicamente la persona natural puede ser autor. Las personas jurídicas pueden ser titulares de derechos de autor, de conformidad con el presente Libro. Para la determinación de la titularidad se estará a lo que disponga la ley del país de origen de la obra, conforme con los criterios contenidos en el Convenio de Berna, Acta de París de 1971.

Art. 12. Se presume autor o titular de una obra, salvo prueba en contrario, a la persona cuyo nombre, seudónimo, iniciales, sigla o cualquier otro signo que lo identifique aparezca indicado en la obra. (Rivera, 2004)

Capítulo II

2. Metodología Empleada

En el capítulo II del marco metodológico se explicará cada uno de los puntos para mantener un proceso de la presente investigación dándole solución a la problemática, detallándose de la siguiente manera.

2.1 Enfoqué de la investigación.

En el primer punto de la investigación se aplicará el enfoque mixto en la cual se realizará la evaluación y observación del problema aplicando el enfoque cuantitativo y el enfoque cualitativo aplicándose en un mismo estudio a la investigación.

2.1.1 Cualitativo.

Con frecuencia, estas actividades sirven, primero, para descubrir cuáles son las preguntas de investigación más importantes; y después, para perfeccionarlas y responderlas. La acción indagatoria se mueve de manera dinámica en ambos sentidos: entre los hechos y su interpretación, y resulta un proceso más bien “circular” en el que la secuencia no siempre es la misma, pues varía con cada estudio.

En el cualitativo se desarrolla en el análisis de la recopilación de datos, empleada en la encuesta formulada de 7 preguntas y se las compartirá con la población establecida en la investigación y en la respectiva entrevista se formulará cinco preguntas en la cual se la compartirá con uno o dos profesionales en el tema del emprendimiento luego se sacará un porcentaje en la cual se podrá medir el impacto que tendrá mi producto en el mercado.

2.1.2 Cuantitativo

El orden es riguroso, aunque desde luego, podemos redefinir alguna fase. Parte de una idea que va acotándose y, una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica.

El cuantitativo se establecerá los objetivos y preguntas que se van a desarrollar, abarcando el 100% de la muestra dentro del proceso de la investigación, se verificarán gustos y preferencias del consumidor, dónde se exponen las cantidades numéricas de los resultados de la tabulación de la entrevista y encuesta desarrollada

2.2. Tipo de Investigación.

2.2.1. Descriptivo

La investigación descriptiva es el conjunto de procesos y procedimientos lógicos-prácticos, los cuales están basados en la observación, la investigación va dirigida a emprendedores cuyo modelo canvas se asemeje al mercado de ropa femenina, Jenn Desing. Se desarrollan las siguientes interrogantes: ¿Qué? ¿Cómo? ¿Cuándo? ¿Dónde? En la cual se recopila información de manera independiente o grupal sobre las variables. Especificando la satisfacción del cliente, Calidad del producto, sus precios asequibles, tipo de tela y la calidad de materia prima.

2.2.2. Explicativo

El estudio explicativo se basa en la investigación del desarrollo del micro emprendimiento elaborando un modelo canvas para la creación de una tienda online de ropa femenina, obteniendo datos reales en la cual se realizará un estudio a la población por medio de encuestas y entrevistas. Realizando las siguientes preguntas: ¿Por qué? ¿Para qué? Con el propósito de ser reconocido mi emprendimiento y potenciar mi negocio, para que los consumidores se sientan a gusto brindando un producto de calidad con eficiencia a la atención del cliente.

2.3. Métodos de Investigación.

2.3.1 Método Teórico

Análisis y síntesis

En este método se realizará el orden de aquellos elementos que estén relacionado a la investigación. En efecto, se analizará el método para establecer un modelo canvas para la venta online de ropa femenina, en la cual se desarrolló el marco teórico de la investigación, leyendo y explicando la metodología de diferentes autores alrededor de seis libros desde el año 2015 al 2021, dentro de los libros sirvió de sustentó el estudio de la investigación de los siguientes autores: Moreno Castro en el libro de Emprendimiento y Plan de Negocio, Maximiano de su libro Administración para Emprendedores, Asociación

Española de Comercio del siguiente libro Guía Práctica de Comercio Electrónico para PYMES, Herrera Dianna con su libro Modelos Canvas en la formulación de proyectos en el cuál ellos se han basado en la problemática del emprendimiento, modelo de negocio, , modelos canvas.

Histórico Lógico.

A medida que el marco histórico lógico se va desarrollando el en estudio, se podrá indagar los antecedentes de la investigación, en la cual se indica el inicio del emprendimiento Jenn Desing, también se da a conocer una breve historia sobre el emprendimiento, el índice de los emprendedores en el Ecuador, el crecimiento de las empresas en Ecuador. dando un gran paso en la implementación el plan de negocio en el micro emprendimiento ya que se realiza en pequeñas y grandes empresas.

Inductivo y deductivo.

En el siguiente método inductivo se hará la observación el efecto que tendrá la sociedad, en el método deductivo se realizará la recopilación de información de las preferencias y gustos de los consumidores, así poder desarrollar el objetivo en la cual se evaluará a los consumidores por medio de una encuesta obteniendo el porcentaje de la viabilidad del emprendimiento.

Teniendo en cuenta las respuestas de los consumidores por tener una buena calidad del producto, un excelente servicio, buenos precios y promociones, dentro de la línea de ropa femenina potenciando la tienda online.

2.3.2. Métodos Empíricos

Entrevista.

La entrevista se realizará a una persona con amplio conocimiento en emprendimientos online con la finalidad de obtener experiencia y tener una perspectiva más profesional en base al tema. En la cual, la entrevista estará conformada por cinco preguntas abiertas que se realizarán de manera online, para cuidar del entrevistado y entrevistador por la situación de confinamientos y restricciones que se vive en la actualidad por la pandemia Covid-19.

Fases de la Entrevista.

La entrevista está estructurada de la siguiente manera.

- Preparación
- Inicio o apertura
- Central
- Final.

Preparación

Para la preparación de nuestra entrevista se expondrán cinco preguntas con temas bases para que el entrevistado pueda responder cuyas preguntas, los cuáles traerán consigo muchas más preguntas, todas ellas con el fin de despejar cada una de nuestras dudas para tener una mejor comprensión y empaparnos más del tema a tratar, utilizaremos una plataforma online para el desarrollo de la misma.

Inicio o Apertura.

Se realizará la entrevista a uno o dos profesionales en el área de administración de empresa en la cual se tendrá una conversación tipo profesional, para la respectiva entrevista se utilizará medios digitales como de la aplicación Google- meet dentro de la ciudad de Guayaquil, la cual tendrá una duración aproximadamente de diez minutos. En el cual se desarrollarán netamente temas en base a emprendimientos, la entrevista dará preámbulo con la siguiente pregunta.

¿Qué piensa usted acerca del emprendimiento de la venta de ropa femenina en tiendas online?

Central

¿Considera usted importante el emprendimiento por medios virtuales?

¿Usted cree que el negocio de ropa femenina es rentable en el Ecuador?

¿Recomendaría el servicio de la venta de ropa femenina a diferentes clientes?

Final.

Siendo el último punto de la entrevista se pudo llegar al objetivo de obtener excelentes respuestas del entrevistado para así mejorar ciertos puntos de la investigación.

¿Qué hace exitoso a un negocio online?

Encuesta

Dentro de la encuesta se recopila información con esta técnica se realizará preguntas cerradas teniendo en cuenta que se va a utilizar la escala nominal en la encuesta, en la cual la información va compartida individualmente a los consumidores dicha información, realizando diferentes preguntas dónde se conocerá que le gusta al consumidor sobre el emprendimiento, dependiendo de los resultados obtenidos se tomará decisión sobre el emprendimiento.

Observación

Se realiza un proceso en la cual se recolecta información paso a paso sobre las cualidades e interrogantes que se presenta en la competencia, realizándose un análisis para conocer los resultados de la observación y saber cuál sería la necesidad de la sociedad.

2.4. Método Estadístico

2.4.1. Estadísticas Descriptivas

Cabe resaltar que se realizará un análisis del resultado obtenido en la entrevista y las encuestas, que se les compartirá a los consumidores y uno o dos profesionales en administración de empresas, teniendo una conversación profesional sobre el tema. Haciendo el análisis de la tabulación, presentando las encuestas en gráficos, dando a conocer los resultados de la investigación en el enfoque cualitativo y cuantitativo que se realizó dentro de la investigación.

2.5. Tipos de Muestreos

2.5.1. Muestreo Probabilístico

En el método probabilístico se mostrará el estudio aleatorio a un grupo de personas, creando una muestra representativa dentro de la investigación, contando con el 100% de la población.

2.5.2. Universo y Muestra.

Realizando la investigación del método del muestreo probabilístico, en la plataforma del (Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censo), enfocándome en la población femenina en la parte del norte de Guayaquil tenemos un porcentaje de 546.254 habitantes reflejado en el censo del 2010.

2.5.3. Cálculo de la muestra.

Al realizar el cálculo de la muestra del estudio se elaborará el análisis de un muestreo aleatorio, mientras la población conformada, tendrá la misma posibilidad de poder ser elegida para el proceso de la encuesta. Por otra parte, tenemos la siguiente cantidad de la población de 546.254, realizándose en la ciudad de Guayaquil. Se hará el proceso del cálculo para obtener el resultado del estudio se aplicó la siguiente formula:

$$n = \frac{k^2 * p * q * N}{(e^2 * (N - 1)) + k^2 * p * q}$$

En donde

N= es el tamaño de la población	546.254
k= es el nivel de confianza	1,96
he= es el margen de error	0,5
p= es la población	0,5
q= es la porción de la población	0,5

Calculo:

$$\frac{N = 1962 * 0.5 * 0.5 * 546.254}{(0.5^2 * (546.254 - 1)) + 1962 * 0.5 * 0.5}$$

$$N = \frac{524622.34}{136564.21}$$

$$N = 384$$

Obteniendo la verificación de los resultados en el cálculo de la muestra de la población refleja el tamaño de muestra con un aproximado de 384 de la población en la cual se aplicará a la cantidad especificada en la ciudad de Guayaquil.

2.6. Análisis de Resultados

Tenemos el análisis de resultado se basa en desglosar cada uno de los datos realizados en la encuesta para tener clara la investigación.

2.6.1. Análisis de Encuestas

Pregunta 1: ¿Has comprado ropa vía online?

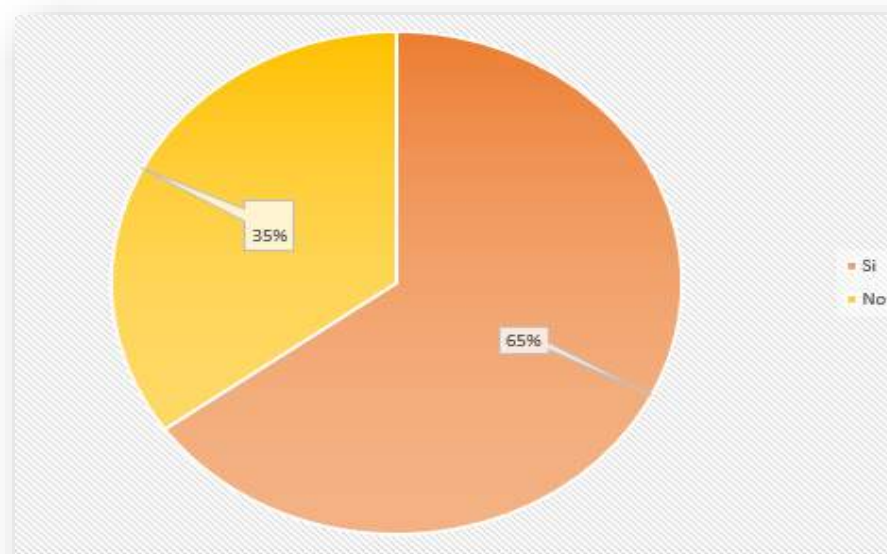
Tabla 1:

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	250	65%
No	134	35%
TOTAL	384	100%

Elaborado por: Jenniffer Cabezas Avalos

Fuente: Ciudad de Guayaquil

Gráfico 1



Elaborado por: Jenniffer Cabezas Avalos

Fuente: Resultados de las Encuestas.

Análisis: Para sintetizar los resultados obtenidos dentro de la encuesta se puede observar que el 65% de las mujeres evaluadas si han comprado ropa vía online, por consiguiente, el 35% de las mujeres evaluadas no han realizado la compra de ropa vía online, cabe destacar que la mayoría de las mujeres en la Ciudad de Guayaquil si han realizado compra de ropa vía online.

Pregunta 2: ¿Siente confianza hacer compras por internet?

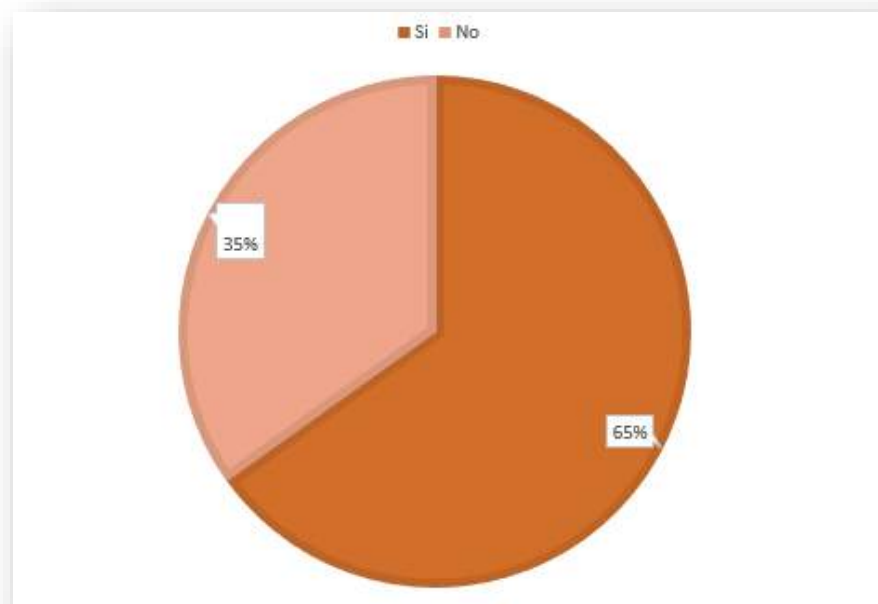
Tabla 2.

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	250	65%
No	134	35%
TOTAL	384	100%

Elaborado por: Jenniffer Cabezas Avalos

Fuente: Ciudad de Guayaquil.

Gráfico 2.



Elaborado por: Jenniffer Cabezas Avalos

Fuente: Resultado de las Encuestas

Análisis: Como se muestra en los resultados que un 65% de las féminas de la Ciudad de Guayaquil, sienten confianza hacer compras por internet mientras que un 35% de las féminas no sienten confianza realizar comprar por internet de lo contrario se muestra que si se siente esa confianza al realizar sus compras por internet.

Pregunta 3: ¿Cuál es su principal motivo a la hora de hacer una compra en línea?

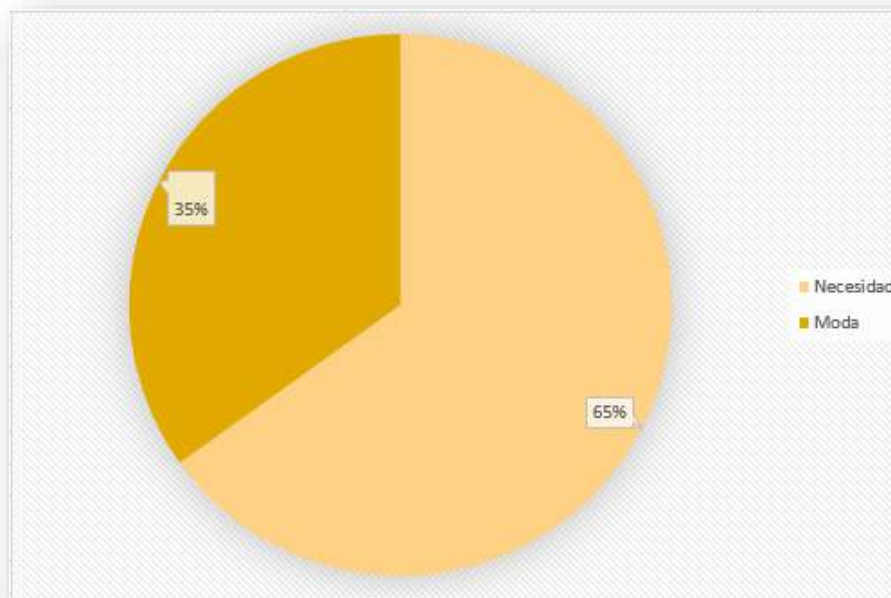
Tabla 3.

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Necesidad	250	65%
Moda	134	35%
TOTAL	384	100%

Elaborado por: Jenniffer Cabezas Avalos

Fuente: Resultados de las Encuestas

Gráfico 3



Elaborado por: Jenniffer Cabezas Avalos

Fuente: Resultados de las Encuestas

Análisis: Con respecto a los resultados se encuesta a un 65% de las mujeres a su vez se indica que cual sería su principal motivo a la hora de hacer una compra en línea simultáneamente se reflejó que sus compras son por necesidad, manteniéndose que como resultado de un 35 % sería que ellas compran en línea por moda.

Pregunta 4: ¿Con que frecuencia compra ropa en tiendas online?

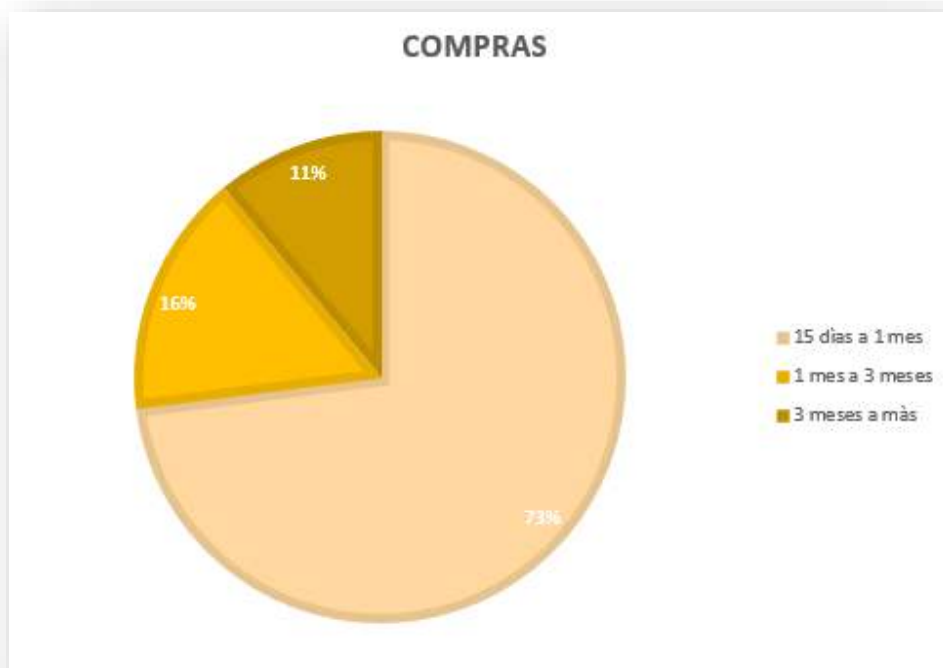
Tabla 4

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
15 días a 1 mes	280	73%
1 mes a 3 meses	60	16%
3 meses a más	44	11%
TOTAL	384	100%

Elaborado por: Jenniffer Cabezas Avalos

Fuente: Ciudad de Guayaquil

Gráfico 4.



Elaborado por: Jenniffer Cabezas Avalos

Fuente: Resultado de las Encuestas

Análisis: En cuanto a los resultados de las encuestas demuestra que un 73% de las mujeres de la Ciudad de Guayaquil realizan con frecuencia su compra de ropa en tiendas online 15 días a 1 meses, a su vez tenemos un 16% de féminas realizan sus compras cada mes a tres meses, prosigamos nuestro análisis que con un 11% hacen sus compras cada 3 mes a más.

Pregunta 5: De las siguientes prendas femenina. ¿Cuál te gusta más?

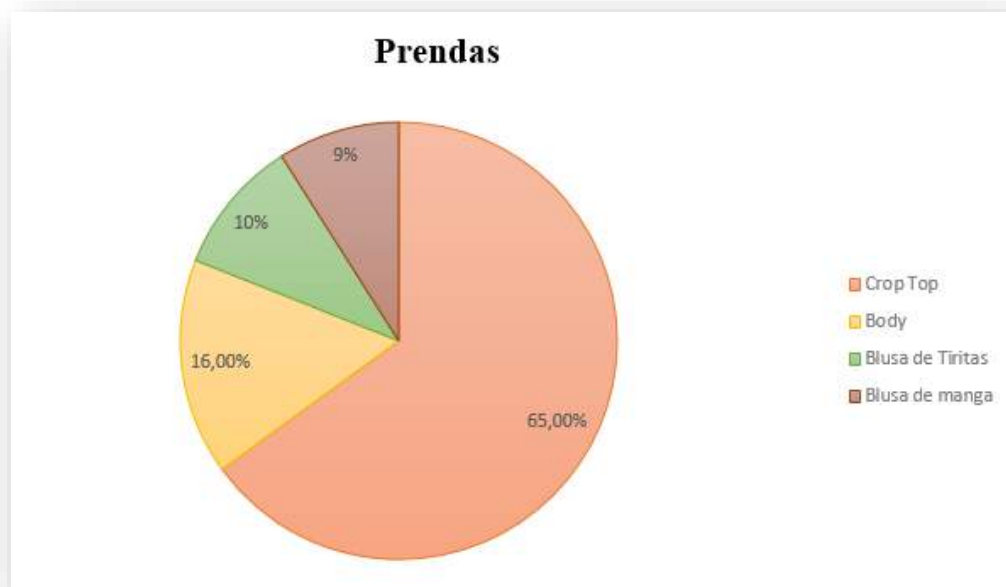
Tabla 5

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Crop Top	250	65,00%
Body	60	16,00%
Blusa de tirita	40	10%
Blusa de manga	34	9%
TOTAL	384	100%

Elaborado por: Jenniffer Cabezas Avalos

Fuente: Ciudad de Guayaquil

Gráfico 5



Elaborado por: Jenniffer Cabezas Avalos

Fuente: Resultado de las Encuestas

Análisis: En cuanto a las encuestas sobre las siguientes prendas femenina. ¿Cuál te gusta más? resaltan con un 9% de las blusas con mangas, y un 16% que les gusta las body, por otra parte, tenemos un 10% que les gusta las blusas de tiritas a continuación tenemos un 65% donde refleja un alto porcentaje en las crop top.

Pregunta 6: ¿Sabías que existe una tienda en línea llamada Jenn Desing que vende estas prendas?

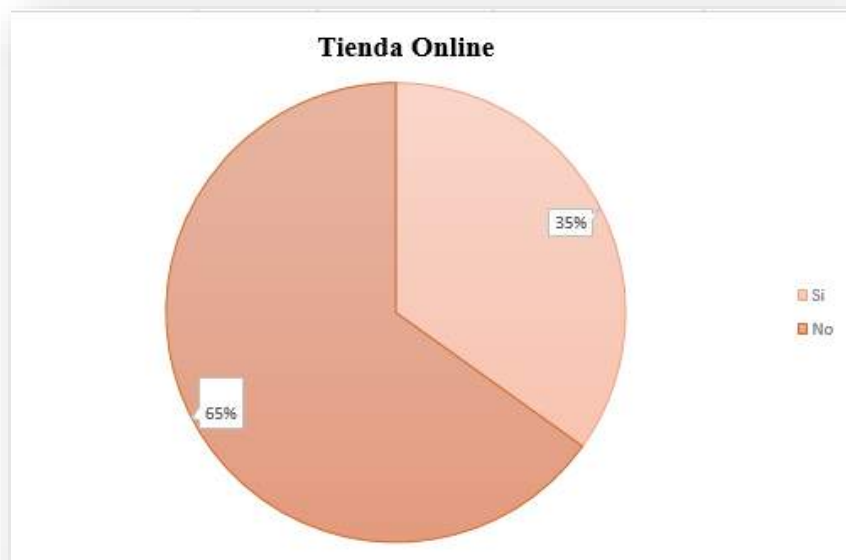
Tabla 5

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	134	35%
No	250	65%
TOTAL	384	100%

Elaborado por: Jenniffer Cabezas Avalos

Fuente: Ciudad de Guayaquil

Gráfico 6.



Elaborado por: Jenniffer Cabezas Avalos

Fuente: Resultados de las Encuestas

Análisis: El siguiente punto de la encuesta trata sobre si sabías que existe una tienda en línea llamada Jenn Desing que vende estas prendas tenemos como porcentaje de las féminas en la ciudad de Guayaquil indicando con un 65% que no conocen, con un 35% que si la conocen.

Pregunta 7. ¿Compraría en esta tienda si te ofrece calidad en sus prendas, buen precio y un excelente servicio?

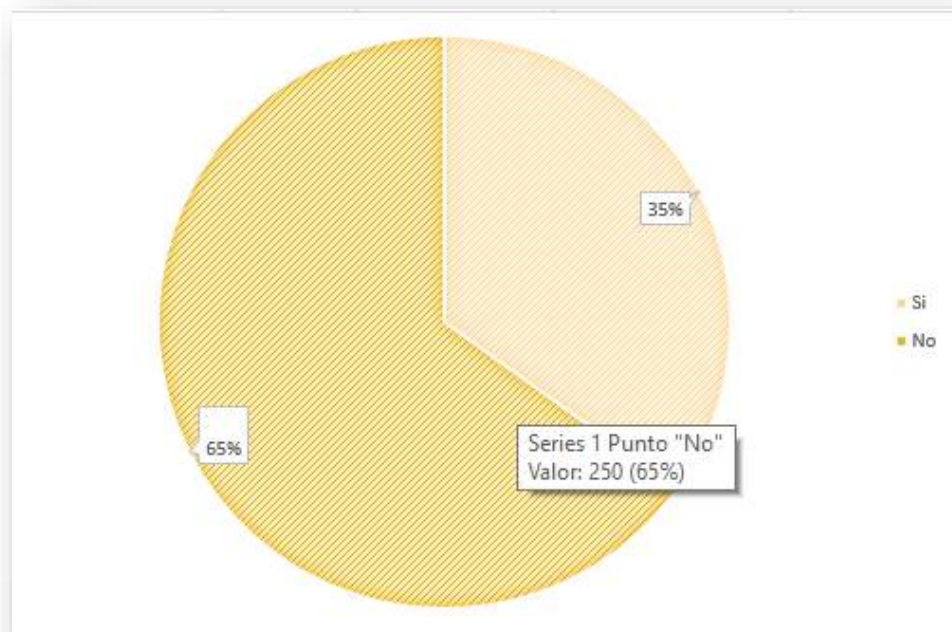
Tabla 7.

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	134	35%
No	250	65%
TOTAL	384	100%

Elaborado por: Jenniffer Cabezas Avalos

Fuente: Ciudad de Guayaquil

Gráfico 7.



Elaborado por: Jenniffer Cabezas Avalos

Fuente: Resultados de las Encuestas

Análisis: En los resultados de la encuesta refleja que se obtiene un 65% que las féminas comprarían en esta tienda si le ofrece calidad en las prendas, buen precio y un excelente servicio y con un 35 % que no comprarían en la tienda Jenn Desing.

2.6.2. Análisis de la Guía de la Observación

La observación dentro del proyecto es un instrumento de guía para poder evaluar las preguntas en la cual son afirmativas o negativa en la competencia en la cual utiliza página web un poco más eficiente que las redes sociales a la hora de realizar una compra rápidamente la página web arroja precio, talla y color directamente me envía al carrito de compras es una vía más rápida.

En el caso de la publicidad tenemos constancia en lo que son las redes sociales es el objetivo principal para tener la atención de los clientes solo maneja las redes sociales, pero no todos tienen redes sociales y faltaría un de boca en boca o volantes para llegar a esos clientes.

Lo más importante atención al cliente por medio de las redes sociales WhatsApp presenta deficiencia a la hora de responder sobre el producto eso hace que el cliente no quiera regresar por otra compra, falta de asesoramiento del producto.

Tiene buen precio, buena calidad, buenas promociones, el catálogo lo envían por redes sociales, pero al pedir el producto ya no tienen el color o la talla, pero continua la imagen en el catálogo debería de poner fuera de stock o sacar la imagen de modo que no satisfice al cliente.

CAPITULO III

3. Herramientas para Justificar la Propuesta

3.1. Análisis PEST

Análisis Político

- Ecuador paso por un cambio de gobierno en la cual los habitantes sentían duda por la actual presidencia de Guillermo Laso
- El mandatario firmo el documento donde se elimina el registro crediticio para deudores con deudas pendientes a 1.000
- El gobierno da paso a la modificación de un nuevo proceso de admisión a las universidades.

Análisis Económico

- Laso menciona que llegarían \$1.000 millones por parte de los organismos multilaterales de crédito, para programas de desarrollo vitales para los habitantes que se encuentran en estado de vulnerabilidad
- En el PIB de Ecuador según sus cifras en el Banco Central aumentara a un 3,4% en este año concurrente.

Análisis Socio-Cultural

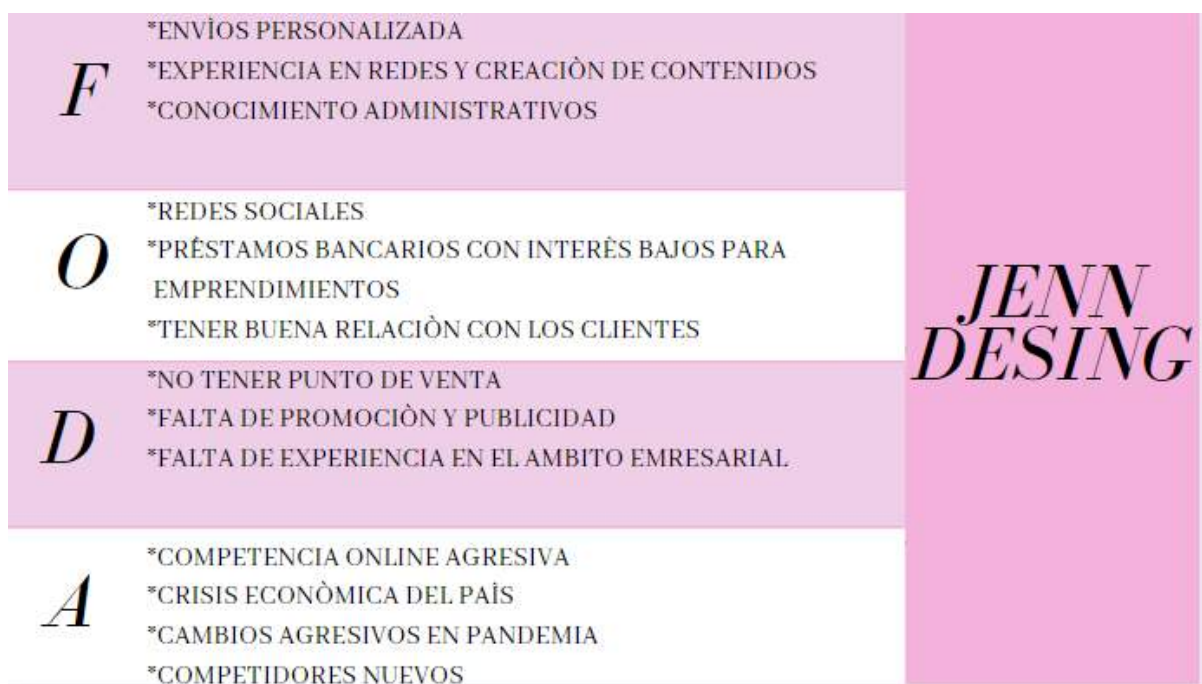
- En tiempo difíciles las personas han decidido por inicial con negocios, emprendimientos, cursos, talleres vía online por factor pandemia
- La tasa de pobreza extrema es de 14,9% a nivel Nacional en el 2020 en el área Urbana el 9,0% y en el área Rural con un 27,5% en la cual siendo suspendida temporalmente las actividades productivas.
- Recopilando información en el INEC el subempleo ha aumentado un 24,6% con una población área Nacional de 426.684
- En el caso de las mujeres han sido afectadas por el desempleo con un 7,1%

Análisis Tecnológico

- Ecuador el país donde aún existe la división tecnológica en el área rural la conectividad de internet no llega eficientemente a los hogares, por lo cual han modificado un plan de conectividad para que sea fija y así llegar a los usuarios
- En la ciudad de Guayaquil han llevado a cabo a ubicar pantallas táctiles para facilitar los procesos y poder realizarlos desde la comodidad de cualquier punto

3.2. Análisis FODA

Ilustración 2



Elaborado por: Jenniffer Cabezas Avalos

Fuente Jenniffer Cabezas Avalos

3.1.3. Modelo CAPA

Corregir Debilidades

- Aumentar el volumen de las ventas para que el ingreso sea una fuente en la cual pueda invertir para obtener un punto físico.

- Generar contenido de interés, creativos, atractivos a la vista de los clientes en la cual se recluta seguidores para obtener comunidad exitosa
- Poco a poco se construye la experiencia en el ámbito laboral ya que es un proceso que se pasa para tener experiencia en el negocio con el fin de alcanzar la meta

Afrontar las Amenazas

- Hay muchos factores en la cual la competencia online es fuerte depende mucho de la atención al cliente, asesoramiento del producto o servicio, brindar lo que ofreces siempre y ofrecer un plus diferente que tu competencia.
- La crisis económica afecta al país con los altos costos financieros tributarios ha provocado una notable baja en la creación de nuevos negocios.
- Pasar por circunstancias como la pandemia dio un giro total que afecto a la economía fuertemente dejando como lección de vida que a pesar de los obstáculos uno puede avanzar.
- Al pasar los meses se suman competidores nuevos al nicho de mercado con diferentes estrategias con ideas nuevas, sin embargo, hay que estar preparado renovando y avanzar para que el cliente se sienta satisfecho

Potenciar las Fortalezas

- Preocupándome en los detalles como el envío personalizado brindando buena estética en los empaques para que el cliente quede satisfecho
- Hacer contenidos de valor de calidad novedosos, eso atrae al cliente Aumentar el crecimiento en las redes, con el fin de estar siempre conectados con los clientes.
- Conocimientos administrativos en la cual se planifica para obtener contenidos para el emprendimiento organizando las actividades para llegar al objetivo, direccionando cada una de las actividades, coordinando los recursos disponibles y mantener el control del emprendimiento

Aprovechar Oportunidades

- las redes sociales es un medio en la cual puedo dar a conocer mi producto por medio de un catálogo dando asesoría sobre el producto para que el cliente se sienta seguro de hacer sus compras
- Hoy en día los emprendedores son beneficiarios de poder hacer un préstamo bancario para continuar con el emprendimiento y con intereses cómodos de pagar
- Interactuar con el cliente es la mejor forma de hacer tener confianza a la hora de hacer una compra compartiendo contenidos de valor, realizando preguntas para entrar en conversación con el cliente

3.2. Título de la Propuesta.

Creación de un plan de negocio por medio del modelo canvas para el emprendimiento en línea Jenn Desing en la ciudad de Guayaquil.

3.2.1 Objetivo de la Propuesta

Implementar un modelo de negocio canvas con el fin de alcanzar los objetivos y las metas establecidas en el micro emprendimiento.

3.2.2 Descripción de la Propuesta

Se va a elaborar un modelo de negocios canvas para la creación del microemprendimiento Jenn Desing en la ciudad de Guayaquil el negocio estará basado en la estructura del lienzo canvas por los autores Alexander Osterwalder y Yves Pigneur se ha eligiendo por ser explícito para poder diseñar las empresas del futuro.

3.2.3 Cronograma de las Actividades

Tabla. 8 cronograma

CRONOGRAMAS DE ACTIVIDADES																	
ACTIVIDADES	Junio				Julio				Agosto				Septiembre				
	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S5
Identificaci3n del modelo canvas en el microempredimeinto Jenn Desing	■	■	■	■													
Detectar las principales causas del problema que presente la identificaci3n en el modelo canvas para mejorar					■	■											
Objetivo							■	■									
Seleccionar las acciones en el modelo canvas									■	■	■						
Planificaci3n del lienzo modelo canvas para el microempredimeinto												■	■				
Implementaci3n del modelo de negocio canvas													■	■			
seguimiento de la propuesta													■	■	■	■	

3.2.4. Factibilidad de la Propuesta.

La elaboración de esta propuesta está enfocada en un plan de negocios canvas para dar efectividad y factibilidad en los siguientes puntos:

Factibilidad Administrativa: Se aplicará una misión y visión al microemprendimiento Jenn Desing encargándose de la venta de los productos siendo un poco más fácil porque no se tiene una cantidad de personal que se necesita ser administrado teniendo un orden en el entorno laboral.

Factibilidad Económica: El microemprendimiento Jenn Desing cuenta con un presupuesto de \$ 1.000 para realizar la implementación del proyecto teniendo en cuenta que al pasar los meses y años puede tener una cantidad más alta para poder cubrir los gastos.

Factibilidad Técnica: Se dispone de la capacidad de herramientas, habilidades y equipos para poner en funcionamiento el proyecto dado que se trabajará con página web.

Factibilidad Legal: Llevando a cabo el desarrollo de la investigación en el marco legal respaldado por la Constitución de la Republica del Ecuador, el Plan Nacional de Desarrollo Toda una Vida garantizando el trabajo digno amparados siempre por medio de las leyes y reglamentos para realizar la ejecución del proyecto.

3.2.5.Propuesta

El microemprendimiento “Jenn Desing” es una página web que vende prenda femenina ubicada en la ciudad de Guayaquil, estará constituida de la siguiente manera:

- **Razón Social:** Jenniffer Anggie Cabezas Avalos
- **Nombre Comercial:** “Jenn Desing”
- **RUC:** 0930616578001
- **Forma Jurídica:** Persona Natural
- **Teléfono:** 0994350332
- **Correo Electrónico:** jenndesing7@gmail.com

Misión

Complacer a nuestras clientas brindándole una buena calidad, buen precio, dar el mejor servicio siempre, innovando para estar a la vanguardia de la moda

Visión

Construir un negocio online solvente de prendas de mujer y tener una tienda física en el 2023 ofreciendo un servicio confiable

Valores

- Responsabilidad
- Honestidad
- Empatía
- Respeto
- Puntualidad

Logo

Ilustración 3. Logo



Elaborado por: Jennifer Cabezas Avalos

Fuente: Jennifer Cabezas Avalos

Eslogan

Diseñado a tu gusto

3.3.1. Desarrollo de Modelo Canvas

3.3.2. Lienzo Canvas

Tabla.9 Lienzo Canvas

MODELOS CANVAS				
8.SOCIOS CLAVES Proveedores de Telas Proveedores de Insumos Proveedores de Publicidad Ferias Nacionales Entidades Bancarias	7. ACTIVIDADES CLAVES C�atologo Online Página Web comunicación directa con el cliente	1.PROPUESTA DE VALOR. Excelente atención pre - post – venta. Comodidad desde los hogares. Modelos modernos.	4.RELACIONES CON CLIENTES Dar un excelente servicio y eficaz Asesorar a cada cliente sobre el producto	2.SEGMENTOS DE CLIENTES Mujeres de la siguiente edad 12 a los 35 años. La clienta de Jenn Desing le gusta la variedad sentirse cómoda, fresca siempre estando a la vanguardia de la moda. Vendiendo a todas las Provincias del Ecuador.
9.ESTRUCTURA DE COSTE Domino y web Publicidad		5.FUENTES DE INGRESOS Pay Phone Página Web	D�epositos Pago en Efectivo	

Elaborado por: Jenniffer Cabezas Avalos

3.3.3. Descripción de los nueve bloques de un Modelo Canvas

1.Propuesta de Valor

La propuesta de valor del negocio consiste en diseñar prendas femeninas de diferentes modelos, colores y tallas con buena calidad, fresca e innovando siempre brindando un excelente servicio a cada uno de las clientas.

La marca de blusas Jenn Desing se identifica por su buena presentación de contenido utilizando materiales de buena calidad fabricando con dedicación cada uno de las prendas brindando suavidad y fresca.

2.Segmentos de Clientes

Por lo que se refiere al segmentó de clientes el objetivo es de señoritas de 12 años a mujeres de 35 años de edad, va dirigido a clientas que les guste utilizar variedad de modelos, colores con diseños únicos que las hacen sentir cómodas al usar las prendas.

3.Canales de Ventas

Nuestras ventas son por medio de la página web del emprendimiento en la cual configurando una caja de mensajería robotizada para despejar sus dudas y pueda hacer sus compras agregándolas al carrito de compras al igual que las redes sociales pagando publicidad, brindando a nuestras clientas un catálogo que sería una herramienta de gran ayuda especificando el producto de cada uno los diseños por talla y color enviando sus pedidos en orden con una linda presentación.

4.Relaciones con Clientes

El objetivo principal es la captación y fidelización de los clientes en la cual el cliente se sienta seguro y confiado de hacer sus compras brindando a cada uno de ellos, un excelente producto y una eficiente atención para que se sienta satisfechos y así quieran formar parte de nuestros clientes fijos.

5.Fuentes de Ingresos

Nuestros productos cuentan con un valor de \$8 dólares hasta \$15 dólares, los clientes pueden realizar más rápido sus compras con eficiencia realizando sus pagos por medio de transferencia o depósitos teniendo otras opciones como dinero en efectivo o por medio de la página web.

Por medio de ferias nacionales en la cual se puede dar a conocer nuestra tienda online Nuestros productos se venderán sin crédito debido a la necesidad del emprendimiento para su pronto crecimiento.

6.Recursos Claves

Tecnología. Teniendo nuestra página web con nuestro propio dominio para que nos puedan encontrar más rápido los clientes utilizando wifi que es de gran ayuda para que la plataforma funcione

Personal: Persona en cargada de actualizar la página web y las redes sociales

Capital. Dinero para comprar la mercadería y poder distribuirla a cada uno de nuestros clientes

Infraestructura. Sería nuestra página web en la cual se da a conocer cada uno de nuestros productos es una herramienta eficiente al realizar sus compras los clientes

7.Actividades Claves

Producción: El emprendimiento se encarga de la confección de las blusas, ofreciendo un producto de buena calidad, los diseños estará a cargo una diseñadora de moda trabajando junta con la creadora de la marca.

Solución de los Problemas: Para que las clientes se encuentren satisfechas se dará un servicio personalizado y un seguimiento a cada uno de las clientas.

Plataforma/Red: Mostrar cada uno de nuestros productos por medio de la página web manejando cada una de las redes sociales realizando actualizaciones frecuentes

8.Socios Claves

Los siguientes socios del emprendimiento Jenn Desing son:

Proveedores de telas, proveedores de insumos, diseñadora, modista, ferias nacionales, entidades bancarias, proveedores de publicidad.

9.Estructura de Costo

Para conocer la estructura de costo es importante saber qué producción se va a realizar.

3.3.4. ESTIMACIÒN DE PRODUCCIÒN INICIAL

Il·lustraci3n.4



Elaborado por: Jenniffer Cabezas Avalos

COLECIÒN BÀSIC

JENN DESING

MODELO	CROP TOP ELLA
TALLAS	CANTIDAD
S	3
M	5
L	2
TOTAL	10

Il·lustraci3n.5



Elaborada por: Jenniffer Cabezas Avalos

COLECIÒN BÀSIC

JENN DESING

MODELO	CROP TOP NELL
TALLAS	CANTIDAD
S	3
M	5
L	2
TOTAL	10

COLECIÒN BÀSIC

JENN DESING

Ilustración.6

Elaborado por: Jenniffer Cabezas Avalos

MODELO	CROP TOP CELESTINE
TALLAS	CANTIDAD
S	3
M	5
L	2
TOTAL	10

COLECIÒN ELEGANTE

JENN DESING

Ilustración.7

Elaborado por: Jenniffer Cabezas Avalos

MODELO	BLUSA TESSA
TALLAS	CANTIDAD
S	3
M	5
L	2
TOTAL	10

COLECIÒN ELEGANTE

JENN DESING

Ilustración.8

Elaborado por: Jenniffer Cabezas Avalos

MODELO	BLUSA JADE
TALLAS	CANTIDAD
S	3
M	5
L	2
TOTAL	10

COLECIÒN ELEGANTE

JENN DESING

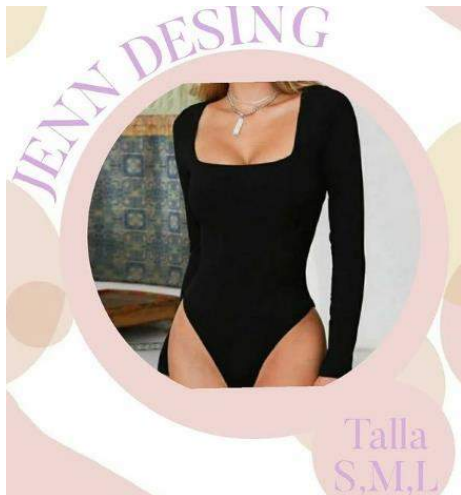
Ilustración.9

Elaborado por: Jenniffer Cabezas Avalos

MODELO	BLUSA SARAH
TALLAS	CANTIDAD
S	3
M	5
L	2
TOTAL	10

COLECIÒN ELEGANTE

JENN DESING

Ilustración.10

MODELO	BODY DAPHNE
TALLAS	CANTIDAD
S	3
M	5
L	2
TOTAL	10

Elaborado por: Jenniffer Cabezas Avalos

COLECIÒN ELEGANTE

JENN DESING

Ilustración.11

MODELO	BODY MARGOT
TALLAS	CANTIDAD
S	3
M	5
L	2
TOTAL	10

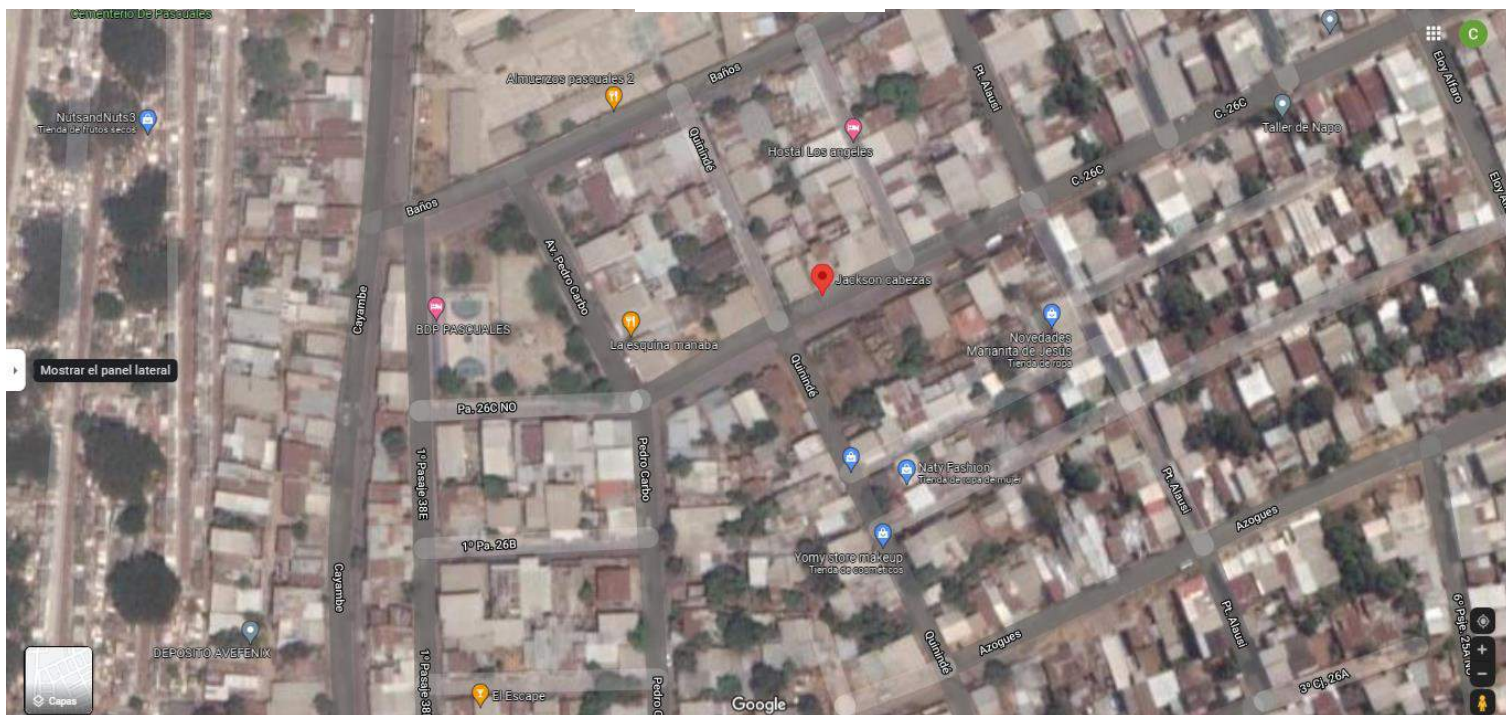
Elaborado por: Jenniffer Cabezas Avalos

3.3.5. Localización del Negocio

El emprendimiento Jenn Desing estará ubicado en la ciudad de Guayaquil en la parroquia Pascuales

Perteneciente de la provincia del Guayas contando con un total de 1829.569 habitantes en Guayaquil en la cual se verán beneficiados los de la parroquia pascuales.

Ilustración.12



Elaborado por: Jenniffer Cabezas Avalos

Fuente: GPS

3.3.6. Plan Financiero

En el plan financiero se hace un presupuesto del monto necesario para iniciar el emprendimiento realizando el detalle de cada cuenta estudiando la viabilidad económica y financiera del negocio.

Materia Prima

Tabla .10 Materia Prima

PRESUPUESTO MATERIA PRIMA			
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Total
Materia Prima			
Telas Piel Durazno	8 kilos	\$ 7,50	\$ 60,00
Tela Satin Strech	4 metros	\$ 2,24	\$ 8,96
Tela Licra	4 Kilos	\$ 7,50	\$ 30,00
Tela Chali	2 metros	\$ 2,50	\$ 5,00
Tela Hilo	2 metros	\$ 2,50	\$ 5,00
Tela Tul	2 metros	\$ 1,50	\$ 3,00
Tela Licra Terceopelo	1 Kilo	\$ 7,50	\$ 7,50
Hilos	28	\$ 1,00	\$ 4,00
Elástico Alfazema 07 mm	2	\$ 2,00	\$ 4,00
Elástico fino en rollo	1	\$ 2,00	\$ 2,00
Elástico Teres	2 piezas	\$ 1,00	\$ 2,00
Hombreras	10 unidades	\$ 1,00	\$ 0,10
Etiquetas	500	\$ 16,00	\$ 0,32
Tijeras de costura #8 mundial	3	\$ 10,00	\$ 10,00
Botones	100	\$ 0,02	\$ 2,50
Armadores	48	\$ 12,00	\$ 12,00
Cierres	30 unidades	\$ 4,65	\$ 4,65
Papel de Patronaje	6 metros	\$ 4,80	\$ 4,80
Papel de Patronaje	6 metros	\$ 4,80	\$ 4,80
Gafetes	25	\$ 2,50	\$ 2,50
TOTAL			\$ 168,33

Elaborado por: Jenniffer Cabezas Avalos

Tabla.11 Gastos Administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS	
Servicios Básicos	
Descripción	Mes
Luz	\$ 10,00
Internet	\$ 30,00
TOTAL	\$ 40,00

Elaborado por: Jenniffer Cabezas Avalos

Tabla.12 Gastos Operativos

GASTOS OPERATIVOS	
Descripción	Mes
Transporte	\$ 60,00
Pagos Anticipados	\$ 180,00
TOTAL	\$ 240,00

Elaborado por: Jenniffer Cabezas Avalos

Tabla.13 Suministro de Oficina

SUMINISTRO DE OFICINA	
Descripción	Precio
Logo	\$ 12,77
Stickers 5*5 redondos 25UNI	\$ 4,65
Cajas para envios	\$ 4,80
Aro de Luz	\$ 15,00
TOTAL	\$ 37,22

Elaborado por: Jenniffer Cabezas Avalos

Tabla.14 Balance Inicial

Emprendimiento Jenn Desing					
1 de enero del 2021					
BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL					
ACTIVOS			PASIVOS		
Activo Corriente		\$ 205,55	Pasivos Corriente		\$ 180,00
Materia Prima	\$ 168,33		Pagos Anticipados	\$ 180,00	
Suministro de Oficina	\$ 37,22				
Total Activo	\$ 205,55		Total Pasivo		
Activo Fijo		\$ 260,00			
Transporte	\$ 60,00		Patrimonio		\$ 645,55
Gast.Administrativos	\$ 200,00		Capital Social	\$ 465,55	
Total Activo		\$ 465,55	Total de Capital		\$ 465,55

Elaborado por: Jenniffer Cabezas Avalos

Tabla.15 Costo

DESCRIPCIÓN	COSTO								
	Cantidad de ventas en una semana	Semanas trabajadas en 1 año	COSTO Unidad	1 AÑO		2 AÑOS		3 AÑOS	
				Cantidad de ventas	COSTO TOTAL	Cantidad de Ventas	COSTO TOTAL	Cantidad de Ventas	COSTO TOTAL
Crop Top	2	49	\$ 3,00	98	\$ 294,00	245	\$ 735,00	490	\$ 1.470,00
Body	3	49	\$ 3,00	147	\$ 441,00	196	\$ 588,00	441	\$ 1.323,00
Blusas de tiras	2	49	\$ 3,00	98	\$ 294,00	245	\$ 735,00	490	\$ 1.470,00
Blusas manga larga	2	49	\$ 3,00	98	\$ 294,00	245	\$ 735,00	490	\$ 1.470,00
TOTAL					\$ 1.323,00		\$ 2.793,00		\$ 5.733,00

Elaborado por: Jenniffer Cabezas Avalos

Tabla.16 Ventas

VENTAS									
				1 AÑO		2 AÑOS		3 AÑOS	
DESCRIPCIÓN	Cantidad de ventas en una semana	Semanas trabajadas en 1 año	P.V.P	Cantidad de ventas	COSTO VENTAS	Cantidad de Ventas	COSTO VENTAS	Cantidad de Ventas	COSTO VENTAS
Crop Top	2	49	\$ 8,00	98	\$ 784,00	245	\$ 1.960,00	490	\$ 3.920,00
Body	3	49	\$ 10,00	147	\$ 1.470,00	196	\$ 1.960,00	441	\$ 3.969,00
Blusas de tiras	2	49	\$ 10,00	98	\$ 980,00	245	\$ 2.450,00	490	\$ 4.900,00
Blusas manga larga	2	49	\$ 10,00	98	\$ 980,00	245	\$ 2.450,00	490	\$ 4.900,00
TOTAL					\$ 4.214,00		\$ 8.820,00		\$ 17.689,00

Elaborado por: Jenniffer Cabezas Avalos

Tabla.17 Ganancias

GANANCIAS									
1 AÑO			2 AÑOS			3 AÑOS			
DESCRIPCIÓN	Ventas	Costo	Ganancias	Ventas	Costo	Ganancias	Ventas	Costo	Ganancias
Crop Top	\$ 784,00	\$ 294,00	\$ 294,00	\$ 1.960,00	\$ 735,00	\$ 735,00	\$ 3.920,00	\$ 1.470,00	\$ 1.470,00
Body	\$ 1.470,00	\$ 441,00	\$ 441,00	\$ 1.960,00	\$ 588,00	\$ 588,00	\$ 3.969,00	\$ 1.323,00	\$ 1.323,00
Blusas de tiras	\$ 980,00	\$ 294,00	\$ 294,00	\$ 2.450,00	\$ 735,00	\$ 735,00	\$ 4.900,00	\$ 1.470,00	\$ 1.470,00
Blusas manga larga	\$ 980,00	\$ 294,00	\$ 294,00	\$ 2.450,00	\$ 735,00	\$ 735,00	\$ 4.900,00	\$ 1.470,00	\$ 1.470,00
TOTAL			\$ 1.323,00			\$ 2.793,00			\$ 5.733,00

Elaborado por: Jenniffer Cabezas Avalos

Tabla.18 Estado de Resultado

JENN DESING			
ESTADO DE RESULTADOS			
ESTADO DE RESULTADO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
VENTAS	\$ 4.214,00	\$ 8.820,00	\$ 17.689,00
COSTO DE VENTAS	\$ 1.323,00	\$ 27.793,00	\$ 5.733,00
UTILIDAD BRUTA	\$ 2.891,00	\$ 1.897,00	\$ 11.956,00
GASTOS OPERACIONALES			
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 5.971,62	\$ 5.995,85	\$ 6.059,85
SERVICIOS BÁSICOS	\$ 480,00	\$ 485,00	\$ 495,00
MATERIA PRIMA	\$ 4.518,85	\$ 4.524,85	\$ 4.533,85
SUMINISTROS DE OFICINA	\$ 972,77	\$ 986,00	\$ 1.031,00
UTILIDAD NETA	\$ 3.080,62	\$ 4.098,85	\$ 5.896,15

Elaborado por: Jenniffer Cabezas Avalos

3.3.7. Resultado Esperando en la Aplicación del Modelo de Negocio Canvas en la propuesta

Una vez culminado el proyecto se debe de mantener el negocio totalmente rentable y factible para poder tener un crecimiento positivo al emprendimiento, siendo emprendedora tengo que actualizarme y adaptándome a todas las propuestas innovadoras, observando la competencia, buscando tendencias para poder darles un buen servicio de atención y asesoramiento del producto a cada uno de los clientes para que se sientan satisfechos.

A la hora de ingresar a la tienda online Jenn Desing hagan con gusto sus compras para dar a conocer el negocio hay que realizar todo tipo de marketing para tener más popularidad en el negocio para que valla creciendo logrando que mi marca sea reconocida.

Hoy en día las ventas online son super fuertes en el mercado sin embargo Jenn Desing desarrollara estrategia de expansión para tener un crecimiento en los primeros tres años teniendo ganancias en el negocio.

CONCLUSIÒN

La planificación para la creación del microemprendimiento Jenn Desing se realiza una serie de pasos que es necesario cumplir uno a uno para llevar a cabo el proyecto.

Llevando a cabo una extensa aplicando técnicas de investigación como encuestas y entrevista teniendo varios resultados en la cual se realizará un modelo de negocios canvas para darle solución a cada resultado será de gran ayuda para potenciar el emprendimiento.

Antes de crear un emprendimiento se tiene de tener claro en el negocio que quieres pertenecer, el producto o servicio que se va a ofrecer para poder garantizar éxito en el mercado.

Para la creación del microemprendimiento es importante determinar la necesidad por satisfacer y así establecer la magnitud del emprendimiento para obtener los recursos y poder desarrollar la actividad cumplir el objetivo del emprendimiento.

- Por medio de la metodología Canvas se puede realizar la creación del microemprendimiento aplicando cada uno de los puntos clave para tener una aproximada realidad.
- La propuesta de valor nos muestra que, si hay viabilidad en el emprendimiento al realizar el lienzo y ponerlo en práctica ofreciendo al cliente nuestra marca y calidad, seguimiento y asesoramiento del producto diferenciando la competencia de darle un mejor servicio a cada uno de nuestros clientes

RECOMENDACIÓN

Mediante la investigación del proyecto Jenn Desing se recomienda los siguientes puntos a seguir:

- Utilizar un modelo de negocio para llevar a cabo sea una empresa o un pequeño negocio puedes planificar y tener un orden de cómo llevar tu negocio.
- Es importante conocer modelos de negocio así no llevaras a la quiebra tu negocio
- Actualizarse siempre revisando investigaciones para estar a la vanguardia de las nuevas tendencias, tecnologías del 2022
- Abrir una cuenta en TikTok porque es una cuenta muy influyente para captar clientes.
- Hacer encuesta de satisfacción de post-venta a los clientes.
- Satisfacer el nicho de mercado en tallas plus.
- Ampliar mi línea haciendo conjuntos, short, faldas etc.
- Las blusas crop top pueden utilizar hasta en talla L combinándola con un pantalón a la cintura.

Bibliografía

(AECEM), A. E. (2011). *Libro Blanco Comercio Electrónico Guía Práctica de Comercio*

Electrónico para PYMES. España: Aecem fecemd.

Albert Wang, K. G. (2014). <https://es.patpat.com/>. Obtenido de <https://es.patpat.com/>:

https://us.patpat.com/?utm_source=seo-bing&utm_medium=PPC-

[SEO&utm_campaign=619&utm_term=SEO-Bing&utm_content=seo-bing](https://us.patpat.com/?utm_source=seo-bing&utm_medium=PPC-)

Artesano, J. N. (2008). Ley de Defensa del Artesano. *Ley de Defensa del Artesano*, 7.

Bejarano, G. N. (2006). *Reglamento a la Ley del Consumidor*. Quito: Lexis.

Bejarano, G. N. (2006). *REGLAMENTO A LA LEY DEL CONSUMIDOR*. QUITO:

LEXIS.

Bravo Bravo, I. F. (2021). Educación para el emprendimiento y la intención de emprender.

Revista Economía Y Política. Revista Economía y Política, 33.

Caballero, A. C. (24 de Febrero de 2014). Emprendimiento. *Centro para la industria*

petroquímica (CIP) Sena.

CEPAL, N. U. (2016). *Observatorio Regional de Planificación para el Desarrollo*. New

York. Obtenido de Plan Nacional de Desarrollo:

<https://observatorioplanificacion.cepal.org/es/regulatory-frameworks>

COMPAÑIAS, L. D. (20 de Mayo de 2014). *LEY DE COMPAÑIA*. Obtenido de LEY DE

COMPAÑIA : https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/a2/Ley-

[Cias.pdf](https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/a2/Ley-)

- Daniel Lederman, J. M. (2017). *El Emprendimiento en America latina : Muchas empresas y poca innovación*. Washington DC.
- Desarrollo, S. N. (2017). Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021. Toda una Vida. *Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021. Toda una Vida*, 148.
- Ecuador, C. d. (2008). *Constitución de la República del Ecuador* . Quito: Lexis.
- ECUADOR, C. D. (1 de Agosto de 2008). *CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR* . Obtenido de CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR : <https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/09/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador.pdf>
- Ernesto, L. G. (2016). EN TORNO AL CONCEPTO DE COMPETENCIA: UN ANÁLISIS DE FUENTES. *Profesorado. Revista de Currículum y Formación de Profesorado*, 321.
- Garès, L. M. (2020). Reglamento General a la Ley Orgànica de Emprendimiento e Innovaciòn . *Reglamento General a la Ley Orgànica de Emprendimiento e Innovaciòn* , 33.
- Herrera, D. C. (2015). Modelo de Canva en la formulaciòn de proyectos . *Cooperativismo y desarrollo* .
- Herrera, J. E. (2013). *INVESTIGACIÓN DE MERCADOS*. Bogotá.
- Hütt Herrera, H. (2012). LAS REDES SOCIALES: UNA NUEVA HERRAMIENTA DE DIFUSIÓN. *Reflexiones*, 91.
- INNOVACIÓN, L. O. (28 de FEBRERO de 2020). *LEY ORGÁNICA DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN*. Obtenido de GOB.EC BETA PORTAL ÚNICO DE TRAMITES CUIDADANOS:

<https://www.gob.ec/index.php/regulaciones/ley-organica-emprendimiento-innovacion>

Innovación, L. O. (28 de Febrero de 2020). *Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación*.

Obtenido de Gob.ec Beta Portal Único de Trámites Ciudadanos :

<https://www.gob.ec/regulaciones/ley-organica-emprendimiento-innovacion>

Iribarren, G. F. (03 de Agosto de 2021). *¿Que es la Calidad ?* Obtenido de

<https://gabrielfariasiribarren.com/que-es-la-calidad/>

John Tschohl, F. d. (2019). *"Servicio al Cliente:el arma secreta de la empresa que alcanza la excelencia"*. Guatemala : Service Quality Institute Latin America.

Jóse Enrique Bóveda, A. O. (2015). *Guía práctica para la elaboración de un plan de negocio*. Paraguay.

Juanita, F. M. (2008). La moda,el sentido de vestir y la posmodernidad. *ICONOFACT*, 11-26.

Margalef García, L., & Arenas Martija, A. (2006). *¿QUÉ ENTENDEMOS POR INNOVACIÓN EDUCATIVA? A PRÓPOSITO DEL DESARROLLO*. Viña del mar Chile: Perspectiva Educacional, Formación de.

Maximiano, A. C. (2008). *ADMINISTRACIÓN PARA EMPRENDEDORES*. Naucalpan de Juárez Estado de México: PEARSON EDUCACIÓN.

Monroy Varela, S. E. (s.f.). Enfoque y conceptos de una administración renovada. El aporte de Aktouf. *INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*.

Moreno Castro, T. F. (2016). *Emprendimiento y plan de negocio*. Santiago , Chile: Ril editores.

- NACIONAL, E. C. (2019). *LEY ORGANICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR*. Quito: LEXIS.
- Nacional, E. C. (2019). *Ley Organica de Defensa del Consumidor* . Quito : LEXIS .
- Oscar Romero Hidalgo, A. H. (2017). *PLAN DE NEGOCIOS. UN ENFOQUE PRÁCTICO*
- Pigneur, A. O. (2021). *Business Model Generation*. Barcelona: Centro Libros PAPF, S. L. U.
- Rendón, D. O. (2014). *Modelo de plan de negocios -para la micro y pequeña empresa*. México D.F.
- República, P. d. (2017). *LEY ORGÁNICA DE EMPRESAS PÚBLICAS* . Quito .
- Restrepo, I. X. (2016). Ciencias economías y empresariales. *Emprendimiento e innovación : una aproximación teórica*.
- Rivera, F. A. (2004). Reglamento General de la Ley de Defensa del Artesano. *Lexis* , 12.
- Rodriguez, R. H. (2009). *Comercialización con canales de distribución*.
- Saiz Álvarez, J. M., & Mendoza Macías, M. M. (2015). Innovación y creatividad como motores de desarrollo y RSC. El caso de las empresas de Guayaquil (Ecuador). *Revista de Economía Pública ,Social y Cooperativa*, 3.
- Salazar, D., & Romero, G. E. (2006). Planificación. ¿Éxito Gerencial? *Multiciencias*, 18.
- SAMPIERI, R. H. (2014). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN* . SANTA FE.
- Schnarch, A. (2014). *Emprendimiento exitoso: como mejorar su proceso y gestión*. Bogotá.
- Sempieri, R. H. (2014). *Metodología de la Investigación*. SANTA FE.
- Thompson, I. (2021). *PromonegocioS.net*. Obtenido de PromonegocioS.net:
<https://www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html>

Villarán, K. W. (2009). *PLAN DE NEGOCIOS HERRAMIENTAS PARA EVALUAR LA VIBILIDAD DE UN NEGOCIO*. Perú.

Viniegra, S. (2007). *ENTENDIMIENTO EL PLAN DE NEGOCIOS. Una herramienta para entender mejor la importacia del paln de negocios en la actualidad*.



Anexo 1

Instituto Superior Universitario de Formación

Carrera de Administración de Empresa

Entrevista 1

Tema: Modelo de Negocio

Entrevistado(a): Ingeniero Cristopher Cachipolla

¿Qué es para usted un Modelo de Negocios Canvas?

El modelo de negocio canvas es un lienzo en el que de una manera sistemática y estructurada uno analiza y ubica las ideas del negocio subdividiendo las en puntos de alta importancia.

¿Qué tan importante es que los emprendedores conozcan un modelo de negocio Canvas?

En la antigüedad se usaban los modelos de negocios mientras más largo mejores que superaban 200 o 300 hojas en la que el mundo moderno de los nuevos modelos de negocios es sumamente resumido a tal punto que llevamos al lienzo Canvas que resulta una idea sencilla y muy fácil de utilizar el considero que es muy importante.

¿Qué piensa usted acerca del emprendimiento de la venta de ropa femenina en tiendas online?

Hoy por hoy los emprendimientos se están dando de hecho, leí un artículo en el que mencionaba que no se puede poner ya un negocio o una tienda primero ya que se tiene que crea una comunidad en alguna que esté dispuesta a comprar un producto es por eso que yo considero que, aunque la tienda de ropa femenina es muy competitiva dejaron que constantemente se va moviendo y por supuesto que tienda online es una excelente idea.

¿Usted cree que el negocio de ropa femenina es rentable en el Ecuador?

Sí yo sé, si el negocio de ropa femenina es rentable y realmente no tengo experiencia en la venta de ropa femenina, pero yo considero que hacerlo online resultaría mucho más rentable y tener una tienda de física solas obviamente lo que había que potencializar y la publicidad mediante redes sociales y la correcta creación de una tienda online

¿Recomendaría el servicio de la venta de ropa femenina a diferentes clientes?

Recomendar el servicio de venta de ropa femenina diferentes clientes eso depende, si yo lo veo en un punto de vista asesora a una empresa que se dedica a vender ropa femenina por internet si lo recomendaría, pero si tú me preguntas si yo recomendaría una empresa que no conozco no lo podría ser porque mi primer lugar tendría que conocer la empresa para poder dar algún veredicto.

¿Considera usted importante el emprendimiento por medios virtuales?

Yo considero que por hoy los emprendimientos virtuales son la manera que tienen que realizarse así tiene que empezar toda empresa en la actualidad, pero ojo hay que distinguir las tiendas virtuales incluso las redes sociales porque muchas veces las personas cometen ese terrible error de confundir decir hay yo tengo una página en Instagram, pero no lo es una tienda virtual lo que hace Instagram es comunicación redes sociales de comunicar.



Anexo 2

Instituto Superior Universitario de Formación Carrera de Administración de Empresa

Entrevista 2

Tema: Modelo de Negocio

Entrevistado(a): Zayna Johanna Podestá Molina

¿Qué tiempo tiene en el negocio?

Dentro de mi negocio tengo un año emprendiendo a pesar de las adversidades que se presentaron.

¿En tiempo de pandemia como llevo a cabo el emprendimiento?

Al principio fue verdaderamente difícil ya que las personas tenían otras prioridades como la alimentación, tuvimos que hacer más publicidad de lo normal, pero gracias a dios la crisis no nos duró mucho y poco a poco las personas comenzaron a contratar nuestros servicios por lo que aún no se podía viajar con normalidad.

¿Durante el tiempo que tiene su emprendimiento ha realizado alguna estructura de negocio canvas?

Si, fundamentalmente mi negocio ha sido la relación con los clientes en lo personal mis clientes no son solamente eso, yo les doy seguimiento constante asesoría en sus compras los ayudo en los que más puedo así formamos un vínculo más fuerte y por esto sé que ellos van a requerir de mis servicios también en mis actividades claves está en realizar mi

publicidad, mis posts, mis videos y normalmente utilizo los canales como redes sociales tales como Instagram, Facebook, WhatsApp, Telegram.

¿Como se ha dado a conocer su negocio?

Bueno My American Box se ha dado a conocer principalmente por redes sociales esto es el boom hoy en día, y también el tiempo a través de nuestros propios clientes ya que ellos han quedado satisfechos con nuestros servicios y nos recomiendan.



Anexo 3

**Instituto Superior Universitario de Formación
Carrera de Administración de Empresa**

Encuesta

Tema: Microemprendimiento Jenn Desing venta de ropa vía online

Lugar: Guayaquil

1. ¿Has comprado ropa vía online?

- Si**
- No**

2. ¿Siente confianza hacer compras por internet?

- Si**
- No**

3. ¿Cuál es su principal motivo a la hora de hacer una compra en línea?

- Moda**
- Necesidad**

4. ¿Con que frecuencia compra ropa en tiendas online?

- 15 días a 1 mes**
- 1 mes a 3 meses**
- De 3 meses a mas**

5. De las siguientes prendas femenina. ¿Cuál te gusta más?

- Crop top**
- Body**
- Blusas de tiras**
- Blusas con mangas**

6. ¿Sabías que existe una tienda en línea llamada Jenn Desing que vende estas prendas?

- Si**
- No**

7. ¿Compraría en esta tienda si te ofrece calidad en sus prendas, buen precio y un excelente servicio?

- Si**
- No**

Anexo 4

Instituto Superior Universitario de Formación

Carrera de Administración de Empresa

Observación

GUIA DE OBSERVACIÓN
FECHA: 2 DE SEPTIEMBRE DEL 2021
LUGAR: GUAYAQUIL
HORA: 10:00 AM
ASPECTOS A OBSERVAR

#	PAGINA WEB	EFICIENTE	DEFICIENTE
1	Visitantes nuevos y recurrentes	✓	
2	Fuente de tráfico	✓	
3	Comentarios		✓
4	Visitas publicaciones del blog	✓	
5	Shares en redes sociales		✓
	REDES SOCIALES		
6	Comentarios		✓
7	Likes	✓	
8	Shares		✓
9	Seguidores	✓	
10	Publicaciones	✓	
11	Mensajes positivos		✓
12	Visita hacia la web	✓	
	SERVICIO PERZONALIZADO		
13	empaque		✓

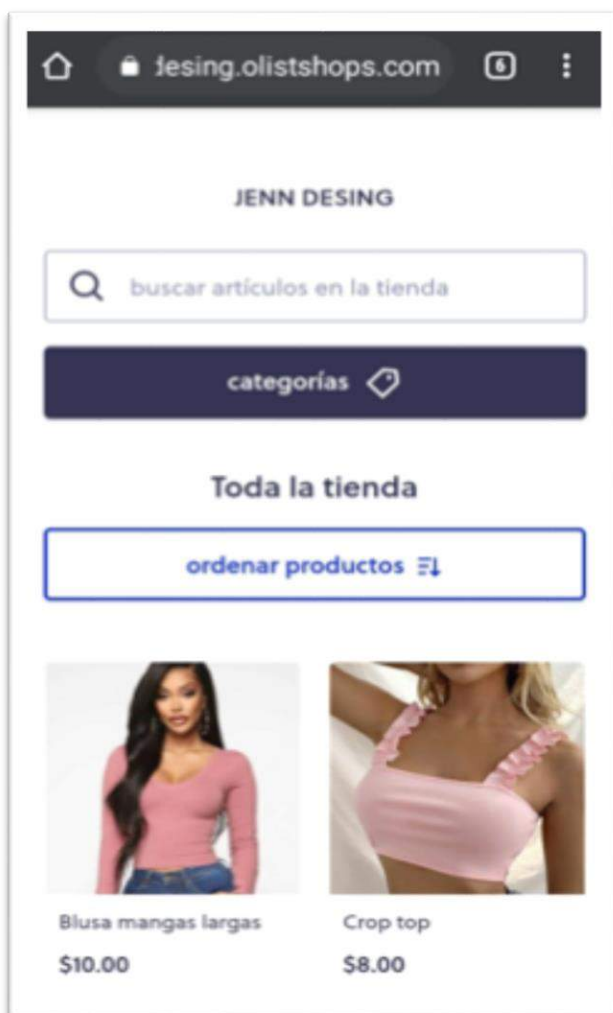
14	tarjetas	✓	
15	Strikes		✓
	MARKETING		
16	Publicidad	✓	
17	Contenidos	✓	
16	volantes		✓
17	Flayers		✓
	SERVICIO		
18	Atención al cliente		✓
19	Asesoría del producto		✓
20	Calidad	✓	
21	Precio	✓	
22	Catalogó		✓
23	Promociones	✓	
24	Ofertas	✓	
25	Abierto las 24 horas		✓

Anexo 5

**Instituto Superior Universitario de Formación
Carrera de Administración de Empresa**

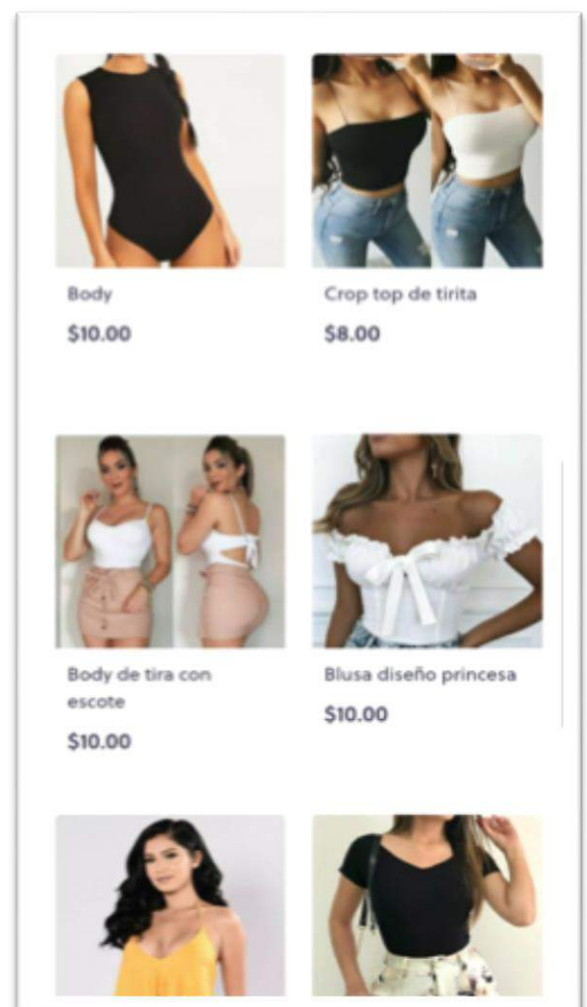
Catálogo

Ilustración.13 Catálogo



Elaborado por: Jenniffer Cabezas Avalos

Ilustración.14 Catálogo



Elaborado por: Jenniffer Cabezas Avalos

Ilustración.15

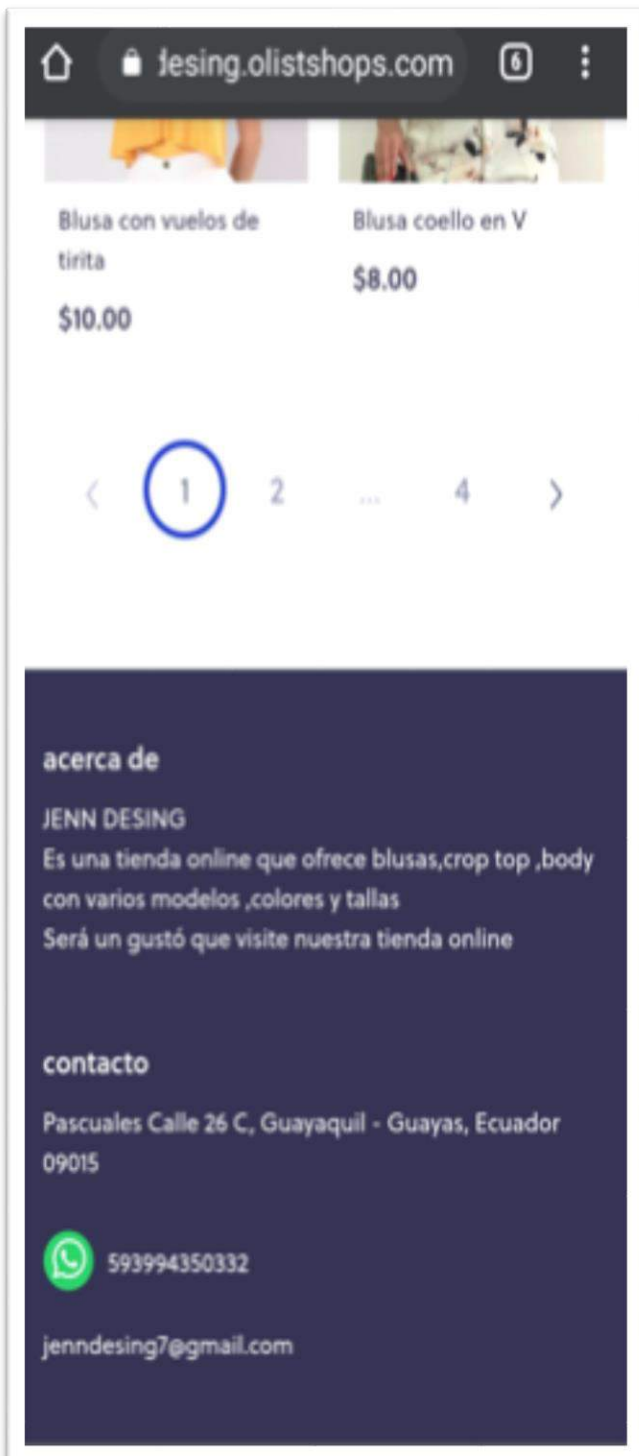
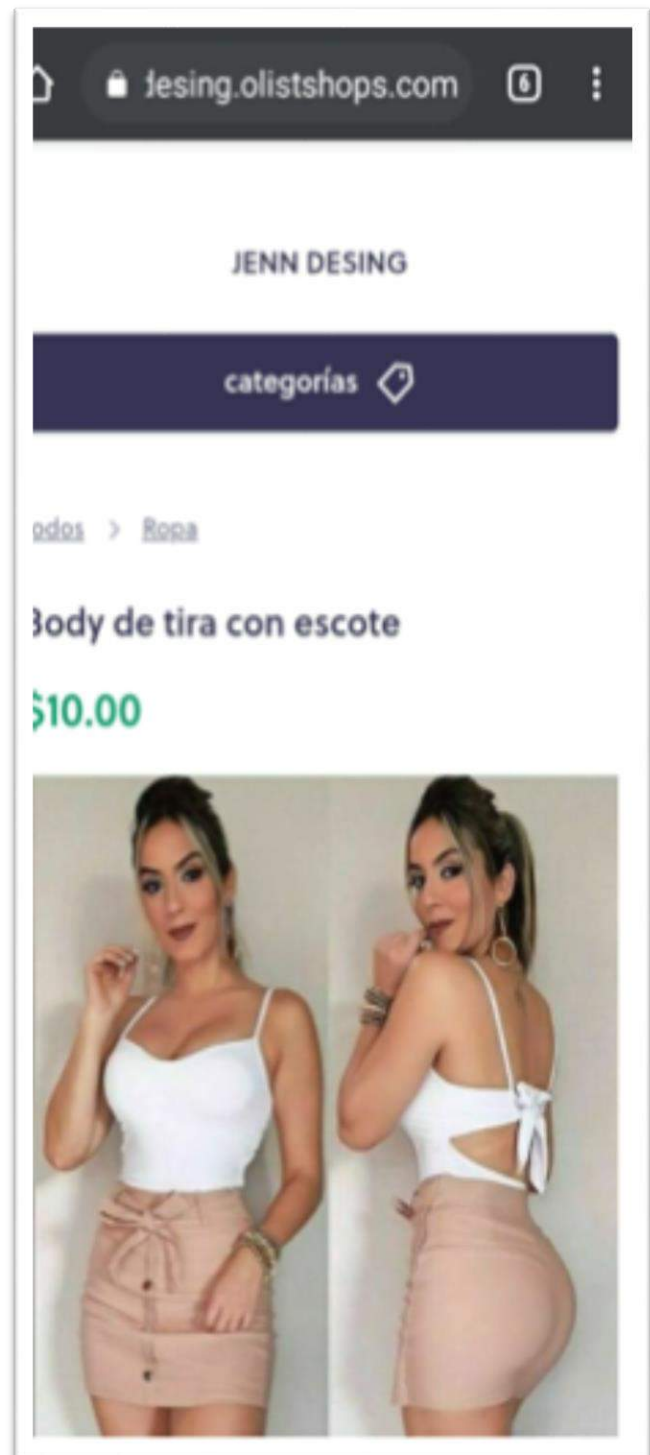


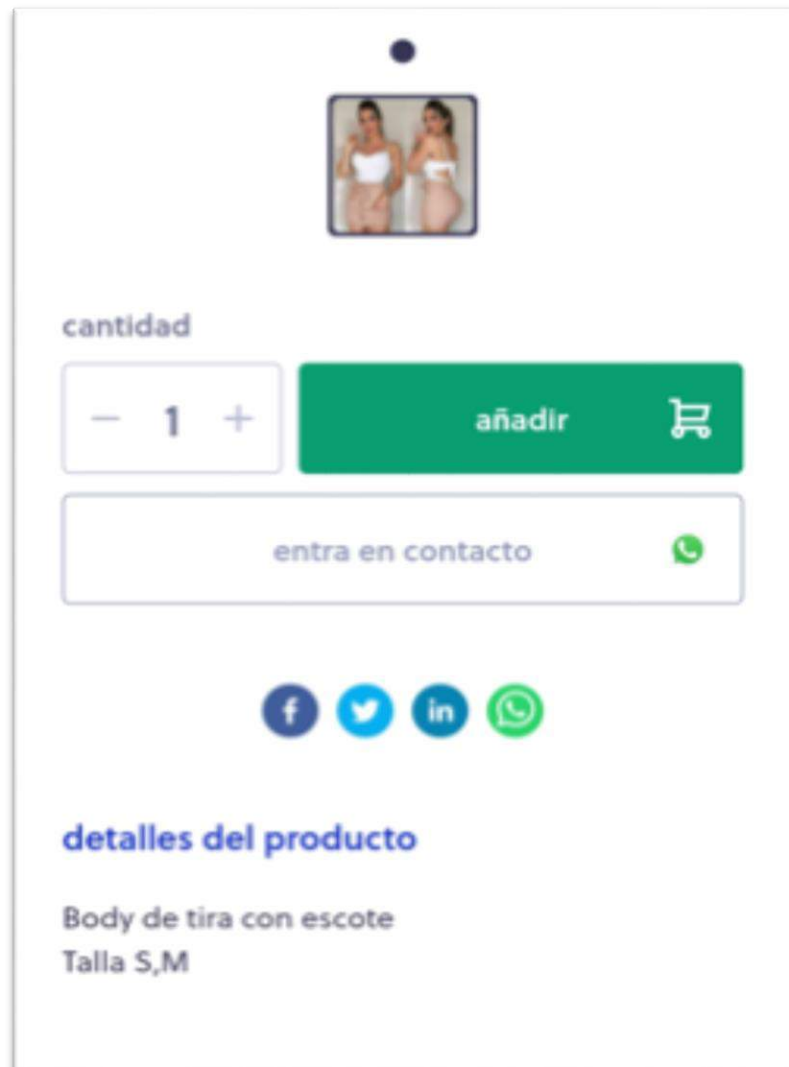
Ilustración.16



Elaborado por: Jenniffer Cabezas Avalos

Elaborado por: Jenniffer Cabezas Avalos

Ilustración.17



Elaborado por: Jennifer Cabezas Avalos

Empaque de las Prendas

Ilustración.18



Elaborado por: Jenniffer Cabezas Avalos

Ilustración.19



Elaborado por: Jenniffer Cabezas Avalos

Ilustración.20



Elaborado por: Jenniffer Cabezas Avalos

Evidencias de las Entregas

Ilustración.21



Elaborado por: Jenniffer Cabezas Avalos

Ilustración.22



Elaborado por: Jenniffer Cabezas Avalos

Ilustración.23



Elaborado por: Jenniffer Cabezas Avalos

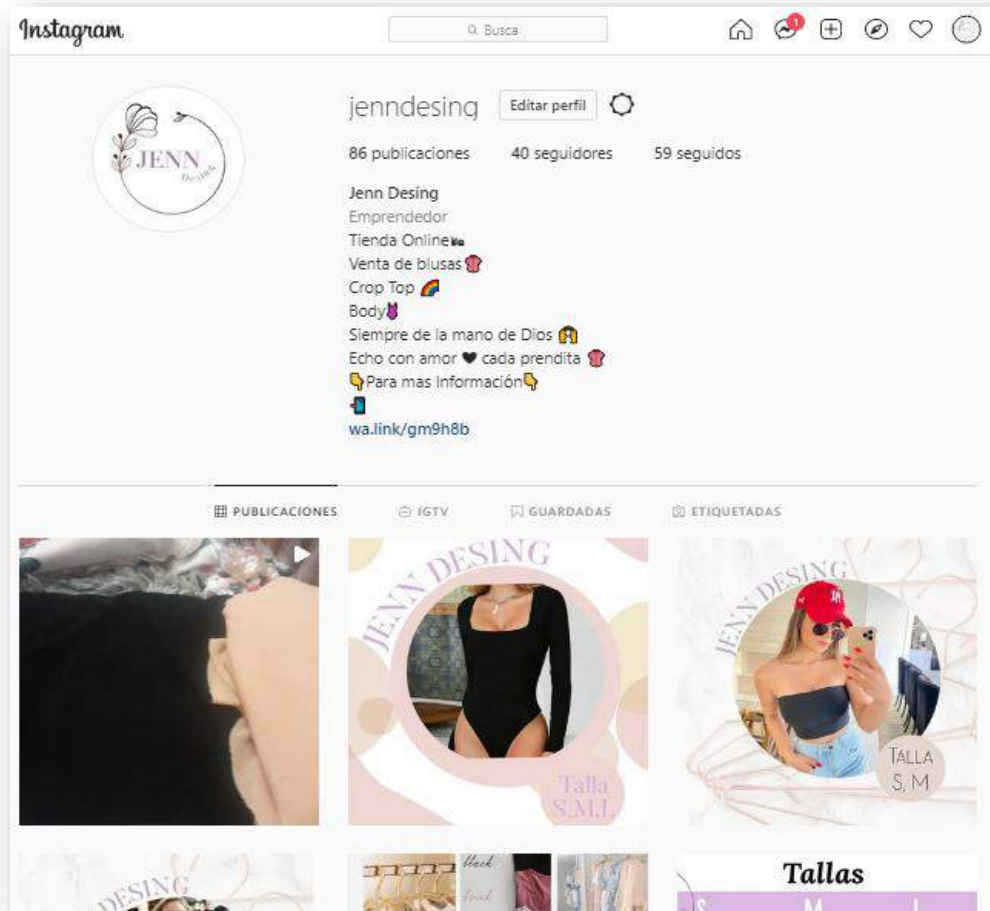
Ilustración.24



Elaborado por: Jenniffer Cabezas Avalos

Redes Sociales de Jenn Desing

Ilustración.25 Instagram



Elaborado por: Jenniffer Cabezas Avalos

Ilustración.26

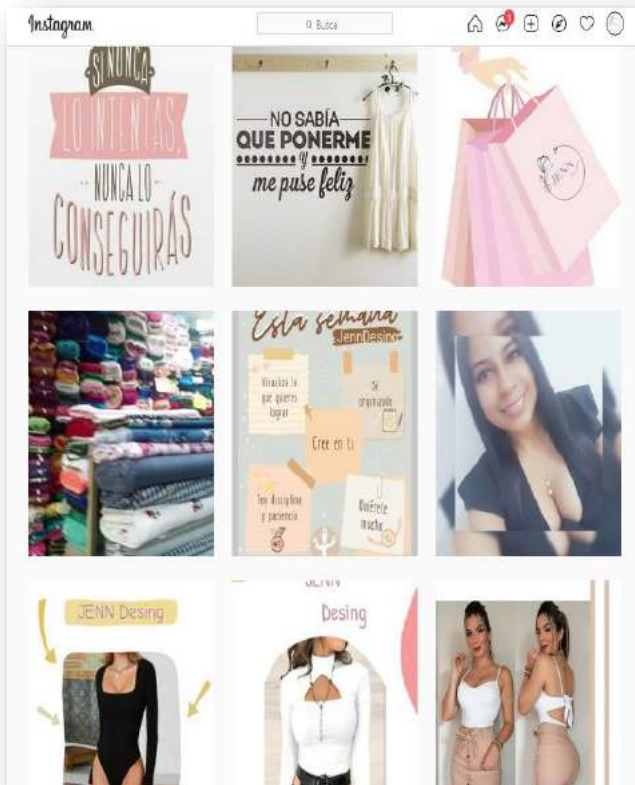
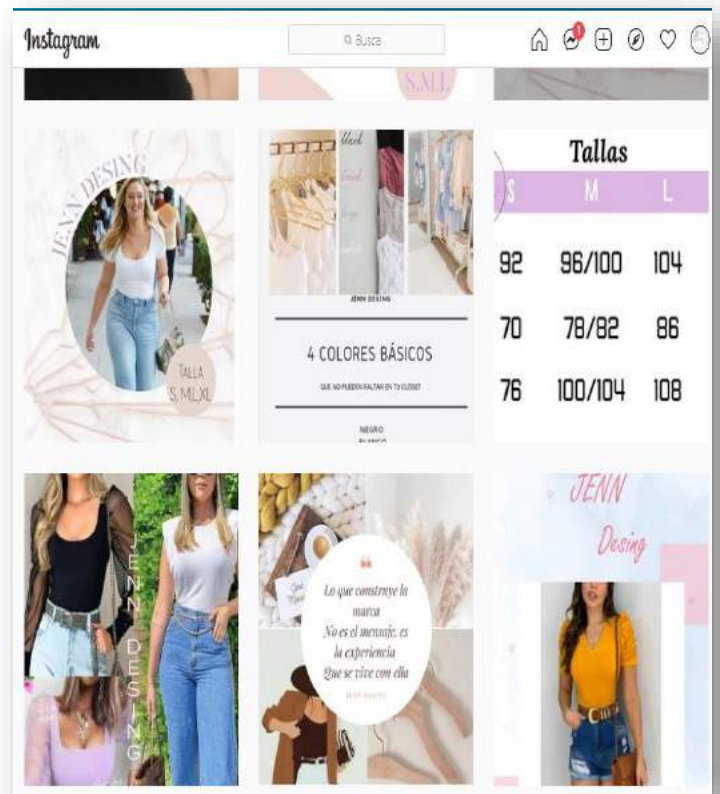


Ilustración.27



Elaborado por: Jennifer Cabezas Avalos

WhatsApp Business

Ilustración. 28



Ilustración 29



Ilustración 30



Elaborado por: Jennifer Cabezas Avalos

Página Web

Ilustración 31

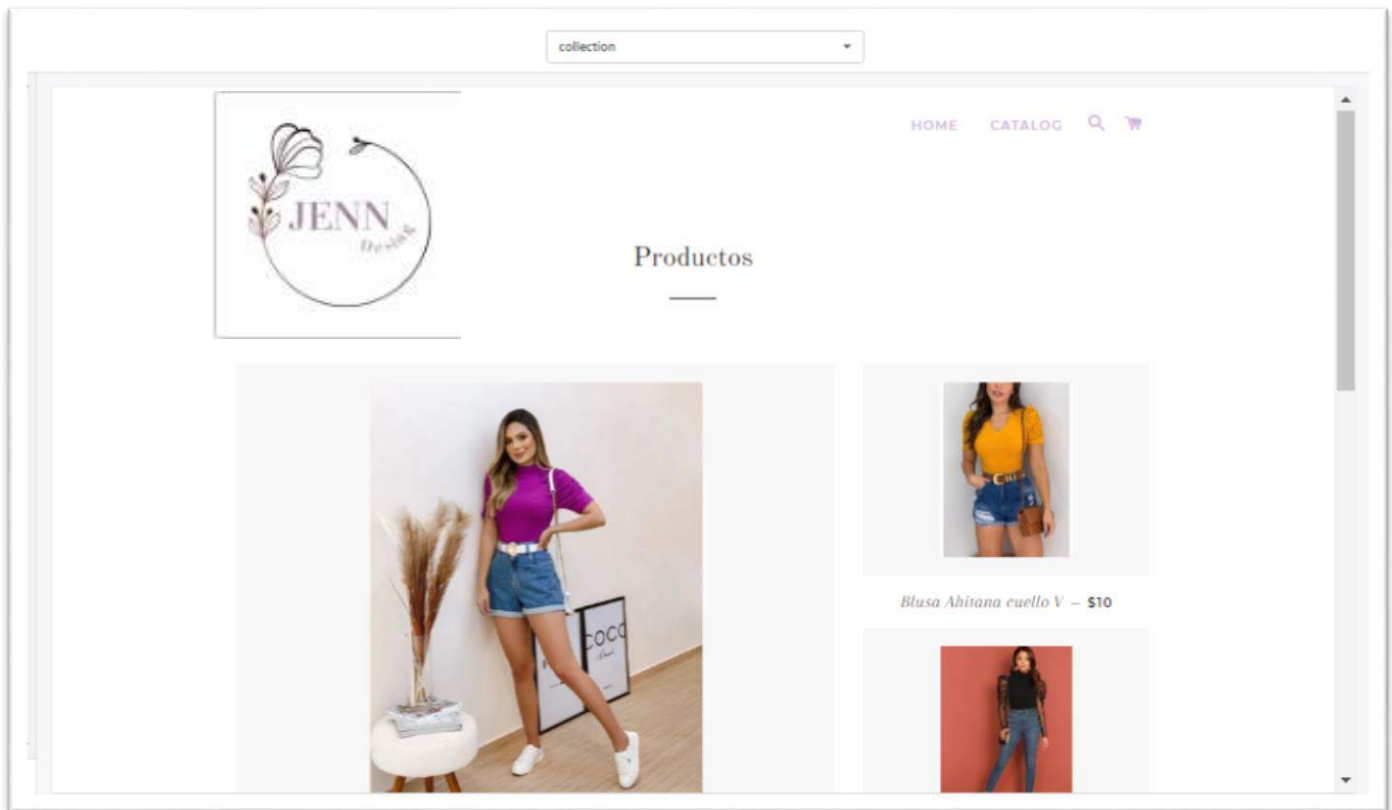


Ilustración 32



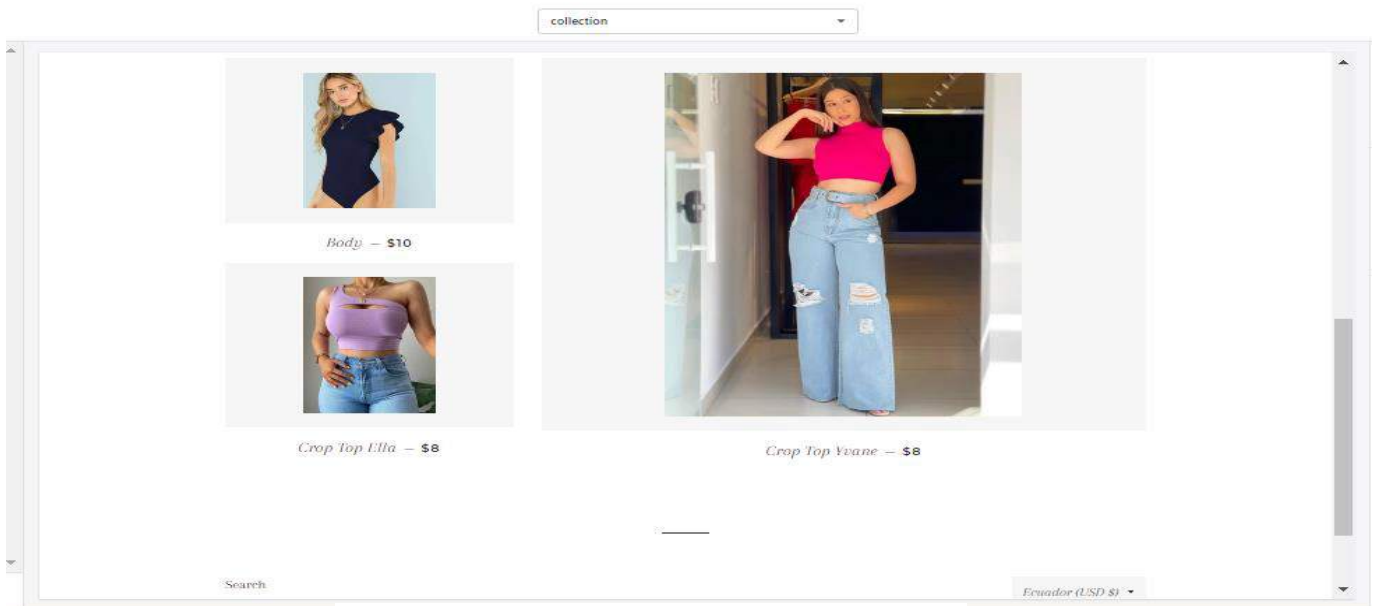
Elaborado por: Jenniffer Cabezas Avalos

Ilustración.33



Elaborado por: Jenniffer Cabezas Avalos

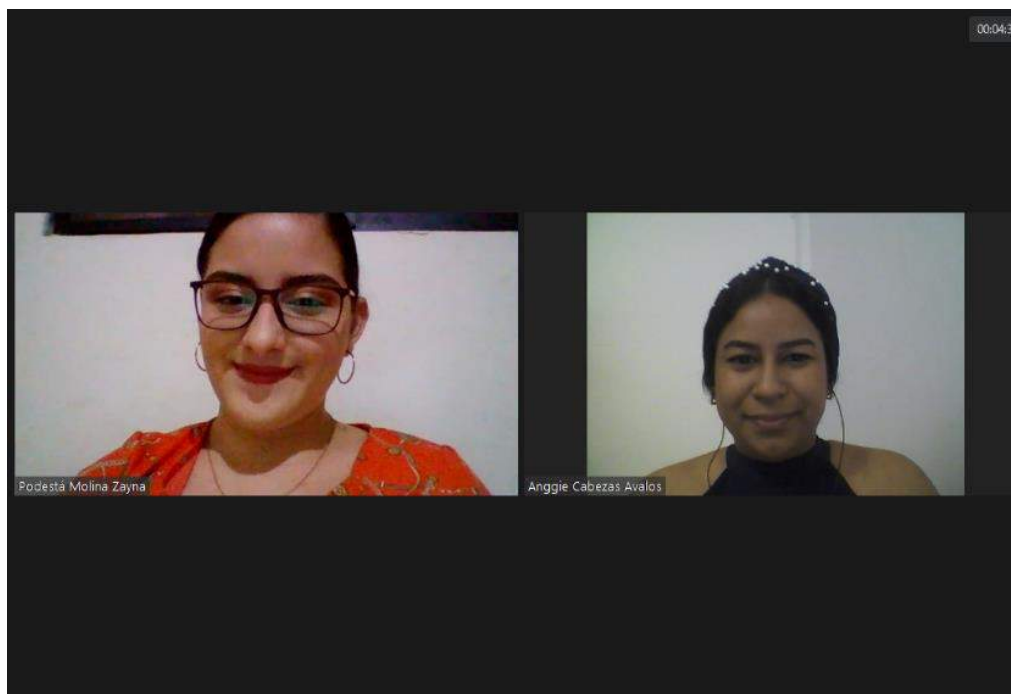
Ilustración.34



Elaborado por: Jenniffer Cabezas Avalos

Evidencia de la entrevista

Ilustración.35



Elaborado por: Jenniffer Cabezas Avalos

