



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ECONOMIA Y EMPRESA  
CARRERA DE EMPRENDIMIENTO**

**TEMA:**

**Propuesta para la creación de una plataforma digital de video lecturas para  
personas no oyentes.**

**AUTORA:**

**Vaca Jiménez, Jeans Paul**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de LICENCIADO EN  
DESARROLLO DE NEGOCIOS BILINGÜE**

**TUTOR:**

**Econ. Lucín Castillo, Virginia Carolina**

**Guayaquil, Ecuador**

**2022**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ECONOMIA Y EMPRESA**  
**CARRERA DE EMPRENDIMIENTO**

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Vaca Jiménez, Jeans Paul**, como requerimiento para la obtención del título de **Licenciado en Desarrollo de Negocios Bilingüe**.

**TUTOR**

f.

\_\_\_\_\_  
**Econ. Lucín Castillo, Virginia Carolina**

**DIRECTOR DE LA CARRERA**

f. \_\_\_\_\_

**Ing. Hurtado Cevallos, Gabriela, Mgs**

**Guayaquil, a los 1 del mes de Septiembre del año 2022**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ECONOMIA Y EMPRESA**  
**CARRERA DE EMPRENDIMIENTO**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

**Yo, Vaca Jiménez, Jeans Paul**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación, **Propuesta para la creación de una plataforma digital de video lecturas para personas no oyentes**, previo a la obtención del título de **Licenciado en Desarrollo de Negocios Bilingüe**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, a los 1 del mes de septiembre del año 2022**

**EL AUTOR**

f. Jeans Paul Vaca J  
**Vaca Jimenez, Jeans Paul**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS ADMINISTRATIVAS Y  
EMPRESARIALES  
CARRERA DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN SOCIAL**

**AUTORIZACIÓN**

**Yo, Vaca Jiménez, Jeans Paul**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Propuesta para la creación de una plataforma digital de video lecturas para personas no oyentes**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 1 del mes de septiembre del año 2022**

**EL AUTOR**

f. Jeans Paul Vaca J  
**Vaca Jiménez, Jeans Paul**

# URKUND

## REPORTE URKUND

**URKUND**

<b>Documento</b>	<a href="#">TESIS VACA JIMENEZ JEANS PAUL.docx</a> (D143155249)
<b>Presentado</b>	2022-08-22 07:59 (-05:00)
<b>Presentado por</b>	jeanspaul1999@gmail.com
<b>Recibido</b>	virginia.lucin.ucsg@analysis.orkund.com
<b>Mensaje</b>	Verificacion de plagio, Vaca Jimenez Jeans Paul <a href="#">Mostrar el mensaje completo</a> 1% de estas 30 páginas, se componen de texto presente en 2 fuentes.

URKUND interface navigation icons: list, search, quote, print, up, left, right.



1-09-2022

## **Agradecimiento**

Agradezco en primer lugar a Dios y a mi abuelita María Virginia Silva, siendo el complemento más importante para darme las fuerzas necesarias de seguir adelante incluso en los momentos más complicados de mi vida, además por haberme inculcado valores destacables dentro de mi niñez hasta mi madures.

Agradezco a mi mamá Alexandra Jiménez Silva y a mi tía Paola Jiménez Silva por ayudarme en la parte emocional y organizacional durante mi etapa universitaria y laboral además por su sacrificio en cada recorrido significativo que he dado.

También quedo muy agradecido con mis grandes amigos Shaina Crespo Pincay y mis amigos de mi primera promoción de colegio por guiarme a romper cadenas de no ser conformista y avanzar mucho más allá a rumbos más grandes, siempre siendo diferente, sobre todo a Julián Antonio Morocho por ser un excelente amigo y hermano.

Agradezco a mis amigos del Colegio Sagrada Familia que son apoyos primordiales en mi vida, les mando un fuerte abrazo y gracias por estar ahí tantos en mis ferias de emprendimiento y reuniones cercanas a mí.

Agradezco a mi hermosa Alma Mater UCSG que supo darme los excelentes años de mi vida tanto para valorarme como persona, como profesional y como un emprendedor de mi propia vida.

Finalmente agradezco a mis profesores de carrera Ángel Castro, Andrés Navarro, Margarita Zumba por sus conocimientos y predisposición, estoy muy contento de tener docentes que supieron exigirme y darme a conocer que el sacrificio tiene una gran recompensa.

Jeans Paul Vaca Jimenez

## Dedicatoria

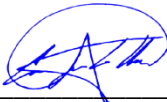
Quiero agradecer este trabajo infinitamente a mi familia JIMENEZ SILVA por ser el pilar fundamental de mi vida, a mis maestros del colegio DELFINA ARMERO DE GOMEZ – SAGRADA FAMILIA, mis profesores de carrera UCSG y finalmente a todas las personas que han sido cercanas a mí en mi etapa universitaria y laboral.

Jeans Paul Vaca Jimenez



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS ADMINISTRATIVAS Y  
EMPRESARIALES  
CARRERA DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN SOCIAL**

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

f.  \_\_\_\_\_

**Econ. Lucín Castillo, Virginia Carolina**

TUTOR

f. \_\_\_\_\_

**Ing. Hurtado Cevallos, Gabriela Elizabeth, Mgs**

DECANO O DIRECTOR DE CARRERA

f. \_\_\_\_\_

**(NOMBRES Y APELLIDOS)**

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA



## INDICE GENERAL

<b>Introducción</b>	<b>2</b>
<b>CAPÍTULO 1</b>	<b>4</b>
<b>1. Descripción de la investigación</b>	<b>4</b>
1.1. Tema – Título	4
1.2. Justificación	4
1.3. Planteamiento Y Delimitación Del Tema U Objeto De Estudio	5
1.4. Planteamiento Del Problema	6
1.5. Contextualización Del Tema U Objeto De Estudio	7
1.5.1. <i>Situación Mundial</i>	7
1.5.2. <i>Situación Regional (Latinoamérica)</i>	8
1.5.3. <i>Plan Nacional de Desarrollo</i>	9
1.5.4. <i>Universidad – UCSG SINDE</i>	10
1.5.5. <i>FCEAE – INECM</i>	10
1.6. <b>Objetivos de la Investigación</b>	<b>11</b>
1.6.1. <i>Objetivo General</i>	11
1.6.2. <i>Objetivos Específicos</i>	11
1.7. <b>Fundamentación Teórica del Proyecto</b>	<b>12</b>
1.7.1. <i>Marco Referencial</i>	12
1.7.2. <i>Marco Teórico</i>	12
1.7.3. <b>Marco Conceptual</b>	<b>13</b>
1.7.4. <i>Marco Legal</i>	14
1.7.4.1. <b>E Commerce</b>	<b>14</b>
1.8. <b>Formulación de la hipótesis y-o de las preguntas de la investigación de las cuáles se establecerán los objetivos.</b>	<b>15</b>
<b>CAPÍTULO 2</b>	<b>17</b>
<b>2. Descripción Del Negocio</b>	<b>17</b>
2.1. <b>Análisis de la Oportunidad</b>	<b>17</b>
2.1.1. <i>Descripción de la Idea de Negocio: Modelo de negocio</i>	19
2.2. <b>Misión, Visión y Valores de la Empresa</b>	<b>21</b>
2.3. <b>Objetivos de la Empresa</b>	<b>22</b>
2.3.1. <i>Objetivo General</i>	22
2.3.2. <i>Objetivos Específicos</i>	22
<b>CAPÍTULO 3</b>	<b>24</b>
<b>3. Análisis De La Industria</b>	<b>24</b>
3.1. <b>PEST</b>	<b>24</b>

<b>Factores Políticos</b>	24
<b>Leyes Que Amparan A Las Personas Discapacitadas</b>	24
<b>Acontecimientos Del Gobierno Anterior Sobre La Discapacidad</b>	25
<b>Leyes Y Amparos Actuales Del Gobierno Ante La Discapacidad</b>	26
<b>Ventajas Políticas Ante La Creación De Ideas De Negocios Para Beneficio De Personas Con Discapacidad</b>	26
<b>Factores Económicos</b>	26
<b>Salario De Personas Con Discapacidad</b>	26
<b>Inversión Educación Inclusiva Anual En Ecuador</b>	29
<b>PEA (Población Activa) Inclusión De Discapacitado</b>	29
<b>Factores Sociales</b>	30
<b>Tamaño De Personas Con Discapacidad</b>	30
<b>Factores Que Provocan La Discapacidad En Ecuador</b>	30
<b>Modos De Vida De Las Personas Con Discapacidad</b>	31
<b>Costumbres Y Tradiciones De Las Personas Con Discapacidad Auditiva</b>	31
<b>Pirámide De Nivel Socio- Económico</b>	32
<b>Factores Tecnológicos</b>	32
<b>Aprendizaje Ante La Sociedad Discapacitada Durante La Pandemia</b>	32
<b>Modos De Aprendizaje Para Las Personas Con Discapacidad</b>	33
<b>Estudio De Cuentas Personas Con Discapacidad Usan Redes Sociales</b>	33
<b>Consumo De Tecnología Por Parte De Las Personas Con Discapacidad</b>	34
<b>Plataforma Que Se Usara Para La Creación Del Curso Virtual De Gastronomía</b>	34
<b>3.2. Estadísticas De Ventas, Importaciones Y Crecimiento En La Industria</b>	35
<b>3.3. Análisis Del Ciclo De Vida De La Industria</b>	35
<b>3.4. Análisis De Las Cinco Fuerzas Competitivas De Porter Y Conclusiones</b>	36
<i>Amenaza De Los Nuevos Competidores</i>	36
<i>Poder De Negociación De Los Proveedores</i>	36
<i>Poder De Negociación De Los Compradores</i>	37
<i>Amenaza De Productos O Servicios Sustitutivos</i>	37
<i>Rivalidad Existente Entre Competidores De La Industria</i>	37
<b>Conclusión Fuerza De Porter</b>	38
<b>3.5. Análisis Del Mercado</b>	39
<b>3.5.2. Tamaño Del Mercado: TAM, SAM, SOM</b>	40
<b>TAM</b>	40
<b>SAM</b>	40

3.5.3. <i>Características De Los Competidores: Liderazgo, Antigüedad, Ubicación, Productos Principales Y Línea De Precio.</i>	41
3.5.4. <i>Segmentación De Mercado</i>	42
3.5.5. <i>Criterio De Segmentación</i>	42
3.5.6. <i>Selección De Segmentos</i>	42
3.5.7. <i>Perfiles De Los Segmento</i>	43
3.6. <b>Matriz FODA</b>	43
3.7. <b>Investigación De Mercado</b>	44
3.7.1. <i>Método</i>	44
3.7.2. <i>Diseño De La Investigación</i>	45
3.7.2.1. <b>Objetivos De La Investigación: General Y Específicos.</b>	45
3.7.2.1.1. <i>Objetivo General.</i>	45
3.7.2.1.2. <i>Objetivo Especifico</i>	45
3.7.2.2. <b>Tamaño De La Muestra.</b>	45
3.7.2.3. <b>Técnica De Recogida Y Análisis De Datos.</b>	45
3.7.2.4. <b>Análisis De Datos.</b>	46
Entrevista	46
Conclusión	49
Encuesta	49
3.7.2.5. <b>Conclusiones De La Investigación De Mercado.</b>	68
<b>CAPÍTULO 4</b>	<b>70</b>
<b>4. Plan De Marketing</b>	<b>70</b>
4.1. <b>Objetivos: General y Específicos</b>	70
<i>Objetivo General</i>	70
<i>Objetivo Especifico</i>	70
4.1.1. <i>Mercado Meta</i>	70
4.1.1.1. <b>Tipo Y Estrategias De Penetración.</b>	70
4.1.1.2. <b>Cobertura</b>	71
4.2. <b>Posicionamiento</b>	71
4.3. <b>Estrategias De Marketing Mix</b>	71
4.3.1. <i>Estrategias De Producto O Servicio</i>	71
4.3.1.1. <b>Empaque: Reglamento Del Mercado Y Etiquetado.</b>	71
4.3.2. <i>Estrategia De Precios</i>	72
4.3.3. <i>Poder Adquisitivo Del Mercado Meta</i>	72

4.3.3.1. Políticas De Precio	72
4.3.4. Estrategia De Plaza	72
4.3.4.1. Merchandising	72
4.3.5. Estrategias de Promoción	73
4.3.5.1. Promoción de ventas	73
4.3.6. Publicidad	73
4.3.6.1. Elaboración de diseño y propuesta publicitaria:	73
4.3.6.1.1. Estrategia TTL.	75
4.3.6.2. Estrategias De Lanzamiento.	75
4.3.6.2.1. Plan De Medios: Tipos, Costos, Rating, Agencias De Publicidad.	75
4.3.6.3. Cronograma Y Presupuesto Promocional	79
<b>CAPÍTULO 5</b>	<b>82</b>
<b>5. Plan Operativo</b>	<b>82</b>
5.1. Producción	82
5.1.1. Proceso Productivo	82
5.1.2. Flujogramas de procesos	83
5.1.3. Ubicación e Infraestructura	83
5.1.4. Mano de Obra	84
5.1.5. Capacidad Instalada	84
5.1.6. Presupuesto	84
5.2. Estructura Organizacional	85
5.2.1. Cargos y Perfiles del Equipo Gerencial	85
5.2.2. Organigrama	87
<b>CAPÍTULO 6</b>	<b>90</b>
<b>6. Estudio Económico-Financiero-Tributario</b>	<b>90</b>
6.1. Inversión Inicial	90
6.1.1. Tipo De Inversión	90
6.1.1.1. Fija.	91
6.1.1.2. Diferida.	92
6.1.1.3. Corriente.	92
6.1.2. Financiamiento De La Inversión	93
6.1.2.1. Fuentes De Financiamiento.	93
6.1.2.2. Tabla De Amortización.	93
6.1.3. Cronograma de Inversiones	94
6.2. Análisis de Costos	94

6.2.1. <i>Costos Fijos</i>	94
6.2.2. <i>Costos Variables</i>	94
6.3. <b>Capital de Trabajo</b>	95
6.3.1. <b>Gastos de Operación</b>	95
6.3.2. <b>Gastos Administrativos</b>	95
6.3.3. <b>Gastos de Ventas</b>	96
6.3.4. <b>Gastos Financieros</b>	97
6.4. <b>Análisis de Variables Críticas</b>	97
6.4.1. <b>Determinación del Precio: Mark Up y Márgenes.</b>	97
6.4.2. <b>Proyección de Costos e Ingresos en función de la proyección de Ventas</b>	97
6.4.3. <b>Análisis de Punto de Equilibrio</b>	98
6.5. <b>Estados Financieros proyectados</b>	100
6.5.1. <b>Balance General</b>	100
6.5.2. <b>Estado de Pérdidas y Ganancias</b>	101
6.5.2.1. <b>Flujo de Caja Proyectado</b>	101
6.5.2.1.1. <i>Indicadores de Rentabilidad y Costo del Capital</i>	102
6.6. <b>Análisis de Sensibilidad Multivariable o de Escenarios Múltiples</b>	104
6.6.1. <b>Principales riesgos</b>	104
6.6.2. <b>Mitigación del riesgo</b>	104
6.7. <b>Razones Financieras</b>	104
6.7.1. <b>Liquidez</b>	104
6.7.2. <b>Gestión</b>	104
6.7.3. <b>Endeudamiento</b>	105
6.7.4. <b>Rentabilidad</b>	105
6.8. <b>Conclusiones del Estudio Financiero</b>	105
<b>CONCLUSIONES</b>	<b>107</b>
<b>RECOMENDACIONES</b>	<b>108</b>
<b>BIBLIOGRAFÍAS</b>	<b>109</b>
<b>DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN</b>	<b>113</b>

## Índice de Figuras

Figura 1 Model Canvas .....	19
Figura 2 Crecimiento de la población con discapacidad.....	27
Figura 3 Tipo y grado de discapacidad .....	28
Figura 4 Pirámide socio-económico.....	32
Figura 5 Edades .....	50
Figura 6 Nivel de discapacidad .....	51
Figura 7 Genero.....	52
Figura 8 Nivel de estudio .....	53
Figura 9 Ciudad.....	53
Figura 10 Temas de las capacitaciones .....	55
Figura 11 Herramientas tecnológicas .....	56
Figura 12 Frecuencia con que se usa las herramientas antes seleccionadas. ....	57
Figura 13 Acceso a internet.....	58
Figura 14 Tipo de internet.....	59
Figura 15 Lectura .....	60
Figura 16 Familiares de sordos .....	61
Figura 17 Actividad económica laboral .....	62
Figura 18 Ingresos de los encuestados .....	63
Figura 19 Rango de lectura de labios .....	64
Figura 20 Rango de lectura .....	65
Figura 21 Lenguaje de señas .....	66
Figura 22 Atractivo los talleres .....	67
Figura 23 Costo .....	68
Figura 24 Logo de servicio.....	73
Figura 25 Post.....	74
Figura 26 Mensaje de inclusión .....	74
Figura 27 Post para Instagram.....	78
Figura 28 Post para Facebook .....	78
Figura 29 Flujograma de procesos .....	83
Figura 30 Tabla de amortizaciones .....	93
Figura 31 Gastos de operación .....	95
Figura 32 Precio .....	97

Figura 33 Costo .....	98
Figura 34 Análisis de punto de equilibrio .....	98
Figura 35 Datos de análisis de punto de equilibrio .....	98
Figura 36 Punto de equilibrio.....	99
Figura 37 Balance general.....	100
Figura 38 Estado de perdidas y ganancias .....	101
Figura 39 Flujo de caja proyectado .....	102
Figura 40 Ratios de liquidez.....	104
Figura 41 Ratios de gestión.....	105
Figura 42 Endeudamiento .....	105
Figura 43 Rentabilidad determinada .....	105

## Índice de tablas

Tabla 1 Sublínea.....	11
Tabla 2 Tipos de competencias .....	39
Tabla 3 Productos de los competidores y sus características, liderazgo, ubicación.....	41
Tabla 4 Matriz FODA .....	43
Tabla 5 Plan de medios .....	75
Tabla 6 Cronograma y presupuesto promocional .....	79
Tabla 7 Presupuesto promocional .....	80
Tabla 8 Mano de obra.....	84
Tabla 9 Presupuesto .....	84
Tabla 10 Organigrama.....	87
Tabla 11 Inversión Inicial .....	90
Tabla 12 Tipo de inversion.....	91
Tabla 13 Activos fijos .....	91
Tabla 14 Diferida .....	92
Tabla 15 Corriente.....	92
Tabla 16 Costos fijos.....	94
Tabla 17 Costos variables .....	95
Tabla 18 Gastos administrativos .....	96
Tabla 19 Gastos de venta .....	96
Tabla 20 Gastos financieros .....	97
Tabla 21 TMAR .....	102
Tabla 22 TMAR .....	102
Tabla 23 TMAR .....	102
Tabla 24 VAN .....	103
Tabla 25 TIR .....	103
Tabla 26 PLAYBACK .....	103



## **Resumen**

El siguiente trabajo de titulación, tiene un gran objetivo sobre todo a nivel social. Basado en la enseñanza a personas con discapacidad auditiva por medio de una plataforma digital que a diferencias de otros servicios que ofrecen lo mismo, lo haremos enfocado y haciendo uso del lenguaje de señas.

La cual, mediante la realización de una encuesta masiva, se logró generar datos que nos demuestran que la mejor forma para capacitar o dar a entender información a personas con discapacidad auditiva no siempre es la lectura, sino que el lenguaje de señas.

El impartir cursos grabados sobre temas gastronómicos a personas con discapacidad auditiva va a permitir que este segmento de personas pueda trascender nuevos horizontes, nuevos caminos y romper el esquema de miedo de que los sordos no pueden prosperar en el mundo actual. El incentivar el emprendimiento, la habilidad culinaria y a destacar a que cada persona sorda quiera superarse y contar su propia historia de éxito, es parte del propósito del proyecto propuesto.

La metodología de la investigación es de enfoque mixto, de diseño exploratorio, de ahí que, se emplearon como técnicas de recolección de información a la entrevista a personas con discapacidad auditiva e intérpretes expertos en el área de manejo y enseñanza a sordos. El ejercicio financiero determinó que la propuesta es viable y factible y mostro un resultado positivo con una TMAR de 12.40%, una VAN de \$5.042,43 y una TIR de 29.96%

Palabras Clave: Emprendimiento, innovación, lengua de señas

## **Abstrac**

The following degree work has a great objective, especially at a social level. Based on teaching people with hearing disabilities through a digital platform that unlike other services that offer the same, we will focus and making use of sign language.

By conducting a massive survey, we were able to generate data that show us that the best way to train or understand information to people with hearing disabilities is not always reading, but sign language.

Providing recorded courses on gastronomic topics to people with hearing disabilities will allow this segment of people to transcend new horizons, new paths and break the fear that the deaf cannot prosper in today's world. Encouraging entrepreneurship, culinary skills and highlighting that each deaf person wants to excel and tell their own success story, is part of the purpose of the proposed project.

The methodology of the research is of mixed approach, of exploratory design, hence, as data collection techniques were used to interview hearing impaired people and expert interpreters in the area of management and teaching of the deaf. The financial exercise determined that the proposal is viable and feasible and showed a positive result with a TMAR of 12.40%, an NPV of \$5,042.43 and an IRR of 29.96%.

Keywords: Entrepreneurship, innovation, sign language

## **Introducción**

En la actualidad el Ecuador es considerado como uno de los principales países con los índices de emprendimientos más altos. Durante años la innovación y la gestión de pequeños comerciantes para crear nuevas marcas y emprendimientos han ido al alza en la ciudad de Guayaquil.

Se ha tomado en cuenta relacionar estas estadísticas con un segmento en especial, que son las personas con discapacidad auditiva. Esta discapacidad es conocida como sordera que se da cuando se pierde el sentido total de la audición a cualquier edad e incluso al momento de nacer cada persona.

Esta tesis busca dar un enfoque nuevo, destacado en innovación social como un aporte a las personas con discapacidad auditiva mediante un portal web. Donde se ofrecerá cursos gastronómicos basado en el lenguaje de señas.

De acuerdo con los requerimientos la tesis se presenta de la siguiente manera:

En el capítulo uno, se destaca la descripción de la investigación, tanto el planteamiento y contexto a nivel social sobre la discapacidad auditiva.

En el capítulo dos se enfoca en brindar la descripción del negocio, todo el elemento que se necesita, las oportunidades y sobre todo que se realizara para llevar el proyecto al siguiente nivel.

En el capítulo tres se brinda información sobre la industria del segmento de las personas con discapacidad auditiva, tanto el análisis PEST como estadísticas ventas, fuerzas de porter, análisis de mercado e investigación del mismo.

En el capítulo cuatro se dará contexto del plan de marketing, que realizaremos para tener ventas, prospecciones y adicional que ventajas competitivas tenemos sobre las competencias, aparte la presentación de artes de la tesis y estrategias del servicio.

En el capítulo cinco, se especifica el plan operativo del proyecto, que deriva la experiencia del cliente usando la plataforma digital, adicional se presenta el cronograma de actividades y presupuesto.

# **CAPÍTULO 1**

## **DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

# **CAPÍTULO 1**

## **1. Descripción de la investigación**

El presente trabajo de titulación tiene como objetivo la creación de un portal web enfocado en video traducciones para personas con discapacidad auditiva

Se desarrolló el modelo de negocio basado en la necesidad de la falta de atención hacia este segmento de personas, que son excluidas de la sociedad tanto a nivel educativo como laboral y social.

Por esa razón que, gracias a este proyecto, se generara un cambio ante la expectativa de la sociedad en no dejar a un lado o aislado a esta clase de personas y así ofreciendo una oportunidad tanto en conocimiento como autoeducación para niños, jóvenes y adultos que dominen la lengua de señas.

### **1.1. Tema – Título**

“Propuesta para la creación de una plataforma digital de video lecturas para personas no oyentes”

### **1.2. Justificación**

El proyecto de titulación a desarrollarse tiene como fin la propuesta de la creación de un sitio web enfocado en video traducciones para personas no oyentes, el proyecto se realizará en la ciudad de Guayaquil, con el propósito de promoverlo como un medio sustentable para el desarrollo educativo, socio-económico y cultural. La idea del proyecto propuesto se dio debido a la necesidad de aprendizaje que constantemente se tiene a considerar, la inclusión debe de ser una opción constante dentro de la sociedad, acción que se desea lograr con la idea propuesta,

el incentivar a estas personas que generen un emprendimiento y se destaquen con el resto.

Se presentará la planificación de trabajo, detallada para cumplir con el plan comercial y marketing, para generar un impacto ejemplar positivo en la sociedad.

La dificultad que tienen estas personas a diario para comunicarse o procesar información se genera día a día, son situaciones muy complejas para muchas personas sordas. La poca comprensión que tienen al momento de leer un texto, se da por no tener lengua materna, esto a su vez impide que puedan entender ciertos conceptos adaptados en la lengua de señas, tales como jergas o expresiones típicas de su cultura.

Es importante destacar que mediante este proyecto se anhela fomentar un gran aporte social que beneficie a miles de personas que sufren esta discapacidad auditiva. Para que el conocimiento pueda trascender y expandirse a más personas con esta discapacidad. Se usará la web 2.0 para que el sitio web pueda llegar a mas no oyentes y así enriquecer el conocimiento de miles de personas que sufren esta discapacidad.

### **1.3. Planteamiento Y Delimitación Del Tema U Objeto De Estudio**

Los jóvenes sordos, no son buenos usuarios de la lengua escrita, tampoco poseen mucho conocimiento tanto en la comprensión del arte culinario, recetas gastronómicas o platos típicos fáciles de preparar. Por medio de un sitio web basado en video traducciones, muchos jóvenes en todas partes del mundo tendrán acceso a esta información para poder entender bajo su idioma materno el entendimiento y contexto de ciertas obras culinarias que no estaban adaptadas en su idioma.

Por tal razón se llevará a cabo una investigación entre mayo a septiembre del 2022, en el FENACEC (Federación Nacional de Personas Sordas del Ecuador) y el INEC para estudiar a la población con discapacidad auditiva en la ciudad de Guayaquil.

Por este motivo se ha visto la necesidad de crear el proyecto para fomentar una adaptación de conocimiento y poder influirlo a personas que tengan el interés de recibirlo.

#### **1.4. Planteamiento Del Problema**

En la actualidad la comunicación es un factor indispensable para la vida, todo ser debe aprender, interactuar, practicar, intercambiar, idear, etc. Todas esas acciones se basan en una interpretación, un entendimiento. ¿Qué sucede cuando una persona tiene limitaciones en comunicación? Su vida no es normal, su vida es complicada para relacionarse, aprender y todo lo demás mencionado. Existen medios no comunes donde personas con discapacidad tienen acceso a aprender Y entender lo que nos informan normalmente, lo cual es un idioma llamado lengua de señas. Las personas con discapacidad auditiva deben adaptarse a este idioma, debido a que es la única forma donde ellos no necesitan escuchar solo necesitan ver.

Cabe recalcar que este lenguaje ha ayudado a miles de personas para que puedan vivir con conocimiento y sobrellevar su vida como los demás. Sin duda esta lengua promueve el conocimiento para personas con discapacidad auditiva, que deseen superar barreras del conocimiento y así expresar sus ideas ante el mundo. “El lenguaje de señas es el lenguaje por el cual se comunican aquellos que no pueden oír. Si bien es una forma de integración social y posee beneficios tanto para

las personas sordas como para las que no lo son, no se le da en la sociedad la importancia que debería”. (Dominguez, 2017 ).

Según la Organización Mundial de la Salud (OMS) “La discapacidad auditiva se puede definir como aquel trastorno sensorial caracterizado por la pérdida de la capacidad de percepción de las formas acústicas, producidas ya sea por alteración del órgano de la audición o bien de la vía auditiva” este trastorno puede ser tanto genético como también se puede adquirir con la vejez o por problemas externos a temprana edad.

Las personas con discapacidad auditiva tiene el derecho de la inclusión social, no hay opción mejor que el involucrar a las personas discapacitadas en proyectos que los ayuden a generar aprendizajes que a medida como lo desarrollen logren generar un emprendimiento que no solo obtendrá una ayuda económica hacia ellos sino que también al estado, sin dejar a un lado el impulso a una mayor inclusión a la sociedad, demostrando la capacidad y talento que se puede obtener de personas que por motivos inoportunos no logran contar con todos sus sentidos.

## **1.5. Contextualización Del Tema U Objeto De Estudio**

### ***1.5.1. Situación Mundial***

Según la fuente de Federación Mundial de Sordos, existe un aproximado de casi 70 millones de personas sordas a nivel mundial. Más del 80% vive en países en desarrollo.

La lengua de señas es un idioma natural a todos los efectos, estructuralmente distintos de las lenguas habladas. Existe también un lenguaje de señas internacional que utilizan las personas sordas en reuniones internacionales y, de manera informal, cuando viajan y socializan. Este lenguaje internacional se considera una lengua



pidgin, es decir, una lengua mixta creada a partir de una lengua determinada más otros elementos de otra u otras lenguas. En el caso de la lengua de señas internacional es menos compleja que las lenguas naturales de señas y tiene un léxico limitado. (UNIDAS, 2015)

El 23 de septiembre de 2018, se celebra por iniciativa de la ONU, el Día Internacional de las Lenguas de Señas, para sembrar y concientizar la importancia de esta forma de comunicación por cientos de personas que tienen esta dificultad para comunicarse 360 millones de personas que no tienen la capacidad auditiva en el mundo, según la página oficial del Centro de Información de la ONU (CINU), lo que representa un cinco por ciento de la población mundial. De ese total, 32 millones son niños.

No obstante, solo el 20% de la población sorda a nivel mundial, utiliza lenguaje de señas como idioma materno, debido a que algunos emplean implantes cocleares y se comunican en la lengua hablada de su país. Otros no tienen la oportunidad de aprender el lenguaje de señas ni utilizar este tipo de implantes, por lo que la comunicación se hace más difícil. (Spuntnik Novosti - Centro de Información de las Naciones Unidas - Linguistic Society of America, 2020)

### ***1.5.2. Situación Regional (Latinoamérica)***

Según, (Altamirano, 2016) alrededor de 700.000 personas tienen discapacidad auditiva en México, de acuerdo con el Instituto de Estadística. Esta cifra engloba a los sordos e hipo acústico –que pueden escuchar, pero con deficiencias, los sordos representan entre 10 y 12% de la población de discapacitados en el país, que asciende a 7,7 millones de personas en un país de 120 millones.

Según la página del Consejo Nacional para la Igualdad de las Discapacidades (Conadis), en Ecuador hay **63,191** personas con discapacidad auditiva registradas. El 54.49% son hombres y el 45.51% son mujeres, datos provenientes del **2018**.

Actualmente Ecuador cuenta alrededor de **66.538** personas con discapacidad auditiva. (CONADIS, 2020)

### ***1.5.3. Plan Nacional de Desarrollo***

El presente trabajo de titulación aplica tener metas fijas partiendo en consideración el Plan de Creación de Oportunidades 2021-2025, el cual concierne:

- “Impulsar un sistema económico con reglas claras que fomente el comercio exterior, turismo, atracción de inversiones y modernización del sistema financiero nacional” (Plan Nacional de Desarrollo Plan De Creación de Oportunidades 2021-2025, n.d.)
- “Incrementar y fomentar, de manera inclusiva, las oportunidades de empleo y las condiciones laborales” (Plan Nacional de Desarrollo Plan De Creación de Oportunidades 2021-2025, n.d.)
- “Garantizar la gestión de las finanzas públicas de manera sostenible y transparente” (Plan Nacional de Desarrollo Plan De Creación de Oportunidades 2021-2025, n.d.)
- “Fomentar la productividad y competitividad en los sectores agrícola, industrial, acuícola y pesquero, bajo el enfoque de la economía circular” (Plan Nacional de Desarrollo Plan De Creación de Oportunidades 2021-2025, n.d.)

Se escogió el objetivo número uno, dado que este punto es denominado aspecto económico, lo cual tiene como objetivo, Generación de empleo, fomento

de oportunidad de negocios y lo cual incita a la generación de proyectos basados en aporte de innovación social.

#### ***1.5.4. Universidad – UCSG SINDE***

El modelo de negocio procura alinearse con los dominios económicos que posee la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, cada uno de ellos abarcan líneas de investigación, tales como:

- Modelos de desarrollo económico
- Organización y dirección de empresas
- Economía internacional
- Organización Industrial y políticas gubernamentales
- Teoría contable y sistemas de información
- Ética y responsabilidad social-empresarial
- Producción, comercialización y distribución de bienes y servicios

(DOMINIOS INSTITUCIONALES DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO, n.d.)

De la cual estos temas se verán relacionados en el transcurso y desarrollo del proyecto.

#### ***1.5.5. FCEAE – INECEM***

1. Organización y Dirección de Empresas: La investigación se relaciona con las líneas de investigación.

Tabla 1 Sublínea

Sublínea: Creación, Administración y Dirección de las Organizaciones	531104
---	--------

**Nota:** Sublínea administrativa de la empresa y código.

1. Emprendimiento e Innovación: El proyecto tiene una relación basada en el siguiente punto:

Sublínea: Creación y aceleración de nuevas empresas

## **1.6. Objetivos de la Investigación**

### ***1.6.1. Objetivo General***

Crear un sitio web donde los niños, jóvenes y adultos /sordos, puedan tener acceso a video traducciones de cursos gastronómicos, adaptados en lengua de señas.

### ***1.6.2. Objetivos Específicos***

- Evaluar los niveles de comprensión visual en niños, jóvenes y adultos sordos.
- Identificar interés de acuerdo a las interpretaciones que son dirigidas bajo el emisor del contenido.
- Crear una comunidad que esté interesada en el proyecto para llevarla a otro nivel y perfeccionar la idea
- Fomentar la cultura, el arte culinario y el emprendimiento por medio de la lengua de señas

## **1.7. Fundamentación Teórica del Proyecto**

### **1.7.1. Marco Referencial**

Las causas que provocan la discapacidad auditiva son muy diversas, las investigaciones coinciden en señalar las siguientes:

- Causas genéticas.

La hipoacusia puede ser heredada por familiares próximos, o estar asociados a otros síndromes o patologías

- Causa prenatales.

Inconvenientes que se presentan durante el periodo de gestación, durante el embarazo. Se puede deber al suministro de sustancias ototóxicas a la madre, antibióticos o fármacos que contienen fuertes sustancias, consumo de alcohol o drogas durante el embarazo

- Causas neonatales.

Problemas durante el parto, o durante los primeros días de la vida del bebé, Se puede deber al nacimiento prematuro del bebé, a la falta de oxígeno durante el parto (anoxia neonatal), a posibles lesiones producidas durante el nacimiento, provocadas por fuerzas mecánicas. (American Academy of Pediatrics, 2017 )

### **1.7.2. Marco Teórico**

Estudios realizados a nivel de Latinoamérica no revelan cifras exactas en cuanto a la discapacidad auditiva, debido a que la población en estudio es de más de 400 millones con una enorme variabilidad de padecimiento, por tal motivo, la prevención y el tratamiento no es una prioridad por los diversos factores entre los

que se puede mencionar las condiciones económicas de los países. (Cecibel, Barros Garcia , Tubay Franco , & Imelda , 2014 )

A lo largo del tiempo, se han aparecido muchos cambios que han ido aumentando las congruencias de las personas con discapacidad auditiva para que puedan tener una vida casi normal como los demás. Sin embargo, es notable recalcar un punto importante. (Gonzalalés, 2010) La educación ha sido un factor que ha estado durante mucho tiempo fuera de alcance para personas con cualquier tipo de discapacidad. Como indica Antonio Torres Gonzáles (Catedrático de universidad en la Facultad de Humanidades. Universidad de Jaén, autor del libro Educación Especial.), uno de los ámbitos que generó mayor disputa para las personas con discapacidad fue la educación, desde sus inicios se quitó de toda eventualidad ofrecer este beneficio a estas personas. Las personas con discapacidad auditiva han tenido una historia muy complicada representada por la privación de los derechos. Eran frecuentemente motivo de asombro, incompreensión, temor, diversión e ignorancia. Nadie se preocupaba por su educación, pues no eran consideradas como personas que pondrían en práctica lo aprendido, debido a que sus oportunidades dentro del mundo laboral serían muy escasas y, como tales, no eran sujetos educables” (Gonzalés, 2010)

### **1.7.3. Marco Conceptual**

**Innovación.** Creación o modificación de un producto, y su introducción en un mercado (RAE, 2021)

**Lengua de señas.** Es la lengua natural de las personas Sordas. Una lengua que posee y cumple todas las leyes lingüísticas y se aprende dentro de la comunidad

de usuarios a quienes facilita resolver todas las necesidades comunicativas y no comunicativas propias del ser humano, social y cultural. (Arado, 2011)

**Emprendimiento.** Es la actividad de comenzar y desarrollar un negocio en relación con la innovación, entusiasmo y determinación de las personas detrás de éste, como del producto que se vende. (Ferreira, 2022)

**Medicamentos ototóxicos:** Fármacos que tienen en su composición agentes que pueden ser perjudiciales para nuestros oídos. Algunos medicamentos producen una **pérdida de audición temporal**

**Gastronomía:** Es aquel arte de la preparación de una comida de calidad. La gastronomía está compuesta del conjunto de conocimientos y practicas relacionadas con el arte culinario, incluyendo recetas, ingredientes, técnicas, métodos, también contando con la evolución histórica y sus significaciones culturales. (Significado, 2022)

#### ***1.7.4. Marco Legal***

##### **1.7.4.1. E Commerce**

En el mundo del ecomerce existen ciertas limitantes y debido a la extensa red que se ha creado a medida que la tecnología a evolucionado, Ecuador cuenta con el Reglamento a la Ley de Comercio Electrónico, citando el art 9 del Reglamento ya mencionado, la prestación de servicio de Registro electrónico de datos se ejecutara bajo el régimen de libre competencia y contratación. (Bejarano, 2011). Al manejar diversos datos se debe de tener en cuenta garantizar la seguridad de los usuarios, exigiendo su respectivo uso de almacenamiento.

**1.8. Formulación de la hipótesis y-o de las preguntas de la investigación de las cuáles se establecerán los objetivos.**

El siguiente proyecto tiene como finalidad el lograr que las personas con discapacidad auditiva logren estar inmersas en la adquisición de información que se ofrecerá dentro de la plataforma, ya sea esta para uso personal como de igual manera para lograr el impulso hacia los emprendimientos de calidad e inclusión.

- ¿Tendrá una aceptación mayor al 70% el proyecto por parte de personas sordas?
- ¿Qué tan viable será el proyecto en Guayaquil?
- ¿Existirá manera de internacionalizar el proyecto?
- ¿Tendremos gran interés por parte de personas sordas en brindar este servicio, ofreciendo recetas culinarias por medio de video traducciones?



## **CAPÍTULO 2**

# **DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO**

## CAPÍTULO 2

### 2. Descripción Del Negocio

El negocio tiene como objetivo ofrecer una plataforma virtual centrada en la difusión de información, idealizada y personalizada para las personas que cuentan con una discapacidad auditiva, demostrando que se puede lograr un óptimo aprendizaje y generando ideas para incentivar a las personas el ser partícipe de tal vez algún emprendimiento o llegar a ser parte de alguna empresa centrándonos en temas gastronómicos.

#### 2.1. Análisis de la Oportunidad

El propósito de elección de la idea de negocio fue gracias a la herramienta "screening"

La cual esta herramienta nos permite evaluar ideas y hacer un ranking de cuáles son las que tiene mayor potencial en el mundo actual.

Teniendo en cuenta unas series de parámetros de esta herramienta, se logró identificar el aumento de personas con discapacidad auditiva, dado que está actualmente en aumento, teniendo en cuenta que este segmento de mercado es muy poco atendido por no mencionar escaso.

Donde la mayoría de estas personas sufren un abandono por no tener respuestas ante necesidades que demandan cientos de sordos en todo el Ecuador y a nivel mundial.

Hasta el día de hoy se registra **66.538** sordos según fuentes del CONADIS. No obstante, se menciona que el índice de edad de personas que sufren esta discapacidad inicia desde los 25 hasta los 65 años, según la fuente el grado de

discapacidad trasciende entre el 30% al 49% como cifra de mayor proporcionalidad hasta la actualidad.

En la actualidad las oportunidades de negocios se ven de manera digital, sean ventas de cursos o infoproductos pero la desventaja de todos estos modelos de negocios es que se enfrascan o se enfocan en las personas que no tienen discapacidad, personas que pueden oír, escuchar, observar pero no todos se enfocan en este segmento de personas, lo cual hace que sea un mercado potencial, dado que nadie presta atención a cómo viven el día a día, las personas sordas, tanto sea su educación, su forma de entrenarse o incluso su forma de aprender.

La realización de crear un sitio web enfocado en este segmento de personas es una oportunidad muy grande, hoy en día las empresas, la sociedad, les llama mucho la atención proyectos o ideas innovadoras que cada vez abarquen a más personas o que se enfrasquen en el bien social sin exclusiones.

Por esa razón las video traducciones para personas no oyentes es una idea con gran potencial, dado que las personas con discapacidad auditiva tendrán acceso a nuevo conocimiento a su vez a compartirlo con otras personas que sepan lenguaje de señas e interés por temas en particular.

### 2.1.1. Descripción de la Idea de Negocio: Modelo de negocio

CANVAS				
SOCIOS CLAVE	RECURSOS CLAVE	PROPUESTA DE VALOR	CANALES	SEGMENTO
INTERPRETE DE LENGUA DE SEÑAS	COMUNICACIÓN ACTIVA	BRINDAR A MILES DE	YOU TUBE	NIÑOS, JOVENES Y ADULTOS
INSTITUTOS DE EDUCACION INCLUSIVA	EN REDES SOCIALES	PERSONAS CON DISCAPACIDAD	INSTAGRAM	CON DISCAPACIDAD AUDITIVA, CON
CONADIS	AUSPICIOS EN	AUDITIVA, UNA OPCION	FERIAS	NIVEL ECONOMICO MEDIO Y ALTO
FENASEC	ENTIDADES DEL MUNICIPIO	PARA DAR CONOCIMIENTO	ASOCIACIONES	
PERSONAS CON DISCAPACIDAD AUDITIVA	INTERNET	GASTRONOMICO BASADO	HOSPITALES	
	EQ. FOTOGRAFICOS	EN VIDEO TRADUCCIONES	UNIVERSIDADES	
			CENTRO DE ACOPIO	
COSTES			INGRESOS	
PAGO A INTERPRETE			CANJES CON RESTAURANTES	
PAGO DE ALQUILER DE SALA DE GRABACION			MEMBRESIA DEL CURSO	
PAGO DE ARTICULOS ALIMENTICIOS PARA LA PREPARACION DE LAS RECETAS			PUBLICIDAD EN REDES	
EQUIPOS FOTOGRAFICOS Y DE VIDEO			AUSPICIOS POR PARTE DEL MUNICIPIO	
INTERNET			TALLERES PRESENCIALES	
EQUIPOS DE COMPUTO			MASTERCLASS	
VEHICULO			NUEVOS PRODUCTOS	
PAGO DE CHEF				
PAGO DE PAGINA WEB, DISEÑO, SERVIDORES, LOGIN, DOMINIO				

**Nota:** Modelo de Negocio de empresa.

Figura 1 Model Canvas

La propuesta se basa en la creación de un portal web donde se pueda comercializar la venta de video traducciones en lenguaje de señas con respecto a temas culinarios, dentro de la ciudad de Guayaquil. Esta idea de negocio busca conocer y satisfacer la demanda de cientos de personas que sufren día a día por el aprendizaje, el entretenimiento y mejores oportunidades tanto académicas como laborales.

La propuesta nace de una necesidad de falta de atención a las personas con discapacidad auditiva tanto a nivel mundial y como nacional. Dado que el servicio consta de brindar a cientos de personas con discapacidad auditiva, una opción para brindar conocimiento y entretenimiento por medio de video traducciones dados en

lengua de señas. El objetivo es ofrecer una alternativa nueva y diferente en internet para que miles de personas sordas en todo el mundo tengan acceso a aprender recetas gastronómicas en general, por medio de la lengua de señas.

La empresa brindaría los siguientes servicios.

- Visualización de recetas gastronómicas por dificultad: Básico, medio, experto
- Visualización de explicación basada en lengua de señas
- Visualización de variedad de cursos: Repostería, Comida Típica, Bebidas

La relación con el cliente va a ser de forma indirecta, por medio de instrucciones en video en lengua de señas, y a su vez con una interfaz fácil de entender visualmente.

Los canales, se verán dirigidos por medio de redes sociales, anuncios en comunidades sordas dentro de portales webs, hospitales, canales digitales e invitaciones a empresas para anuncios del negocio por medio de correos electrónicos corporativos.

Las actividades claves para el proyecto son el estudio constante de preferencias, gustos, análisis y atención de los temas o contenidos de videos traducciones para el análisis de interés constante en el servicio por parte de personas sordas.

Los socios clave de la empresa serán, autores o agencias de obras de propiedad intelectual, personas que sepan lenguaje de señas perfectamente, proveedor de internet, sociedades para personas sordas y responsables técnicos del manejo del sitio web.

La estructura de costes, elaboración de la página web, nómina de traductores, equipos de video, gastos operativos, alquiler de local para firma de videos.

## **2.2. Misión, Visión y Valores de la Empresa**

### **Misión**

Ser un sitio web, donde personas con discapacidad auditiva puedan entretenerse buscando información relevante o aprendiendo lenguaje de señas para las personas que no poseen discapacidad.

### **Visión**

Ser el sitio web mejor reconocida a nivel mundial por el lenguaje universal del lenguaje de señas, donde sirva como la ejemplo la superación y la innovación en aprendizaje.

### **Valores**

**Constancia.** No desanimar frente a la adversidad y perseverar en la consecución del objetivo.

**Transparencia.** Ser claros en la descripción de los servicios y no esconder información que puede ser relevante para los clientes o integrantes del equipo

**Puntualidad.** Cumplir el calendario previsto y no retrasar la culminación de los proyectos, regir todas las actuaciones de la compañía y formar parte de los valores de una empresa.

## **2.3. Objetivos de la Empresa**

### **2.3.1. Objetivo General**

Brindar un servicio digital de alta calidad, dado en fuente de conocimiento como explicación del contenido para buen entendimiento de la información.

### **2.3.2. Objetivos Específicos**

- Lograr un aumento anual del 8% sobre las ventas en cada periodo durante los primeros tres años
- Conseguir ventas de \$1000 en los seis primeros meses del año.
- Aumentar el número de visitas a nuestro sitio web en un 50 %, de 3.000 a 6.000, en los próximos 3 meses.
- Fidelizar y premiar a los suscriptores con bonos o descuento a los que mantienen su membresía activa durante los 3 primeros meses.

**CAPÍTULO 3**

---

**ANÁLISIS DE LA**

**INDUSTRIA**

---



## **CAPÍTULO 3**

### **3. Análisis De La Industria**

#### **3.1. PEST**

##### **Factores Políticos**

##### ***Leyes Que Amparan A Las Personas Discapacitadas***

Citando el Capítulo II DE LOS PRINCIPIOS RECTORES Y DE APLICACIÓN, Art. 4.- Principios fundamentales, la presente normativa se sujeta y fundamenta algunos principios, del cual se extrajo el de la igualdad, teniendo en cuenta el enfoque que se tiene en el proyecto. Igualdad de oportunidades, como lo redacta en el artículo, todas las personas con discapacidad son iguales ante la ley, tienen derecho a igual protección legal y a beneficiarse de la ley en igual medida sin discriminación alguna. No podrá reducirse o negarse el derecho de las personas con discapacidad y cualquier acción contraria que así lo suponga será sancionable.

Entre otro de los artículos a destacar se tiene el Art. 7.- el cual se refiere a las personas con deficiencia o condición de discapacidad, se entiende por persona con deficiencia o condición ausencia de sus sentidos a toda aquella que, presente disminución o supresión temporal de alguna de sus capacidades físicas, sensoriales o intelectuales manifestándose en ausencias, anomalías, defectos, pérdidas o dificultades para percibir, desplazarse, oír y/o ver, comunicarse, o integrarse a las actividades esenciales de la vida diaria limitando el desempeño de sus capacidades; y, en consecuencia el goce y ejercicio pleno de sus derechos.

Políticas de gobierno municipal ante la sociedad de personas con discapacidad

Como lo cita el Consejo de Discapacidades en el art. 3 la finalidad que tiene es la de promover e impulsar el subsistema que promueva la promoción, prevención, aquella detección oportuna, habilitación, rehabilitación integral y generar una constante atención hacia las personas con discapacidad mediante servicios de calidad.

Tener en cuenta el cumplimiento de aquellos mecanismos de exigibilidad, protección y restitución, que logren la eliminación entre otras, las barreras, ya sean estas físicas, actitudinales, sociales y comunicacionales, a lo que constantemente se atraviesa en la vida de las personas que cuentan con discapacidad.

De igual manera se hace énfasis en la eliminación de cualquier forma de agresión que se genere ante las personas discapacitadas, ya sea este verbal o físico, será sancionado en caso de ejecutarse tal acción.

### ***Acontecimientos Del Gobierno Anterior Sobre La Discapacidad***

El gobierno tiene una ley direccionada a las personas que cuentan con discapacidad y nuestro expresidente no dudó en hacer uso de tal acontecimiento, mostrando un sinnúmero de promesas hacia este sector, a medida que se logró evolucionar su mandato en el país, las deudas se incrementaron y los proyectos propuestos hacia las personas con discapacidad se quedaron en simples palabras.

El hecho de que el expresidente contara con una lesión de por vida que lo dejó inválido, hizo que su propósito y movimiento lo llevara tan lejos al punto de posicionarlo en tal alto rango.

Ecuador cuenta con la asociación de Las Manueles en donde 300 mujeres tienen el deber de cuidar aquellas personas que cuentan con algún tipo de discapacidad y a su vez cuentan con carencia económica. (León, 2021)

### ***Leyes Y Amparos Actuales Del Gobierno Ante La Discapacidad***

En la actualidad se cuenta con la Ley orgánica de discapacidades, citando el art 9 indica que la autoridad sanitaria y su pago se debe de generar por el Sistema Nacional de Salud y a su vez aquel indicara la clase en la que le pertenece debido a la gravedad con la que cuente su discapacidad. En caso de que la persona se encuentre en el exterior el proceso se realizara de manera diplomática. (Barrenzuela, 2012)

### ***Ventajas Políticas Ante La Creación De Ideas De Negocios Para Beneficio De Personas Con Discapacidad***

Entre las disipaciones que ofrece el hecho contar con alguien que sea parte de la clasificación de discapacitados se da las diversas oportunidades que se le genera a ellos, la inclusión en todos los ámbitos se es notoria a nivel mundial en lo que respecta la evolución que se ha generado en el transcurso de los años.

Aquellas empresas que cuenten con personas discapacitas influyen en la aceptación como tal a todo tipo de personas y a demostrar que, a pesar de cualquier condición médica, apta para ejercer un trabajo, se puede lograr la inclusión laboral. (OIT, 2016)

### **Factores Económicos**

#### ***Salario De Personas Con Discapacidad***

En algunos países, es posible establecer tasas salariales más bajas para algunos trabajadores con discapacidad. Esto se hace generalmente con el fin de promover el empleo de los trabajadores con una productividad reducida.

En Nueva Zelanda, por ejemplo, los empleadores pueden solicitar a un inspector del trabajo un permiso de exención si el trabajador y el empleador están

de acuerdo en que hay una buena razón para pagar a un trabajador una cuantía inferior al salario mínimo. Los inspectores del trabajo emitirán la exención del pago del salario mínimo sólo si están convencidos de que es razonable y apropiado hacerlo y de que la discapacidad de los trabajadores les impide realmente ganar el salario mínimo.

En los Estados Unidos, la legislación autoriza a los empleadores a que, después de haber recibido un certificado de la División de Salarios y Horas, paguen salarios inferiores al salario mínimo federal a los trabajadores que tengan discapacidades para efectuar un trabajo determinado. El hecho de que un trabajador tenga una discapacidad no es en sí mismo suficiente para justificar el pago de un salario inferior al mínimo si su productividad para el trabajo no se reduce como consecuencia de dicha discapacidad.

Actualmente cada empresa tiene la obligación de contratar a una persona con discapacidad, lo cual tiene como requisito cancelar un salario general básico unificado.

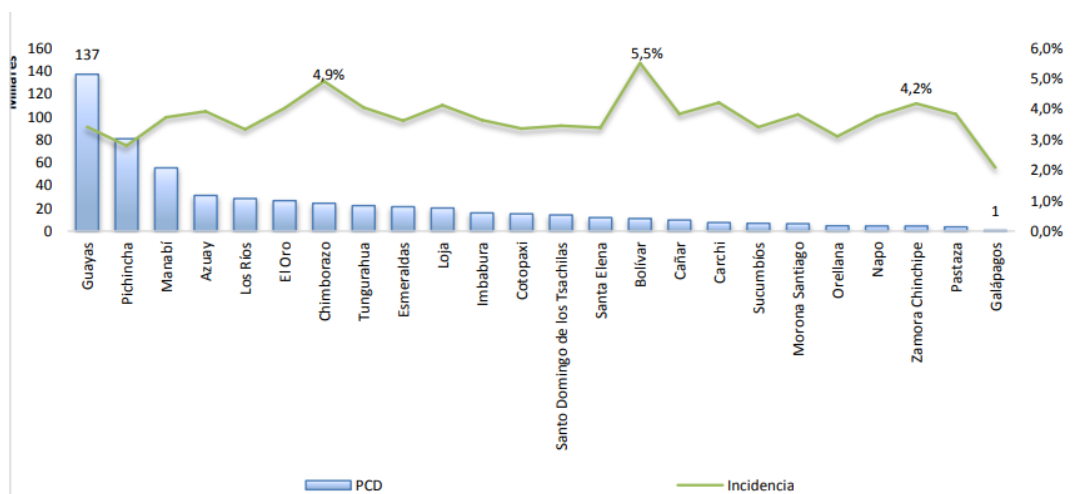


Figura 2 Crecimiento de la población con discapacidad

**Nota:** aumento de la población con discapacidad. Fuente: (Ministerio de Inclusión Economía y Social, 2017)

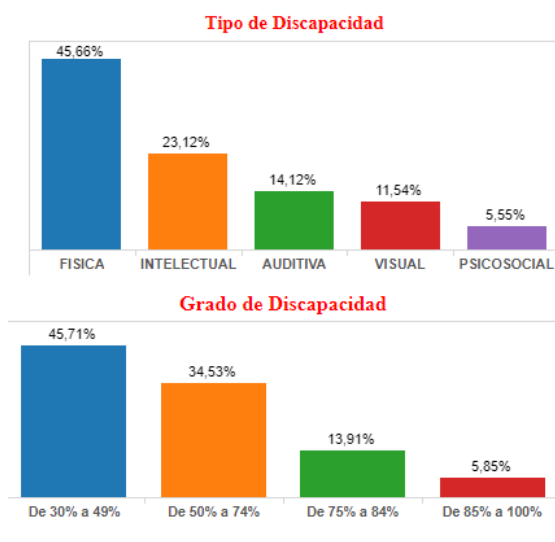


Figura 3 Tipo y grado de discapacidad

**Nota:** Estadística 26/05/2022, personas con discapacidad en Ecuador

Teniendo en cuenta la cantidad de la población en Ecuador con una totalidad de 17'888.474 contabilizados hasta el 2021, con una cantidad de 8'945.176 hombres y 8'943.298 mujeres, teniendo un incremento de 377.474 personas en comparación al 2020. (datosmacro, 2022)

Calculando la totalidad con la que se evidencia la presencia de personas con discapacidad auditiva, señalándolo como un 1%, extrayendo la totalidad de la población, se genera un resultado de 178.884 personas que cuentan con la ya mencionada discapacidad de hace un año atrás. Debido a la pandemia por la cual se atraviesa a nivel mundial, la tabulación de personas no se logra generar con facilidad y los datos no se logran actualizar en lo absoluto.

### ***Inversión Educación Inclusiva Anual En Ecuador***

La educación es un privilegio que todos deben de contar con aquel, sin importar su clase social y su condición, haciendo énfasis en aquellas personas que por motivos que en su momento se conocen, llegan a tener alguna discapacidad como tal.

Constantemente muchos niños, adolescentes o jóvenes se sienten fuera de clases debido a que cuando se imparten las mismas no se tiene en consideración el tomar en cuenta la inclusión escolar. Se logró una estimación de un 11,9% de las personas con discapacidad ha accedido a una enseñanza secundaria, haciendo comparación al 24,2% del resto de la población. (Plata, 2018)

La educación para ciertas personas que cuentan con alguna discapacidad deben de llevar a cabo su enseñanza en lugares apropiados para poder generar un aprendizaje óptimo.

### ***PEA (Población Activa) Inclusión De Discapacitado***

El PEA tiene como principal objetivo generar una ayuda comprensiva por parte de los lectores que contienen algún grado de discapacidad para generar una inclusión colectiva. Una de sus últimas actualizaciones se generó en el 2010, teniendo como resultado que los trabajos debido a huelgas manifestantes que se tuvieron, aquella paralización en algunos trabajos. Pero, así como existe una evolución constante en algunos sectores, aquello no se quede atrás. (INEC, s.f.)

La inversión en ofrecer una mejor educación a personas con discapacidades se sigue teniendo presente y más aun contando con la presencia de personas con desestabilidad económica.

## **Factores Sociales**

### ***Tamaño De Personas Con Discapacidad***

El tamaño de las personas con discapacidades que han generado obtenido algún problema o de más, en cuanto a su clasificación, las personas que llegan a tener físicamente más facciones o pérdida de extremidades resaltan en el grupo como tal, mientras que le sigue el lado intelectual, y por siguiente se tiene a el aspecto auditivo, prosiguiendo con el visual y finalizando con el psicosocial. (CONADIS, 2022)

### ***Factores Que Provocan La Discapacidad En Ecuador***

Los factores o tipos de discapacidad existentes se dividen en siete diversos tipos, iniciando con la discapacidad auditiva que por concepto tiene la deficiencia, limitación y restricciones funcionales o estructurales, irreversibles e irrecuperables en cuanto a la percepción de sonidos externos, como siguiente tipo tenemos a la del lenguaje, a aquel se lo define como aquella que limita, restringe la comunicación básica, siendo esta generada por alteraciones entre otros problemas que se puedan presentar.

Por siguiente aspecto tenemos a la discapacidad física que esta se genera visualmente notorio debido a alguna malformación desde nacimientos o accidente que desencadena una serie de eventos que concluye en lo ya mencionado, luego tenemos al aspecto intelectual que solo se logra evidenciar en una dificultosa perspectiva ya que a menos que no se dé un análisis exhaustivo, puede que el niño o niña no estén comprendiendo.

Tenemos la discapacidad múltiple el cual genera ciertas dificultades, delimitaciones y entre otros aspectos, por otro lado, la discapacidad psicológica, lo

cual para lograr dar con aquella se debe de someter al individuo a ciertos métodos de detección. Y como último, pero no menos importante, la discapacidad visual, que se identifica a raíz de ciertos exámenes que se dan. (Dirección Nacional de Normatización, 2018)

### ***Modos De Vida De Las Personas Con Discapacidad***

Las personas que cuentan con discapacidades requieren de atención médica constante y acceso a programas de salud por dichas razones a diferencia de las demás personas, es decir para el cuidado de su bienestar, estar activas y ser partícipe de la sociedad.

Para lograr una vida larga y saludable se debe de tener en cuenta los siguientes parámetros ya que debido a la variedad de personas con discapacidad que se dan, mantenerse físicamente activo todos los días, comer alimentos saludables en porciones adecuadas. No tome demasiado sol debido a las diversas enfermedades a la piel que puede afectar. Hacerse chequeos médicos regularmente. No fume. Tomar los medicamentos de manera prudente indicados por el doctor. Evitar beber bebidas alcoholizadas. Mantenerse en contacto con su familia y amigos. (Centros para el control y la prevención de enfermedades, 2020)

### ***Costumbres Y Tradiciones De Las Personas Con Discapacidad Auditiva***

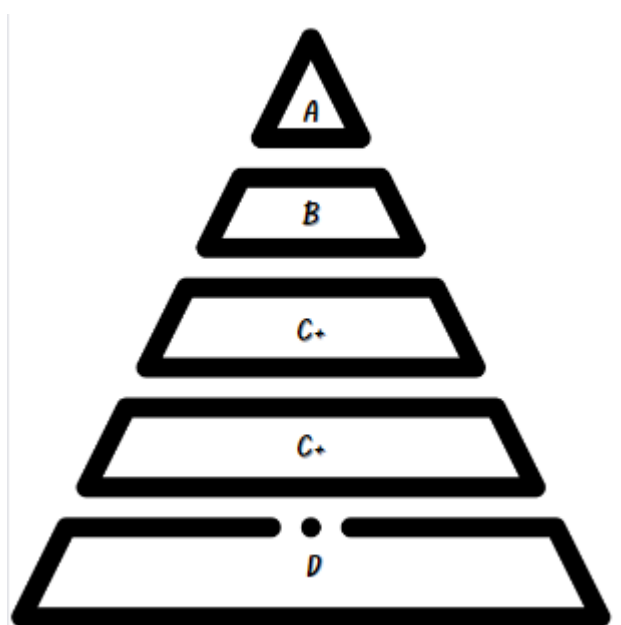
Al transcurso de los años se ha evidenciado millones de personas que no cuentan con su sistema auditivo en óptimas condiciones, cuya lengua no es la del habla. Esto los encamina a generar una adaptación necesaria para lograr convivir.

La cultura se genera en el momento en que se da por necesidad el aprendizaje del lenguaje de señas, los sordos conforman minorías lingüísticas. (Cultura Sorda, 2021)



### ***Pirámide De Nivel Socio- Económico***

La encuesta generada dio por resultado una división de cinco aspectos, con el 1,9% de los hogares con estrato A, el 11,2% de hogares con un estrato en nivel B, el 22,8% de hogares con estrato de nivel C+, el 49,3% con un estrato de C- y finalizando con un 14,9% en un nivel D. (INEC, 2022)



*Figura 4 Pirámide socio-económico*

**Nota:** Pirámide del nivel socio-económico

### **Factores Tecnológicos**

#### ***Aprendizaje Ante La Sociedad Discapacitada Durante La Pandemia***

El resultado a continuación a analizar será estimado debido a la situación que atravesó el mundo en general, es decir debido al COVID-19, la situación impulso a las personas a que se adapten a nuevas técnicas de enseñanza, implementando plataformas virtuales para lograr la difusión de la información, pero

por el mismo hecho de que son personas con discapacidades, el plan ejecutado se dio con dificultad y se obtuvo como principal observación el generar una mejora a futuro no muy lejano ante el uso de diversas herramientas para este tipo de situaciones. (Meresman & Ulmann, 2020)

### ***Modos De Aprendizaje Para Las Personas Con Discapacidad***

Para los adolescentes con discapacidad intelectual que se ven inmersos en un lugar donde se imparten clases se le dificulta el aprendizaje debido a la limitación que presenta su cuerpo para adquirir conocimientos, debido a tal suceso se tiene como finalidad la aplicación de un cuestionario de Honey y Alonso de estilos de aprendizaje y así lograr una mejora en su rendimiento, el test Magallanes de Vocabulario de conceptos básicos también se involucra para generar un análisis sobre los conceptos que se debe de considerar dependiendo los casos que se presenten. (Romero, 2020)

### ***Estudio De Cuentas Personas Con Discapacidad Usan Redes Sociales***

Mediante una investigación basada en una encuesta generada por un proyecto, se dio a conocer que un porcentaje mínimo hace uso de las redes sociales, las razones se han de dar debido a la dificultad con la que debe de tratarse al hacer uso como tal, aunque la tecnología ha avanzado de una manera fenomenal, no todos los usuarios como tal cuentan con un buen equipo o el simple hecho de intentar ingresar y se dé fallido el propósito, genera una desconfianza y miedo en las redes sociales ante un posible uso.

El uso de medios digitales aún sigue siendo algo dificultoso para las personas discapacitadas y por la misma razón en ocasiones prefieren medios tradicionales de comunicación para proceder a informarse o comunicarse, la

evolución no cesa al igual que la seguridad y confianza que se dé. (Martinez, Ricardo Silva, & Naranjo Gamboa, 2016)

### ***Consumo De Tecnología Por Parte De Las Personas Con Discapacidad***

El uso de plataformas virtuales que sostienen los ciudadanos con discapacidad desde el año 2017 hasta febrero del 2019, en donde la base de aprendizaje se dio en temática TIC, generando esto una inclusión de más de tres mil personas, de igual manera se llegó a registrar 80 mil visitas en, generando de aquello una opción más para la difusión de información y aprendizaje.

Entre los temas a enseñar se ve reflejada las herramientas de ofimática, los fundamentos de Operación Básica del Computador, la Introducción al Empresario Digital, y el TIC Emprendimiento.

Los cursos por implementar para que las personas con discapacidad están dirigidas por personas capaces de poder enseñar y capacitados con la información necesaria para poder enseñar a sus alumnos. (CONADIS, 2020)

### ***Plataforma Que Se Usara Para La Creación Del Curso Virtual De Gastronomía***

La plataforma por usar será elaborada por cuenta propia, en conjunto de un colaborador que programará la plataforma digital dando los detalles pertinentes, se ejecutará con la debida facilidad pertinente, adaptada a las personas con discapacidad auditiva.

Esta plataforma ofrecerá las herramientas necesarias para la ejecución de un curso online, suscripciones, podcast. transmisiones y muchas más opciones, todas con una adaptación que se logre la ejecución de personas y personas que cuenten con una discapacidad auditiva.

A medida que se den avances con el uso de la plataforma que se construirá, se tiene en cuenta el progreso de más opciones para no solo tener en cuenta a este grupo de discapacitados, sino que la probabilidad de ampliar el foco de los individuos.

### **3.2. Estadísticas De Ventas, Importaciones Y Crecimiento En La Industria**

La industria dedicada a plataformas virtuales con enfoque a el lenguaje inclusivo para personas no oyentes es altamente atractiva debido a que no se tiene una participación extensa de más personas o empresas, mientras que otro tipo de mercados ya se están sobresaturando.

Por otra parte, dentro de la industria dedicada a la plataforma virtual con orientación a el aprendizaje a personas discapacitadas no oyentes no se ve saturado debido a la escasez de interés dentro de nuestro país de origen.

### **3.3. Análisis Del Ciclo De Vida De La Industria**

El proyecto por realizar se posiciona en la fase inicial, debido a que es un servicio que recién esta por ser presentado al público con características novedosas e innovadoras, que no se ha podido evidenciar con anterioridad en el mercado, tomando la oportunidad de lograr un mayor alcance con el hecho de la inclusión que se desea tener en cuanto a las personas discapacitadas, centrándonos en aquellas no oyentes. Dentro de esta fase, se tiene en consideración que la acogida será un poco compleja debido a la novedad, pero a medida que se vaya desarrollando y siendo conocida ante más personas o grupos que se dediquen al uso de este tipo de plataformas, las visualizaciones y uso de la plataforma se verá en ascenso.

Tiene como objetivo principal la respectiva difusión de la información, tomando en cuenta canales como redes sociales y a medida como se de, llegar incluso a medios tradicionales para tener un mayor alcance publicitario. Una vez alcanzado el objetivo de llegar a la mayoría de las personas que se pueda, se procede a avanzar a la siguiente etapa, la cual será seguir manteniendo la evolución de la plataforma como tal.

### **3.4. Análisis De Las Cinco Fuerzas Competitivas De Porter Y**

#### **Conclusiones**

##### ***Amenaza De Los Nuevos Competidores***

Dentro de los nuevos competidores existe una gran dificultad debido a que profesionales de diferentes áreas pueden contratar intérpretes y crear contenido exclusivo para sordos

El gobierno, ministerios o personas de comunidad sorda pueden tomar mando y abrir espacios de conocimiento hacia personas de la comunidad sorda para el incentivo de brindar acceso a experiencias, conocimientos y destrezas para sordos de manera gratuita

##### ***Poder De Negociación De Los Proveedores***

El poder de negociación puede variar de diferentes maneras, dado que los proveedores serian directamente intérpretes y profesionales de área, donde se definiría precios dependiendo la experiencia y calidad de enseñanza tanto del intérprete como del docente que dará el contenido de los talleres.

### ***Poder De Negociación De Los Compradores***

Cabe destacar que el poder de compra es muy sensible para personas de discapacidad auditiva, debido a que ellos o bien pueden financiarlo entre ellos mismos como también las comunidades, municipios o iglesias que dan sustento económico a necesidades que sean de gran aporte para la comunidad sorda.

Es necesario dar valor al contenido ofrecido dentro del entorno digital, tanto en calidad de enseñanza, contenido, facilidad de acceso, resolución digital y resultado esperado.

### ***Amenaza De Productos O Servicios Sustitutivos***

Existen algunos productos tanto digitales como físicos y a su vez servicios que pueden ser alternativas para llegar a la misma meta del proyecto, la diferencia se basa en precio, tiempo, facilidad o comodidad del interlocutor y funcionalidad.

- Aplicaciones móviles para sordos
- Implante coclear
- Contratación de interprete personal
- Oralización

### ***Rivalidad Existente Entre Competidores De La Industria***

La competencia se maneja de forma indirecta, la diferencia de ciertos factores mencionados anteriormente es aquellos que deciden la preferencia del consumidor sea por precio, comodidad o tiempo. La industria de atención y enfoque hacia servicios de aprendizaje para la comunidad sorda es muy escasa y ciertas partes del mundo muy vulnerable

## **Conclusión Fuerza De Porter**

Analizando cada punto se manifiesta que nuestra competencia se ve reflejada en el poder de negociación con proveedores y compradores, debido a que brindar valor en el método de enseñanza, facilidad de precio y finalidad de cada taller, crea un compromiso que se ve manifestado como oportunidad de desarrollo personal y económico

### 3.5. Análisis Del Mercado

#### 3.5.1. Tipos de competencia.

Tabla 2 Tipos de competencias

FACTORES CRITICOS DE ÉXITO	HABLABO!		ISAPP		MI PROYECTO		
	PONDERACION	CALIFICACION	PONDERACION	CALIFICACION	PONDERACION	CALIFICACION	
Repercusion de medios sociales	0,3	4	1,2	2	0,6	3	0,9
Adaptabilidad en el medio (facilidad de uso)	0,2	4	0,8	2	0,4	2	0,4
Formalidad y desarrollo de la empresa	0,1	4	0,4	2	0,2	3	0,3
Desarrollo de nuevos productos o extensiones	0,3	4	1,2	2	0,6	4	1,2
Crecimiento y desarrollo	0,1	3	0,3	1	0,1	4	0,4
	1		3,9		1,9		3,2

**Nota:** a continuación, se presentan los tipos de competencia.

**Hablalo!:** Dentro de esta aplicación se puede observar que los factores de éxito están mucho a su favor, dado que tienen buena reputación, es muy valorado por empresas externas y de hecho tiene buena popularidad entre los medios de difusión como revistas y sitios webs

**ISAPP:** Es una buena aplicación tiene ciertas ventajas, pero el no tener un desarrollo constante de su investigación provoca que la app no tenga el crecimiento constante y eso afecta en su repercusión entre los medios y falta de formalidad junto a su desarrollo.

**Proyecto:** Nuestra propuesta tiene ventaja a que tiene mayor desarrollo dado que brindara mayores herramientas de uso, se diferencia del resto porque es un portal web,



las personas no oyentes podrán obtener conocimiento y a su vez ponerlo en práctica en su día a día, lo cual da un mayor desarrollo del producto y eso representa una gran repercusión entre los medios. No obstante, se deberá formalizar la empresa e investigar métodos de enseñanza según los tipos de pensamientos de las personas no oyentes.

### **3.5.2. *Tamaño Del Mercado: TAM, SAM, SOM***

#### ***TAM***

Las plataformas virtuales se han posicionado a medida que la evolución de la tecnología se ha visto, estas son softwares que tienen como principal función generar funciones ya sean para comunicación entre individuos o la opción que hoy en día ha generado más acogida, siendo estas una herramienta de estudio.

La finalidad que se le dé a la plataforma se centra en la idea principal del programador y de las necesidades que se deseen satisfacer, ya sea educacional, gubernamental, social o simplemente informativo.

#### ***SAM***

Como ya se mencionó con anterioridad existen diversas funciones y direcciones para las plataformas, centrándonos un poco en lo que se desea fijar en el proyecto visualizamos la utilidad que se le da a las plataformas educativas, un sin número de universidades y colegios se han visto inmersos en el nicho de las plataformas.

Desde que se dio a conocer que las plataformas virtuales podían ser adaptadas para el uso de impartir conocimientos, muchos cursos de idiomas, entre otros temas se han hecho notorios y la acogida que se ha dado en los individuos ha sido exitoso.

## **SOM**

Así como existen plataformas virtuales para lograr obtener conocimientos aptos para todo público también en la actualidad se está haciendo notorio la inmersión en lograr ser inclusivos y no solo en el aspecto de la sexualidad, sino que también en las diversas discapacidades que se han generado a lo largo de la vida en un porcentaje notorio de personas.

Las plataformas para personas discapacitadas se deben de generar con mayor precisión debido a que no todas las personas cuentan con la misma discapacidad, los proyectos que se han generado en su mayoría siempre se centran en una sola discapacidad, ya sea esta mayormente visual y auditiva, los resultados que se han dado ante estas plataformas han sido de gran ayuda, son escasas las plataformas que se centran en el ámbito educacional, mayormente se encuentran para el uso de aplicaciones o actividades adicionales.

### **3.5.3. Características De Los Competidores: Liderazgo, Antigüedad, Ubicación, Productos Principales Y Línea De Precio.**

*Tabla 3 Productos de los competidores y sus características, liderazgo, ubicación.*

<b>NOMBRE</b>	<b>LIDERAZGO, UBICACIÓN</b>
Google Talkback Costo: Gratuito	Punto de venta: en línea Liderazgo: Alta cobertura
Siri Costo: Gratuito	Punto de venta: en línea Liderazgo: Alta cobertura
Taptapsee Costo: Gratuito	Punto de venta: en línea Liderazgo: Media cobertura

Sinoguía	Punto de venta: en línea
Costo: Gratuito	Liderazgo: Media cobertura
Diccionario Lengua De Signos Esp	Punto de venta: en línea
Costo: Gratuito	Liderazgo: Media cobertura
Sordo Ayuda	Punto de venta: en línea
Costo: Gratuito	Liderazgo: Media cobertura

**Nota:** características, liderazgo y ubicación de los competidores.

#### **3.5.4. Segmentación De Mercado**

El segmento del mercado se ve reflejado en el porcentaje de población discapacitada que no cuenta con el sentido de la audición, los cuales se encuentran en una búsqueda constante de métodos para lograr comprender algún tema que deseen tener información, centrándonos en recetas culinarias en este caso.

Localidad geográfica: Cantón Guayaquil, provincia del Guayas

Sexo: Ambos

Edad: Adolescentes, adultos y adultos mayores

#### **3.5.5. Criterio De Segmentación**

El criterio de segmentación que se generó del proyecto se basó en la opción más efectiva de enseñanza de personas con discapacidades auditivas, implementando un programa que logre generar información de manera óptima de aprendizaje para las personas que lleguen a tener la necesidad de instruirse mediante plataformas virtuales.

#### **3.5.6. Selección De Segmentos**

En cuanto a la selección de segmentos, se es vinculado con los criterios de segmentación propuestos con anterioridad, los cuales fueron los siguientes:

- Sexo: Femenino y Masculino
- Capacidad auditiva: Discapacitado

- Estrato socio-económico: Estatus medio bajo y bajo, debido a que los cursos que se desean exponer a los individuos que carecen de la capacidad auditiva no tienen la finalidad de contener gran cantidad monetaria. Generar oportunidades para aquellas personas que se les dificulta contar con este tipo de acciones.

### 3.5.7. *Perfiles De Los Segmento*

Segmento 1: Hombre joven de una edad estimada de 27 años, segmento socio económico medio, con un estilo de vida estable, en constante aprendizaje de materias en lenguaje de señas, con metas de ser un emprendedor.

Segmento 2: Mujer joven de una edad estimada de 43 años, segmento socio económico medio alto y alto, con un estilo de vida profesional, ejerciendo la profesión de profesora, con metas de lograr que la comunidad a la que instruye se logre superar en integrar.

### 3.6. Matriz FODA

Tabla 4 Matriz FODA

<b>FORTALEZA – F</b>	<b>DEBILIDADES – D</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Herramientas con <i>conocimientos</i> sobre el lenguaje de señas</li> <li>• Conocimiento sobre repostería</li> <li>• Facilidad de uso de la plataforma</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plataformas similares</li> <li>• Competencia internacional con mayor posicionamiento</li> <li>• Escasez de conocimiento de la acogida que lleguen a obtener sobre el tema a impartir con la modalidad propuesta</li> </ul>

<b>OPORTUNIDADES – O</b>	<b>AMENAZAS – A</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Personas con discapacidad auditiva dispuestas a recibir clases</li> <li>• Escasez de plataformas direccionadas a personas con discapacidad auditiva</li> <li>• Costo accesible</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poca comprensión al momento de mostrar la clase</li> <li>• Poca acogida debido a la economía de los participantes</li> <li>• Especialistas que ya cuentan con cursos personalizados e impartidos de manera individual</li> </ul>

**Nota:** se detalla la Matriz FODA de la empresa.

### **3.7. Investigación De Mercado**

#### **3.7.1. Método**

El tipo de investigación que se realizara es aplicada, exploratoria y con un enfoque mixto (cualitativo y cuantitativo) dado que el punto clave de esta metodología es buscar solución a problemas dentro de la sociedad sorda, en este caso transformar el conocimiento y entretenimiento al lenguaje de señas por medio de video traducciones para interés de personas no oyentes.

Los enfoques mixtos, constituyen posibles elecciones para enfrentar problemas de investigación y resultados estadísticos. Son, hasta ahora, las mejores formas diseñadas por la humanidad para investigar y generar datos que aporten conocimiento. (Sempari, 2014)

Cabe recalcar que se realizaran entrevistas a profesionales que analicen casos de sordera, como integrantes del FENASEC (FEDERACION NACIONAL DE PERSONAS SORDAS DEL ECUADOR) además de encuestas a personas sordas que sepan leer, para consultar el agrado del proyecto hacia su comunidad y la realización de FOCUS GROUPS a personas que entienden lenguaje de señas y que puedan aportar ideas para mejoras ideas del proyecto, en este caso pueden ser grupos scouts que sepan lenguaje de señas o personas que por si estudian este idioma.

La información se analizará bajo el manejo de herramientas de Microsoft Excel y Google Forms, dado que la toma de resultados es mucho más visible para el entendimiento del autor como del lector.

### **3.7.2. *Diseño De La Investigación***

#### **3.7.2.1. *Objetivos De La Investigación: General Y Específicos.***

##### **3.7.2.1.1. *Objetivo General.***

Cuantificar la demanda de individuos con discapacidad auditiva que estén dispuestos a recibir clases mediante una plataforma virtual adaptada a su discapacidad.

##### **3.7.2.1.2. *Objetivo Especifico***

1. Tabular la cantidad de personas discapacitadas auditivas de la ciudad de Guayaquil.
2. Establecer la estadística general de acogida en cuanto a la plataforma virtual para discapacitados auditivos de la ciudad de Guayaquil.
3. Indagar sobre las alternativas de mejor comunicación con las personas con discapacidad auditiva de la ciudad de Guayaquil.

#### **3.7.2.2. *Tamaño De La Muestra.***

La muestra por recoger se dará de tipo probabilística mediante los resultados que se den a encontrar por la encuesta, de igual manera se tomará muestra de igual manera también se tomará en cuenta el tipo no probabilístico debido a la entrevista a considerar.

#### **3.7.2.3. *Técnica De Recogida Y Análisis De Datos.***

La técnica para considerar para la ejecución de la recogida y análisis de datos se da por medio de la encuesta y la realización de una entrevista. La herramienta que se hizo uso para la recolección de la información fue la encuesta que se dio con preguntas

cerradas, precisas y concisas. De igual manera la segunda opción por la cual se optó para generar más datos informativos sobre el tema fue la entrevista que se realizó.

#### **3.7.2.4. Análisis De Datos.**

##### **Entrevista**

El proyecto fue sometido a una entrevista, en la cual se vio inmersa un individuo con discapacidad auditiva, acompañado de un traductor para facilitar la comprensión del dialogo que se deseaba tener, la entrevista genero información benefactoría para el proyecto.

La entrevista fue realizada a la señorita: Grace, quien se encontraba acompañada del traductor Josué Tamayo y la señorita Karen Paz, dando inicio a la entrevista se dio a conocer el nombre de la entrevistada y su acompañante al igual que el nombre del entrevistador, es decir mi persona, Jeans Vaca.

1. ¿Cómo se le otorga una seña a un individuo con respecto al lenguaje de señas?

El traductor logro indicar que todo depende del nombre y el aspecto de la persona para generar una seña en el lenguaje de señas.

2. ¿Qué edad tienes?

La respuesta por parte de la entrevistada fue el de veintiún años la cual fue traducida por su acompañante.

3. ¿Cuál es el mejor talento que tienes?

Se indicó que el talento con el que cuenta es el de la enfermería y es algo en lo que desea especializarse, aunque en la actualidad se encuentra dentro del consejo provincial de pichincha estudiando.

4. ¿Te gustan los postres o tortas?

Indico que le agrada consumir postres y todo lo que contenga dulces.

5. ¿En algún momento te gustaría preparar algún postre o torta que sea de tu agrado?

Es de su agrado lograr cocinar lo mencionado, acotando que el hermano si cuenta con esas habilidades culinarias y espera en algún momento tener la posibilidad de adquirir conocimientos con respecto a postres o tortas.

6. ¿Cuál es la mejor forma de estudiar que tienes?

La encuestada indico que logra leer palabras pero que no cuenta con un conocimiento total de todas las palabras, acción que genera un poco de dificultad al momento de querer interpretar algún texto que contengan palabras desconocidas, en cuanto a la lectura de labios, su conocimiento es escaso, mientras que, si nos referimos al lenguaje de señas, se logra desenvolver más y cuenta con mayor facilidad.

7. ¿Cómo fue tu experiencia en cuanto a el aprendizaje que adquiriste en la pandemia?

La encuestada indico que no logro completar en su totalidad el adquirir conocimientos, debido a que como bien se sabe, las herramientas de estudio son algo complejas para ella, teniendo en cuenta que la desesperación por salir se encontraba constantemente presente.

La convivencia y la experiencia que se mantuvo con respecto al COVID, genero no solo molestias con respecto a una enfermedad, sino que también ocasionado de los familiares que lo llegaban a tener o el hecho de atender a aquellos que llegaban a enfermarse.

8. ¿Qué consideras que le hace falta a la sociedad para mejorar la educación hacia las personas con discapacidad auditiva?

El desarrollo se puede dar resaltando la lengua de señas y la lectura de labios debido a que el español es complicado, refiriéndose a la diversidad de palabras y conjugaciones existentes, para lograr una buena comunicación.



9. ¿Le agrada ver videos con traducción en el lenguaje de señas?

Sí, es de su agrado por la facilidad con la que se maneja el lenguaje de señas para la entrevistada.

10. ¿Le gustaría aprender cocina de manera virtual haciendo el uso del lenguaje de señas?

Si le agradase aprender a cocinar haciendo el uso de lenguaje de señas.

11. ¿Qué opinas de los emprendimientos por parte de las personas con discapacidad auditivas?

Generalmente si se encuentran emprendimientos producidos por personas con discapacidades y el respeto que reciben por parte de la sociedad es notorio pero la dificultad por parte de ellos para comprender y lograr una venta es dificultosa, la comunicación es el único impedimento para generar una buena comercialización.

12. ¿Si se te da la oportunidad de ser partícipe de este curso de gastronomía impartido en lenguaje de señas, te animarías a emprender?

La entrevistada comentó que, si le agradase.

13. ¿Cómo evolucionan académicamente?

Todo depende de las personas, en su mayoría acaban el colegio, pero en cuanto a estudiar en la universidad, no todos, debido a la falta de intérpretes o lo dificultoso que se les hace lograr avanzar los semestres, de hecho, en ocasiones existen algunos que se dan por vencido y deciden cesar del colegio. El dinero también es un factor importante ya que cuando no se tiene tal privilegio no se logra ser partícipe de un buen proceso estudiantil.

14. ¿Qué red social usan frecuentemente?

La aplicación que más se usa es Instagram y de repente Facebook

15. ¿Te gusta exponer alguna actividad en especial mediante las herramientas que ofrece las redes sociales?

Sí, me gusta hacer posteo sobre las habilidades que he adquirido, pero actualmente ya siento un poco de vergüenza al hacerlo ya que tuve la experiencia de que no logro comprender en su totalidad el uso de las herramientas y quien me ayudaba antes ya no está conmigo.

16. ¿Con que dificultad se les hace a las personas con discapacidad auditiva encontrar un trabajo?

Es muy dificultoso por la comunicación y en ocasiones incluso nos sentimos humillados, el hecho de no contar con un intérprete que logre una comunicación optima.

## **Conclusión**

La entrevista nos dio como resultado el hecho de que el esmero y las ganas de lograr avanzar en la vida académica se encuentra constante pero las oportunidades no siempre están presentes, la vida para las personas con discapacidad auditiva y otras discapacidades es compleja, no solo por encajar con la sociedad, sino que la comunicación es el factor con mayor importancia.

La entrevistada señalo que el aprendizaje que se desea ofrecer mediante una plataforma virtual haciendo uso del lenguaje de señas sería una excelente opción de aprendizaje para las personas con discapacidad auditiva. El emprender sería una muy buena opción para ella ya que el trabajar para alguien más ya sea para una tienda familiar o una gran empresa es muy complejo, así que al emprender se centraría más en personas que logren entender el lenguaje de señas o hacer uso de un intérprete también para que la comunicación se logre concretar con el público en general.

## **Encuesta**

El siguiente proyecto fue participe de una encuesta, el cual será útil para generar un análisis y de esta manera obtener información para graficar resultados que tendrán como finalidad concluir con una conclusión, la cual lograra ser usada como ideas para

lograr un óptimo resultado en el proyecto expuesto. Las encuestas se realizaron por una plataforma virtual, la mayormente conocida, que tiene por nombre Google Forms, dicha encuesta fue en dirección a los individuos que cuentan con discapacidad auditiva, residen en Guayaquil

### 1. ¿Qué edad tienes?

Dentro de la pregunta se cuestionó la edad que tienen los encuestados y se categorizo en tres rangos para genera una sinterización de resultados, el rango con mayor porcentaje se vio en evidencia entre 18 a 25 años de edad con un 66,7 %, teniendo en cuenta que dentro de aquel se tiene con mayor cantidad de individuos de 23, 24, 25 y 27 años, igualándose con un porcentaje del 16,7%.

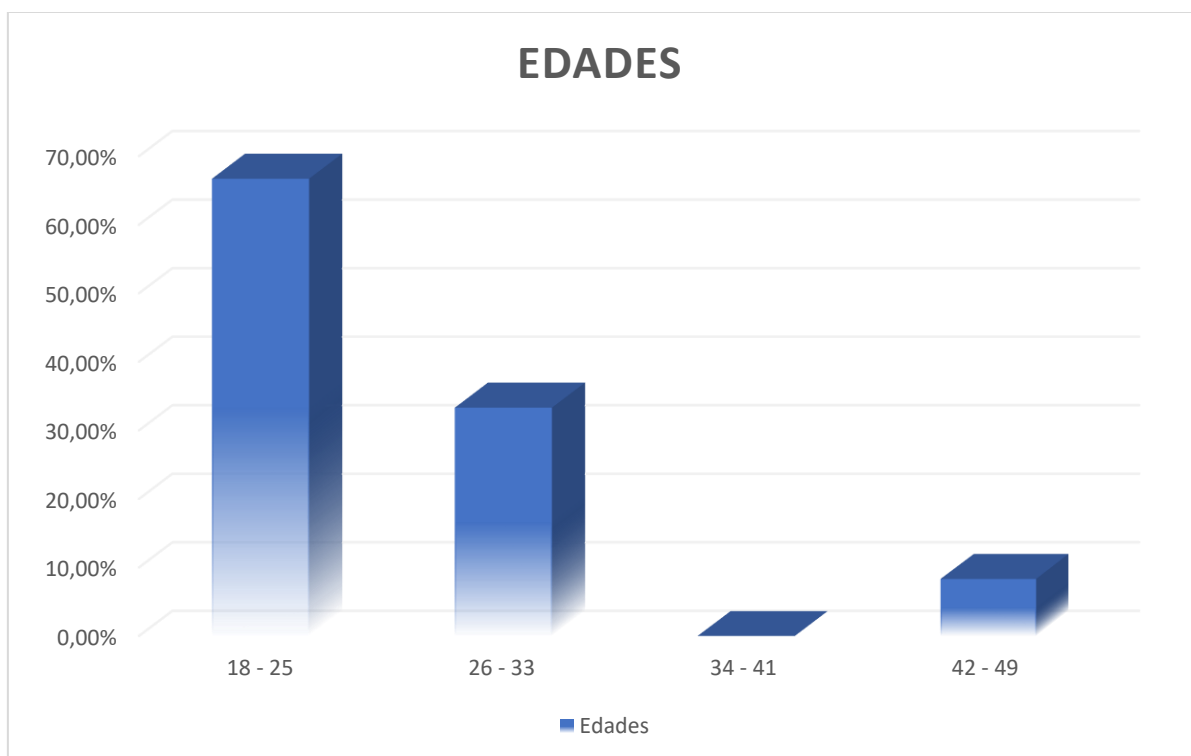


Figura 5 Edades

**Nota:** Edades en referencia a las encuestas realizadas.

### 2. ¿Qué nivel de discapacidad auditiva tienes?

Se indago sobre el nivel de discapacidad auditiva que se veía con más constancia, y de los resultados obtenidos se logró visualizar que en su mayoría de los encuestados con un 25% contienen el 20% de discapacidad auditiva, siguiéndole con un 16,7%, entre el 70% y el 100% de la discapacidad.

Los porcentajes se notan que varían entre extremo y extremo mayormente, teniendo como resultados el hecho de que se tienen personas entre menos porcentaje de discapacidad auditiva y también mayormente individuos con mayor porcentaje o totalidad de ausencia de audición.



Figura 6 Nivel de discapacidad

**Nota:** se presenta el nivel de discapacidad de los encuestados.

### 3. Género

En los encuestados indagamos el género al cual nos dirigimos y se evidencio que un 75% eran Hombres, mientras que un 25% eran mujeres.

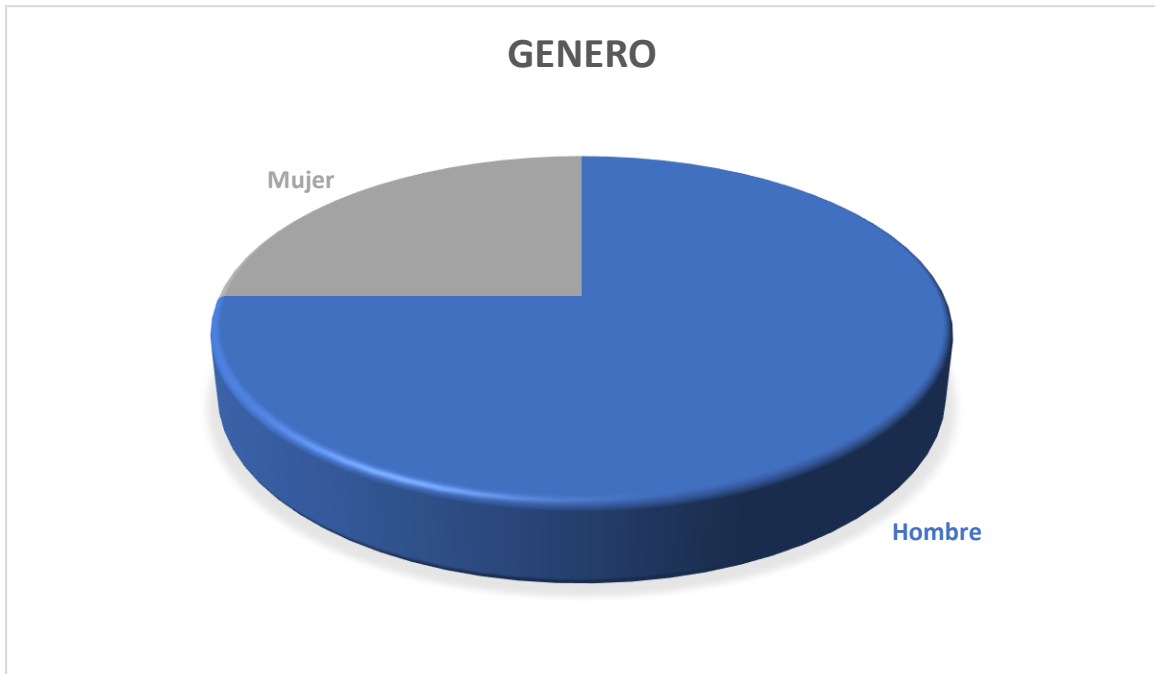


Figura 7 Genero

**Nota:** Género obtenido por la encuesta realizada.

### 4. Nivel de estudio

En la pregunta que se tuvo presente se indago sobre el nivel de estudio de los discapacitados y se dio a mostrar que con un 50% de discapacitados cuentan con un nivel de estudio de secundaria, prosiguiéndole estadísticamente con un 41,7% con un nivel de estudio universitario.

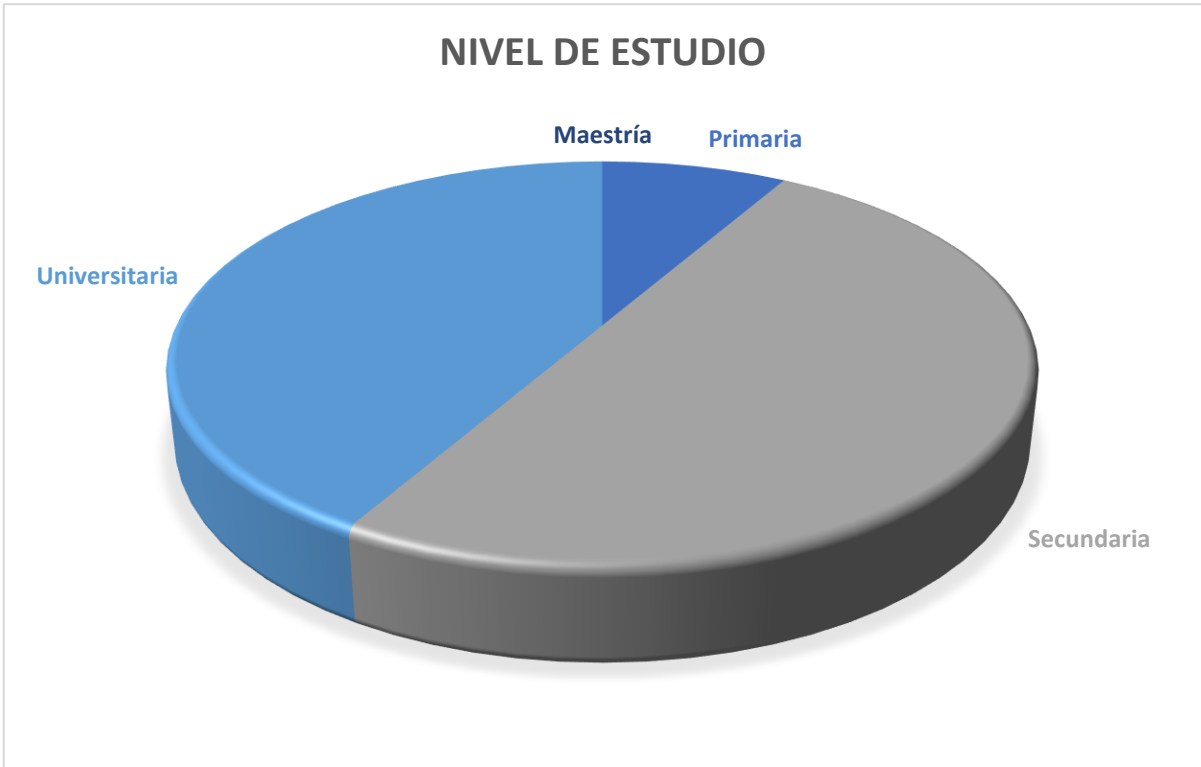


Figura 8 Nivel de estudio

**Nota:** Nivel de estudio según los resultados de las encuestas.

## 5. Ciudad

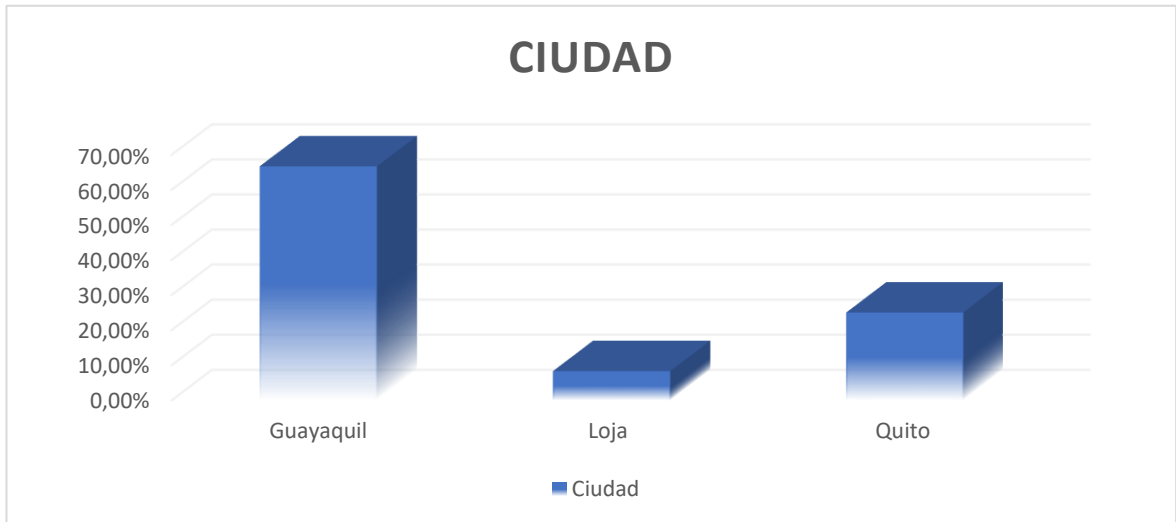


Figura 9 Ciudad

**Nota:** Ciudad donde más población existe con la discapacidad mencionada.

Como quinta pregunta se tuvo en cuenta la ciudad en donde residían los encuestados y se logró visualidad que con un 66,7%, de individuos pertenecen a Guayaquil, mientras que el restante de las personas encuestadas reside en Loja y Quito.

6. ¿Qué tema de los siguientes le gustaría aprender y emprender?

Entre los temas a elegir en la pregunta realizada se dio a notar que Gastronomía y Fotografía con un 50%, se llevaba la ventaja en cuanto a los gustos de los encuestados, siguiéndole con un 41,7% a Diseño y Redes Sociales y Música.

Dentro de las opciones propuestas se vieron las siguientes: arte, música, gastronomía, deportes, repostería, escenografía, diseño y redes sociales, y como última opción fotografía.

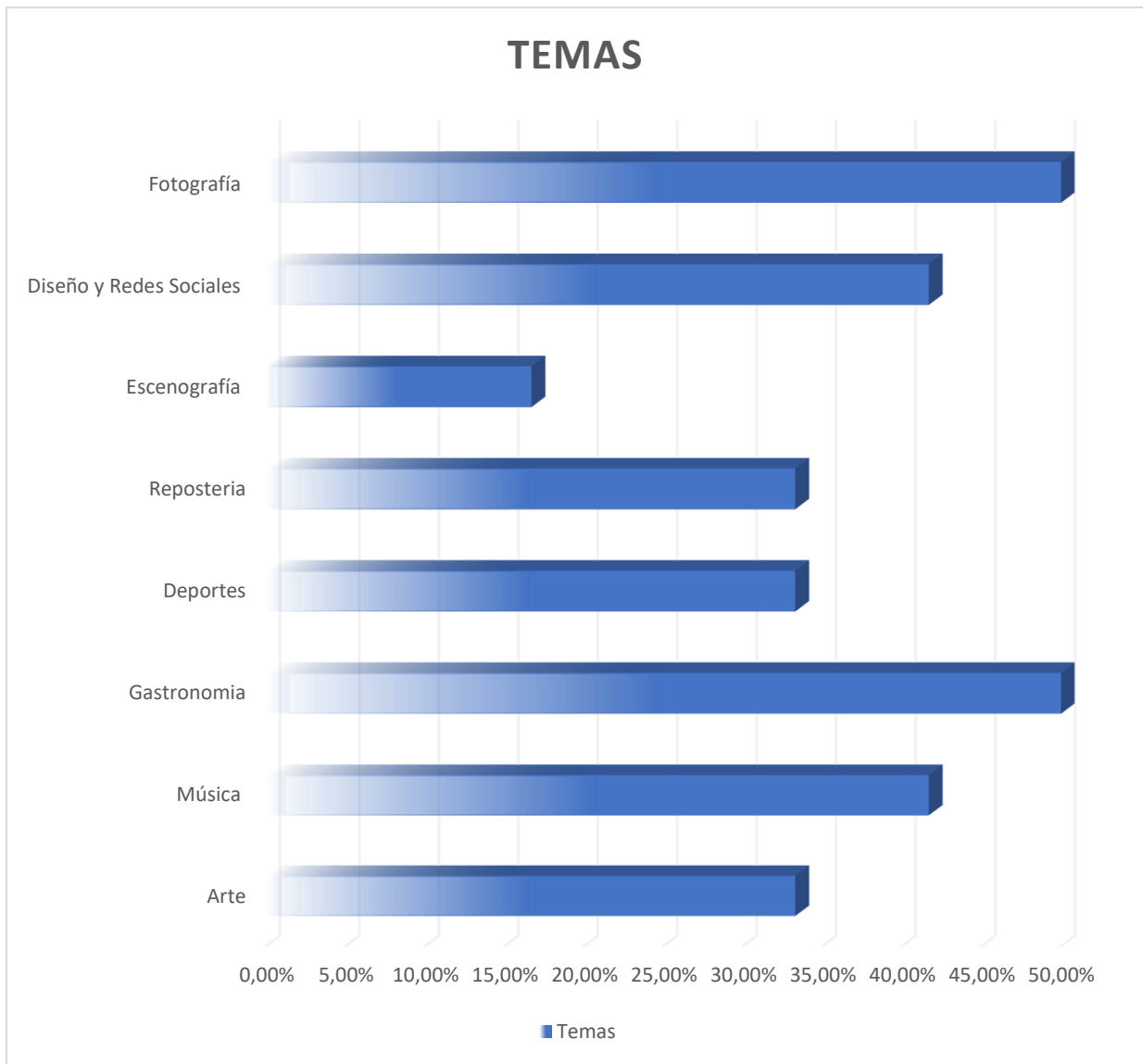


Figura 10 Temas de las capacitaciones

**Nota:** Temas de las capacitaciones que ofrece.

#### 7. ¿Qué herramientas tecnológicas utilizas con frecuencia?

Entre las herramientas tecnológicas que se dio a elegir se evidenció que con un 25% el celular es la herramienta que más uso le dan, instrumento actualmente más accesible para la población en general y en ocasiones el más fácil y con más opciones que facilitan la interacción con el usuario que en este caso carecen de un sentido.



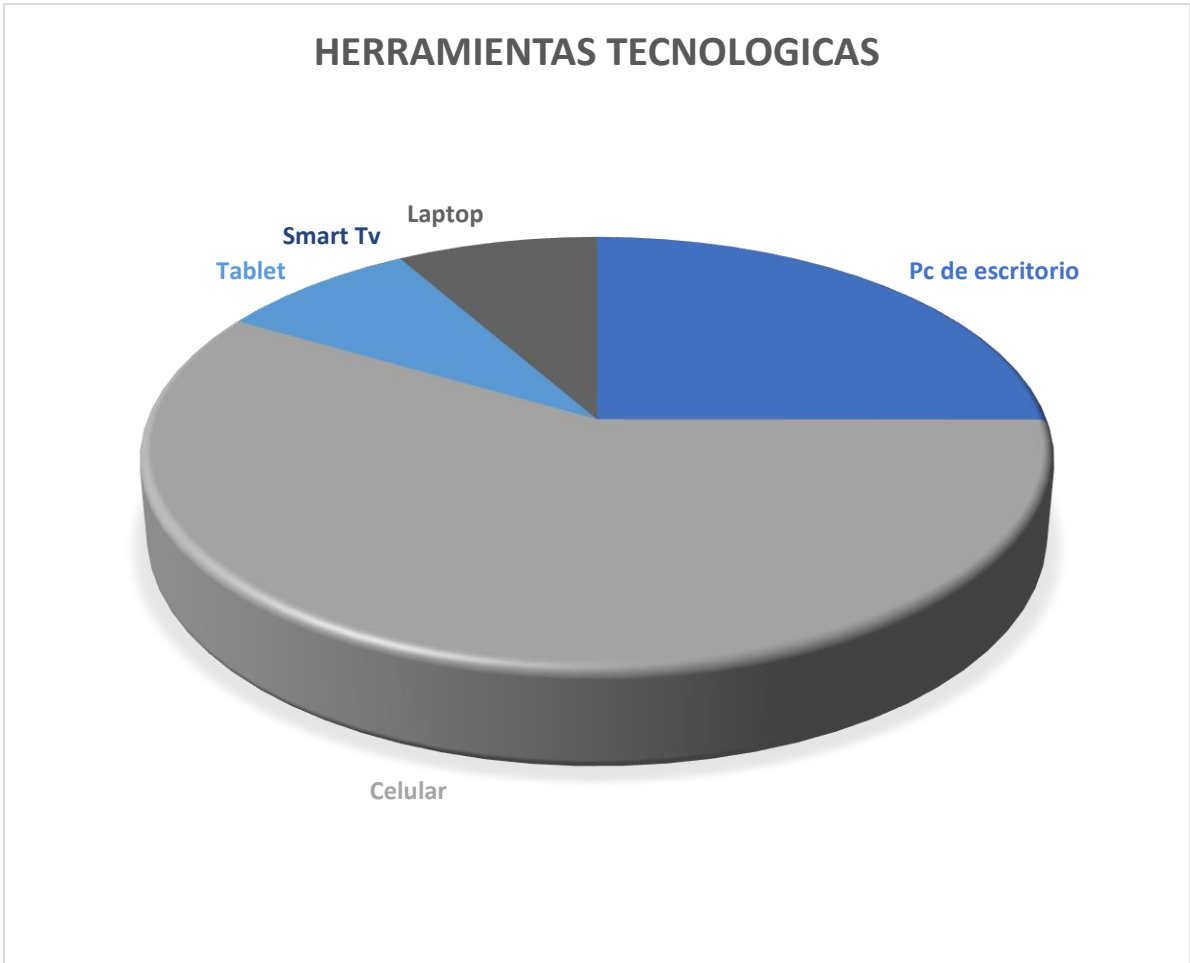
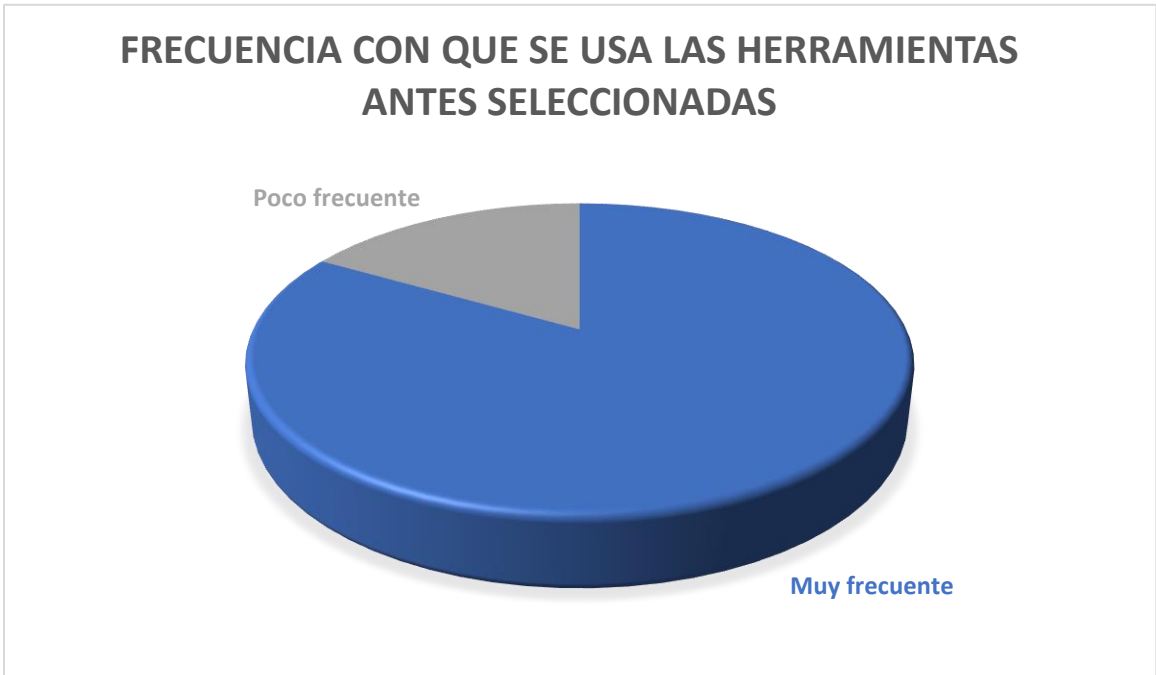


Figura 11 Herramientas tecnológicas

**Nota:** las herramientas tecnológicas a utilizarse.

8. ¿Con que frecuencia utiliza usa cada herramienta antes mencionada?

Indagando con qué frecuencia se hace uso de las herramientas que se seleccionaron con anterioridad se visualizó que con un 83,3% se hace uso muy frecuente de lo ya antes seleccionado. Por razones exclusivas de los encuestados el uso del celular en la actualidad está siendo indispensable.



*Figura 12 Frecuencia con que se usa las herramientas antes seleccionadas.*

**Nota:** según la encuesta la frecuencia es muy fuerte con mayor porcentaje.

#### 9. ¿Tienes acceso de internet?

Se indago que porcentaje de encuestados cuentan con internet y se evidencio que un 100% si cuenta con internet, sin especificar con presión de qué manera lo tienen.

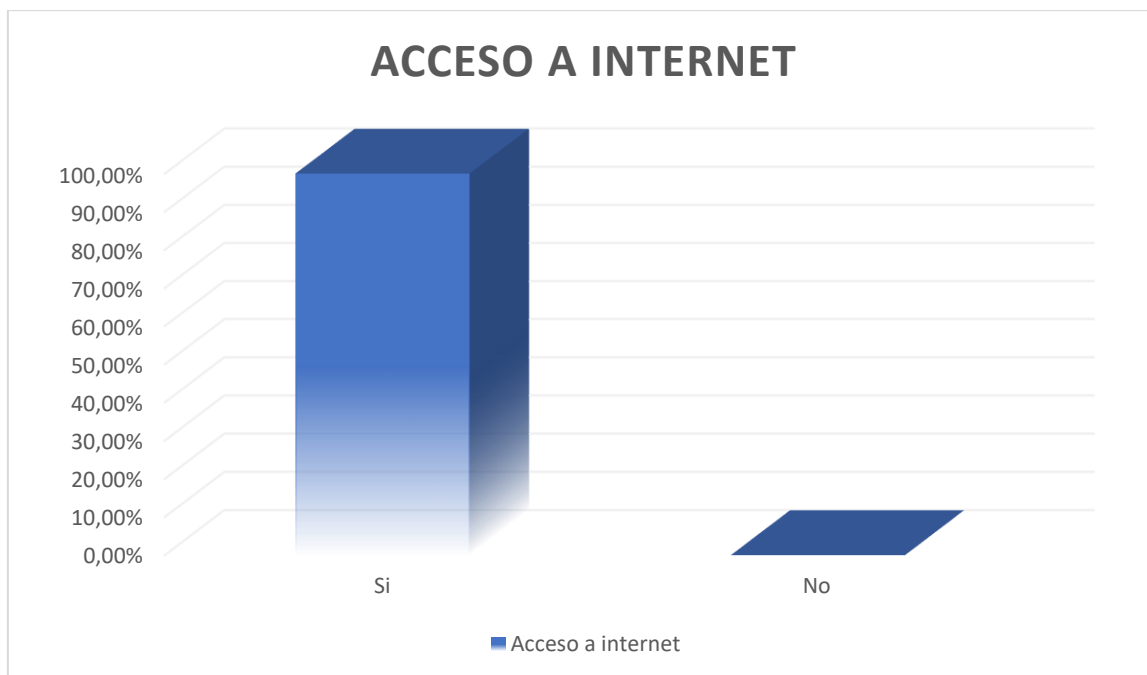


Figura 13 Acceso a internet

**Nota:** Acceso a internet que tienes los clientes potenciales.

#### 10. ¿Qué tipo de internet utiliza?

Para afondar con el tema del internet se tuvo en consideración indagar sobre el método de internet que hacen uso los encuestados, de acuerdo con las estadísticas generadas solo el 66,7% no cuenta con internet propio y hacen uso de el del municipio, mientras que el restante si cuentan con internet y en su mayor porcentaje con % hacen uso del WIFI.

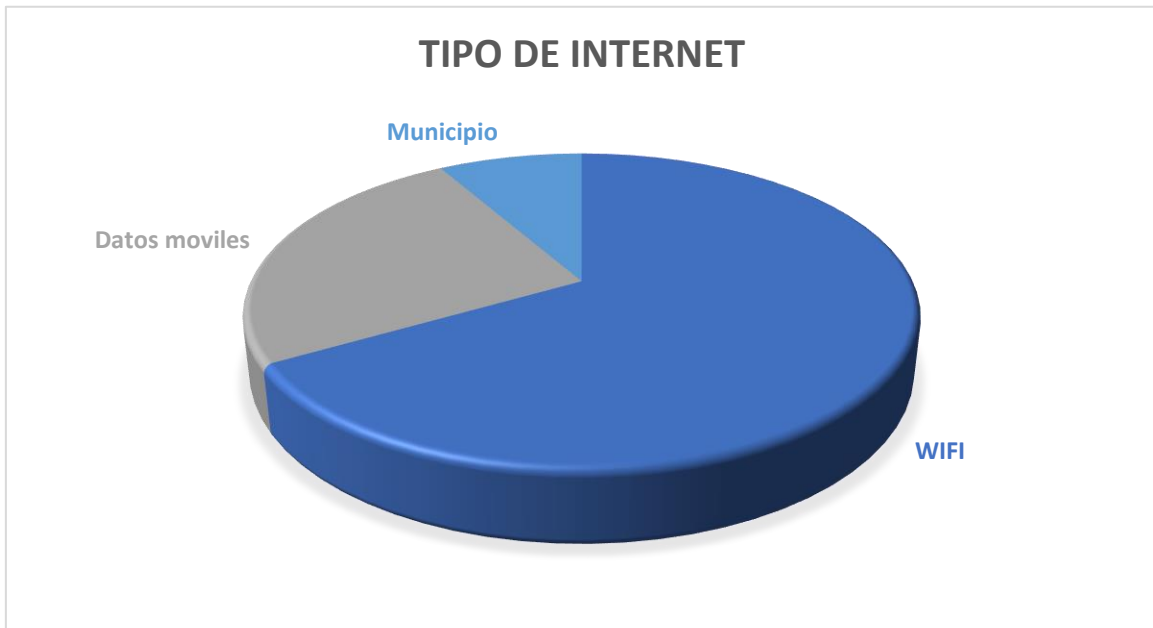


Figura 14 Tipo de internet

**Nota:** tipo de internet que más utilizan los encuestados.

11. ¿Qué tipo de redes sociales o paginas utilizas con frecuencia?

Entre las redes sociales que más uso le dan los individuos encuestados se dio a notar que son Instagram, Facebook, Whatsapp y TikTok, dejando en evidencia que, dentro de Latinoamérica, las ya mencionadas plataformas virtuales, centrándonos como tal en redes sociales, esas son las más usadas.

12. ¿Sabes leer?

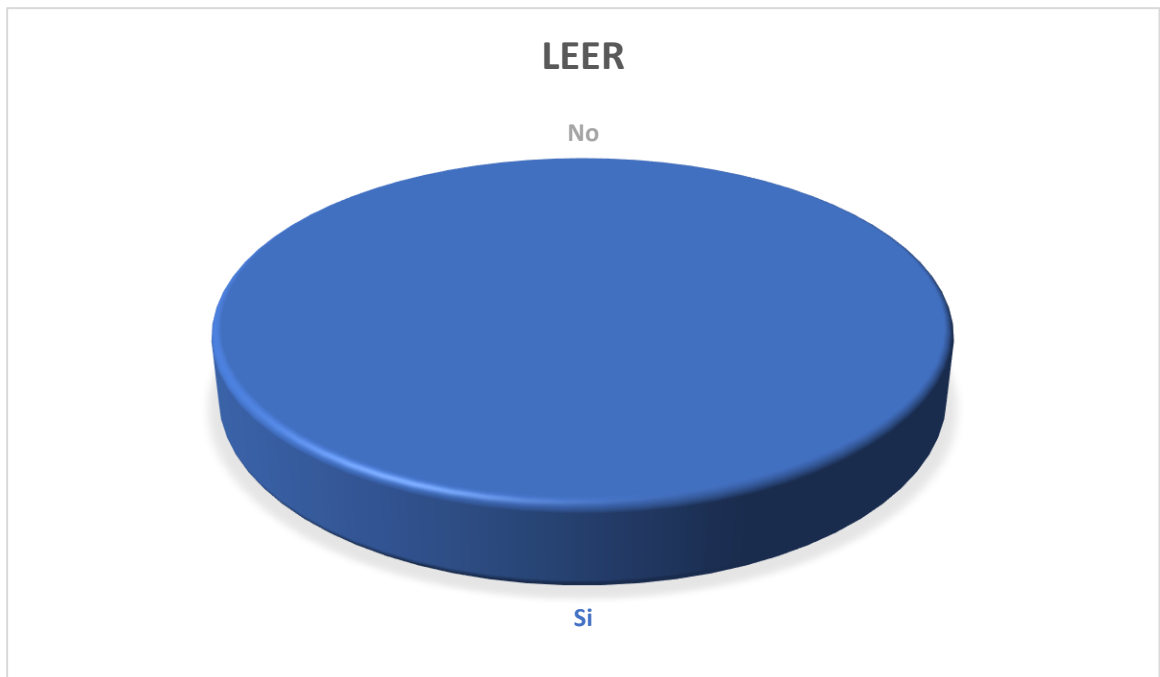


Figura 15 Lectura

**Nota:** porcentaje de quienes aplican la lectura.

Una de las preguntas claves para lograr generar el proyecto se tomó en consideración el indagar si los individuos contenían el conocimiento de la lectura y la respuesta se dio a notar que un 100% de los encuestados si saben leer.

### 13. ¿Cuántos familiares sordos tienes?

Continuando con la realización de preguntas, se indago sobre la cantidad de familiares con discapacidad auditiva que tenían los encuestados y con un % se dio a entender que no cuentan con familiares sordos, teniendo en cuenta que este porcentaje no engloba a la cantidad de personas que cuentan con una discapacidad y tienen familiares también discapacitados.

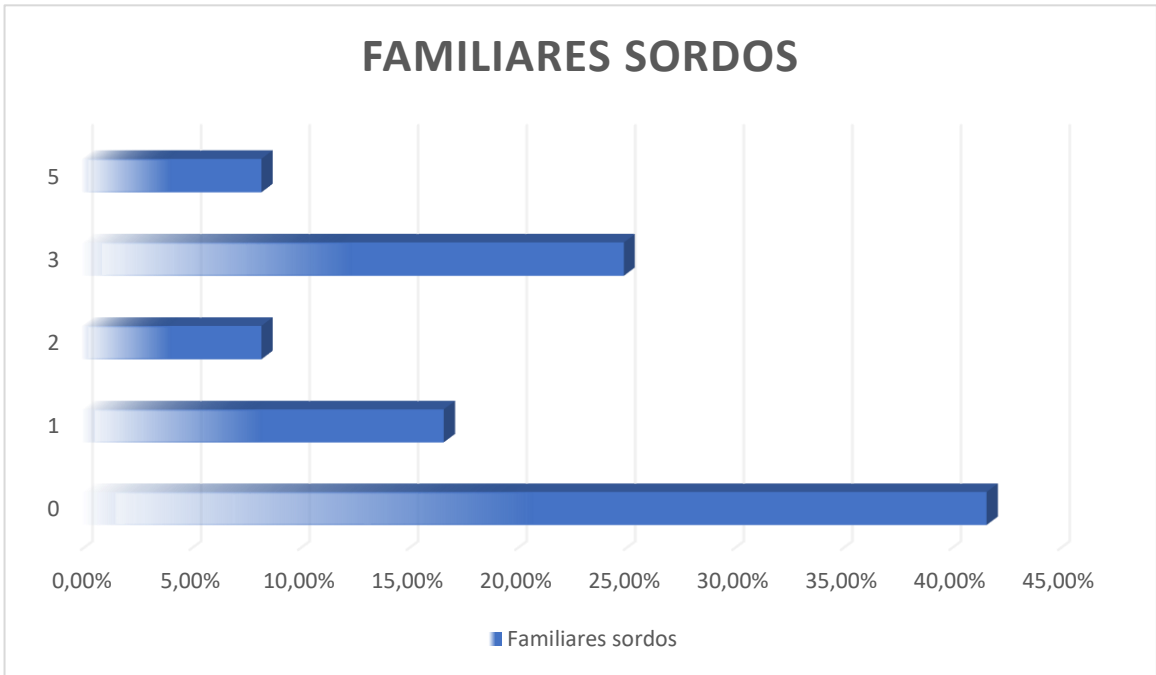


Figura 16 Familiares de sordos

**Nota:** personas quienes tienen algún familiar con esta discapacidad.

#### 14. ¿Mantiene una actividad económica o laboral?

Generando una pregunta un poco más inmersa en cuanto a la actividad económica o laboral de los encuestados se dio a conocer que un 58,3% si cuenta con actividad económica y laboral por cuenta propia, mientras que el porcentaje restante no cuenta con una actividad económica o laboral propia.

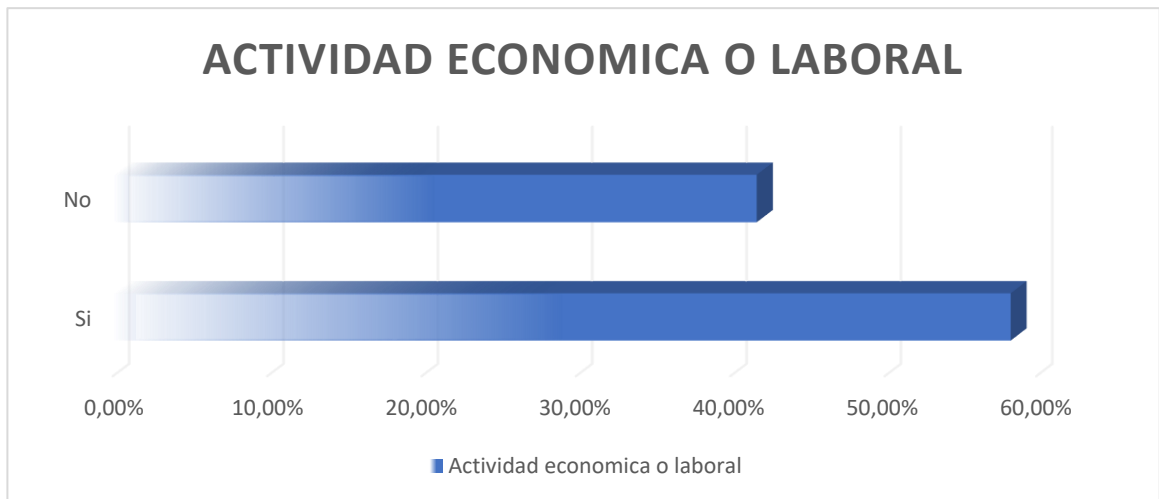


Figura 17 Actividad económica laboral

**Nota:** actividad económica y laboral.

#### 15. ¿Cuál es su estimación de ingresos?

Cuestionando sobre la estimación de ingresos de los individuos se evidencio que al grupo seleccionado sus ingresos se mostraron de \$30 a \$100 con un 58,3%. Entre las opciones que se mostraron se ofrecieron cinco opciones, iniciando en los intervalos de \$30 a \$100, \$101 a \$200, \$201 a \$245, \$246 a \$800 y como punto final \$800.

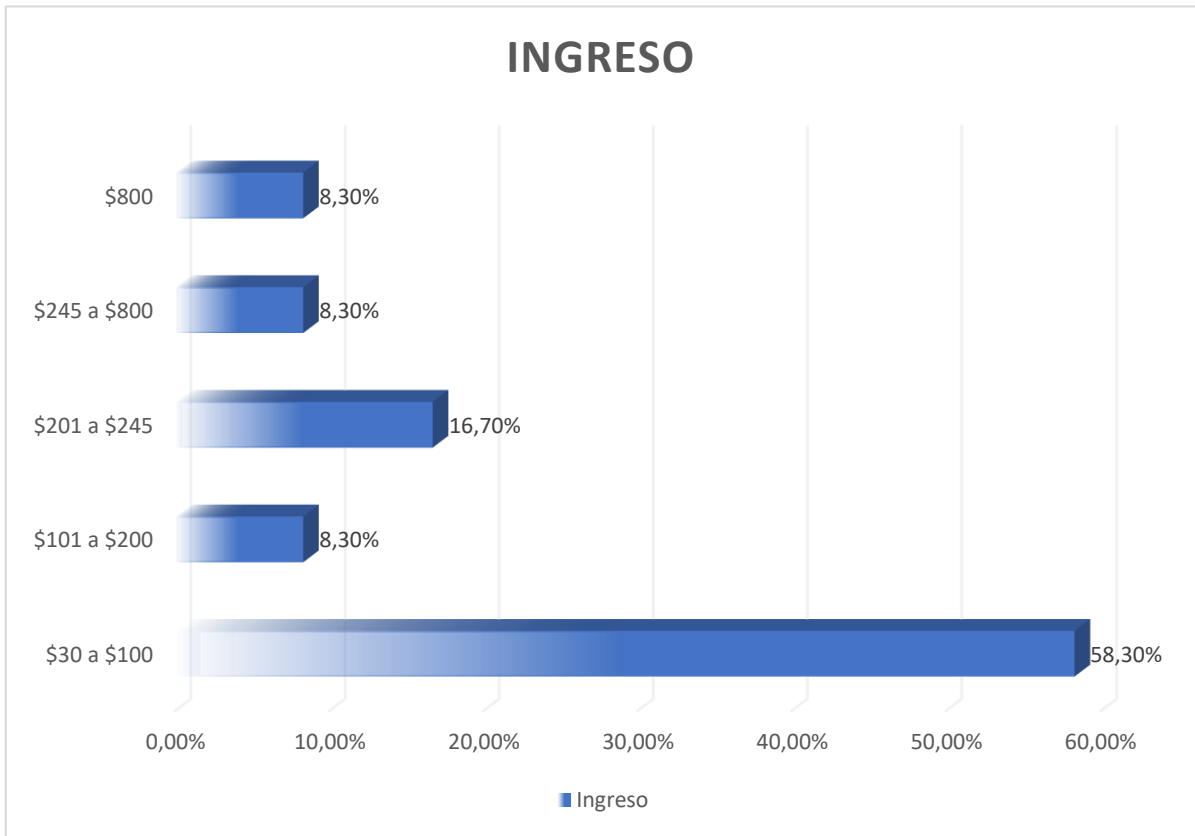


Figura 18 Ingresos de los encuestados

**Nota:** Ingreso según las encuestas.

16. Leer labios, califica de 1 a 5, 1 con menos uso, 5 con más uso

Se indago sobre la capacidad que tienen en cuanto al manejo de la lectura de labios y se logró evidenciar que un 50% logran comprender en su totalidad y con facilidad la lectura de los labios.



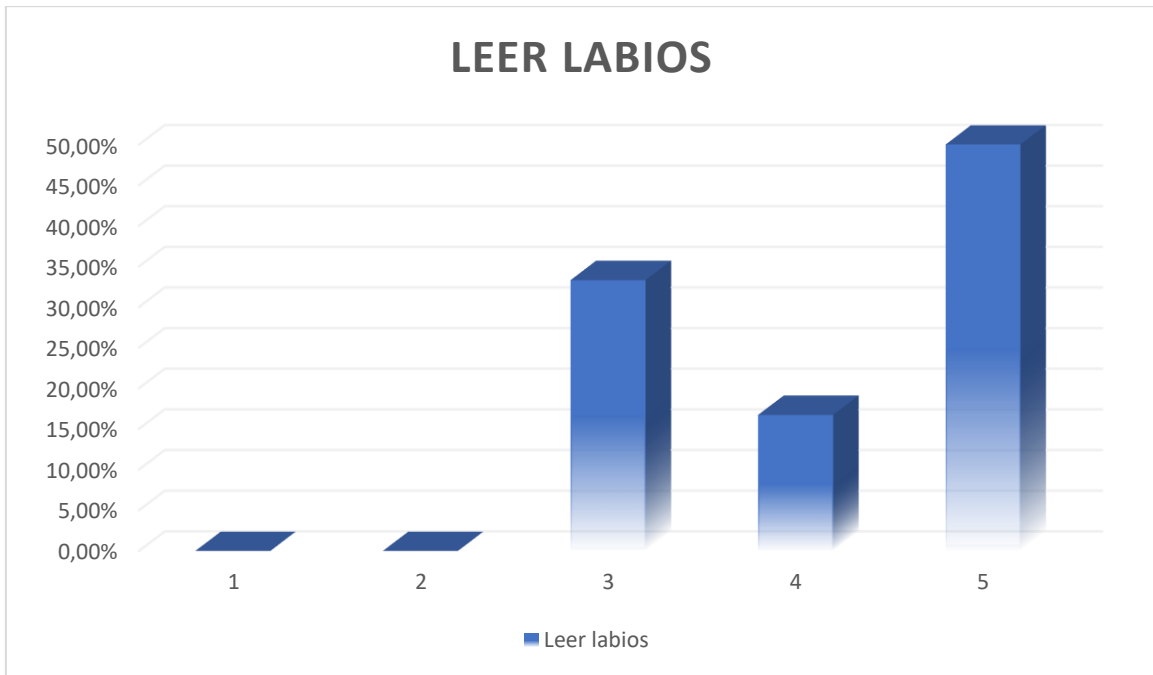


Figura 19 Rango de lectura de labios

**Nota:** porcentaje de los que aplican la lectura de labios.

17. Lectura, califica de 1 a 5, 1 con menos uso, 5 con más uso

Se procedió a indagar el nivel con el que contaban los encuestados sobre la lectura, se logró notar que un 50% de individuos con discapacidad auditiva llegaban a solo un tercer nivel. Teniendo en cuenta que un % tenía total conocimiento de la lectura.

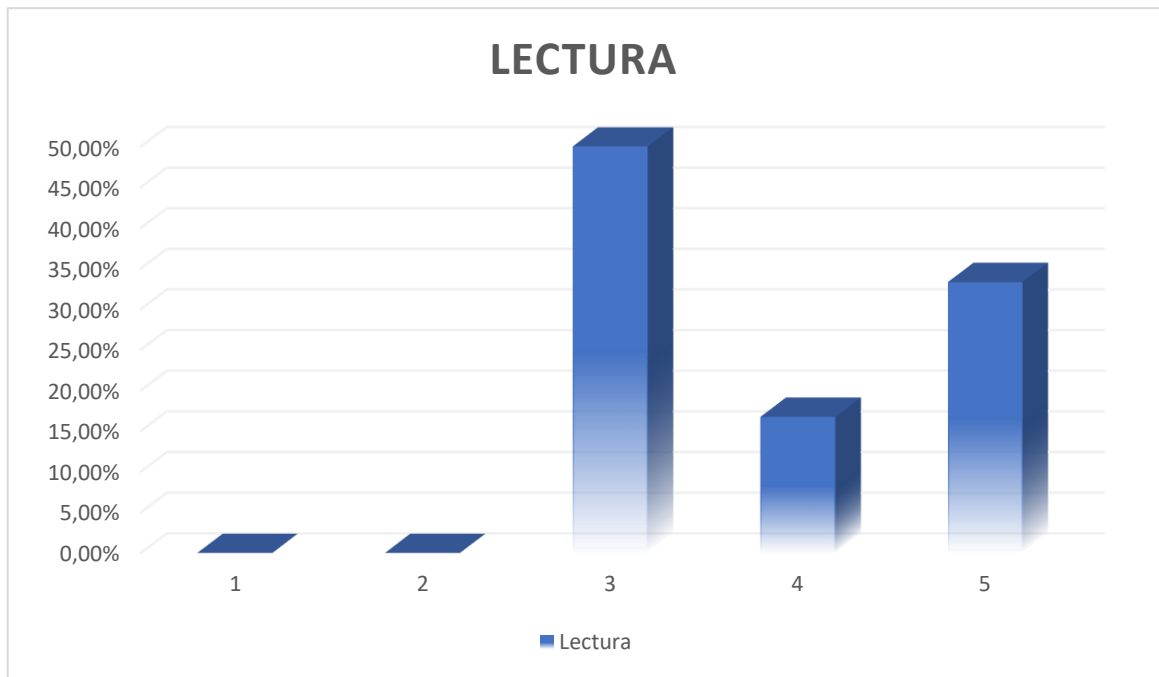


Figura 20 Rango de lectura

**Nota:** nivel de los encuestados sobre quienes aplican la lectura

18. Lenguaje de señas, califica de 1 a 5, 1 con menos uso, 5 con más uso

Se preguntó sobre el nivel con el que contaban al manejar el lenguaje de señas, teniendo un resultado de un 91,7% que lograba manejar en su totalidad tal lenguaje para lograr comunicarse de mejor manera, el restante, teniendo en cuenta que fue un mínimo del porcentaje total les falta aún, pero se logran desenvolver con el método de comunicación.

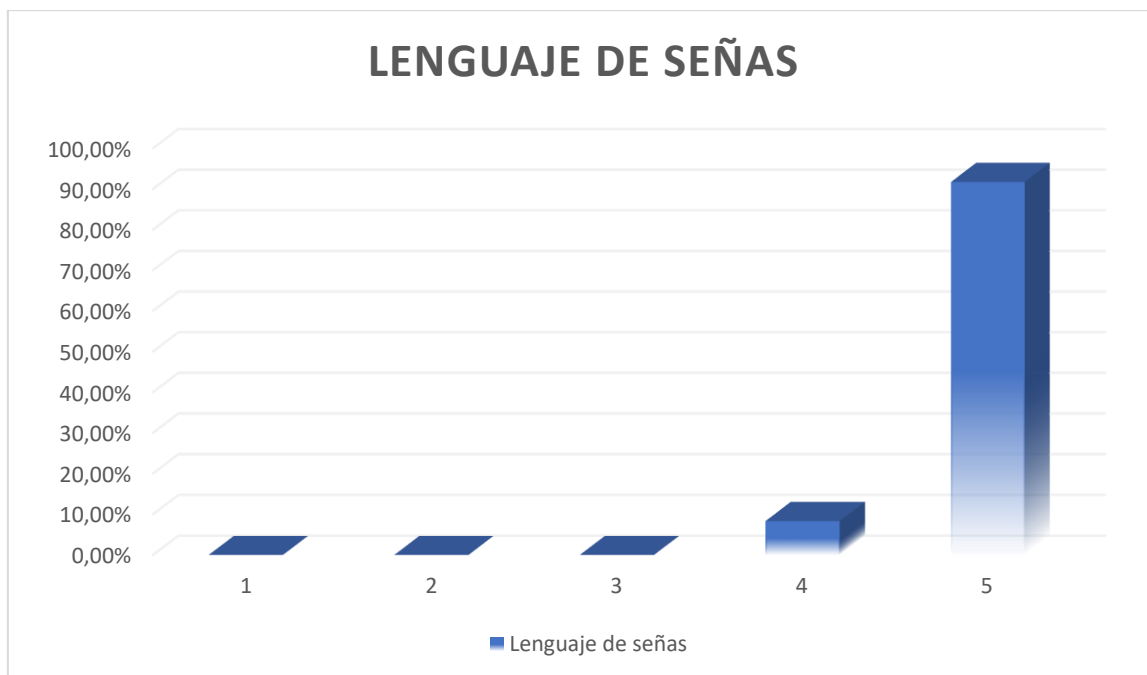


Figura 21 Lenguaje de señas

**Nota:** personas quienes aplican el lenguaje de señas.

19. ¿Qué tan atractivo te parece de estos talleres, califica de 1 a 10, 1 poco atractivo, 10 muy atractivo

Se indagó con respecto a que tan atractiva les parecía la idea de lograr adquirir clases mediante plataformas virtuales, ya antes mencionándoles la idea central del proyecto y se evidencio que un 83,3% están a gusto con la idea de poder obtener información con un lenguaje inclusivo y mucho más fácil de manejar para ellos.

La idea de adquirir nuevos conocimientos para algunos no solo será para usarlos dentro de sus hogares, sino que también lograran ponerlos en práctica si ellos desean generando un emprendimiento y ya sea hacerlo un ingreso extra o un ingreso constante.

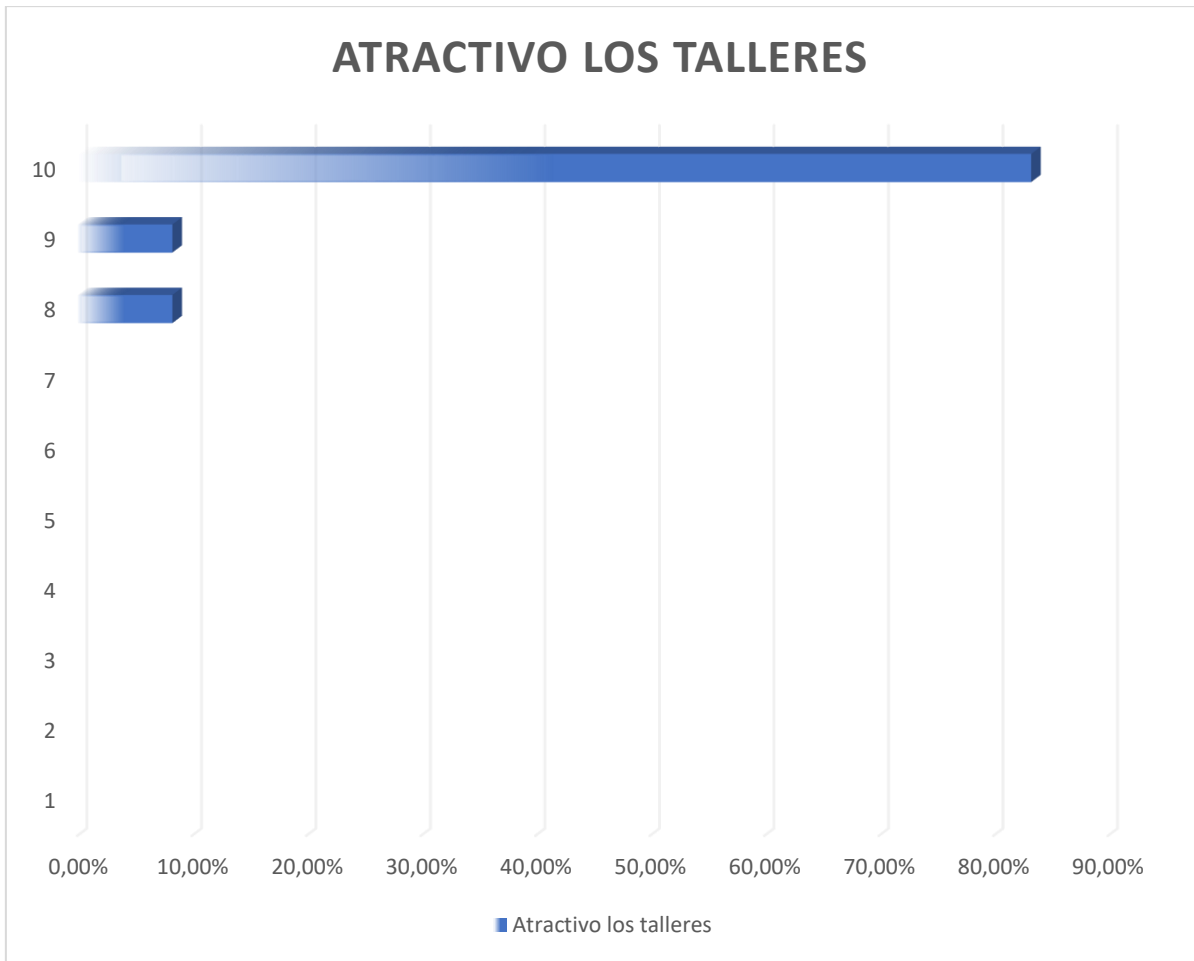


Figura 22 Atractivo los talleres

**Nota:** personas quienes les parece atractivo los talleres.

20. ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por un certificado y contenido en temas gastronómicos explicados en lenguaje de señas?

Entre una de las preguntas más importantes que se logró tener en cuenta fue el valor por el cual estarían dispuestos a cancelar para tomar el curso que se impartiría mediante una plataforma virtual, se evidencio algunas cantidades, pero un 50% opto por mencionar que no sabían el costo que justificaba el ser parte de tal proyecto.

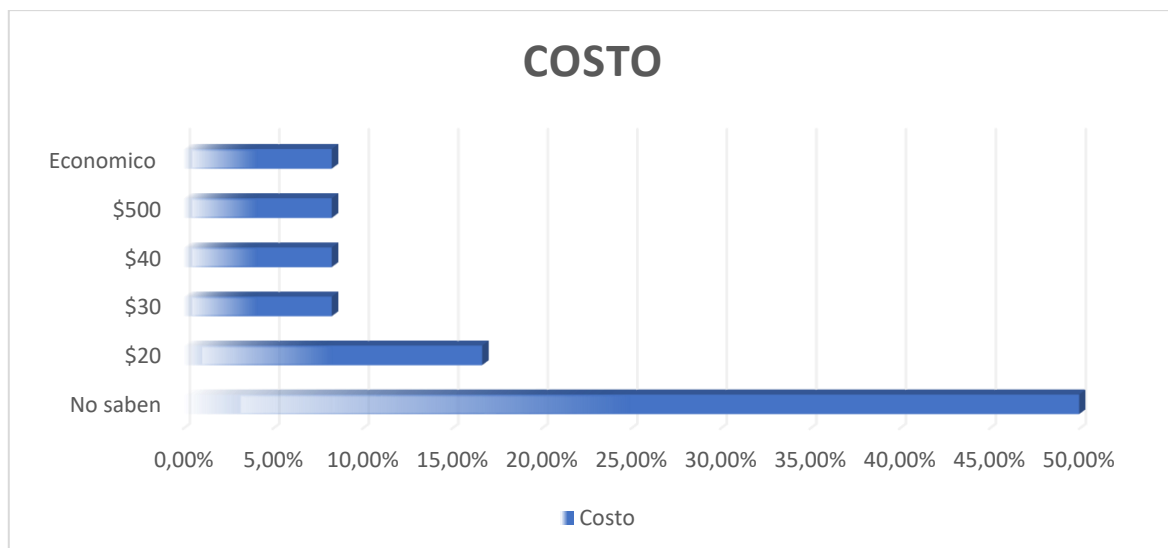


Figura 23 Costo

**Nota:** porcentaje de costos.

### 3.7.2.5. Conclusiones De La Investigación De Mercado.

Concluyendo con respecto a la información captada con la encuesta que se generó en la ciudad de Guayaquil direccionada a un grupo de individuos que contaban con discapacidad auditiva se logró evidenciar que este grupo de individuos no cuentan siempre con familiares que también tienen ciertas discapacidades.

Las personas discapacitadas a pesar de no contar con sus cinco sentidos han logrado grandes metas, a pesar de que un porcentaje mínimo cuenta con profesiones como tal se puede dar a notar que para ellos nada es un impedimento, la tecnología ha avanzado y sigue avanzando y gracias a ella personas que necesitan cierta ayuda en ocasiones han logrado mejorar su vida.

La oportunidad que se les ofrece para obtener más conocimientos de manera en que ellos se sientan no solo cómodos, sino que también con mayor facilidad de comprender, les agrada mucho ya que algunos de ellos cuentan con la capacidad y la motivación de todo lo que aprenden no solo incluirlo en su vida cotidiana, sino que también lograr hacer de ello un ingreso ya sea adicional o un ingreso estable en su vida.

# **CAPÍTULO 4**

## **PLAN DE MARKETING**

## CAPÍTULO 4

### 4. Plan De Marketing

#### 4.1. Objetivos: General y Específicos

##### *Objetivo General*

Diseñar una plataforma virtual con la finalidad de enseñar gastronomía para las personas con discapacidad auditiva mediante lenguaje de señas.

##### *Objetivo Especifico*

- Generar una marca dinámica y comprensiva para las personas pertenecientes al grupo de individuos con discapacidad auditiva.
- Implementar estrategias para posicionar en el mercado la plataforma digital mediante el uso de herramientas digitales.
- Generar un cronograma de actividades en cuanto a la difusión de la información sobre la plataforma digital haciendo uso de herramientas digitales.
- Construir estrategias comerciales incluyendo promociones para la plataforma digital.

##### *4.1.1. Mercado Meta*

###### **4.1.1.1. Tipo Y Estrategias De Penetración.**

Teniendo en cuenta que el servicio a ofrecer no es tan constante y el concepto tiende a ser nuevo se contempla realizar las siguientes estrategias:

Realizar publicaciones haciendo uso de herramientas digitales con detalles sobre el uso de la plataforma y los beneficios que traen consigo el realizar los cursos con dirección a las personas que cuentan con discapacidad auditiva.

Ejecutar promociones teniendo en cuenta festividades o descuentos en días feriados en la suscripción.

#### **4.1.1.2. Cobertura**

La presente propuesta, en conjunto con las estrategias propuestas y las promociones que se ejecutaran, se llevaran a cabo en Ecuador, centrándonos más en la ciudad de Guayaquil, dentro del sector centro sur, a un segmento socioeconómico A, B, C+, y C-.

#### **4.2. Posicionamiento**

El posicionamiento que se le dará al servicio a ofrecer, la plataforma digital de video lecturas para no oyentes se basará en la novedad y función que se le dará: el cual será basarse en un tema como lo es la gastronomía e impartir clases con el lenguaje de señas desarrollado por algoritmos provenientes de una plataforma lo que tendrá como resultado el aprendizaje a personas con discapacidad auditiva de recetas y platos a su elección dentro de lo que se dará a ofrecer.

#### **4.3. Estrategias De Marketing Mix**

##### ***4.3.1. Estrategias De Producto O Servicio***

Las estrategias de producto o servicio son aquellas acciones que se ejecutaran desde el marketing con la finalidad de diseñar y promocionar el bien o servicio considerando inicialmente las necesidades y las preferencias que tiene el consumidor. El servicio que se va a ofrecer es una plataforma direccionada a individuos con discapacidad auditiva que tienen como finalidad el ofrecer clases de gastronomía haciendo uso del lenguaje de señas. La enseñanza que se dará tendrá un plus debido al hecho de que con el lenguaje que se usara se logrará tener visibilidad ante las personas con discapacidad auditiva teniendo en cuenta el hecho, acción que permitirá que las personas que ya han hecho uso de la plataforma quieran volver a hacer uso de la misma y sugerirla.

##### **4.3.1.1. Empaque: Reglamento Del Mercado Y Etiquetado.**



El servicio que se ofrecerá será a través del uso de una plataforma digital, debido a eso se puede decir ya que el servicio es intangible, no necesita del uso de una etiqueta o un empaque.

#### ***4.3.2. Estrategia De Precios***

El proyecto no cuenta con competencia directa, en la red se encuentran diversas herramientas, pero ninguna tiene el concepto que se está ofreciendo, debido a eso se consideran los precios de plataformas virtuales ya sean en línea o ya generadas como aplicativos, en su mayoría son aplicativos gratuitos y fuera del país.

Por otro lado, los servicios ofrecidos para individuos con discapacidad auditiva que se han dado se encuentran categorizados por suscripciones enlazadas no solo con un servicio virtual, sino que también con productos físicos.

#### ***4.3.3. Poder Adquisitivo Del Mercado Meta***

##### **4.3.3.1. Políticas De Precio**

Luego de una investigación en comparación con ciertas aplicaciones y sitios web que ofrecen servicios diversos para las personas con discapacidad auditiva y teniendo el punto de vista de los posibles clientes se puede determinar un costo de \$30.00 la suscripción en cuanto al curso que se planea ofrecer.

#### ***4.3.4. Estrategia De Plaza***

##### **4.3.4.1. Merchandising**

El servicio será ofertado mediante el uso de herramientas digitales, es decir se hará difusión de información en redes sociales o banners electrónicos. Como punto relevante del merchandising sobre la plataforma digital direccionada hacia personas con discapacidad auditiva se generará publicidad dinámica, con videos que se logren interpretar con el lenguaje de señas y con subtítulos para no solo ser direccionados a las personas discapacitadas, sino que también llegue a sus familiares para que logren recomendar el proyecto.

#### **4.3.5. Estrategias de Promoción**

##### **4.3.5.1. Promoción de ventas**

Para generar ciertas promociones de ventas se basará en fechas específicas a lo largo del año, teniendo en cuenta la ciudad de origen de donde surgirá la plataforma, para aquello se fijarán ciertas fechas las cuales se mantendrán dentro del itinerario de campañas promocionales:

- Marzo 1-6: Carnaval.
- Mayo 2-4: Día del trabajador en Ecuador.
- Julio 25: Fundación de Guayaquil.
- Octubre 10: Independencia de Guayaquil
- Noviembre 25: Viernes negro.
- Diciembre 3: Día internacional de las personas con discapacidad.
- Diciembre 24-25: Navidad

#### **4.3.6. Publicidad**

##### **4.3.6.1. Elaboración de diseño y propuesta publicitaria:**

Concepto: Ofrecer el servicio de impartir clases gastronómicas mediante el uso del lenguaje de señas



**Nota:** logo del servicio.

*Figura 24 Logo de servicio*



Figura 25 Post

**Nota:** post del servicio.



Figura 26 Mensaje de inclusión

**Nota:** mensaje de inclusión en el servicio.

Mensaje: Inclusión en el aprendizaje

#### **4.3.6.1.1. Estrategia TTL.**

La estrategia Through the Line (TTL) o también llamada a través de línea, es aquella que está enfocada netamente en canales digitales, es decir el uso de plataformas o diversas redes sociales, haciendo uso de lo ya mencionado para generar la propagación de información.

#### **4.3.6.2. Estrategias De Lanzamiento.**

La estrategia de lanzamiento se verá reflejado en la activación de cuentas para los posibles clientes que cuenten con discapacidad auditiva, la cual ofrecerá cursos gastronómicos con el uso del lenguaje de señas para una mayor facilidad al momento de comprender el tema en dirección a las personas que cuentan con discapacidad auditiva.

##### **4.3.6.2.1. Plan De Medios: Tipos, Costos, Rating, Agencias De Publicidad.**

Teniendo en cuenta las redes sociales y herramientas digitales que más uso le dan nuestro público en dirección se tomaron en cuenta las siguientes:

Tabla 5 Plan de medios

<b>TIPO</b>	<b>MEDIO</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
<b>HERRAMIENTA DIGITAL</b>	Gmail	Difusión de información mediante el uso de correos. Promociones y publicidad haciendo uso de correos difusivos.	\$12 anual	\$12

	YouTube	Generar contenido visual con subtítulos para la difusión de la información a proporcionar con respecto a lo que se ofrecerá publicándolo con un alcance de mínimo 50 visualizaciones al día.	\$0,08 por visualización \$4 por 50 visualizaciones	\$48
<b>REDES SOCIALES</b>	Instagram	Publicidad con post con información sobre las promociones y lo que se ofrecerá en los cursos durante dos semanas por mes.	\$5	\$75
	Facebook	Publicidad con post con información sobre las promociones y lo que se ofrecerá en los cursos durante dos semanas por mes.	\$3	\$36
<b>HERRAMIENTA PARA OFRECER EL SERVICIO</b>	Plataforma personalizada	En dicha plataforma se dará el servicio a promocionar.		

**Nota:** Plan De Medios: Tipos, Costos, Rating, Agencias De Publicidad.

#### **4.3.6.2.2. *Marketing Relacional.***

Se establece el marketing relacional en cuanto al concepto que se tiene del servicio a ofrecer, las características a notar y los mensajes comunicacionales que se desean hacer llegar a través de las campañas de marketing que se generan, basándose en el concepto del ya mencionado marketing relacional el cual tiene como finalidad la captación de clientes y la búsqueda consigo de la fidelidad que logra ser generada en cuanto a la percepción de la satisfacción.

Los mensajes que se basarán las campañas de marketing racional serán las siguientes:

- En vez de enfocarte en la competencia, enfócate en ser tu mejor versión.
- El lenguaje de signos es aquel lenguaje inclusivo que será de gran apoyo para el aprendizaje de las personas con discapacidad auditiva.

A continuación, se tendrán ejemplos de cómo serían los posts para generar la publicidad al proyecto que se desea realizar, teniendo en cuenta el formato de las dos redes sociales a usar, es decir Facebook e Instagram, debido a que son plataformas que cuentan con facilidad de publicidad y generan un gran alcance visual.



Figura 27 Post para Instagram

**Nota:** post a utilizarse en el servicio.



Figura 28 Post para Facebook

**Nota:** post a utilizarse para Facebook.

### 4.3.6.3. Cronograma Y Presupuesto Promocional

Tabla 6 Cronograma y presupuesto promocional

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
<i>Anuncios En Gmail</i>	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
<i>Contenido En YouTube</i>		X			X			X			X	
<i>Post En Instagram</i>	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
<i>Anuncios En Facebook</i>	X	X	X		X	X	X		X		X	X
<i>Uso de la plataforma</i>	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

**Nota:** presupuesto promocional.

Se generó una tabla indicando los meses en donde se tendrá en consideración el uso de las plataformas digitales ya antes mencionadas, teniendo en cuenta que el contenido que se ha demostrado dentro del cuadro se indica en cuanto al uso de medios pagados, ya que la generación de contenido dentro de redes sociales siempre se verá presente sin tener en cuenta una cancelación para mejorar el alcance.



Tabla 7 Presupuesto promocional

<b>MEDIO</b>	<b>DETALLE</b>	<b>VALOR ANUAL – TOTAL</b>
<b>GMAIL</b>	<i>Campaña Publicitaria</i>	\$12.00
<b>YOUTUBE</b>	<i>Campaña Publicitaria</i>	\$360.00
<b>INSTAGRAM</b>	<i>Campaña Publicitaria</i>	\$360.00
<b>FACEBOOK</b>	<i>Campaña Publicitaria</i>	\$360.00
<b>PLATAFORMA</b>	<i>Herramienta para ofrecer el servicio</i>	\$1,800.00
<b>TOTAL</b>		\$2892

**Nota:** se detalla el presupuesto promocional a utilizarse.

# **CAPÍTULO 5**

## **PLAN OPERATIVO**

## CAPÍTULO 5

### 5. Plan Operativo

#### 5.1. Producción

##### 5.1.1. *Proceso Productivo*

Un proceso productivo es aquel conjunto de ya sean tareas y procedimientos que se requieren para la realización de una empresa la cual tendría como finalidad la elaboración ya sea esta de bienes o servicios. El proceso que se realiza se vale por la información y tecnología que se hace uso por las personas para la ejecución de la fabricación de los productos. Las empresas desarrollan estos procesos productivos con el objetivo de satisfacción al mercado direccionado. (Quiroa, 2020)

Proceso de registro del estudiante:

1. Registro o inicio de sesión.
2. Ingresar los datos que se piden para realizar la suscripción del estudiante en la plataforma.
3. Acepta las políticas de privacidad, términos y condiciones.
4. Se verifican los documentos exigidos del estudiante.
5. Se acepta o niega el proceso
6. Se genera una orden de pago
7. Se muestran las clases que se desean seleccionar y se genera la asignación de cronograma.
8. Se imparten las clases, teniendo en cuenta que son grabadas y se generan las respectivas evaluaciones.
9. Se finaliza con la calificación del alumno y se procede a indicar si se aprobó o reprobó el curso.

10. Se hace envío del diploma en caso de aprobar los módulos.

### 5.1.2. *Flujogramas de procesos*

El siguiente flujograma mostrara el proceso de ingresos de los estudiantes y los socios de la plataforma.

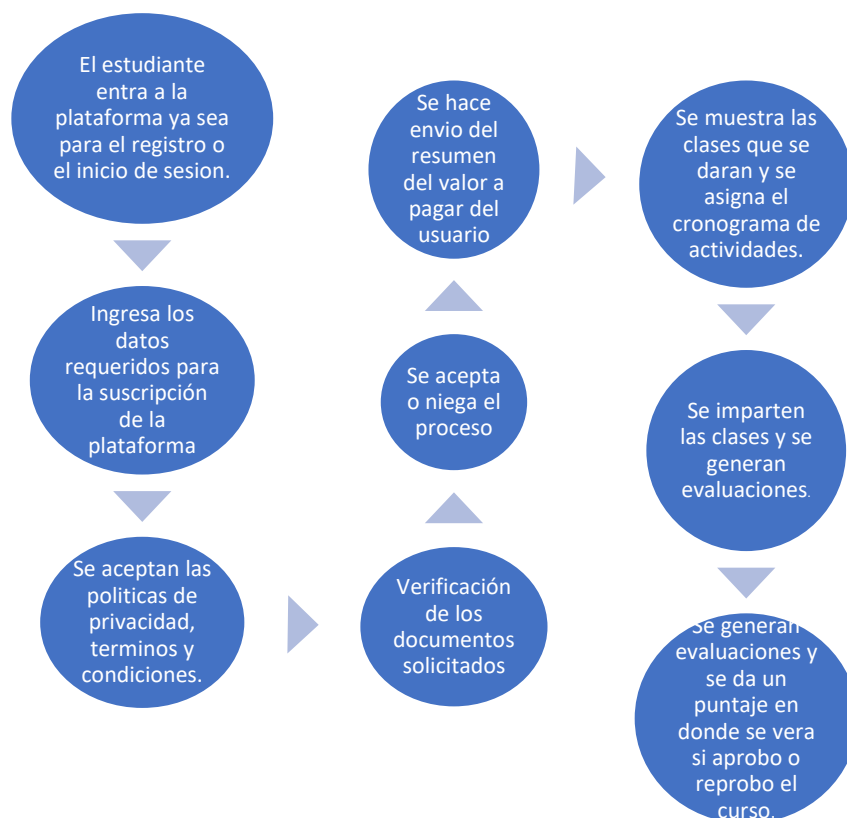


Figura 29 Flujograma de procesos

**Nota:** flujograma de procesos.

### 5.1.3. *Ubicación e Infraestructura*

Debido a que el proyecto se basa en una plataforma virtual no se contará con una ubicación e infraestructura, los medios de comunicación serán netamente virtual, de igual manera la contratación del servicio y el material que se impartirá.

#### 5.1.4. Mano de Obra

La empresa tendrá como los colaboradores del proyecto planteado serán los siguientes:

Tabla 8 Mano de obra

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	CANTIDAD
<i>Gerente</i>	1
<i>Atención al cliente</i>	1
<i>Vendedor</i>	1
<i>Mantenimiento de plataforma</i>	1

**Nota:** se detalla la mano de obra.

#### 5.1.5. Capacidad Instalada

No tiene un limitante la capacidad instalada debido a que el servicio que se ofrecerá es mediante una plataforma virtual que no contiene un limitante de suscripción y la información que se proporciona se aloja en la nube de la plataforma a usar, debido a eso se tendrá en consideración el uso de servicios de hosting.

#### 5.1.6. Presupuesto

Tabla 9 Presupuesto

INVERSIÓN FIJA			\$2300	
	Equipos de computo	Precio unit.	Precio total	\$2300
2	<i>Laptop HP</i>	\$500	\$1000	
1	<i>Computadora LG</i>	\$500	\$500	
1	<i>Vehículo</i>	\$4100	\$4100	

**Nota:** presupuesto fijo.

## **5.2. Estructura Organizacional**

### **5.2.1. Cargos y Perfiles del Equipo Gerencial**

El perfil que se tendrá para el siguiente cargo se mostrará a continuación

#### **✓ Gerente general**

- Formación profesional

Nivel superior en carreras administrativas, empresariales, comerciales o afines.

- Experiencia

Cuenta con un mínimo de dos años de experiencia en el liderazgo de empresas con servicios afines.

- Competencia

Debe de contar con liderazgo, ser analítico, responsable, contar con la capacidad de negociar y ejecutar con trabajos en equipo.

#### **✓ Atención al cliente**

- Formación profesional

Egresados o graduados en carreras administrativas, recursos humanos, empresariales o afines.

- Experiencia

Cuenta con un mínimo de seis meses de experiencia en atención al cliente de empresas afines con respecto al tema propuesto.

- Competencia

Debe de contar con buena toma de decisiones, buen trato con el cliente, trabajo en equipo, tener conocimiento de tecnología, buen trato al servicio al cliente, capacidad de negociar.

#### **✓ Vendedor**

- Formación profesional

Egresados o graduados en carreras administrativas, marketing, empresariales o afines.

- Experiencia

Cuenta con un mínimo un año de venta en servicios intangibles.

- Competencia

Debe de contar con buena toma de decisiones, buen negociador, contar con una buena oratoria, tener habilidades numéricas

✓ **Mantenimiento de plataforma**

- Formación profesional

Egresados o graduados en carreras de programación, informática o afines.

- Experiencia

Cuenta con un mínimo de dos años y medio de experiencia en empresas tecnológicas como programador o desarrollados, o de diseño de software.

- Competencia

Debe de contar con buen manejo de contenido en redes sociales, proactividad, desarrollo de plataformas digitales.

✓ **Chef**

- Formación profesional

Egresados o graduados en carreras de gastronomía.

- Experiencia

Cuenta con un mínimo de dos años y medio de experiencia en cocinas o restaurants.

- Competencia

Debe de contar con buen manejo de trabajo grupal, excelente calidad al cocinar, proactividad, transparencia, profesionalismo.

✓ **Traductor del lenguaje de señas**

- Formación profesional

Cuenta con certificado de que tiene conocimiento y hacer uso del lenguaje de señas.

- Experiencia

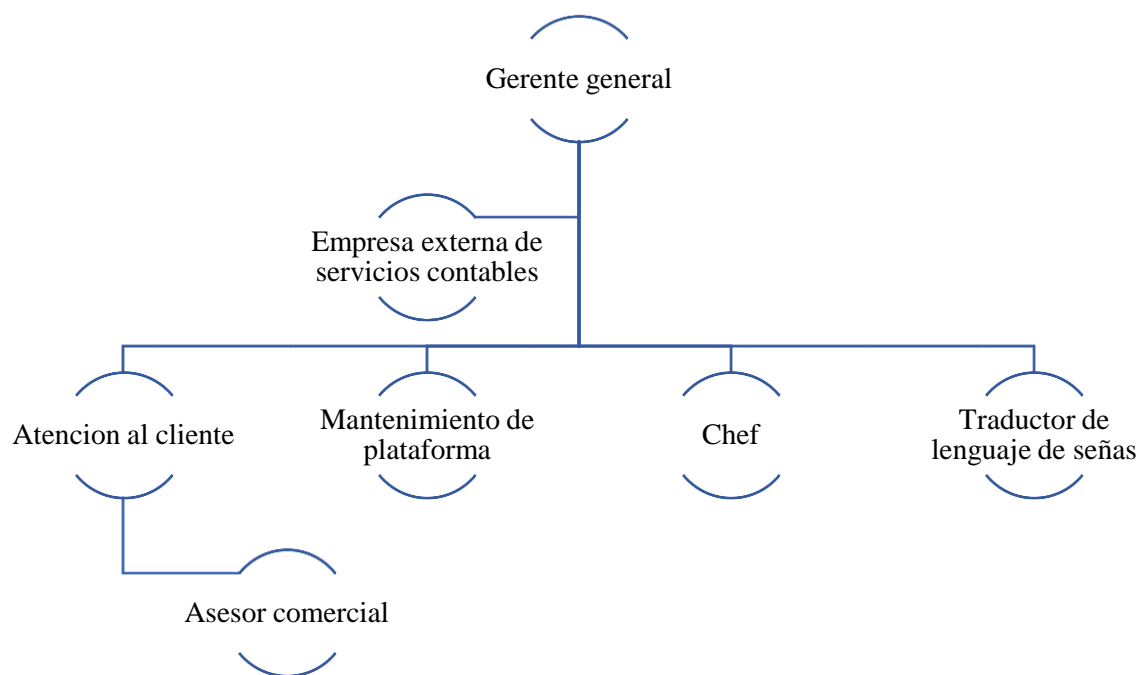
Cuenta con un mínimo de un año traduciendo o haciendo uso del lenguaje de señas ante otras personas o siendo traductor para un grupo de estudiantes con discapacidad auditiva.

- Competencia

Debe de contar con buen manejo de contenido haciendo uso del lenguaje de señas, proactividad, responsabilidad, transparencia, dedicación.

### 5.2.2. Organigrama

Tabla 10 Organigrama



**Nota:** Organigrama de la empresa.

El organigrama está compuesto por la siguiente jerarquía:

Teniendo como principal autoridad al Gerente General quien es el que se encargara de monitorear todo el proceso ya sea este administrativo o económico, teniendo como una extensión se tiene a la empresa externa de servicios contables que solo se cuenta con sus servicios al ejecutar los cierres de la economía de la plataforma digital.



Secundando en los niveles secundarios se encuentra la atención al cliente, quien se encargará de la administración en cuanto a la recolección de datos y pagos que se den, de igual manera si se desea aclarar algún inconveniente o duda, también se incluye en este nivel al encargado del mantenimiento de plataforma quien administra la tecnología de la plataforma digital, se cuenta con el chef que es el encargado de demostrar las recetas, de igual manera se cuenta con el traductor de lenguaje de señas quien se encarga de la traducción de las recetas.

Como último recurso se tiene a el asesor comercial, quien se encarga de ofrecer una correcta información al cliente, dentro de la misma plataforma digital.

# **CAPÍTULO 6**

**ESTUDIO ECONÓMICO –**

**FINANCIERO –**

**TRIBUTARIO**

## CAPÍTULO 6

### 6. Estudio Económico-Financiero-Tributario

#### 6.1. Inversión Inicial

Para la inversión inicial del proyecto se tendrá en cuenta el giro de negocio nuestros recursos serán los siguientes.

Tabla 11 Inversión Inicial

ACTIVOS	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	VALOR EN LIBROS
EQUIPOS DE FILMACIÓN	1	\$ 540,00	\$ 540,00
COMPUTADORAS (INCLUYE ACCESORIOS)	3	\$ 500,00	\$ 1.500,00
ESCRITORIOS.	1	\$ 75,00	\$ 75,00
ARCHIVADORES.	1	\$ 63,00	\$ 63,00
SILLAS GIRATORIAS.	2	\$ 38,00	\$ 76,00
SILLONES.	1	\$ 51,00	\$ 51,00
TELÉFONOS	2	\$ 25,00	\$ 50,00
VEHÍCULO	1	\$ 4.100,00	\$ 4.100,00
			\$ 6.455,00

**Nota:** se detalla la inversión inicial que requiere la empresa.

#### 6.1.1. Tipo De Inversión

Tendremos una inversión propia de los accionistas y préstamo bancario.

Valorado en \$10000

Tabla 12 Tipo de inversion

	<b>DEBE</b>	<b>HABER</b>
<b>-01-</b>		
<b>BANCO</b>	\$ 10.000,00	
<b>ACCIONISTA A</b>		\$ 6.000,00
<b>ACCIONISTA B</b>		\$ 4.000,00
	\$ 10.000,00	\$10.000,00
<b>INVERSIÓN INICIAL</b>		

**Nota:** se presenta el tipo de inversión requerida.

#### 6.1.1.1. Fija.

La inversión en activo en fijos asciende a 4100, el mismo que es otorgado por los accionistas.

Tabla 13 Activos fijos

Activos	Cantidad	Costo Unitario	Valor en libros
Equipos de Filmación	1	\$ 540,00	\$ 540,00
Computadoras (Incluye accesorios)	3	\$ 500,00	\$ 1.500,00
Escritorios.	1	\$ 75,00	\$ 75,00
Archivadores.	1	\$ 63,00	\$ 63,00
Sillas giratorias.	2	\$ 38,00	\$ 76,00
Sillones.	1	\$ 51,00	\$ 51,00
Teléfonos	2	\$ 25,00	\$ 50,00
Vehículo	1	\$ 4.100,00	\$ 4.100,00
<b>Total</b>			<b>\$ 6.455,00</b>

**Nota:** inversión fija

### 6.1.1.2. Diferida.

El valor contempla los gastos operaciones.

Tabla 14 Diferida

<b>Arriendo (set de cocina y oficina)</b>	<b>\$425,00</b>	<b>\$5.100,00</b>
<b>Almacenamiento en Nube</b>	\$150,00	\$1.800,00
<b>Luz</b>	\$80,00	\$960,00
<b>Teléfono / internet</b>	\$90,00	\$1.080,00
<b>Publicidad</b>	\$200,00	\$2.400,00
<b>Insumos</b>		
<b>Papelería</b>	\$25,00	\$300,00
<b>Varios</b>	\$60,00	\$720,00

Nota: tabla de los gastos diferidos

### 6.1.1.3. Corriente.

La inversión corriente comprende los valores relacionados con el capital de trabajo

Tabla 15 Corriente

<b>CHEF</b>	<b>\$180,00</b>
<b>INTERPRETE</b>	\$220,00
<b>INSUMOS</b>	\$40,00

Nota: gastos corrientes.

### 6.1.2. *Financiamiento De La Inversión*

La inversión se contempla de la siguiente forma se pretende financiar con un 33% de préstamo bancario y el 67% por parte de los accionistas. El valor a financiar por medio de préstamo bancario a una tasa referencial del 1% según el dato registrado por el BanEcuador a un periodo de 3 años.

#### 6.1.2.1. **Fuentes De Financiamiento.**

La fuente de financiamiento se obtendrá mediante un préstamo del BanEcuador al 1% de interés. Es decir, el llamado “Crédito de las oportunidades” el cual tendrá un valor de \$5000, el cual se obtendrá para distribución individual.

#### 6.1.2.2. **Tabla De Amortización.**


					
Detalle Simulación de Crédito					
Tipo	Crédito de las		Tasa Nominal(%)	1.00	
Destino	N/A		Tasa Efectiva(%)	1.00	
Sector Económico			Monto(USD)	5,000.00	
Facilidad	N/A		Plazo(Años)	3	
Tipo Amortización	Cuota Decreciente		Fecha Simulación	2022-08-22	
Forma de Pago	Mensual				
<b>Recuerda:</b> Esta información es una simulación de crédito que permite familiarizarse con nuestro sistema. No tiene validez como documento legal o como solicitud de crédito.					
Periodo	Saldo	Capital	Interés	Cuota	
0	5000.00				
1	\$ 4.861,11	\$ 138,89	\$ 4,17	\$	143,06
2	\$ 4.722,22	\$ 138,89	\$ 4,05	\$	142,94
3	\$ 4.583,33	\$ 138,89	\$ 3,94	\$	142,83
4	\$ 4.444,44	\$ 138,89	\$ 3,82	\$	142,71
5	\$ 4.305,56	\$ 138,89	\$ 3,70	\$	142,59
6	\$ 4.166,67	\$ 138,89	\$ 3,59	\$	142,48
7	\$ 4.027,78	\$ 138,89	\$ 3,47	\$	142,36
8	\$ 3.888,89	\$ 138,89	\$ 3,36	\$	142,25
9	\$ 3.750,00	\$ 138,89	\$ 3,24	\$	142,13
10	\$ 3.611,11	\$ 138,89	\$ 3,12	\$	142,01
11	\$ 3.472,22	\$ 138,89	\$ 3,01	\$	141,90
12	\$ 3.333,33	\$ 138,89	\$ 2,89	\$	141,78
13	\$ 3.194,44	\$ 138,89	\$ 2,78	\$	141,67
14	\$ 3.055,56	\$ 138,89	\$ 2,66	\$	141,55
15	\$ 2.916,67	\$ 138,89	\$ 2,55	\$	141,44
16	\$ 2.777,78	\$ 138,89	\$ 2,43	\$	141,32
17	\$ 2.638,89	\$ 138,89	\$ 2,31	\$	141,20
18	\$ 2.500,00	\$ 138,89	\$ 2,20	\$	141,09
19	\$ 2.361,11	\$ 138,89	\$ 2,08	\$	140,97
20	\$ 2.222,22	\$ 138,89	\$ 1,97	\$	140,86
21	\$ 2.083,33	\$ 138,89	\$ 1,85	\$	140,74
22	\$ 1.944,44	\$ 138,89	\$ 1,74	\$	140,63
23	\$ 1.805,56	\$ 138,89	\$ 1,62	\$	140,51
24	\$ 1.666,67	\$ 138,89	\$ 1,50	\$	140,39
25	\$ 1.527,78	\$ 138,89	\$ 1,39	\$	140,28
26	\$ 1.388,89	\$ 138,89	\$ 1,27	\$	140,16
27	\$ 1.250,00	\$ 138,89	\$ 1,16	\$	140,05
28	\$ 1.111,11	\$ 138,89	1,04	\$	139,93
29	\$ 972,22	\$ 138,89	0,93	\$	139,82
30	\$ 833,33	\$ 138,89	0,81	\$	139,70
31	\$ 694,44	\$ 138,89	0,69	\$	139,58
32	\$ 555,56	\$ 138,89	0,58	\$	139,47
33	\$ 416,67	\$ 138,89	0,46	\$	139,35
34	\$ 277,78	\$ 138,89	0,35	\$	139,24
35	\$ 138,89	\$ 138,89	0,23	\$	139,12
36	\$ 0,00	\$ 138,89	0,12	\$	139,01

Figura 30 Tabla de amortizaciones

**Nota:** tabla de amortización bancario.

### 6.1.3. *Cronograma de Inversiones*

## 6.2. **Análisis de Costos**

### 6.2.1. *Costos Fijos*

Los costos fijos son los siguientes

- Gastos de sueldos y salarios
- Gastos de servicios
- Gastos administrativos que consideran el alquiler de la oficina

Tabla 16 Costos fijos

<b>Gerente</b>	<b>\$600,00</b>
<b>Chef</b>	\$180,00
<b>Interprete</b>	\$220,00
<b>Contador</b>	\$200,00
<b>Arriendo (set de cocina y oficina)</b>	\$425,00
<b>Almacenamiento en Nube</b>	\$150,00
<b>Teléfono / internet</b>	\$90,00
<b>Publicidad</b>	\$200,00

**Nota:** se detallan los costos fijos.

### 6.2.2. *Costos Variables*

Los costos variables de la empresa representan a los valores que se incurren para la entrega del servicio de la propuesta.

Tabla 17 Costos variables

<b>Chef</b>	<b>\$180,00</b>
<b>Interprete</b>	<b>\$220,00</b>
<b>Material de Cocina</b>	<b>\$40,00</b>
<b>Luz</b>	<b>\$80,00</b>

**Nota:** costos variables de la empresa.

### 6.3. Capital de Trabajo

#### 6.3.1. Gastos de Operación

Para determinar los gastos de operación se proyectó a 3 meses.

**Nota:** Gastos de operación requerida.

	<b>Enero</b>	<b>Febrero</b>	<b>Marzo</b>
Materiales directos	\$ 246,00	\$ 205,00	\$ 205,00
Mano de obra directa	\$ 98,40	\$ 82,00	\$ 82,00
Costos generales de fabricación	\$ -	\$ -	\$ -
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	<b>\$ 344,40</b>	<b>\$ 287,00</b>	<b>\$ 287,00</b>
Inventario Inicial	\$ -	\$ -	\$ -
<b>COSTO DE ASERVICIO</b>	<b>\$ 344,40</b>	<b>\$ 287,00</b>	<b>\$ 287,00</b>
Inventario Final de Productos en Proceso	\$ -	\$ -	\$ -
<b>COSTO DE PRODUCTOS TERMINADOS</b>	<b>\$ 344,40</b>	<b>\$ 287,00</b>	<b>\$ 287,00</b>
Inventario Inicial de Productos Terminados	\$ -	\$ -	\$ -
<b>COSTO DE PRODUCTOS DISPONIBLES PARA LA VENTA</b>	<b>\$ 344,40</b>	<b>\$ 287,00</b>	<b>\$ 287,00</b>
Inventario final de Productos Terminados	\$ -	\$ -	\$ -
<b>COSTO DE PRODUCTOS VENDIDOS</b>	<b>\$ 344,40</b>	<b>\$ 287,00</b>	<b>\$ 287,00</b>

Figura 31 Gastos de operación

#### 6.3.2. Gastos Administrativos

Los gastos administrativos suman un valor de \$12.360,00 Anuales.



Tabla 18 Gastos administrativos

<b>Arriendo (set de cocina y oficina)</b>	<b>\$425,00</b>	<b>\$5.100,00</b>
<b>Almacenamiento en Nube</b>	\$150,00	\$1.800,00
<b>Luz</b>	\$80,00	\$960,00
<b>Teléfono / internet</b>	\$90,00	\$1.080,00
<b>Publicidad</b>	\$200,00	\$2.400,00
<b>Papelería</b>	\$25,00	\$300,00
<b>Varios</b>	\$60,00	\$720,00
<b>GASTOS ADM</b>	<b>\$1.030,00</b>	<b>\$12.360,00</b>

Nota: gastos administrativos de la empresa

### 6.3.3. Gastos de Ventas

Se considera los valores que dan soporte a la realización de las ventas, para lo cual es necesario un sitio web y almacenamiento en nube digital, actividades de marketing tales como: publicidad interna y externo.

Tabla 19 Gastos de venta

<b>Arriendo (set de cocina y oficina)</b>	<b>\$425,00</b>	<b>\$ 5.100,00</b>
<b>Almacenamiento en Nube</b>	\$150,00	\$ 1.800,00
<b>Publicidad</b>	\$200,00	\$ 2.400,00
<b>Insumos</b>	<b>\$945,00</b>	<b>\$ 11.340,00</b>

Nota: se presentan los gastos de venta de la empresa.

### 6.3.4. Gastos Financieros

Los gastos financieros de la deuda se proyectan a tres años.

Tabla 20 Gastos financieros

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO3
<b>Depreciación</b>	\$1.516,33	\$1.516,33	\$1.516,33
<b>Pago de Intereses</b>	\$42,36	25,69	12,15

**Nota:** Gastos financieros de la empresa.

### 6.4. Análisis de Variables Críticas

#### 6.4.1. Determinación del Precio: Mark Up y Márgenes.

Determinamos el precio de \$30 por membresía de cada socio perteneciente de la clase media baja.

#### 6.4.2. Proyección de Costos e Ingresos en función de la proyección de Ventas

Se hace una proyección de costos e ingresos. Donde se considera como factor de crecimiento la inflación y objetivo de marketing y la demanda.

	AÑOS				
	1	2	3	4	5
<b>Precio de servicio al publico</b>	\$ 30,00	\$ 31,50	\$ 33,08	\$ 34,73	\$ 36,47
<b>Ingresos anuales</b>	\$ 24.600,00	\$ 29.704,50	\$ 35.873,61	\$ 43.312,39	\$ 52.304,73
<b>Ingresos acumulados</b>	\$ 24.600,00	\$ 54.304,50	\$ 90.178,11	\$ 133.490,50	\$ 185.795,23

Figura 32 Precio

**Nota:** precios del servicio.

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Servicios a realizar	820	943	1.084	1.247	1.434
<b>SERVICIOS A PRODUCIR TOTAL</b>	<b>820</b>	<b>943</b>	<b>1.084</b>	<b>1.247</b>	<b>1.434</b>
Costo unitario Materiales directos	\$ 5,00	\$ 5,25	\$ 5,51	\$ 5,79	\$ 6,08
Costo unitario Mano de obra directa	\$ 2,00	\$ 2,10	\$ 2,21	\$ 2,32	\$ 2,44
<b>Costo Unitario de Servicio</b>	<b>\$ 7,00</b>	<b>\$ 7,35</b>	<b>\$ 7,72</b>	<b>\$ 8,11</b>	<b>\$ 8,52</b>
Materiales directos	\$ 4.100,00	\$ 4.950,75	\$ 5.975,32	\$ 7.220,81	\$ 8.719,85
Mano de obra directa	\$ 1.640,00	\$ 1.980,30	\$ 2.396,63	\$ 2.893,31	\$ 3.499,41
Costos generales de fabricación	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	<b>\$ 5.740,00</b>	<b>\$ 6.931,05</b>	<b>\$ 8.371,95</b>	<b>\$ 10.114,12</b>	<b>\$ 12.219,26</b>
Inventario Inicial	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>COSTO DE PRODUCTO EN PROCESO</b>	<b>\$ 5.740,00</b>	<b>\$ 6.931,05</b>	<b>\$ 8.371,95</b>	<b>\$ 10.114,12</b>	<b>\$ 12.219,26</b>
<b>COSTO DE SERVICIOS VENDIDOS</b>	<b>\$ 5.740,00</b>	<b>\$ 6.931,05</b>	<b>\$ 8.371,95</b>	<b>\$ 10.114,12</b>	<b>\$ 12.219,26</b>

Figura 33 Costo

**Nota:** costo requerido por la empresa.

### 6.4.3. Análisis de Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio se determina en 93 servicios ofrecidos

GASTOS FIJOS	2138
PRECIO	30
COSTOS	7
PE	93
UTILIDADES	0

Figura 34 Análisis de punto de equilibrio

Nota. Datos para punto de equilibrio

UNIDADES	VENTAS	COSTO	UTILIDADES
25	\$ 750,00	\$ 2.312,58	\$ -1.562,58
50	\$ 1.500,00	\$ 2.487,58	\$ -987,58
75	\$ 2.250,00	\$ 2.662,58	\$ -412,58
100	\$ 3.000,00	\$ 2.837,58	\$ 162,42
125	\$ 3.750,00	\$ 3.012,58	\$ 737,42
150	\$ 4.500,00	\$ 3.187,58	\$ 1.312,42
93	\$ 2.788,14	\$ 2.788,14	\$ -
175	\$ 5.250,00	\$ 3.362,58	\$ 1.887,42
200	\$ 6.000,00	\$ 3.537,58	\$ 2.462,42
250	\$ 7.500,00	\$ 3.887,58	\$ 3.612,42
300	\$ 9.000,00	\$ 4.237,58	\$ 4.762,42
350	\$ 10.500,00	\$ 4.587,58	\$ 5.912,42

Figura 35 Datos de análisis de punto de equilibrio

**Nota:** punto de equilibrio.



Figura 36 Punto de equilibrio

## 6.5. Estados Financieros proyectados

### 6.5.1. Balance General

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Activos</b>					
<b>Activos corrientes:</b>					
Efectivo y equivalentes de efectivo	7.187,15	8.942,83	11.736,82	17.034,26	21.186,23
Cientes y otras cuentas por cobrar no relacionadas					
Activos por impuestos corrientes		-	-	-	-
Inventarios	-	-	-	-	-
Cuenta por cobrar Accionista			359,25		2.211,06
<b>Total activos corrientes</b>	<b>7.187,15</b>	<b>8.942,83</b>	<b>12.096,07</b>	<b>17.034,26</b>	<b>23.397,29</b>
<b>Activos no corrientes:</b>					
Propiedades, planta y equipos	6.455,00	6.455,00	5.809,50	6.390,45	7.029,50
Vehículo	4.100,00	3.280,00	2.460,00	1.640,00	820,00
Depreciacion	(1.516,33)	(1.516,33)	(1.516,33)	(133,00)	(133,00)
Depreciacion acumulada de Maquinaria		(1.516,33)	(3.032,67)	(4.549,00)	(4.682,00)
<b>Total activos no corrientes</b>	<b>9.038,67</b>	<b>6.702,33</b>	<b>3.720,50</b>	<b>3.348,45</b>	<b>3.034,50</b>
<b>Total de activos</b>	<b>16.225,82</b>	<b>15.645,16</b>	<b>15.816,57</b>	<b>20.382,71</b>	<b>26.431,78</b>
<b>Pasivos corrientes:</b>					
Prestamo Bancario	1.709,04	1.692,37	1.675,71		
Cta x pagar accionista	433,55	1.967,58		1.349,27	
Impuesto a la renta				92,22	661,64
Pasivos corrientes por beneficios a empleados	10.065,56	9.914,58	9.815,43	9.717,28	9.620,10
Otros Pasivos Corrientes	13.876,33	14.123,53	14.375,65	16.928,36	17.190,56
<b>Total pasivos corrientes</b>	<b>26.084,48</b>	<b>27.698,06</b>	<b>25.866,79</b>	<b>28.087,13</b>	<b>27.472,30</b>
<b>Pasivos no corrientes:</b>					
Prestamo Bancario largo plazo	(3.368,08)	(1.675,71)	-	-	-
<b>Total pasivos no corrientes</b>	<b>(3.368,08)</b>	<b>(1.675,71)</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Total de pasivos</b>	<b>22.716,40</b>	<b>26.022,35</b>	<b>25.866,79</b>	<b>28.087,13</b>	<b>27.472,30</b>
<b>Patrimonio:</b>					
Capital social	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00
Utilidad o Perdida	(6.640,59)	(3.886,60)	326,96	2.345,81	6.663,89
Resultados acumulados Perdidas		(6.640,59)	(10.527,18)	(10.527,18)	(10.527,18)
Resultados acumulados Ganancias				326,96	2.672,78
<b>Total patrimonio neto</b>	<b>(6.490,59)</b>	<b>(10.377,18)</b>	<b>(10.050,22)</b>	<b>(7.704,41)</b>	<b>(1.040,52)</b>
<b>Total pasivo más patrimonio</b>	<b>16.225,82</b>	<b>15.645,17</b>	<b>15.816,57</b>	<b>20.382,72</b>	<b>26.431,79</b>

Figura 37 Balance general

**Nota:** balance general de la empresa.

## 6.5.2. Estado de Pérdidas y Ganancias

A partir del 3er año la empresa obtendrá ganancias

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS GERENCIAL		ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS				
RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
<b>Ventas</b>						
Ventas	24.600,00	29.704,50	35.873,61	43.312,39	52.304,73	
<b>Total ventas</b>	<b>24.600,00</b>	<b>29.704,50</b>	<b>35.873,61</b>	<b>43.312,39</b>	<b>52.304,73</b>	
<b>Costos de Ventas</b>						
Costos de Ventas	5.740,00	6.931,08	8.371,99	10.114,12	12.219,27	
<b>Gastos</b>						
Gastos Operativos	13.876,33	14.123,53	14.375,65	16.928,36	17.190,56	
Gastos Sueldos y Beneficios	10.065,56	10.994,46	11.104,33	11.215,40	11.327,45	
	29.681,89	32.049,07	33.851,97	38.257,88	40.737,28	
<b>Utilidad Operacional</b>	<b>(5.081,89)</b>	<b>(2.344,57)</b>	<b>2.021,64</b>	<b>5.054,51</b>	<b>11.567,45</b>	
<b>Depreciacion</b>						
Depreciacion	1.516,33	1.516,33	1.516,33	1.516,33	1.516,33	
<b>Intereses Financieros</b>						
Intereses Financieros	42,36	25,69	12,15			
<b>Total Otros Egresos (ingresos)</b>	<b>1.558,69</b>	<b>1.542,02</b>	<b>1.528,48</b>	<b>1.516,33</b>	<b>1.516,33</b>	
<b>Utilidad antes de Impuestos</b>	<b>(6.640,59)</b>	<b>(3.886,60)</b>	<b>493,15</b>	<b>3.538,18</b>	<b>10.051,11</b>	
<b>Participacion Trabajadores 15%</b>						
			73,97	530,73	1.507,67	
<b>Impuesto a la Renta 22%</b>						
			92,22	661,64	1.879,56	
<b>Utilidad Neta</b>	<b>(6.640,59)</b>	<b>(3.886,60)</b>	<b>326,96</b>	<b>2.345,81</b>	<b>6.663,89</b>	

Figura 38 Estado de perdidas y ganancias

**Nota:** estado de pérdida y ganancia de empresa.

### 6.5.2.1. Flujo de Caja Proyectado

Un déficit durante los 2 primeros años, después del año 3 obtendremos rentabilidad.

Flujo de Caja ( Proyectado )					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad Neta	-\$ 4.329,18	-\$ 2.573,50	\$ 220,49	\$ 3.222,26	\$ 7.374,23
(+) Depreciación	\$ 1.516,33	\$ 1.516,33	\$ 1.516,33	\$ 3.812,00	\$ 3.812,00
(+) Amortización	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Flujo de caja real operativo	-\$ 2.812,85	-\$ 1.057,17	\$ 1.736,82	\$ 7.034,26	\$ 11.186,23
Inversiones	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Flujo de Caja Neto	-2.812,85	-1.057,17	1.736,82	7.034,26	11.186,23

Figura 39 Flujo de caja proyectado

**Nota:** se presenta el flujo de caja.

### 6.5.2.1.1. Indicadores de Rentabilidad y Costo del Capital

#### 6.5.2.1.1.1. TMAR

El ejercicio muestra una temar del 12,40%

Tabla 21 TMAR

<b>TMAR</b>	<b>12,40%</b>
-------------	---------------

Tabla 22 TMAR

<b>Capital Propio</b>	<b>\$ 10.000,00</b>	<b>\$ 0,67</b>
<b>Préstamo Bancario</b>	<b>\$ 5.000,00</b>	<b>\$ 0,33</b>

Tabla 23 TMAR

<b>33%</b>	<b>7,20%</b>	<b>2,400%</b>
<b>67%</b>	<b>15%</b>	<b>10,000%</b>
		<b>12,400%</b>

### 6.5.2.1.1.2. VAN

El ejercicio muestra un VAN positivo de \$5042.43

Tabla 24 VAN

<b>V.A.N.</b>	\$ 5.042,43
---------------	-------------

NOTA: Se presenta el VAN

### 6.5.2.1.1.3. TIR

El ejercicio muestra un TIR de 29,96%

Tabla 25 TIR

<b>T.I.R.</b>	29,96%
---------------	--------

Nota: se presenta la TIR

### 6.5.2.1.1.4. PAYBACK

Tabla 26 PLAYBACK

<b>TIEMPO DE RECUPERACION DESCONTADO</b>			
<b>PERIODO</b>	<b>FLUJOS</b>	<b>VP FLUJOS</b>	<b>ACUMULADO</b>
<b>0</b>	-\$ 15.000,00	-\$ 15.000,00	-\$ 15.000,00
<b>1</b>	-\$ 4.329,18	-\$ 3.851,59	-\$ 18.851,59
<b>2</b>	-\$ 2.573,50	-\$ 4.326,60	-\$ 23.178,19
<b>3</b>	\$ 220,49	\$ 525,96	-\$ 22.652,23
<b>4</b>	\$ 3.222,26	\$ 9.705,26	-\$ 12.946,97
<b>5</b>	\$ 7.374,23	\$ 26.321,12	\$ 13.374,15

Nota: payback de la empresa



## 6.6. Análisis de Sensibilidad Multivariable o de Escenarios Múltiples

### 6.6.1. Principales riesgos

Poca propagación de nuestro servicio que no pueda llevar de una manera consistente a nuestro futuro socio

### 6.6.2. Mitigación del riesgo

Campañas publicitarias de manera interne y externa

Campañas online, panfletos, difusión entre colegas.

## 6.7. Razones Financieras

### 6.7.1. Liquidez

El indicador de liquidez determina que 0.28 la liquidez de la empresa.

**Nota:** se presenta ratio de liquidez

Ratios de liquidez						
Liquidez o Razón Corriente = Activo Corriente / Pasivo Corriente	en veces	0,28	0,32	0,47	0,61	0,85
Liquidez Seca o Prueba Ácida = (Activo Corriente - Inventarios) / Pasivo Corriente	en veces	0,28	0,32	0,47	0,61	0,85
Capital de Trabajo	en dinero	7.187,15	8.942,83	11.736,82	17.034,26	21.186,23
Indice de liquidez = (Activos Corrientes / Pasivo corriente ) e	en veces	0,28	0,32	0,47	0,61	0,85

Figura 40 Ratios de liquidez

### 6.7.2. Gestión

El ratio de gestión determina.

Gestión					
Rotación del Activo Fijo	1,52	1,90	2,27	2,12	1,98
Rotación del Activo Total	0,94	1,07	1,39	1,54	1,90
Rotación de Capital de Trabajo	1,64	1,98	2,39	2,89	3,49

Figura 41 Ratios de gestión

**Nota:** se presenta el ratio de gestión

### 6.7.3. Endeudamiento

El ratio de endeudamiento determina.

Apalancamiento					
Endeudamiento	1,61	1,77	1,64	1,38	1,04
Apalancamiento Interno	(0,29)	(0,40)	(0,39)	(0,27)	(0,04)
Apalancamiento Externo	(4,02)	(2,67)	(2,57)	(3,65)	(26,40)
Autonomía	(0,40)	(0,66)	(0,64)	(0,38)	(0,04)

Figura 42 Endeudamiento

**Nota:** se presenta el endeudamiento

### 6.7.4. Rentabilidad

El ratio de rentabilidad determina.

Rentabilidad					
Margen de Utilidad Bruta	130,43%	130,43%	130,44%	130,47%	130,48%
Margen de Utilidad Operativa		-13,59%	0,96%	11,67%	22,12%
Margen de UAI		-30,61%	-15,07%	1,07%	12,94%
Margen de Utilidad Neta		-17,60%	-8,66%	0,61%	7,44%
ROA		-26,68%	-16,45%	1,39%	15,81%
ROE		-19,06%	-9,89%	0,85%	11,47%

Figura 43 Rentabilidad determinada

**Nota:** rentabilidad determinada

## 6.8. Conclusiones del Estudio Financiero

Mediante el estudio financiero se enlistan las siguientes conclusiones:

- La inversión en activos fijos es de \$16225.82
- Se obtendrán ganancias a partir del año 3
- Debemos optimizar los gastos operativos para una mayor rentabilidad a corto plazo

- La inversión inicial se financia en un 33% con préstamo bancario a un plazo de tres años y una tasa de interés de 1%
- De acuerdo con el flujo de efectivo se registra ganancias a partir del tercer año de operatividad con un valor de \$220.49
- El ejercicio arroja una TMAR de 12.40% y una VAN de \$5042.13 y una TIR de 29.96%.

## CONCLUSIONES

Las conclusiones de la investigación de una **Propuesta para la creación de una plataforma digital de video lecturas para personas no oyentes** son las siguientes:

- Una vez realizada la investigación de mercado se logró identificar la oportunidad de mercado que ha sido tan aislado durante mucho tiempo
- El análisis PEST informa que el escenario positivo para el progreso de la promesa de negocio, según las variables político, económica, social y tecnológico muestran una viabilidad para ejecución.
- La exploración mercado reconoció determinar el mercado meta de la empresa, así como, conocer los elementos y escenarios con una recepción alta de aceptación de la propuesta.
- Se determinó que la propuesta es viable y factible y mostro un resultado positivo con una TMAR de 12.40%, una VAN de \$5042.43 y una TIR de 29.96%

## RECOMENDACIONES

Las recomendaciones de una **Propuesta para la creación de una plataforma digital de video lecturas para personas no oyentes** son las siguientes:

- Realizar seguimientos constantes a cada cliente, dado que nuestro vínculo es cero opciones, refiriéndonos que somos los únicos que ofrecemos estos servicios, cada cliente es valioso por lo tanto será nuestra publicidad ante otros prospectos para la aceptación y viabilidad del proyecto
- Se recomienda realizar una investigación de mercado a fin de identificar las necesidades de los clientes y extender la oferta actual mediante el incremento de nuevos servicios según los intereses de los clientes
- Se recomienda implementar estrategias por medios digitales para llamar más la atención a nivel internacional, dado que la lengua de señas es una lengua universal. Una excelente opción llegar a empresas o consultoras internacionales como TEDx o Forbes que ofrezcan espacios publicitarios para llamar más la atención de inversionistas y así definir el negocio a otro nivel

## BIBLIOGRAFÍAS

- Altamirano, C. (4 de Octubre de 2016). *El País* . Obtenido de Los sordos son los discapacitados invisibles:  
[https://elpais.com/internacional/2016/09/30/mexico/1475226460\\_365921.html](https://elpais.com/internacional/2016/09/30/mexico/1475226460_365921.html)
- American Academy of Pediatrics. (17 de Enero de 2017 ). *Healthy Children.org*. Obtenido de Problemas de salud de los bebés prematuros:  
<https://www.healthychildren.org/Spanish/ages-stages/baby/preemie/Paginas/health-issues-of-premature-babies.aspx>
- Arado, B. P. (2011). *Cultura Sorda* . Obtenido de ¿Lengua de señas?: <https://cultura-sorda.org/lengua-de-senas/>
- Barrenzuela, H. D. (25 de Septiembre de 2012). *Ley Organica de discapacidades*. Obtenido de [https://www.consejodiscapacidades.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/ley\\_organica\\_discapacidades.pdf](https://www.consejodiscapacidades.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/ley_organica_discapacidades.pdf)
- Bejarano, G. N. (12 de Septiembre de 2011). *Reglamento de la Ley de Comercio Electronico* . Obtenido de <https://www.bce.ec/images/transparencia2015/juridico/reglamentoalaleydecomercioelectronico.pdf>
- Cecibel, M., Barros Garcia , Tubay Franco , & Imelda , P. (2014 ). *Repositorio ULVR*. Obtenido de Aplicación de estrategias comunicativas para mejorar el aprendizaje de los niños con discapacidad auditiva en el primer año de educación básica:  
<http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/771>
- Centros para el control y la prevención de enfermedades. (16 de Septiembre de 2020). *Centros para el control y la prevención de enfermedades*. Obtenido de Las discapacidades y su salud :  
<https://www.cdc.gov/ncbddd/spanish/disabilityandhealth/healthyliving.html#:~:text=Las%20personas%20con%20discapacidades%20necesitan,sana%20o%20no%20pueda%20estarlo.>
- CONADIS. (Enero de 2020). *Gobierno del encuentro* . Obtenido de Estadísticas de Discapacidad: Actualmente Ecuador cuenta alrededor de 66.538 personas con discapacidad auditiva.
- CONADIS. (2020). *Ministerio de telecomunicaciones y de la sociedad de la información*. Obtenido de Las personas con discapacidad usan las TIC para adquirir nuevos

- conocimientos: <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/las-personas-con-discapacidad-usan-las-tic-para-adquirir-nuevos-conocimientos/>
- CONADIS. (Enero de 2022). *Gobierno del encuentro* . Obtenido de Estadísticas de Discapacidad: <https://www.consejodiscapacidades.gob.ec/estadisticas-de-discapacidad/>
- Cultura Sorda. (2021). *Cultura Sorda*. Obtenido de La cultura sorda : <https://cultura-sorda.org/>
- datosmacro. (2022). *Datos Macro* . Obtenido de Ecuador - Población : <https://datosmacro.expansion.com/demografia/poblacion/ecuador>
- Dirección Nacional de Normatización. (2018). *Dirección Nacional de Normatización*. Obtenido de Clasificación de la discapacidad: <https://www.consejodiscapacidades.gob.ec/estadisticas-de-discapacidad/>
- Dominguez, L. (3 de Octubre de 2017 ). *Leonel Dominguez* . Obtenido de La importancia del lenguaje de señas : <http://ld.uy/novedades/la-importancia-del-lenguaje-de-senas/>
- Ferreira, N. M. (3 de Febrero de 2022). *Oberlo*. Obtenido de ¿QUÉ ES EL EMPRENDIMIENTO? SIGNIFICADO DE EMPRENDER EN 2022: <https://www.oberlo.es/blog/definicion-y-significado-emprendimiento>
- INEC. (2022). *INEC*. Obtenido de Encuesta de estratificación del sector económico : <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/encuesta-de-estratificacion-del-nivel-socioeconomico/>
- INEC. (s.f.). *Estudios Demográficos en profundidad*. Obtenido de Análisis y proyección de la población económicamente activa del Ecuador: [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Estudios/Estudios\\_Socio-demograficos/Analisis%20y%20Proyeccion%20de%20la%20Poblacion%20Economicamente%20Activa%20\(PEA\)%20del%20Ecuador.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Estudios/Estudios_Socio-demograficos/Analisis%20y%20Proyeccion%20de%20la%20Poblacion%20Economicamente%20Activa%20(PEA)%20del%20Ecuador.pdf)
- León, C. M. (2 de Junio de 2021). *Dinastia Latitudes*. Obtenido de La deuda de Lenin Moreno con la población con discapacidad del Ecuador: <https://distintaslatitudes.net/explicadores/lenin-moreno-discapacidad-ecuador>
- Martinez, C., Ricardo Silva, S., & Naranjo Gamboa, B. (19 de Junio de 2016). Obtenido de Accesibilidad a la información y la inclusión social de personas con discapacidad visual: <file:///C:/Users/Nancy/Downloads/edison-timbe-ticec-2016-8.pdf>

- Meresman, S., & Ulmann, H. (2020). *Repositorio CEPAL* . Obtenido de COVID-19 y las personas con discapacidad en America Latina :  
[https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/46278/1/S2000645\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/46278/1/S2000645_es.pdf)
- Ministerio de Inclusión Economía y Social. (Octubre de 2017). *Ministerio de Inclusión Economía y Social*. Obtenido de Caracterización del servicio de personas con discapacidad:  
<file:///C:/Users/Nancy/Downloads/2017%20INFORME%20PcD%20OCTUBRE.pdf>
- OIT. (Diciembre de 2016). *Organización Internacional de Trabajo* . Obtenido de Inclusión de las personas con discapacidad: beneficios para todos:  
<https://www.ilo.org/infostories/es-ES/Stories/Employment/The-win-win-of-disability-inclusion#everybody-gains-from-disability-inclusion>
- Plata, G. (2018). *Banco Internacional del desarrollo*. Obtenido de Ecuador apuesta por la inclusión: <https://www.iadb.org/es/mejorandoVIDAS/ecuador-apuesta-por-la-inclusion>
- Quiroa, M. (Junio de 2020). *economipedia*. Obtenido de Proceso productivo :  
<https://economipedia.com/definiciones/proceso-productivo.html#:~:text=El%20proceso%20productivo%20es%20el,lograr%20la%20elaboraci%C3%B3n%20de%20productos.>
- RAE. (2021). *Real Academia Española*. Obtenido de Innovación :  
<https://dle.rae.es/innovaci%C3%B3n>
- Romero, I. M. (2020). *Estilos de aprendizaje y discapacidad intelectual*. Obtenido de Identificación de estilos de aprendizaje en jóvenes con discapacidad intelectual para mejorar:  
<https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/109169/Identificaci%C3%B3n%20de%20estilos%20de%20aprendizaje%20en%20j%C3%B3venes%20con%20discapacidad%20intelectual%20para%20mejorar.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Sempari, R. H. (2014). Obtenido de Metodología de la investigación :  
<https://dptocomunicacionunsj.files.wordpress.com/2012/10/metodologia-de-la-investigaci3b3n-sampieri-ultima-edicion.pdf>
- Significado. (2022). *Gastronomía* . Obtenido de  
<https://www.significados.com/gastronomia/>
- Spuntnik Novosti - Centro de Información de las Naciones Unidas - Linguistic Society of America. (23 de Septiembre de 2020). *teleSURtv.net* . Obtenido de Esta forma de



comunicación no tuvo una fecha de celebración hasta que el 23 de septiembre de 2018, la ONU declaró el Día Internacional de las Lenguas de Señas.:

<https://www.telesurtv.net/news/dia-internacional-lenguas-senas-datos-curiosos-20190919-0040.html>

UNIDAS. (25 de Septiembre de 2015). *Objetivos de desarrollo sostenible*. Obtenido de La Asamblea General adopta la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible:

<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/2015/09/la-asamblea-general-adopta-la-agenda-2030-para-el-desarrollo-sostenible/>



## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Vaca Jiménez, Jeans Paul**, con C.C: #0956633093 autor/a del trabajo de titulación: **Propuesta para la creación de una plataforma digital de video lecturas para personas no oyentes**, previo a la obtención del título de **Licenciado en Desarrollo de Negocios Bilingüe** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, **1 de septiembre de 2022**

f. Jeans Paul Vaca J  
**Vaca Jiménez, Jeans Paul**

C.I. 0956633093

<i>REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA</i>			
FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN			
<b>TEMA Y SUBTEMA:</b>	Propuesta para la creación de una plataforma digital de video lecturas para personas no oyentes		
<b>AUTOR(ES)</b>	Vaca Jiménez, Jeans Paul		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b>	Econ. Lucin, Carolina Virginia		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
<b>FACULTAD:</b>	FACULTAD DE ECONOMIA Y EMPRESA		
<b>CARRERA:</b>	EMPRENDIMIENTO		
<b>TITULO OBTENIDO:</b>	Licenciado en Desarrollo de Negocios Bilingüe		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	01 de Septiembre del 2022	<b>No. DE PÁGINAS:</b>	111
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	Tecnología, Marketing, Innovación social		
<b>PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:</b>	Discapacidad auditiva, Servicio Social, Innovación		
<p><b>RESUMEN/ABSTRACT</b> (150-250 palabras): El siguiente trabajo de titulación, tiene un gran objetivo sobre todo a nivel social. Basado en la enseñanza a personas con discapacidad auditiva por medio de una plataforma digital que a diferencias de otros servicios que ofrecen lo mismo, lo haremos enfocado y haciendo uso del lenguaje de señas.</p> <p>La cual, mediante la realización de una encuesta masiva, se logró generar datos que nos demuestran que la mejor forma para capacitar o dar a entender información a personas con discapacidad auditiva no siempre es la lectura, sino que el lenguaje de señas.</p> <p>El impartir cursos grabados sobre temas gastronómicos a personas con discapacidad auditiva va a permitir que este segmento de personas pueda trascender nuevos horizontes, nuevos caminos y romper el esquema de miedo de que los sordos no pueden prosperar en el mundo actual. El incentivar el emprendimiento, la habilidad culinaria y a destacar a que cada persona sorda quiera superarse y contar su propia historia de éxito, es parte del propósito del proyecto propuesto.</p> <p>La metodología de la investigación es de enfoque mixto, de diseño exploratorio, de ahí que, se emplearon como técnicas de recolección de información a la entrevista a personas con discapacidad auditiva e intérpretes expertos en el área de manejo y enseñanza a sordos. El ejercicio financiero determinó que la propuesta es viable y factible y mostro un resultado positivo con una TMAR de 12.40%, una VAN de \$5.042,43 y una TIR de 29.96%</p>			
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>Teléfono:</b> +593-981542600 -04-2442877	E-mail: <a href="mailto:jeanspaul1999@gmail.com">jeanspaul1999@gmail.com</a>	
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::</b>	<b>Nombre: Vaca Jiménez Jeans Paul</b>		
	<b>Nombre: Zumba Córdova, Rosa Margarita</b>		
	<b>Teléfono: +593-994131446</b>		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
<b>Nº. DE REGISTRO (en base a datos):</b>			
<b>Nº. DE CLASIFICACIÓN:</b>			
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>			