

---

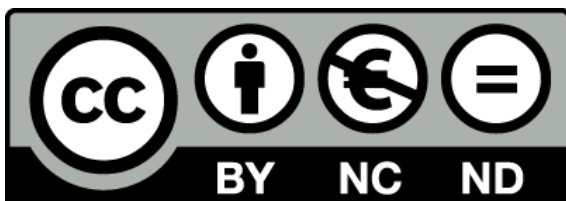
Treball Fi de Màster

Títol:

**Corporación Cultural para el fomento de la moda sostenible**

Autoras: Diana Baldéon

---



Aquesta tesi doctoral està subjecta a la licència [Reconeixement-NoComercial-SenseObraDerivada 4.0 Internacional \(CC BY-NC-ND 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)

Esta tesis doctoral está sujeta a la licencia [Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 4.0 Internacional \(CC BY-NC-ND 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)

This doctoral thesis is licensed under the [Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International \(CC BY-NC-ND 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)

The background of the entire page is a dense, close-up photograph of green leaves, likely from a laurel tree, showing their characteristic pointed shape and prominent vein structure. The leaves are layered, creating a rich, textured green field.

***CHAKATANA***

***Corporación Cultural para el  
fomento de la moda  
sostenible***

***Diana Baldéon***

**MÁSTER UNIVERSITARIO EN  
GESTIÓN CULTURAL**

***Curso 2019-2020***

**Tutor: Jordi Padró**

# TABLA DE CONTENIDOS

1. ANTECEDENTES.....	1
2. BASES CONTEXTUALES.....	5
3. ANÁLISIS FODA.....	7
4. DESTINATARIOS.....	8
5. OBJETIVOS.....	9
<i>Objetivo General</i> .....	9
<i>Objetivos Específicos</i> .....	10
6. MARCO REFERENCIAL.....	10
7. EL PROYECTO: CHAKATANA.....	12
7.1. MODELO DE GESTIÓN.....	13
7.2. SELLO DE SOSTENIBILIDAD.....	14
7.2.1. Normativas Referenciales.....	14
7.2.2. Creación del Sello “Moda Consciente”.....	15
7.2.3. Sistema para otorgar el Sello.....	16
7.2.4. Comité Evaluador.....	18
7.3. EVENTO PRINCIPAL.....	19
<i>Concierto “Moda Concert”</i> .....	20
<i>Charlas de Moda Sostenible</i> .....	23

7.4. TALLERES DE CONCIENTIZACIÓN.....	24
<i>Talleres de Customización Permanentes</i> .....	25
7.5. PLAN DE MARKETING.....	27
<i>Producto</i> .....	28
<i>Precio</i> .....	29
<i>Plaza</i> .....	30
<i>Promoción</i> .....	31
7.5.1. PLAN DE COMUNICACIÓN.....	32
7.6. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	36
7.7. PLAN DE VIABILIDAD.....	39
7.8. PLAN DE EVALUACIÓN.....	43
<i>Evaluación de acciones (Objetivos Específicos)</i> .....	43
<i>Evaluación de Posicionamiento</i> .....	45
<i>Evaluación de efectos a gran escala</i> .....	45
8. REFERENCIAS.....	46
9. ANEXOS.....	47

# 1. ANTECEDENTES



El sistema de la moda como parte de las instituciones industriales a nivel mundial, ha creado el sistema de producción masiva también llamado “moda rápida”, mismo que sustituyó la producción de prendas de vestir de calidad por cantidad. Este factor aceleró los procesos tradicionales de consumo y producción del sector, generando prendas de vestir que cada vez se producen en mayor número, se consumen más rápido y son más baratas. Mundialmente, el tiempo de uso por prenda se ha reducido en 36% entre 2000 y 2015 y en esos mismos años la producción mundial se ha duplicado.

Con cada temporada las prendas de vestir se vuelven obsoletas y por ende tienen un ciclo de vida más corto, produciendo que dichas prendas deban reemplazarse habitualmente. La industria de la moda se ha constituido en un artífice del actual sistema insostenible que ha provocado una serie de impactos medioambientales y sociales como el uso intensivo y contaminación de agua, la generación acelerada de residuos, explotación de la tierra, pérdida de diversidad, explotación laboral de niños y mujeres en condiciones de insalubridad e inseguridad altas.

Esta moda rápida atenta con crear una uniformización de los mercados, invadiendo a los países en vías de desarrollo con prendas residuales, de segunda mano, o prendas basura; esto amenaza a su vez a la producción nacional y a las

indumentarias tradicionales de los países latinoamericanos, constituyéndose en un atentado para la identidad de vestimenta tradicional de varios pueblos y naciones.

En contraposición a los efectos que genera en el medioambiente y en la sociedad esta industria, ha surgido la tendencia hacia la sostenibilidad, misma que busca la transformación del sistema de producción y consumo. Se ha denominado “moda lenta”, y propone un consumo responsable que aspira volver al tipo de consumo de prendas de vestir de antaño y cambiar la cantidad por calidad.

El sector textil es de gran importancia para Ecuador, es la segunda industria más importante, generando con su dinamismo aproximadamente 250,000 plazas de empleo y aportando más de 7% al PIB manufacturero del país.

A lo largo del tiempo, las diversas empresas dedicadas a la actividad textil ubicaron sus instalaciones en diferentes ciudades del país. Sin embargo, se puede afirmar que las provincias con mayor número de industrias dedicadas a esta actividad son: Pichincha, Guayas, Azuay, Tungurahua e Imbabura.

La diversificación en el sector ha permitido que se fabrique un sinnúmero de productos textiles en el Ecuador, siendo los hilados y los tejidos los principales en volumen de producción. No obstante, cada vez es mayor la producción de confecciones textiles, tanto de prendas de vestir como de textiles de hogar. (AITE)

En Ecuador existen varias empresas que ofertan prendas de diseñador con responsabilidad social, su principal objetivo es la producción de moda sostenible y el diseño prendas de vestir elaboradas bajo parámetros de cuidado ambiental; todas estas empresas tienen en común la puesta en valor de la cultura artesanal, el comercio justo, la promoción de sus prendas a través de medios alternativos y la calidad de los productos.



Estas empresas han aceptado el reto de iniciar un proceso de producción sostenible en la región para la cual se diseña, se produce y en la que se consumen prendas de vestir que cuenta con un historial de consumo dado por la globalización y la estética occidental que intenta cubrir el mundo entero.

Los diseñadores tienen el reto adicional de encontrar el punto de convergencia entre comercio y cultura, con un conocimiento de las costumbres y tradiciones locales. Además debe incluirse en la producción recursos locales, como artesanos, técnicas y materiales de la región; que favorecen al medioambiente y muestran que la moda no es solo una actividad creativa de producción, sino que también incorpora una función social e influenciadora para el cambio que puede llegar a incentivar prácticas de diseño y consumo sostenible, sociales y culturales, como el co-diseño o co-creación en conjunto con pueblos indígenas, el trueque de prendas de vestir, el listo para coser y los talleres de transformación y costura de ropa.

Culturalmente hablando, Ecuador es un país muy rico, pues existen 13 nacionalidades indígenas repartidas en sus tres regiones: Costa, Sierra y Oriente. Cada nacionalidad mantiene su lengua y cultura propias, todas ellas pueden convertirse en fuente de técnicas, diseño y producción de prendas de vestir de alta calidad.

En 2015 nace Fashion Revolution Ecuador, que se deriva del movimiento Fashion Revolution que, a nivel internacional “trabaja por una industria de la moda más sustentable, hace campaña por una reforma sistemática de la industria con un especial foco en la necesidad de mayor transparencia en la cadena de suministro de la moda. Fashion Revolution trabaja todo el año para aumentar la conciencia sobre los asuntos urgentes de esta industria, abogar por un cambio positivo y celebrar a quienes están en camino de crear un futuro de la moda más seguro, más limpio y más justo.” (Fashion Revolution , 2017, p.6)

Uno de los objetivos de este movimiento en Ecuador es el de convertirse en un fuerte canal de comunicación que motive a sus seguidores para que cuestionen a las grandes marcas sobre los procesos de producción que utilizan y de las condiciones laborales de las personas que trabajan confeccionando sus prendas de vestir alrededor del mundo.



El gobierno del Ecuador inició en el año 2008 la campaña “Primero Ecuador” que busca incentivar a la población a valorar los productos elaborados en el país; se promocionó inicialmente a la industria textil y de calzado, a través de ferias de emprendimiento con el objetivo de apoyar a micro empresarios y artesanos ecuatorianos a nivel internacional, además de priorizar el consumo de productos nacionales sobre los extranjeros.

La campaña también incluyó una licencia que permite la utilización de la marca “Primero Ecuador”, misma que se concede a empresas de productos y servicios que incorporan materia prima y mano de obra de origen nacional, además de ser amigables con el medio ambiente .

Esta iniciativa tuvo gran éxito a nivel nacional, y en diciembre de 2016 puso “a disposición de todas las empresas que cuentan con productos y servicios con un alto grado de materia prima y mano de obra nacional, la posibilidad de adquirir la licencia en línea en su renovado portal.” (El Tiempo, 2016)

El Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad (MCPEC) establece que “esta iniciativa público - privada se enfoca en visibilizar el talento humano, las miles de familias, las miles de manos y procesos que están detrás de cada producto y servicio que produce la industria nacional día a día para que los ecuatorianos tengamos productos de calidad”. (Zona Libre, 2016)

Una de las grandes críticas a esta campaña es su falta de enfoque en el ámbito cultural, si bien es cierto esta campaña logró incrementar la compra de productos nacionales, aún se puede percibir cierta falta de identidad y de orgullo por lo que se produce en el país, pues muchas veces vemos que al comparar productos se cree que aquellos importados son los que tienen una mejor calidad.





## 2. BASES CONTEXTUALES



El Distrito Metropolitano de Quito pertenece a la provincia de Pichincha. En el gráfico se puede apreciar la ubicación de la provincia en el mapa del Ecuador, y la de Quito dentro de la provincia.

De acuerdo al último censo realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), Quito tiene una población total de 1'619.146 habitantes de los cuales el 1% se encuentra en la zona rural, y 99% en la zona urbana; además Quito cuenta con una superficie de aproximadamente 4,200 km<sup>2</sup>, se ubica en una altitud que va desde los 500 hasta los 4,800 msnm y alberga 17 ecosistemas diferentes.

La ciudad de Quito, que fue la primera en ser inscrita en la lista del patrimonio mundial de la UNESCO, destaca por su arquitectura, su ubicación en el

centro del mundo, gastronomía, artes, artesanías y por su gente. Visitar la ciudad es casi como viajar por varios destinos en uno solo en el que se pueden experimentar un número infinito de experiencias únicas, muchas de ellas ligadas a sus industrias creativas.

Quito mantiene un fuerte vínculo con la industria textil y con la moda, además de las industrias de producción de hilados y telas que alberga, y del consumo de prendas de vestir que representa, es una de las Ciudades con la mayor oferta educativa referente a moda (existen dos carreras de tercer nivel y tres carreras de nivel técnico). Adicional a esto la ciudad es reconocida también por su creatividad y diversidad cultural, aspectos que potencian la producción de moda en la ciudad.

Debido a esta alta oferta de carreras afines con el Diseño de Moda, Ecuador y Quito especialmente, cuentan con un sin número de diseñadores reconocidos que participan en desfiles internacionales y que tienen su propia marca de diseño, con prendas que se venden a nivel nacional e internacional.

Es importante recalcar que Quito es un mercado de precios, y que cuando de comprar prendas de vestir se trata, comúnmente se elige lo más barato y no aquello que tiene mayor calidad, lo que incrementa el exceso de prendas de vestir residuales o basura en la ciudad; la problemática con estas prendas es que muchas veces son importadas (su transporte generan una huella de carbono considerable) y elaboradas en países donde las condiciones laborales del sector son precarias, además de que los procesos de producción y teñido utilizan gran cantidad de agua y la contaminan.

Otra perspectiva importante a tomar en cuenta, es que, durante los últimos años en Quito se ha incrementado el número de empresas/tiendas que no solo venden moda de diseñador, sino que también incluyen la responsabilidad social en su modelo empresarial a través de la producción de moda sostenible, en la que convergen la cultura artesanal, el comercio justo y los productos de calidad.



florencia.davalos Who made my clothes?

Somos un equipo de 6 mujeres: Rosita, Jessi, Mónica, Lulu y Anita. Trabajamos con proveedores colombianos y telas 100% naturales. Trabajamos técnicas manuales y también procesos con máquinas. Tenemos nuestro taller abierto al público, nos interesa darle a conocer a nuestro cliente la ética de trabajo que manejamos. Creamos prendas únicas, de calidad y con mucho trabajo detrás. @fash\_rev @fash\_rev\_ecuador .

#fashionrevolution #fashion  
#modaecuador #hechoenecuador  
#compralocal #quedateencasa



thedesignersociety Conoce a nuestras #marcas @lulakirei Es una marca ecuatoriana cuyo concepto se basa en incorporar textiles realizados en telar por nuestros artesanos en diseños contemporáneos, fusionándolos con diferentes fibras en su mayoría naturales.

Lula Kirei realiza indumentaria femenina y basa su cadena de producción en dar trabajo a comunidades familiares de artesanos de Cotacachi, además es una marca enfocada en el comercio justo y la responsabilidad social. Ha producido varias colecciones hechas en tejidos reciclados siendo además una marca consciente con el medio ambiente.



### 3. ANÁLISIS FODA

Con todos los detalles del entorno en el que se desarrollará el proyecto, se han obtenido los siguientes puntos importantes y conclusiones:

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Adecuada producción de materia prima textil.</li> <li>➤ Ciudad reconocida como patrimonio.</li> <li>➤ Diversidad natural y cultural.</li> <li>➤ Conocimientos de producción artesanal.</li> <li>➤ Crecimiento de industrias creativas.</li> <li>➤ Crecimiento de empresas que ofertan moda sostenible.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Alta oferta de formación en Diseño de Moda y afines.</li> <li>➤ Moda Lenta (consumo responsable).</li> <li>➤ Moda ecológica (tejidos no tratadas con tóxicos que perjudican al medioambiente).</li> <li>➤ Moda sostenible (uso consciente de la vestimenta y los recursos utilizados para su producción).</li> <li>➤ Consumo de moda ligado a procesos de identidad.</li> <li>➤ Customización (creación de prendas únicas con historia).</li> </ul>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Mercado de precios.</li> <li>➤ Alta oferta de prendas de vestir con ciclo de vida corto.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Contaminación y uso intensivo de agua en la producción textil.</li> <li>➤ Condiciones laborales precarias en la producción textil.</li> <li>➤ Pérdida de indumentaria tradicional (pérdida de identidad).</li> <li>➤ Exceso de prendas de vestir residuales, de segunda mano o prendas basura.</li> </ul>

Como se puede observar existe una gran potencialidad en la tendencia de sostenibilidad que se está presentando a nivel mundial en todos los sectores, y especialmente en el de la moda. El fomento de la producción de prendas de vestir sostenibles es una oportunidad para cambiar la industria de la moda, fomentar esta tendencia en Ecuador ayudará a desarrollar cadenas productivas que como base tengan el respeto a las personas y al medioambiente, el empleo digno y la protección y difusión del patrimonio intangible de sus pueblos y artesanos.

El mercado actualmente reacciona en función a sus ideologías culturales, para cambiar su actitud ante la moda, es necesario hacer llegar la información y el conocimiento sobre las herramientas que se pueden utilizar para realizar una compra de prendas de vestir que no solo beneficien al medio ambiente y a las personas involucradas en su producción, sino que además se conviertan en una inversión para el comprador.

La diversidad natural y cultural de Ecuador, y especialmente de Quito forman parte de su identidad, por ello es importante cultivar y cuidar los conocimientos ancestrales y tradiciones de los pueblos y nacionalidades característicos utilizados en la confección, diseño y uso de prendas de vestir.

Las industrias creativas en Quito tienen un fuerte componente identitario, existen ya muchas marcas de prendas de vestir que no solamente incluyen en su producción a pueblos y nacionalidades importantes del país, si no que trabajan para incluir dentro de sus diseños las costumbres y tradiciones de estos pueblos y de esta manera crear prendas de vestir con un valor añadido; incentivar y promocionar a estas marcas a través de un sello o marca de calidad es también una oportunidad latente.

## **4. DESTINATARIOS**

Se han identificado, dentro del DMQ, dos grupos de destinatarios a quienes este proyecto pretende alcanzar, por una parte se encuentran los consumidores de moda, y dentro de estos aquellas personas que tienen una carrera afín con la moda; y, por otra parte están las empresas que venden y producen prendas de vestir.

En este último grupo encontramos a tiendas y marcas de moda sostenible que están ubicadas o distribuyen sus prendas de vestir en la ciudad. Actualmente existen veintiún (21) marcas ecuatorianas de prendas de vestir y calzado sostenible que son distribuidas en siete (7) tiendas de moda sostenible en Quito, de las cuales tres (3) tienen también su propia marca.

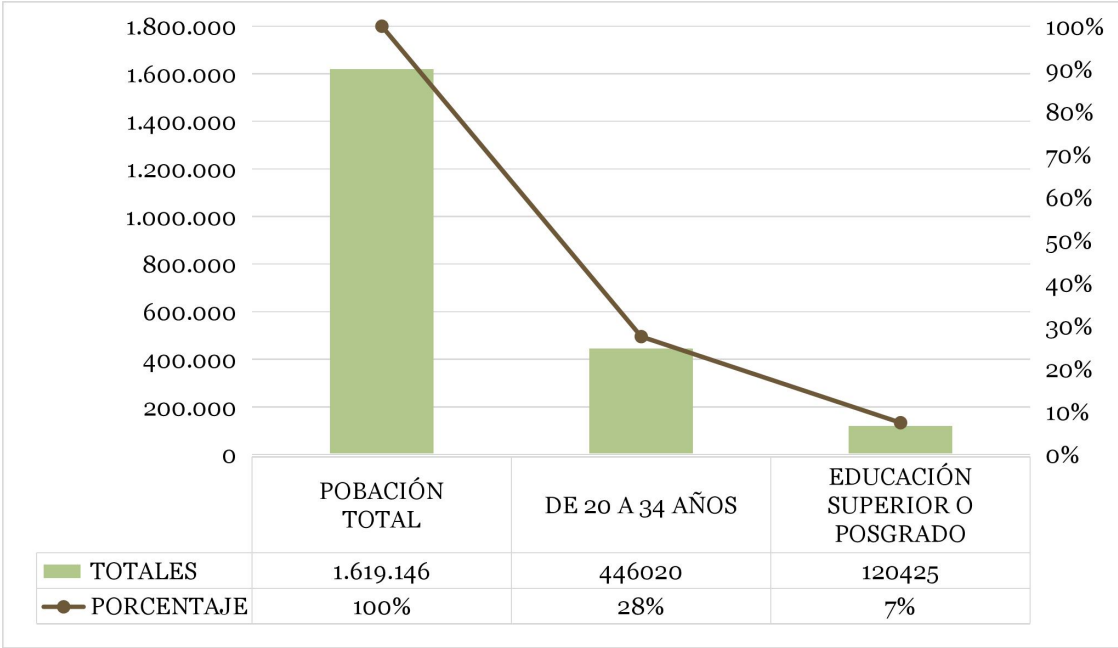
Todas las marcas y tiendas de moda sostenible utilizan como medio principal de comunicación y venta las redes sociales (Facebook e Instagram), pues no todas ellas cuentan con una página web propia, o una tienda física.

La mayor parte de las tiendas en mención se encuentran ubicadas en la zona norte de la ciudad, específicamente en el barrio La Floresta, que forma parte del grupo de barrios emblemáticos de Quito, pues en él se conservan varias casas patrimoniales con más de 80 años de antigüedad, que tienen un estilo neo clásico.

*\*Ver listado completo de marcas y tiendas en el Anexo 1*

En cuanto a los consumidores de moda, se ha establecido como principales destinatarios a aquellas personas entre 20 y 34 años que tienen interés/formación en moda.

Según datos del INEC, en la ciudad de Quito existen 446.020 personas entre 20 y 34 años, de las cuales un 27% cuenta con estudios superiores o de posgrado.



Como se observa en el gráfico, 120.425 personas cumplen con los requisitos previamente establecidos, y son los destinatarios de este proyecto; este número representan al 7% de la población total del DMQ.

El público objetivo, al adquirir prendas de vestir cubre su necesidad de vestimenta y de aceptación (vestir acorde con las tendencias), y lo hace comprando prendas de vestir que se encuentran de moda y que son baratas, pero que tienen un ciclo de vida corto. Una de las finalidades de este proyecto es sensibilizar a este público y mostrarle que en Quito se producen prendas de vestir modernas, bajo normativas de sostenibilidad y comercio justo que, aunque tienen un costo mayor, a través de su durabilidad y tiempo de vida se convierten en una inversión.

## 5.OBJETIVOS

### *Objetivo General*

Concientizar a la población del Distrito Metropolitano de Quito sobre los efectos de la moda rápida en el medioambiente y sobre las condiciones laborales precarias que soportan sus empleados; resaltando la importancia del consumo local de moda sostenible.

## ***Objetivos Específicos***

- ✓ Dar a conocer los efectos negativos de la moda rápida tanto en el medioambiente, como en las condiciones laborales y el comercio.
- ✓ Evaluar e Identificar las marcas de moda sostenible de la Ciudad.
- ✓ Potencializar la visibilidad y consumo de moda sostenible.
- ✓ Comunicar la importancia del consumo de moda sostenible.
- ✓ Brindar herramientas para reutilizar prendas de vestir y aumentar su vida útil.

## **6. MARCO REFERENCIAL**

El proyecto estará alineado con tres de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Organización de Naciones Unidas (ONU), ordenados por el aporte que realiza el proyecto a cada uno de ellos, los objetivos son:



Este objetivo busca fomentar el uso eficiente de recursos y energía, promover las actividades que no causan daño al medioambiente, mejorar el acceso a los servicios básicos y la creación de empleos ecológicos y remunerados de forma justa con condiciones laborales buenas. Todo esto, a su vez, contribuye con el mejoramiento de las condiciones económicas, ambientales y sociales en todo el mundo.

Las metas de este objetivo a las que contribuirá el proyecto son:

- 12.5 “Reducir considerablemente la generación de desechos mediante actividades de prevención, reducción, reciclado y re utilización.” (Naciones Unidas [ONU], 2018, p. 56)
- 12.8 “Asegurar que las personas de todo el mundo tengan la información y los conocimientos pertinentes para el desarrollo sostenible y los estilos de vida en armonía con la naturaleza.” (ONU, 2018, p. 57)
- 12.b “Elaborar y aplicar instrumentos para vigilar los efectos en el desarrollo sostenible, a fin de lograr un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales.” (ONU, 2018, p. 57)

## 8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO



Este objetivo busca generar reflexión sobre el progreso lento y desigual del trabajo alrededor del mundo, incentivando la revisión de las políticas económicas y sociales que ayudan a erradicar la pobreza y que supongan un trabajo digno y justo para todos.

Las metas de este objetivo a las que contribuirá el proyecto son:

- 8.3 “Promover políticas orientadas al desarrollo que apoyen las actividades productivas, la creación de puestos de trabajo decentes, el emprendimiento, la creatividad y la innovación.” (ONU, 2018, p. 40)
- 8.4 “Mejorar progresivamente la producción y el consumo de los recursos y procurar desvincular el crecimiento económico de la degradación del medio ambiente.” (ONU, 2018, p. 40)
- 8.8 “Proteger los derechos laborales y promover un entorno de trabajo seguro y sin riesgos para todos los trabajadores.” (ONU, 2018, p. 41)

## 6 AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO

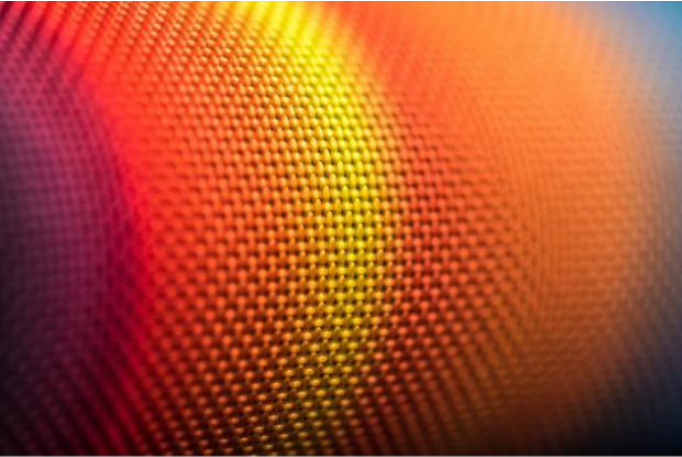


Este objetivo busca preservar el agua del planeta, logrando que se reduzca la contaminación y que crezca la concientización para el uso responsable y eficiente del agua.

Las metas de este objetivo a las que contribuirá el proyecto son:

- 6.3 “Mejorar la calidad del agua reduciendo la contaminación, eliminando el vertimiento y minimizando la emisión de productos químicos y materiales peligrosos, reduciendo a la mitad el porcentaje de aguas residuales sin tratar y aumentando considerablemente el reciclado y la reutilización sin riesgos.” (ONU, 2018, p. 35)
- 6.4 “Aumentar el uso eficiente de los recursos hídricos en todos los sectores y asegurar la sostenibilidad de la extracción y el abastecimiento de agua dulce para hacer frente a la escasez de agua y reducir considerablemente el número de personas que sufren falta de agua.” (ONU, 2018, p. 36)

## 7. EL PROYECTO: CHAKATANA



La identidad del proyecto se define esencialmente por su compromiso con el fomento de la moda sostenible, tanto en la etapa de producción como en la de consumo; está apoyado sobre los valores de cuidado del medioambiente, consciencia de compra y reciclaje.

El nombre que se ha seleccionado es “Chakatana”, palabra Quichua que significa entrelazar. Se ha elegido esta palabra ya que ejemplifica perfectamente la relación que tienen la producción de prendas de vestir con el cuidado del medioambiente y la vida; cuando estos dos aspectos se entrelazan nace la moda sostenible.



También se entrelaza cuando se crea cualquier tipo de tejido, dando así al proyecto una relación directa con la industria textil. Otro tejido importante del proyecto son los valores que promueve y la forma en que se hace participe a la población de dichos valores.

Es imprescindible en este proyecto lograr un alto índice de sensibilización con respecto a la moda sostenible y sus beneficios. Para alcanzar los Objetivos arriba planteados se han establecido varias herramientas que se llevarán a cabo para alcanzarlos, como son:

1. Creación de un Sello de Sostenibilidad para marcas de prendas de vestir.
2. Evento principal (para dar visibilidad al proyecto)
3. Charlas de Moda Sostenible con expertos.
4. Talleres de concientización y customización.



Estas acciones responden a las diferentes áreas de actuación en las que se centrará el proyecto: el fomento y apoyo a la producción de moda sostenible, la sensibilización y conocimiento de los efectos negativos que produce la moda rápida; y, el proporcionar las herramientas para un consumo de prendas de vestir consciente.



## 7.1. MODELO DE GESTIÓN

El proyecto se gestionará a través de una Corporación Cultural, que es un tipo de organización social privada sin fines de lucro, cuyo ámbito de actuación es incentivar la producción, comercialización y consumo de prendas de vestir sostenibles en Quito.

Para la aprobación de los Estatutos y el Otorgamiento de Personería Jurídica el Ministerio de Cultura y Patrimonio establece que deben cumplirse los siguientes requisitos:

- a) “Conformarse con la voluntad de cinco personas.
- b) Solicitud dirigida al Ministerio de Cultura y patrimonio, realizada por el representante provisional o delegado de la organización social en formación para el trámite de constitución.
- c) Acta de la Asamblea General Constitutiva de la organización en formación suscrita por todos los miembros fundadores.
- d) Dos ejemplares de los Estatutos.” (MCP, 2018)

*\* Detalle completo del trámite en el Anexo 2*

La Corporación contará con el aporte de 5 socios con diversas áreas de formación, los mismos colaborarán con doscientos dólares (\$ 200,00) como capital social, y con trabajo, el que realizarán de acuerdo a su formación académica.

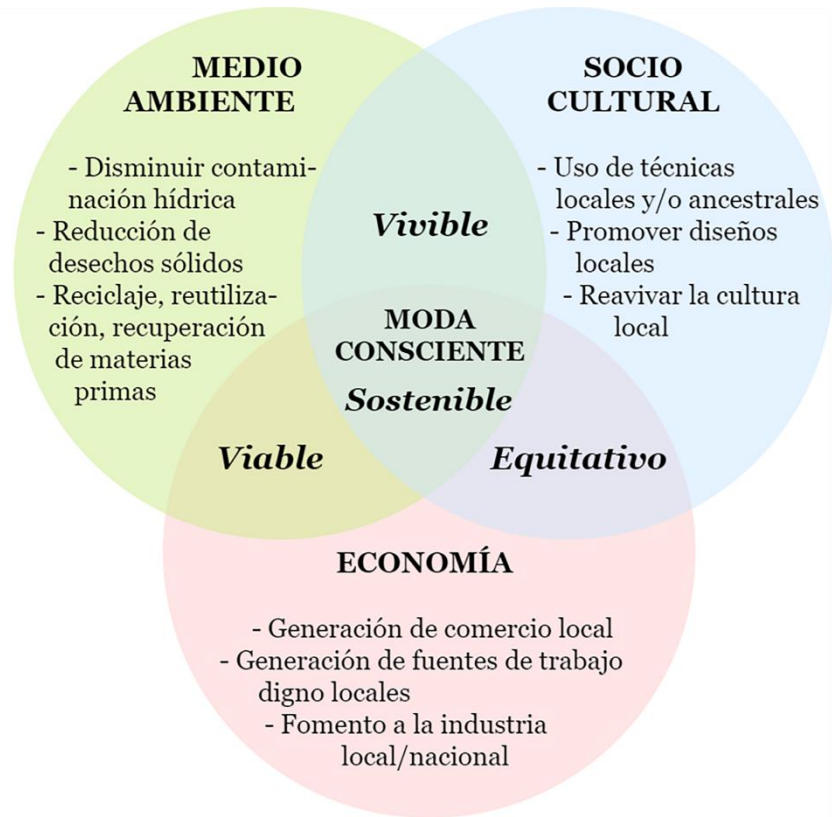


La Corporación no contará inicialmente con un espacio físico, sus socios trabajarán desde casa y atenderán a los interesados a través de los teléfonos de contacto o correo electrónico.

## 7.2. SELLO DE SOSTENIBILIDAD

Uno de los aspectos fundamentales para la realización del proyecto es la creación de una estrategia que brinde herramientas para prevenir, controlar o mitigar efectos sobre compartimientos ambientales, económicos y socioculturales mediante la potenciación de actividades productivas. Con el fin de alcanzar esta meta se ha optado por la creación de un Sello de Sostenibilidad con el nombre de “Moda Consciente”.

En el diagrama se observa la proyección de la iniciativa “Moda Consciente”, siendo esta el vínculo y potenciador de la economía, cultura y medio ambiente local.



### 7.2.1. Normativas Referenciales

Para la conformación y operación del sello “Moda Consciente” es necesario buscar guía en normas, estatutos y/u otros instrumentos que ayuden a establecer metodologías, estrategias y distintas acciones encaminadas al desarrollo sostenible de esta actividad económica.

La International Standardization Organization (ISO) es la entidad encargada del desarrollo de sistemas de gestión que han permitido a las industrias alcanzar procesos con estándares de calidad, responsabilidad social, responsabilidad con el medio ambiente, manejo consciente de los recursos humanos, e incluso sostenibilidad, en este contexto las normas ISO que se han considerado como instrumentos referenciales son:

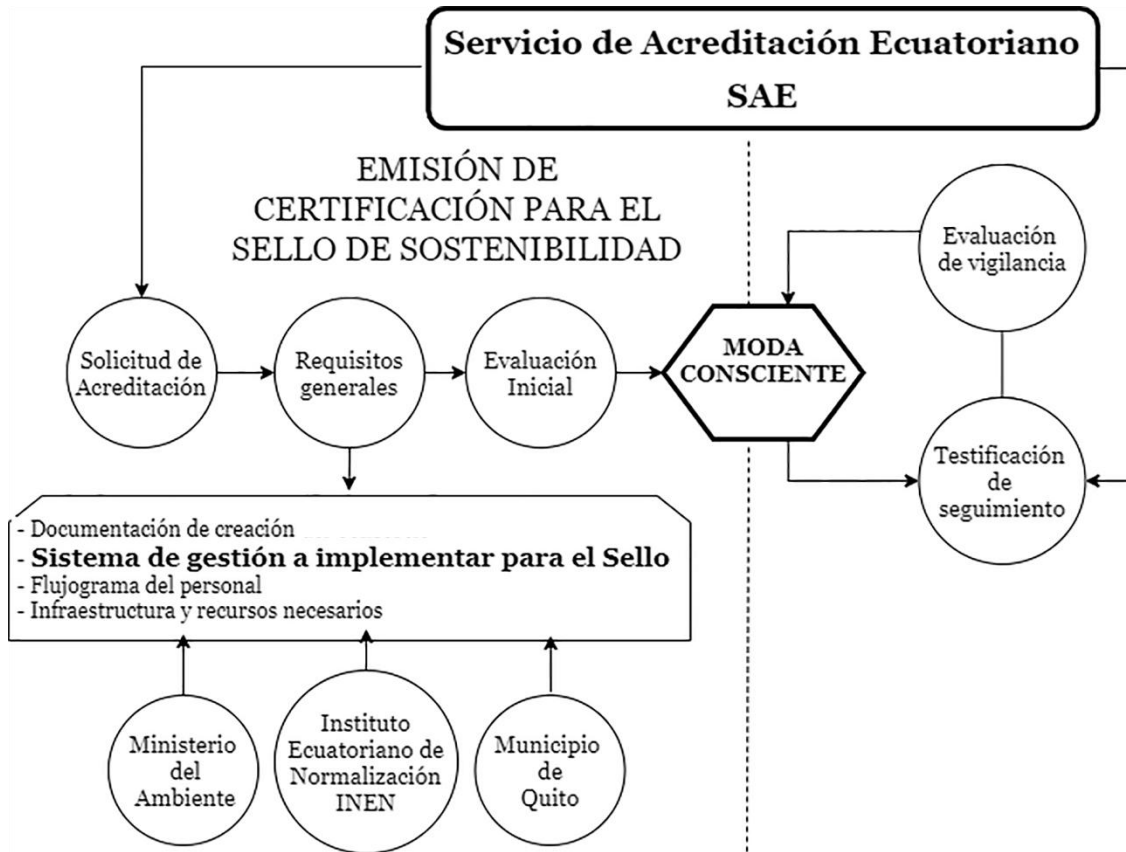
- ✓ Norma ISO 9001: Sistemas de Gestión de Calidad
- ✓ Norma ISO 14001: Sistemas de Gestión Ambiental
- ✓ Norma ISO 45001: Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo

Por otro lado, dentro de la legislación del Ecuador, lugar donde se desarrolla el proyecto, existe un marco que fundamenta la creación de sellos que buscan el desarrollo ambientalmente responsable, este es el “Procedimiento de Acreditación, Organismos de Evaluación de la Conformidad, SAE”.

### 7.2.2. Creación del Sello “Moda Consciente”

La creación de un sello de sostenibilidad tiene relación con la integración de requerimientos establecidos por entes de acreditación de cumplimiento de estándares de gestión transversales (ambientales, socioculturales y económicos).

En el siguiente diagrama se observa de manera resumida el proceso para la obtención de una certificación para emitir el sello “Moda Consciente”.



El ente principal en la certificación para emitir el sello “Moda Consciente” es el Servicio de Acreditación Ecuatoriano (SAE), organismo reconocido por el International Accreditation Forum (IAF); al proceso de certificación se lo puede separar en dos etapas principales, primero, la emisión de certificación

para el otorgamiento del sello, y luego el control y seguimiento (auditoría) para la renovación de la certificación.

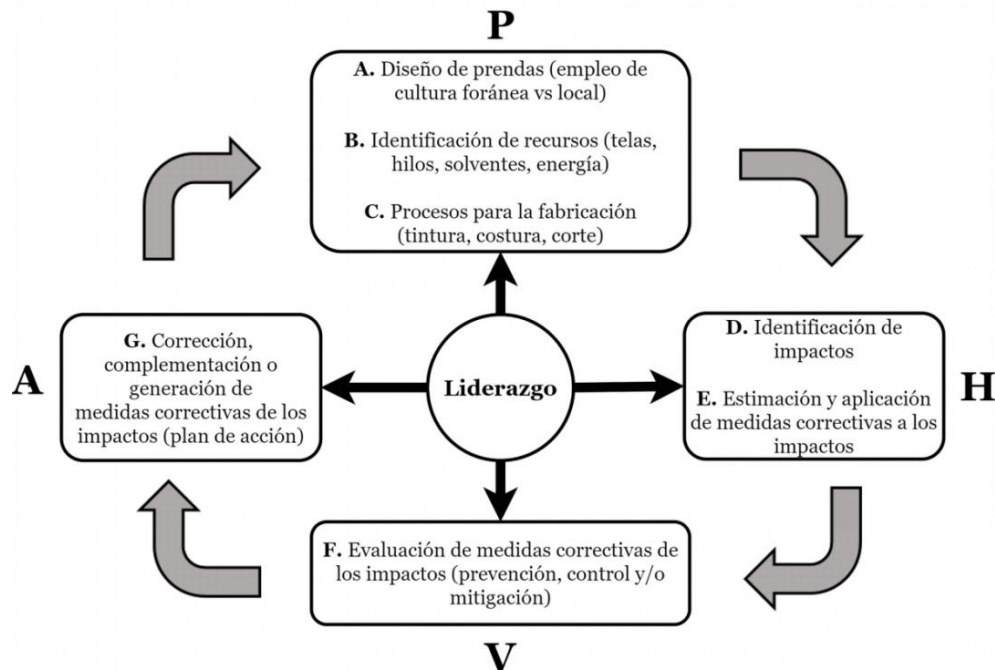
Como se observó en el diagrama, dentro de los requisitos generales para obtener la certificación es necesario cumplir con una serie de requerimientos en los que intervienen organismos reguladores estatales, entre los que se puede mencionar:

- ✓ Ministerio del Ambiente: encargado de emitir los permisos ambientales (tramite online)
- ✓ Instituto Ecuatoriano de Normalización INEN: responsable de establecer formatos y sistemas de gestión de índole transversal.
- ✓ Municipio de Quito: emite permisos locales para el funcionamiento de servicios en la ciudad.

Dentro de los requisitos generales tenemos la obtención de un “Sistema de gestión a implementar para el Sello”, este sistema se refiere a la serie de pasos a seguir por las marcas que buscarán la obtención del sello “Moda Consciente”.

### 7.2.3. Sistema para otorgar el Sello

Para obtener el sello, las marcas deberán cumplir con ciertos requisitos, para los que se ha considerado tomar como base el “Ciclo de mejora continua”, esta herramienta busca optimizar el proceso mediante los siguientes pasos: Planificar, Hacer, Verificar y Actuar (PHVA). Su adaptación para el sello “Moda Consciente” puede observarse a continuación:



## ***Liderazgo***

Para el correcto desempeño del ciclo PHVA, las marcas que busquen la calificación del sello “Moda Consciente” deben contar con un responsable que se encargue de la aplicación de los distintos ítems de los que se conforma el ciclo.

## ***Planificar (P)***

- A. **Diseño de prendas:** este ítem busca definir si el diseño de modas toma elementos de la cultura local o no, esto con el fin de conocer si la marca aporta al desarrollo sociocultural local.
- B. **Identificación de recursos:** es imperativo conocer el origen de la materia prima y energía utilizada, esto a razón de que su uso está directamente vinculado alteraciones medio ambientales, es decir, contaminación del agua, suelo y aire. De igual forma, la identificación de materia prima utilizada y la contratación de recursos humanos visibiliza si la marca aporta a la economía local.
- C. **Procesos para la fabricación:** el conocer las tecnologías utilizadas en el proceso de las marcas ayuda a determinar si ellas son amigables con el ambiente (generan o no un alto impacto al entorno) y si son inclusivas con el recurso humano local (ayuda a entender si aporta a la economía del lugar).

## ***Hacer (H)***

- D. **Identificación de impactos:** El determinar los impactos socioculturales, económicos y medioambientales se fundamenta en los ítems vistos en la fase de planificación (ítems A, B y C), de ese análisis se logra conocer si las marcas aportan o no al desarrollo sostenible, es decir, si generan impacto sociocultural, económico y medio ambiental.
- E. **Estimación y aplicación de medidas correctivas a los impactos:** Una vez identificados los impactos que genera la actividad productiva, se deben desarrollar y aplicar medidas que busquen prevenir, controlar o mitigar los efectos adversos sobre el medio sociocultural, económico y medio ambiental de la marca.

## ***Verificar (V)***

- F. **Evaluación de las medidas correctivas:** La aplicación de las medidas que prevengan, corrijan o mitiguen los impactos determinados deben ser evaluadas con base a medios de verificación (desarrollo de planes de gestión cultural, fotografías, facturas, contratos, otros), esto con el fin de conocer si la actividad de la marca posee un enfoque sostenible.

## ***Actuar (A)***

- G. Corrección, complementación o generación de medidas correctivas de los impactos:** Una vez evaluadas las medidas correctivas de los impactos, es necesario afinar las medidas correctivas originalmente planteadas, esto buscando que los impactos negativos que pueda generar la marca sean disminuidos en el tiempo, a esta acción se le llama “Mejora Continua”, ya que una vez pasada la fase de “Actuar (A)” se vuelve a la primera fase, es decir “Planificar (P)” y el ciclo vuelve a empezar

### Notas:

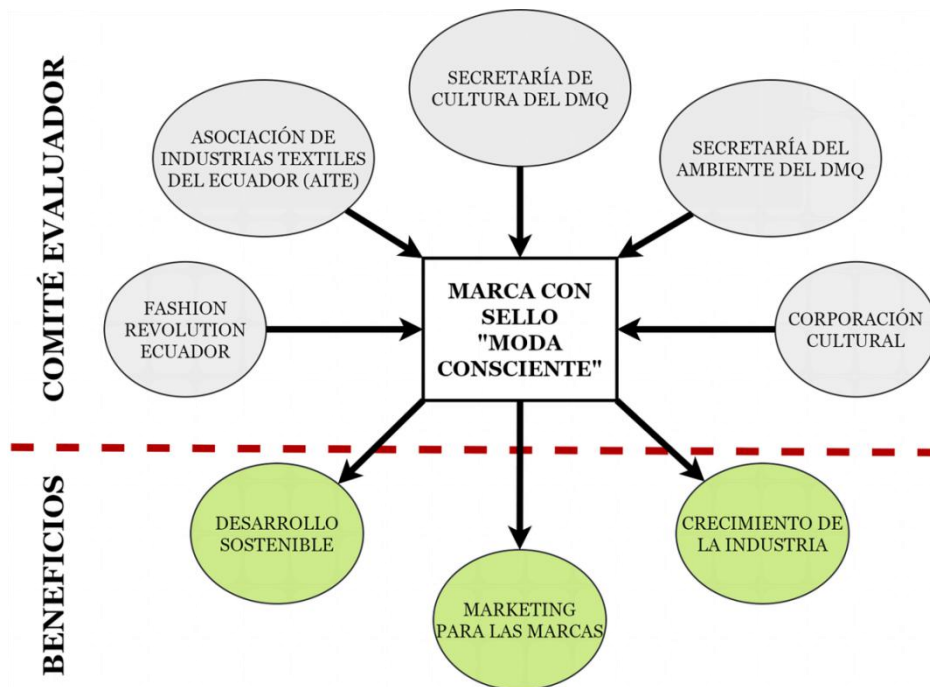
- ✓ La calificación de las marcas bajo el Sello “Moda Consciente” tiene como beneficio fomentar la sostenibilidad de la ciudad, así como el acceso a marketing sostenible que busca visibilizar a las marcas parte de esta iniciativa.
- ✓ La Corporación Cultural Chakatana brindará asesoría durante el primer ciclo PHVA a las marcas, dando una serie de acciones potenciadoras y correctivas de impactos para alcanzar el desarrollo sostenible.
- ✓ El Ciclo PHVA debe ser evaluado de manera trimestral, y el control de sus evaluaciones (auditoria) estará a cargo de un “Comité Evaluador” que lo revisará de manera anual.

La imagen que se ha diseñado para el sello que se otorgará a las diferentes marcas, se encuentran en el apartado 6.4. destinado al Plan de Marketing.

## **7.2.4. Comité Evaluador**

Para el otorgamiento del Sello de Sostenibilidad a las diferentes marcas de confección de prendas de vestir de Quito, la Corporación Cultural “Chakatana” contará con un Comité Evaluador que estará conformado por un representante de las siguientes instituciones:

- ✧ Asociación de Industrias Textiles del Ecuador (AITE)
- ✧ Secretaría de Cultura del DMQ
- ✧ Secretaría del Medioambiente del DMQ
- ✧ Representante de la Corporación Chakatana
- ✧ Representante de “Fashion Revolution Ecuador”



El comité tomará en cuenta tres aspectos principales al momento de evaluar a una marca:

1. Inclusión de elementos y conocimientos de la cultura local en los diseños de las prendas.
2. Recursos utilizados: Procedencia de la materia prima y energía utilizada. Tipo de contratación del personal que produce las prendas.
3. Procesos de fabricación.

Estas tres aristas contribuyen a que una marca se considere sostenible, por lo que serán rigurosamente evaluados antes de conceder el sello “Moda Consciente”; después del primer año cada tres meses se verificará que el modelo de mejora continua esté siendo aplicado por cada una de las marcas.

### 7.3. EVENTO PRINCIPAL

Se propone realizar un evento principal en el mes de abril, ya que Fashion Revolution impulsa la realización de varios eventos de moda sostenible alrededor del mundo como una conmemoración a la “fecha en la que se derrumbó el complejo industrial Rana Plaza, donde murieron 1138 personas y muchas más quedaron heridas el 24 de abril de 2013.” (Fashion Revolution , 2017, p.12)

Este evento se llevará a cabo los días viernes 16 y sábado 17; y se centrará en los efectos que la moda rápida tienen en el medioambiente, y en cómo se puede crear un mercado de moda sostenible a través de una economía colaborativa.

Las actividades de este evento se realizarán en el barrio La Floresta, puesto que la mayor parte de tiendas de moda sostenible se ubican en este sector, y debido a que desde hace más de diez años la Floresta se ha consolidado como un espacio cultural; sus calles cuentan con espacios llenos de arte, música, literatura, gastronomía y más.

## **Concierto “Moda Concert”**

Este concierto pretende darle fuerza y visibilidad al proyecto, se llevará a cabo el viernes 16 de abril a partir de las 18:00, para su realización se contempla a dos artistas en colaboración:



### **Mirrella Cesa**

Cantautora guayaquileña, ha ganado varios premios, y es conocida como una cantante "Andipop", un género que se describe como la fusión de instrumentos andinos, ritmos latinos y pop.

En una nota para diario El Telégrafo dijo: “Desde que decidí cantar me dispuse a laborar un sello de que refleje mis raíces, no solo en la música, sino que también en mi vestimenta, cada prenda y accesorio representa la cultura de mi país” (2014), de ahí el estrecho vínculo con la moda y su fuerte imagen como defensora de los productos artesanales.



### **Paola Navarrete**

Diseñadora y Cantautora guayaquileña que actualmente reside en Quito, es una de las nuevas figuras de la escena independiente; su música tiene un estilo pop con influencias de indie, rock y folk.

Su voz es dulce y destaca entre las demás, usualmente se la compara con artistas Mexicanas, como Julieta Venegas o Natalia Lafourcada.

Para producir su último disco “Verde fugaz” llevó a cabo con mucho éxito, una campaña de crowdfunding, con la que buscaba acercarse a su público.





La localización establecida es el exterior del Instituto Superior de Cine y Actuación (InCine) ubicado en la calle Lugo del barrio La Floresta, y su capacidad será de hasta 200 personas.

Todos los requerimientos técnicos, como tarima, micrófonos, altavoces, técnico de sonido, etc., estarán a cargo de Chakatana.

Para obtener la autorización de realización del concierto son necesarios los siguientes requisitos para la realización de Espectáculos Públicos:

- a) “Solicitud dirigida al Intendente General de Policía o a la comisaría o al comisario nacional.
- b) Cédula de ciudadanía del representante legal.
- c) Contratos artísticos, arrendamiento del local, de ser aplicable.
- d) Contrato de impresión de boletos, cuando sea aplicable.
- e) Plan de contingencia elaborado por la empresa de la seguridad privada y aprobado por autoridad administrativa competente de ser aplicable.
- f) Pago en el municipio por el sellaje de boletos.
- g) Autorización del cuerpo de bomberos.
- h) Permiso de uso de suelo.
- i) Autorización de Secretaría de Gestión de Riesgos.
- j) Pago a sociedades de gestión colectiva cuando sea aplicable.” (Ministerio de Gobierno)

*\* Ver Solicitud para Espectáculo Públicos llena en el Anexo 3*

El Programa que se ha establecido para el Moda Concert es el siguiente:

**1. Presentación**

De 18: a 18:15 se realizará la presentación del concierto, a cargo de la Coordinadora para Ecuador de Fashion Revolution: Estefania Cardona.

**2. Pequeña introducción a los objetivos de la Corporación**

De 18:15 a 18:30 se realizará una presentación de la Corporación Cultural Chakatana y de los objetivos que se ha planteado en relación a la moda sostenible en Quito, a cargo del Representante Legal de Chakatana.

**3. Invitación a participar de las actividades**

De 18:30 a 18:40 se realizará una invitación al público a participar de las actividades que se han programado en abril, charlas y talleres; a cargo de la encargada de Comunicación de Chakatana.

**4. Presentación de artista 1**

De 18:40 a 18:50 se realizará una pequeña presentación de Paola Navarrete y de su trayectoria como cantante y diseñadora.

**5. Primera parte del Concierto**

Paola Navarrete tocará su repertorio de canciones por aproximadamente una hora (60 minutos).

**6. Presentación de artista 2**

De 20:00 a 20:10 se realizará la presentación de Mirella Cesa y su apoyo al consumo de moda local y sostenible; y de su trayectoria como cantante.

**7. Segunda parte del Concierto**

Mirella Cesa tocará su repertorio de canciones por aproximadamente cuarenta minutos.

**8. Cierre**

A las 21:00 se dará cierre al concierto, no sin antes volver a invitar al público a participar de las actividades y de seguir la cuenta de instagram de la Corporación Cultural Chakatana para conocer más acerca de la moda sostenible en Quito y el mundo.



## ***Charlas de Moda Sostenible***

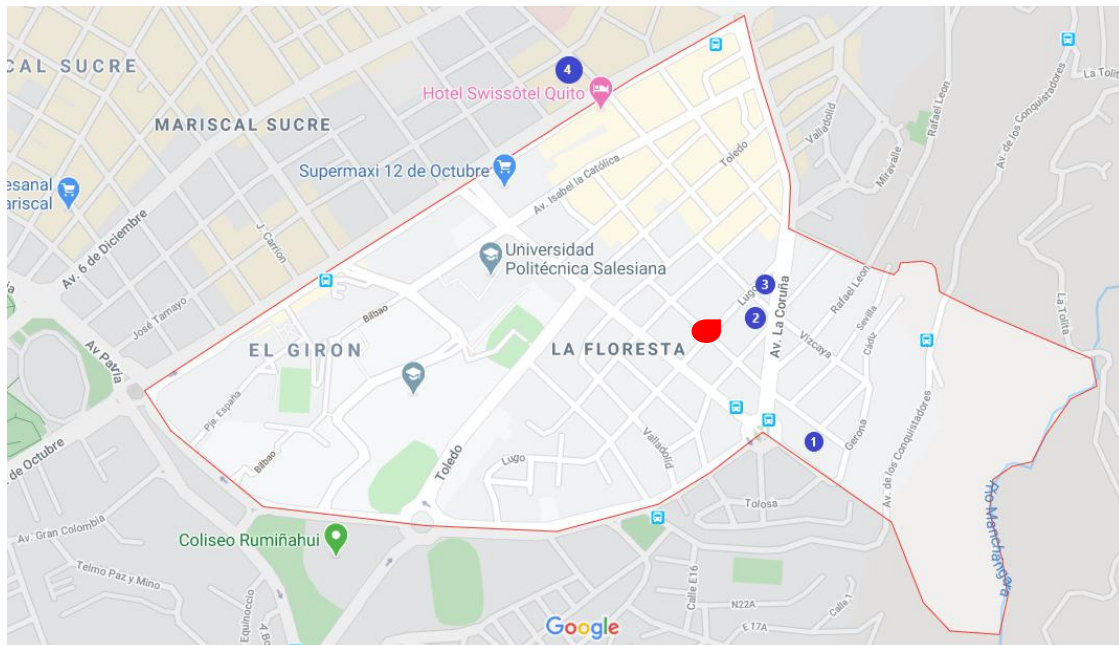
Como parte del evento principal también se organizarán varias charlas para todo público, los días 16 y 17 de abril, diseminadas por todo el barrio, estas charlas se realizarán en colaboración con Fashion Revolution Ecuador (FRE).

FRE designará a tres de los ponentes de estas charlas, y promocionará en sus redes sociales el evento como parte de la colaboración. Contaremos además con representantes de empresas de moda sostenible que hablarán sobre casos de éxito en Ecuador y un representante de la Agencia de Promoción Económica ConQuito.

A continuación se enlistan las diferentes temáticas a tratarse en estos espacios:

- a) Efectos de la moda rápida en el medioambiente. (FRE)
- b) Sostenibilidad en la Moda. (FRE)
- c) Empresas de moda sostenible (Diseñadores y propietarios de tiendas).
- d) Economía colaborativa y comercio justo en moda. (ConQuito)
- e) Compra de moda consciente, invertir en prendas de calidad. (FRE)

Para el desarrollo de las charlas contaremos con el apoyo logístico de varias tiendas de moda sostenible de La Floresta, quienes colaborarán con el espacio para recibir a las personas que participarán de las diferentes charlas:



*\* En rojo se marca la ubicación del Concierto*

1. Mane Silva: Guipúzcoa E16 112 y Cadiz
2. Moshi Boots: Coruña y Vizcaya
3. Libertina: Av. Coruña N24-255 entre Lugo y Vizcaya
4. Robot Rock: Tamayo y Luis Cordero

El número de participantes para cada una de las charlas se establecerá de acuerdo a la capacidad de cada una de las tiendas. Chakatana se encargará de los demás aspectos logísticos de las charlas, como son: adecuación del espacio y alquiler de mobiliario.

## 7.4. TALLERES DE CONCIENTIZACIÓN



Buy less,  
Choose well,  
make it last.

VIVIENNE WESTWOOD

Una semana después del evento principal (el 24 y 25 de abril), en el barrio La Floresta, se realizarán cinco talleres denominados “Moda Consciente”, con una duración de dos horas, para un total de 150 personas. Estos talleres también se realizarán en colaboración con Fashion Revolution Ecuador.

La esencia de estos talleres será la de darle al participante la información necesaria para que compre menos (no realizar compras innecesarias o por impulso), para que escoja cuidadosamente las prendas (tejidos de calidad y producción sostenible), y para que sus prendas duren mucho más (acciones de cuidado, lavado, preservación y customización).

Para esta actividad se han establecido dos horarios: de 10:00 a 12:00 y de 14:00 a 16:00.

Los talleres se llevarán a cabo en las instalaciones de InCine, las salas que proporcionará esta institución cuentan con todas las facilidades técnicas y mobiliario para la realización de los talleres.

Es importante notar que al ser un curso muy corto, los talleres serán mayormente teóricos, aunque se incentivará a los participantes a aplicar los

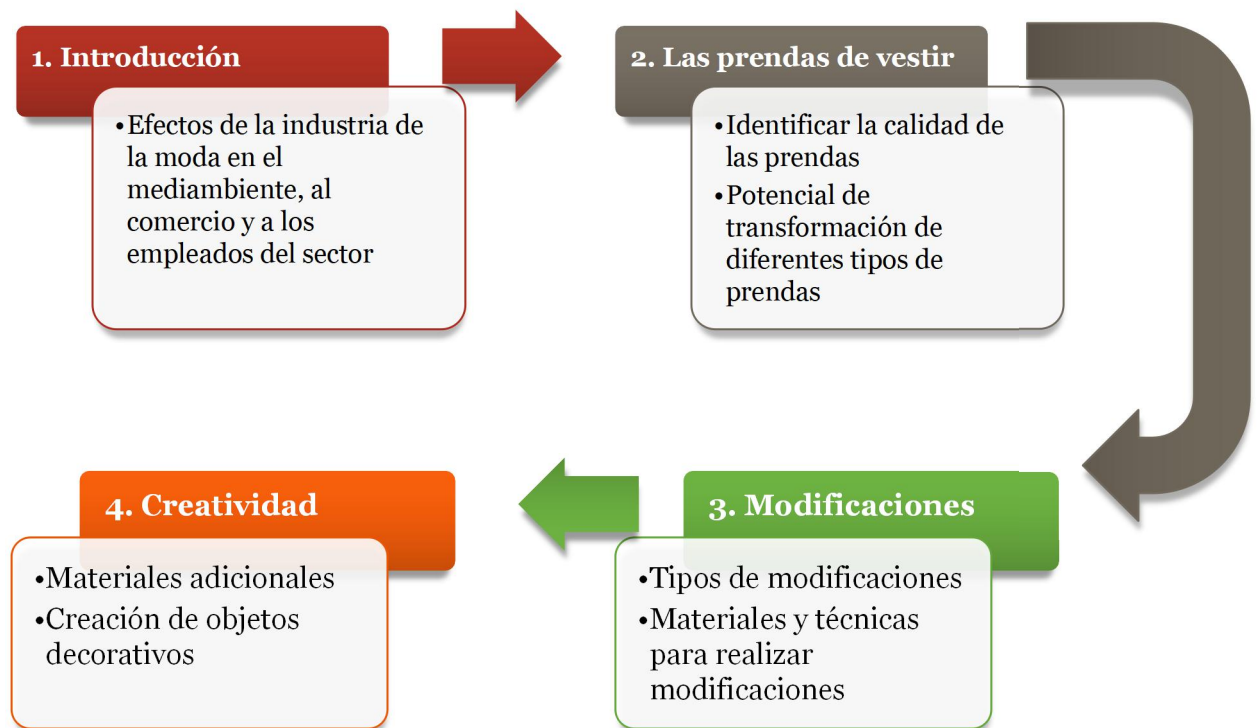
conocimientos adquiridos en el futuro, y a participar de los talleres de customización que se ofertarán posteriormente en diferentes puntos de la ciudad.

## **Talleres de Customización Permanentes**

Para alcanzar un alto nivel de sensibilización, en la ciudad de Quito, a lo largo de todo el año se ofertarán cursos de customización y moda sostenible, de dieciséis (16) horas al público en general, los mismos se realizarán con la colaboración del Municipio de Quito y sus “Casas Somos”, en las que se imparten cursos/talleres de diversos temas a toda la población.

Las “Casas Somos” nacieron como parte de un proyecto de la administración de Augusto Barrera con el nombre de “Centros de Desarrollo Comunitario”, en la actualidad la ciudad cuenta con cuarenta y nueve (49) “Casas Somos” repartidas por toda la ciudad.

El taller se estructurará de la siguiente manera:



\* Ver ficha de proyecto en el Anexo 4

Las diferentes temáticas del taller se han adaptado a una planificación estandarizada que contempla ejercicios prácticos de customización, para presentarla en conjunto con la hoja de vida del instructor seleccionado a la Dirección de cada una de las Casa Somos con las que se espera trabajar.

Los instructores que participaran en dichos talleres serán seleccionados por Chakatana, para ello se realizará una convocatoria abierta para seleccionar a los docentes que cuenten con las capacidades y formación requerida para impartir los talleres de customización en la ciudad.

El primer año se plantea llegar a cinco (5) casas somos del centro norte de la ciudad; a medida que el proyecto vaya tomando fuerza, se ampliarán las zonas y número de Casas Somos en las que se ofertarán estos talleres de Customización.

Se han seleccionado en un inicio las Casas Somos que se encuentran más cercanas al barrio La Floresta, pues el evento principal tendrá un mayor impacto en estos sectores.



1. “Casa Somos Bellavista (Calle José Carbo y Antonio Flores Jijón, esquina)
2. Casa Somos Guápulo (Calle Francisco Compte S/N)
3. Casa Somos La Mariscal (Av. 6 de Diciembre y Patria)

4. Casa Somos La Tola II (Calle Ríos, entre Antepara y Oriente)
5. Casa Somos La Tola I (Calle Pedro Fermin Cevallos E3-07 y pasaje Bernal)”.(Quito Decide, 2020)

## 7.5. PLAN DE MARKETING

Se ha creado el siguiente logotipo para la Corporación Cultural “Chakatana”, que tiene como fin fomentar el consumo de moda sostenible en Quito.



El logotipo pretende imitar un tramado tipo tela en color verde que simboliza la producción de moda sostenible, las manos que están “abrazando” este tramado representan esa conexión con la sociedad y la cultura de consumo consciente.

Se ha establecido un logotipo sencillo pero muy descriptivo, que con pocos elementos consigue expresar claramente los objetivos de la Corporación. La tipografía utilizada para el nombre es “Bahnschrif”, misma que destaca por su claridad y sencillez.

A continuación se pueden observar las distintas variantes del Logotipo que serán utilizadas en la promoción de las diferentes actividades tanto en medios digitales como en impresos:

Logotipo en Color:



Logotipo en Escala de grises:



Logotipo para fondo oscuro:



Logotipo para fondo claro:



Logotipo para documentos impresos, correos electrónicos, etc:



**CORPORACIÓN CULTURAL**  
**CHAKATANA**

Para definir las estrategias de Marketing que se aplicarán, se describirá inicialmente cada una de las P's (Producto, precio, plaza y promoción) que intervienen, con los detalles del proyecto:

### ***Producto***

La Corporación Chakatana ofertará tres productos diferenciados: Sello de sostenibilidad, para marcas de moda sostenible; Talleres de Concientización y Customización; y, Charlas Informativas, las dos últimas son para público en general.



Tanto las Charlas como los Talleres se promocionarán con la imagen de la Corporación, pero para el otorgamiento del Sello de sostenibilidad se ha creado una imagen distintiva que será la que utilizarán las marcas una vez hayan cumplido con los requisitos para la obtención del Sello.



El diseño del Sello incluye el nombre del mismo, la imagen de una etiqueta similar a las que se colocan usualmente en las prendas de vestir, y una hoja que en su mitad izquierda imita a una gota de agua; todo esto engloba los requisitos que deberá cumplir una marca para obtener el Sello de Sostenibilidad (que su materia prima no haya sido elaborada mediante procesos altamente contaminantes de agua, producción sostenible, tanto en lo que se refiere a calidad como a las condiciones de trabajo de sus empleados).

Las marcas podrán colocar este sello en las etiquetas de las prendas que produzcan y comercialicen tanto de manera local como Internacional, además podrán compartir este distintivo en sus redes sociales.

El principal objetivo a alcanzar con los productos de Chakatana es el posicionamiento. A través de la comunicación del valor que sus productos generan y brindando beneficios tanto a las tiendas de moda sostenible, como a los consumidores de este sector se espera que la Corporación Cultural sea reconocida en la ciudad de Quito.

Para alcanzar el posicionamiento deseado se realizará además una fuerte campaña de comunicación, en la que a las acciones realizadas por Chakatana se sumarán aquellas que formen parte de la colaboración del movimiento Fashion Revolution Ecuador.

## ***Precio***

Ya que el objetivo de la Corporación es concientizar a la población de Quito sobre el consumo de moda sostenible, las Charlas planteadas para el evento de lanzamiento no tendrán costo, pero sí un límite de aforo.

Los talleres impartidos en el lanzamiento, que tendrán una duración de dos horas, tendrán un costo de siete dólares (\$ 7,00), establecido con base en los costos que se generan para su puesta en marcha.

Para los talleres que se impartirán en las Casas Somos, la Corporación no recibirá un ingreso, si bien es cierto que se encargará de seleccionar a los

instructores y presentar la propuesta a la Dirección, el funcionamiento de estos centros es independiente. El profesional participa impartiendo el taller, y su salario estará fijado de acuerdo al número de estudiantes que participen en el mismo; es decir cada estudiante contribuirá con un dólar (\$ 1,00) y el valor obtenido al multiplicar este valor por el número de participantes constituirá el salario del instructor.

Finalmente, el otorgamiento del Sello de Sostenibilidad tendrá un costo de seiscientos dólares (\$ 600,00), mismo que se ha definido en función del costo que representa para la Corporación su gestión.

Es importante mencionar que a partir del segundo año las marcas deberán realizar un mantenimiento trimestral, en el que la Corporación verificará que sus procesos sigan el proceso de mejora continua o PHVA; este mantenimiento tendrá un costo de setenta y cinco dólares (\$ 75,00).

<i>N°</i>	<i>PRODUCTO</i>	<i>PRECIO</i>
1	Charlas sobre los efectos negativos de la moda rápida (evento principal)	Gratis
2	Talleres de Customización (evento principal)	\$ 7,00
	Talleres de Customización (Casas Somos)	\$ 1,00 *
3	Otorgamiento del Sello de Sostenibilidad	\$ 600,00
	Mantenimiento del Sello de Sostenibilidad	\$ 300,00 **

\* No representan ingresos para Chakatana.

\*\* Valor anual.

## ***Plaza***

Como ya se ha mencionado, el proyecto busca llegar a la población de Quito, para lo cual se utilizará principalmente Instagram, donde destacan las fotografías y vídeos acompañadas de texto, además, esta red social permite crear etiquetas (#hashtags) por temas, y publicar historias (publicaciones efímeras de 24h). El público de Instagram está acorde con las características definidas en el apartado de destinatarios del proyecto; finalmente, ésta es la red social que utilizan todas las marcas y tiendas de moda sostenible que se han encontrado en la ciudad.

Instagram será la principal herramienta de comunicación de Chakatana, a través de imágenes e información sobre moda se espera concientizar al público, promocionar a las marcas de moda sostenible y brindar herramientas para la re - utilización y cuidado de las prendas de vestir.

Se realizarán dos tipos de publicaciones informativas: la primera se enfocará en la concientización de los efectos de la moda rápida en distintos ámbitos, y buscarán incentivar al público a preguntarse con frecuencia sobre los detalles que desconocemos.

El segundo tipo de publicación se enfocará en detallar las pequeñas acciones que todas las personas pueden realizar para contribuir con el medioambiente y acercarse al consumo de moda sostenible. Estas publicaciones también incentivarán a las personas a compartir sus acciones con un #hashtag creado especialmente para dicha acción.



## ***Promoción***

Para establecer las distintas promociones se realizará una aproximación a cada uno de los segmentos que para el proyecto se han establecido: compradores de moda y las marcas y tiendas de moda sostenible de la ciudad.

Para el primer grupo se han establecido las siguientes promociones:

1. ***Entrada gratis al taller “Moda Consciente”*** (en el evento principal)  
En colaboración con “Amigui”, tienda de prendas de vestir de segunda mano, se colocará en el patio principal de InCine un stand de Amigui para compra de ropa y/o donación (por cada donación de 5 prendas o más las primeras treinta (30) personas podrán obtener una entrada gratuita al taller de concientización.
2. ***Promociones regulares:*** Se plantea realizar concursos en instagram, con la colaboración de las diferentes marcas y tiendas. Los requisitos para participar incluirán el seguir a la marca o marcas colaboradoras, y compartir el contenido de la publicación con su red, el ganador se seleccionará de forma aleatoria.

De esta forma tanto la información sobre moda sostenible, como las marcas incrementarán el alcance de público, y los seguidores de Chakatana tendrán un incentivo adicional para seguir todas las publicaciones realizadas por la Corporación Cultural.

Las promociones para marcas y tiendas son las siguientes:

1. **Mención en Instagram:** para las marcas que obtengan el Sello de Sostenibilidad “Moda Consciente”, y para las tiendas que muestren su compromiso con la comercialización de moda sostenible.
2. **Distintivo para tiendas:** se otorgará un distintivo que identifique a las tiendas que venden productos que ya cuentan con el sello de sostenibilidad “Moda Consciente”, este distintivo tendrá el mismo estilo gráfico del Sello que se otorga a las marcas, y de la misma forma podrán colocarlo en su tienda o redes sociales.



### 7.5.1. PLAN DE COMUNICACIÓN

Este apartado se centrará en las acciones de comunicación específica para la realización del evento principal (16 y 17 de abril) y de los talleres (24 y 25 de abril).

La principal herramienta para dar a conocer estos eventos es Instagram, se realizará publicidad pagada (en historias y feed) de 20 días, iniciando el 27 de marzo y hasta el 15 de abril. La segmentación se hará tanto por ámbito geográfico (Quito), como por intereses (moda, accesorios, zapatos, diseño, slow fashion); el objetivo de esta acción, además de comunicar las actividades, es generar tráfico hacia el perfil de instagram de Chakatana.

Hay que notar, que adicional a la promoción pagada, éstos eventos también se difundirán en las redes sociales de Fashion Revolution Ecuador.

Se ha contemplado la impresión de 100 Posters con los detalles del concierto, se entregarán 5 posters a cada una de las instituciones educativas de diseño de la ciudad:

1. Universidad San Francisco de Quito
2. Universidad Tecnológica Equinoccial (UTE)
3. Instituto Tecnológico Superior Gran Colombia

4. Instituto Tecnológico Superior Metropolitano (MET)
5. Instituto Tecnológico Superior DISMOD

# “MODA CONCERT”

## ARTISTAS INVITADAS

Mirella Cesa

Paola Navarrete

Barrio La Floresta (afueras de InCine)

VIERNES 16 DE ABRIL

18h00

*¡Un Concierto por la moda sostenible de Quito!*

ORGANIZADO POR:



CORPORACIÓN CULTURAL  
CHAKATANA



Los setenta y cinco posters restantes serán colocados en el sector Centro - Norte de la ciudad, específicamente en el barrio La Floresta.

Se seleccionarán sitios de alta concurrencia, como centros comerciales, paradas de autobús, tiendas de productos sostenibles, etc.

El Diseño del póster, como puede observarse, es muy sencillo; se muestra la imagen de un micrófono que representa el tipo de evento que se desea promocionar, y el color de fondo seleccionado es un naranja muy llamativo.

En el diseño también se incluye toda la información básica sobre el evento (fecha, hora y lugar), y el logo de Chakatana como institución organizadora.

Para la impresión y entrega de Flyers se propone imprimir dos diseños: uno para el evento principal (concierto y charlas), y otro para los talleres; de cada diseño se imprimirán 250 unidades.

**Sabías que se necesitan más de 2720 litros de agua para hacer una camiseta, esta cantidad es equivalente al agua que bebe una persona adulta en 3 años**



**Moda Sostenible**

**Te invitamos a participar en estas charlas gratuitas y conoce más sobre:**

- Efectos de la moda rápida en el medioambiente. (16 de abril, de 16:00 a 17:00)
- Sostenibilidad en la Moda (17 de abril, de 10:00 a 11:00)
- Libertina Store (Av. Coruña N24-255 entre Lugo y Vizcaya)
- Empresas de moda sostenible. (17 de abril, de 11:30 a 12:30)
- Tienda Mane Silva (Guipúzcoa E16 112 y Cadiz)
- Compra de moda consciente, invertir en prendas de calidad. (17 de abril de 16:00 a 17:00)
- Tienda Robot Rock (Tamayo y Luis Cordero)
- Economía colaborativa y comercio justo en moda. (17 de abril, de 13:00 a 14:00)
- Moshi Boots (Coruña y Vizcaya)

**Organiza:**



**Con la colaboración de:**



**“Moda Consciente”**

Para tener un armario consciente no necesitas comprar más ropa, sólo debes escoger bien tus prendas y cuidarlas para que te acompañen por mucho tiempo.

**Participa en nuestros talleres de Moda Consciente por tan solo \$ 7,00**

**Instalaciones de InCine**  
(Calle Lugo N24-298 y Vizcaya)

**Fecha: 24 de abril**  
**Horarios: 10:00 a 12:00**  
**14:00 a 16:00**

**Fecha: 25 de abril**  
**Horario: 14:00 a 16:00**

*¡cupos limitados!*

**Organiza:** 

**Con el apoyo de:**  



Los Flyers se entregarán puerta a puerta en el mismo sector de la ciudad, y, debido a la nueva normalidad que ha generado la pandemia del COVID-19 en el mundo entero no se ha considerado una entrega mano a mano.

Todos los diseños serán realizados por uno de los socios que cuenta con las habilidades y conocimiento para hacerlo, por ello el costo del Diseñador es cero.

El costo por colocación y distribución de posters y flyers es diario. Se han establecido tres fechas diferentes para cada uno, pues la entrega de póster debe realizarse con mucha antelación, y las actividades de los flyers se realizarán con una semana de diferencia.

En el siguiente cuadro puede observarse el detalle de gastos previstos para las acciones del Plan de Comunicación:

<i>DETALLE</i>	<i>UNIDAD</i>	<i>COSTO UNITARIO</i>	<i>TOTAL</i>
Diseñador (imagen del evento principal y talleres)	1	\$0,00	\$0,00
Publicidad pagada en Instagram (del 27 de marzo al 15 de abril)	20	\$2,50	\$50,00
Posters A3 (Full Color) Concierto	100	\$1,50	\$150,00
Flyers A5 (Full Color) Charlas	250	\$.08	\$20,00
Flyers A5 (Full Color) Talleres	250	\$.08	\$20,00
Distribución de impresos	3	\$10,00	\$30,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$270,00</b>

Parte importante de este plan de comunicación es el contactar con las diferentes empresas, marcas, instituciones y personas que formarán parte de las actividades planteadas; para ello se han establecido varias fechas importantes a tomar en cuenta:

1. Contacto con Artistas (enero 2021)
2. Contacto con Marcas de moda sostenible (enero 2021)
3. Contacto con Tiendas de moda sostenible (febrero 2021)
4. Contacto con InCine (febrero 2021)
5. Contacto con Fashion Revolution Ecuador (febrero 2021)
6. Presentación propuesta de patrocinio a Amigui (marzo 2021)
7. Nota de Prensa para Medios de comunicación (marzo 2021)

*\*Ver calendario de actividades detallada en el Anexo 5*

Aunque forma parte del Plan de Comunicación el remitir una nota de prensa antes del evento del evento a los distintos medios de comunicación, el contacto con estas instituciones se realizará desde enero, pues es importante que desde un inicio la Corporación comunique sus ideales y objetivos al público en general y ésta es una forma de hacerlo.

Entre los Principales medios de comunicación del País y de Quito tenemos a:

- ✓ El Comercio: impreso y digital.
- ✓ La Hora: impreso y digital.
- ✓ El Telégrafo: impreso y digital.
- ✓ Metro: impreso y digital.
- ✓ Radio América (104.5 FM).
- ✓ Radio Joya Stereo (97.3 FM).\*
- ✓ Lyfestyle kyky: blog de moda.\*\*
- ✓ Front Row: blog de moda.\*\*



\* Este medio se ha seleccionado puesto que llega netamente al segmento de público establecido, personas entre 20 y 34 años de edad.

\*\* Estos medios son muy importantes, debido a que llegan específicamente al público interesado en la moda, por ello es importante generar un fuerte vínculo con estos medios en especial, para que a través de ellos se comparta contenido sobre la evolución del proyecto y las distintas actividades planificadas.

## 7.6. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Las actividades se han dividido en tres grandes grupos, en un principio están aquellas que servirán para dar inicio al Proyecto con la creación de la Corporación Cultural Chakatana; en el segundo grupo están aquellas



relacionadas al evento principal; finalmente encontramos aquellas que formarán parte de las actividades de largo plazo.

A continuación se muestra el resumen de las actividades principales de cada grupo y la fecha estimada de realización:

	2021												2022			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4
<b>Actividades iniciales</b>																
Creación de la Corporación																
Creación del Sello de Sostenibilidad																
<b>Evento principal</b>																
Patrocinios y Convenios																
Concierto																
Charlas																
Talleres																
<b>Actividades a largo plazo</b>																
Otorgamiento de Sello de Sostenibilidad																
Mantenimiento Sello																
Talleres en Casas Somos																
<b>Publicidad y promoción</b>																

\* Ver cronograma detallado en el Anexo 6

La publicidad y promoción es una actividad transversal, que aporta a cada grupo de actividades y que se realizará de forma continua todo el año.

En cuanto a las actividades del Evento Principal, se describen los detalles a continuación:

### 1. **Moda Concert**

Fecha: 16 de abril de 2021.

Hora: 18:00 a 21:00

Ubicación: Afueras de InCine (Calle Lugo N24-298)

Capacidad: 200 personas máximo

Detalles: Con la colaboración de Mirella Cesa y Paola Navarrete.

## **2. Charlas de Moda Sostenible**

Tema: Efectos de la moda rápida en el medioambiente.

Instructor: Fashion Revolution Ecuador.

Fecha: 16 de abril de 2021

Hora: 16:00 a 17:00

Ubicación: Libertina Store (Av. Coruña N24-255 entre Lugo y Vizcaya)

Tema: Sostenibilidad en la Moda.

Instructor: Fashion Revolution Ecuador

Fecha: 17 de abril de 2021

Hora: 10:00 a 11:00

Ubicación: Libertina Store (Av. Coruña N24-255 entre Lugo y Vizcaya)

Tema: Empresas de moda sostenible.

Instructor: Diseñadores y Propietarios de tiendas.

Fecha: 17 de abril de 2021

Hora: 11:30 a 12:30

Ubicación: Tienda Mane Silva (Guipúzcoa E16 112 y Cadiz)

Tema: Economía colaborativa y comercio justo en moda.

Instructor: Agencia de Promoción Económica ConQuito.

Fecha: 17 de abril de 2021

Hora: 13:00 a 14:00

Ubicación: Tienda Moshi Boots (Coruña y Vizcaya)

Tema: Compra de moda consciente, invertir en prendas de calidad.

Instructor: Fashion Revolution Ecuador.

Fecha: 17 de abril de 2021

Hora: 16:00 a 17:00

Ubicación: Tienda Robot Rock (Tamayo y Luis Cordero)

## **3. Talleres de Customización (Fashion Revolution Ecuador)**

Fecha: 24 de abril de 2021

Hora: 10:00 a 12:00

Ubicación: Salas de InCine (Calle Lugo N24-298 y Vizcaya)

Capacidad: 60 personas (dos grupos de 30)

Fecha: 24 de abril de 2021

Hora: 14:00 a 16:00

Ubicación: Salas de InCine (Calle Lugo N24-298 y Vizcaya)

Capacidad: 60 personas (dos grupos de 30)

Fecha: 25 de abril de 2021

Hora: 14:00 a 16:00

Ubicación: Salas de InCine (Calle Lugo N24-298 y Vizcaya)

Capacidad: 30 personas

Es importante recalcar que el desarrollo de estas actividades depende mucho de la colaboración de los diferentes actores (tiendas, marcas, y otras instituciones), y que mientras más fuerte sea el vínculo que se genera con cada uno de ellos, mucho más sencilla y beneficiosa será la realización de todas las actividades del proyecto.

## 7.7. PLAN DE VIABILIDAD

El Servicio de Rentas Internas establece que “las corporaciones de primer grado deberán acreditar en una cuenta de integración de capital un patrimonio mínimo de USD 400 dólares.” (SRI, p. 6), Para la creación de Chakatanta, cada uno de los socios aportará con doscientos dólares (\$ 200,00). Este capital inicial se utilizará para comenzar las actividades con la creación legal (Gastos de constitución) y para la contratación del Ingeniero Ambiental, pieza imprescindible para el proyecto.

### *Cuadro de Inversiones Inicial*

UTILIZACIONES		FINANCIACIÓN	
Gastos de Constitución	\$100,00	Socio 1	\$200,00
Salario Ing. Ambiental	\$400,00	Socio 2	\$200,00
		Socio 3	\$200,00
		Socio 4	\$200,00
		Socio 5	\$200,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$500,00</b>	<b>TOTAL</b>	<b>\$1.000,00</b>

Los ingresos se obtendrán de varias fuentes: patrocinio, entrada a los talleres de customización, y Otorgamiento del Sello “Moda Consciente”; el segundo año a estos ingresos se sumará el obtenido por el mantenimiento del sello.

Se estima que de las 24 marcas de moda sostenible que se comercializan en la ciudad, se certifiquen al menos once en el primer año de funcionamiento, y para el segundo año lo hagan otras once marcas; el proyecto también busca incentivar a otras marcas del país para que evalúen sus procesos y los cambien para ser más conscientes y sostenibles, dichas marcas serán certificadas en los años posteriores.

Los ingresos percibidos por Chakatana están exentos del pago del Impuesto a la Renta, para ello deben cumplirse los siguientes requisitos;

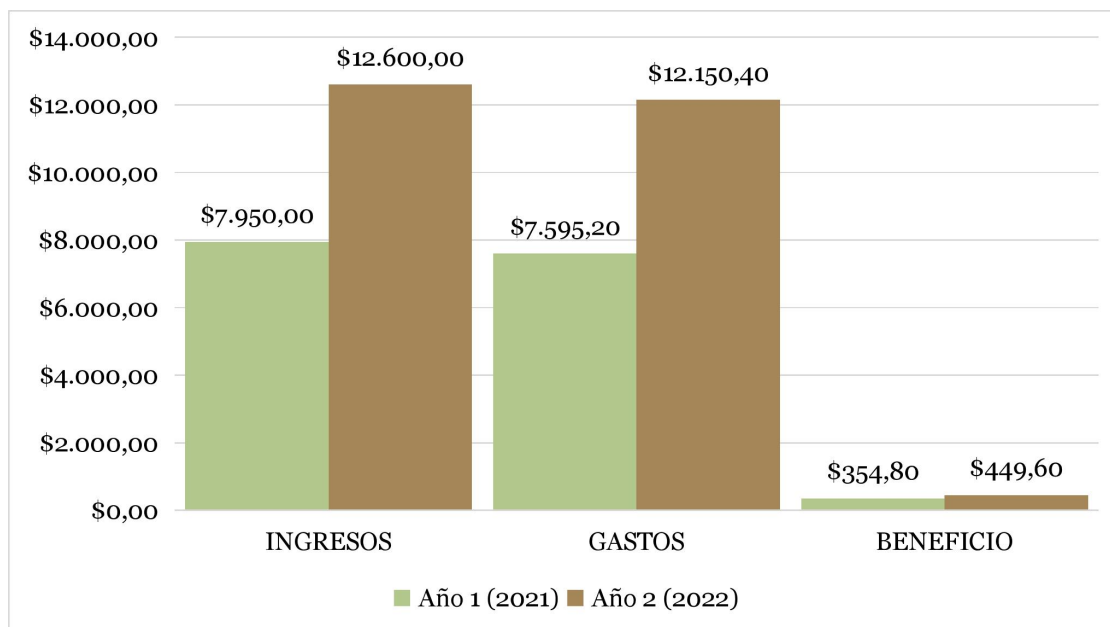
- ✓ “Que se trate de instituciones de carácter privado sin fines de lucro legalmente constituidas,

- ✓ Que cumplan sus objetivos estatutarios,
- ✓ Que sus bienes e ingresos se destinen totalmente a sus fines específicos,
- ✓ Que los excedentes que se generen al final del ejercicio económico se hayan invertido en sus fines específicos hasta el cierre del siguiente ejercicio; y,
- ✓ Que cumplan con los deberes formales contemplados en el Código Tributario, la Ley de Régimen Tributario Interno y las demás Leyes de la República.” (SRI, p. 17)

Los Gastos se derivan principalmente de la realización del concierto, charlas, y talleres. Es importante recalcar que la creación del sello de sostenibilidad no tiene costo, y que su gestión estará a cargo del Ingeniero Ambiental, quien tendrá un salario fijo desde el inicio. Los cuatro socios restantes el primer año facturarán por servicios profesionales lo que corresponda a su gestión.

A partir del segundo año se sumará el Salario del Gestor Cultural y se proporcionará a varias tiendas un estante para colocar productos de “Moda Consciente”. Además para el segundo año el Moda Concert no se realizará (Se plantea repetir este evento cada dos años) y por ende no se generarán gastos derivados de este evento.

La Cuenta de Resultados, el primer año refleja un beneficio operativo de trescientos cincuenta y cuatro dólares con ochenta centavos (\$ 354,80), y el segundo año este valor incrementa a cuatrocientos cuarenta y nueve dólares con sesenta centavos (\$ 449,60), el beneficio de los dos años se re invertirán en las actividades de la Corporación.



A continuación se muestra la Cuenta de Resultados detallada tanto del año 1, como del año 2:

CUENTA DE RESULTADOS	Año 1 (2021)			Año 2 (2022)		
	CANT.	USD	TOTAL	CANT.	USD	TOTAL
<b>INGRESOS</b>			<b>\$7.950,00</b>			<b>\$12.600,00</b>
<b>Evento Principal</b>			<b>\$1.350,00</b>			<b>\$2.700,00</b>
Talleres	150	\$7,00	\$1.050,00	300	\$7,00	\$2.100,00
Patrocinio	1	\$300,00	\$300,00	2	\$300,00	\$600,00
<b>Sello de Sostenibilidad</b>			<b>\$6.600,00</b>			<b>\$9.900,00</b>
Sello Marcas	11	\$600,00	\$6.600,00	11	\$600,00	\$6.600,00
Mantenimiento Sello	0	\$300,00	\$0,00	11	\$300,00	\$3.300,00
<b>GASTOS</b>			<b>\$7.595,20</b>			<b>\$12.150,40</b>
<b>Evento Principal</b>			<b>\$980,00</b>			<b>\$620,00</b>
Requerimientos Concierto	1	\$400,00	\$400,00	0	\$0,00	\$0,00
Alquiler de sillas	120	\$1,75	\$210,00	120	\$1,75	\$210,00
Alquiler Salas	5	\$20,00	\$100,00	10	\$20,00	\$200,00
Publicidad - Instagram	20	\$2,50	\$50,00	20	\$2,50	\$50,00
Impresión Posters y Flyers	1	\$190,00	\$190,00	1	\$150,00	\$150,00
Distribución Posters y Flyers	3	\$10,00	\$30,00	1	\$10,00	\$10,00
<b>Sello de Sostenibilidad</b>			<b>\$80,00</b>			<b>\$260,00</b>
Impresión de Sellos (M,T)	20	\$4,00	\$80,00	20	\$4,00	\$80,00
Estantes para tiendas	0	\$60,00	\$0,00	3	\$60,00	\$180,00
<b>Gastos Operativos</b>			<b>\$6.535,20</b>			<b>\$11.270,40</b>
Salario Ing. Ambiental	12	\$444,60	\$5.335,20	12	\$444,60	\$5.335,20
Salario Gestor Cultural	0	\$444,60	\$0,00	12	\$444,60	\$5.335,20
Serv. Prof. Gestor Cultural	1	\$300,00	\$300,00	0	\$300,00	\$0,00
Serv. Prof. Comunicación	1	\$300,00	\$300,00	1	\$300,00	\$300,00
Serv. Prof. Docente	1	\$300,00	\$300,00	0	\$300,00	\$0,00
Serv. Prof. Contador	1	\$300,00	\$300,00	1	\$300,00	\$300,00
<b>BENEFICIO OPERATIVO</b>			<b>\$354,80</b>			<b>\$449,60</b>

Los balances de situación final de cada año muestran que el capital con el que contaría la corporación es suficiente para afrontar cualquier tipo de gasto imprevisto sin tener que recurrir a un préstamo bancario, es decir que su fondo de maniobra es positivo.

*\*Ver Balances en el Anexo 7*

Otra forma de verificarlo es a través de los Flujos de Tesorería en los que se observa que no existen saldos finales de mes negativos o tensiones financieras.

*\*Ver Flujos de Tesorería en el Anexo 8*

En cuanto al Punto de Equilibrio (PE), se ha realizado un cálculo ponderado, ya que en el primer año se considera venta de cupos para el taller “Moda Consciente”, y el otorgamiento del Sello de Sostenibilidad, y con la aplicación de las fórmulas correspondientes obtenemos en el taller un PE de 2 cupos, número que es muy inferior a la capacidad máxima (150), lo cual muestra que en este evento existe un bajo riesgo operativo y que la disminución en el número de asistentes a este evento no generaría pérdida; y, en el otorgamiento del sello el PE es de 11 marcas, número que iguala la proyección de ventas.

*\*Ver cálculos del punto de Equilibrio (Año 1) en el Anexo 9*



El Valor Actual Neto (VAN) del Proyecto al finalizar el año dos es treinta y nueve dólares y setenta centavos en negativo, lo que significa que la rentabilidad es menor que la tasa de interés con la que ha sido comparada (9% anual Banco del Pacífico), y que como inversión el proyecto no sería conveniente, pero al hablar de una entidad que no busca generar un beneficio económico, es aceptable que en un principio el proyecto dependa mucho de los patrocinios y ayudas.

La Tasa Interna de Rentabilidad (TIR) del proyecto es -13%, como ya se ha mencionado al tratarse de una Corporación Cultural sin fines de lucro, este resultado no es preocupante, pero sí mejorable a través del tiempo.

*\* Ver cálculos de VAN y TIR en el Anexo 10*

Es importante recalcar que el evento depende mucho de los acuerdos, convenios y apoyo de todas las instituciones involucradas, y que los resultados generan un margen operativo muy pequeño. Sabiendo que las subvenciones y ayudas se otorgan a empresas con trayectoria y experiencia en el sector, se plantea para el tercer año acceder a través de la certificación en el Ministerio de Cultura al otorgamiento de fondos públicos.

Adicional a esto, en el tercer año se realizará nuevamente el “Moda Concert”, esta vez a una escala mayor y con el cobro de una entrada mínima para generar un mayor ingreso.

Finalmente, se debe considerar que la legislación referente establece que “las fundaciones o corporaciones deberán presentar anualmente informe de actividades, reportes financieros e informes de auditoria a la entidad que le otorgó la acreditación.” (SRI, p. 17), en este Caso Chakatana deberá presentar dichos documentos al Ministerio de Cultura en el mes de diciembre.

## 7.8. PLAN DE EVALUACIÓN

El Plan de evaluación, se ha dividido en tres secciones importantes: en la evaluación de acciones realizadas para alcanzar los objetivos planteados; la evaluación del posicionamiento alcanzado; y, la evaluación de los efectos a gran escala originados por Chakatana.

### ***Evaluación de acciones (Objetivos Específicos)***

Para visualizar mejor este apartado, se ha establecido un cuadro que muestra de mejor manera la evaluación de las acciones y su relación con cada uno de los objetivos planteados:

<i>Dar a conocer los efectos negativos de la moda rápida tanto en el medioambiente, como en las condiciones laborales y el comercio.</i>		
<b>ACCIONES</b>	<b>INDICADORES</b>	
1	Charlas de Moda Sostenible	Número de Asistentes a las Charlas programadas
2	Publicaciones en Instagram	Número de publicaciones relacionadas con los efectos de la moda rápida

<i>Evaluar e Identificar las marcas de moda sostenible de la Ciudad.</i>		
<b>ACCIONES</b>	<b>INDICADORES</b>	
1	Sello de Sostenibilidad “Moda Consciente”	Número de empresas interesadas en obtener el Sello de Sostenibilidad
		Número de empresas que obtienen el Sello de Sostenibilidad
		Ingresos obtenidos por el otorgamiento del Sello de Sostenibilidad

2	Mantenimiento del Sello de Sostenibilidad	Número de empresas que cumplen con el ciclo de mejora continua
---	---	--

***Potencializar la visibilidad y consumo de moda sostenible.***

<b>ACCIONES</b>		<b>INDICADORES</b>
1	Sello de Sostenibilidad “Moda Consciente”	Comunicación pública de las marcas que han obtenido el Sello de sostenibilidad
2	Publicaciones en Instagram	Número de publicaciones relacionadas con las marcas de “Moda Consciente”

***Comunicar la importancia del consumo de moda sostenible.***

<b>ACCIONES</b>		<b>INDICADORES</b>
1	Taller “Moda Consciente”	Número de asistentes a los talleres programados
		Ingresos obtenidos por los talleres programados
2	Publicaciones en Instagram	Número de publicaciones relacionadas con la importancia del consumo de moda sostenible

***Brindar herramientas para reutilizar prendas de vestir y aumentar su vida útil.***

<b>ACCIONES</b>		<b>INDICADORES</b>
1	Taller “Moda Consciente”	Número de asistentes a los talleres programados
		Ingresos obtenidos por los talleres programados
2	Talleres de Customización	Número de Casas Somos en las que se imparten los talleres
		Número de asistentes a los talleres de customización
3	Publicaciones en Instagram	Número de publicaciones relacionadas con el cuidado, la re-utilización y customización de prendas de vestir



## ***Evaluación de Posicionamiento***

Para la Corporación es importante alcanzar un buen posicionamiento en la mente de los consumidores de moda y de las marcas de moda sostenible, de esta forma se genera una mayor concientización y se estimula a otras marcas a participar de la producción de moda sostenible; los indicadores establecidos en este apartado son:

- ✓ Número de seguidores en instagram.
- ✓ Alcance de las publicaciones.
- ✓ Número de likes o visualizaciones de vídeos.
- ✓ Número de comentarios.
- ✓ Número de re-posteo de publicaciones.
- ✓ Número de publicaciones en las que se menciona, etiqueta o se hace referencia a Chakatana.
- ✓ Ranking de aparición en buscadores

Además al realizar el Otorgamiento y Mantenimiento del Sello de Sostenibilidad “Moda Consciente” se realizará una encuesta de satisfacción a las marcas para obtener una retro alimentación de cómo éstas perciben el servicio que presta Chakatana. También se calculará a través de estas encuestas el Net Promoter Score (NPS).

## ***Evaluación de efectos a gran escala***

Aunque es difícil determinar los efectos a gran escala que las distintas acciones llevadas a cabo por Chakatana tendrán en la ciudad, se realizará un seguimiento a dos aspectos específicos:

- ✓ Crecimiento de ventas de marcas de moda sostenible en Quito (período 2020 vs período 2021).
- ✓ Aportación de las acciones a las metas de los Objetivos de Desarrollo Sostenible establecidos por la ONU (Objetivos: 12, 8 y 6).

## 8. REFERENCIAS

- Naciones Unidas (2018), *La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible: una oportunidad para América Latina y el Caribe*. (LC/G.2681-P/Rev.3), Santiago. [Archivo PDF].  
[https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40155/24/S1801141\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40155/24/S1801141_es.pdf)
- Fashion Revolution (2017), *Involúcrate: Marcas, mayoristas minoristas y distribuidores*. [Archivo PDF]. [https://fashionrevolution.org/wp-content/uploads/2017/04/FR\\_GetInvolved\\_Brands\\_ESP\\_2017\\_.pdf](https://fashionrevolution.org/wp-content/uploads/2017/04/FR_GetInvolved_Brands_ESP_2017_.pdf)
- Asociación de Industriales Textiles del Ecuador (AITE). *Historia y Actualidad*.  
<http://www.aite.com.ec/industria.html>
- El Tiempo (21 de Diciembre de 2016), Primero Ecuador, la renovada campaña que motiva al consumo local. *El Tiempo Diario de Cuenca*.  
<https://www.eltiempo.com.ec/noticias/empresarial/1/primer-ecuador-la-renovada-campana-que-motiva-al-consumo-local>
- Ministerio de Gobierno. *Requisitos para la autorización de espectáculos públicos*. <https://www.ministeriodegobierno.gob.ec/requisitos-para-la-autorizacion-de-espectaculos-publicos/>
- Revista Zona Libre (22 Diciembre 2016). *Nueva Campaña Primero Ecuador*.  
<http://www.revistazonalibre.com/columnas/2826-nueva-campana-primer-ecuador>
- Ministerio de Cultura y Patrimonio (2018). *Organizaciones Sociales*. [Archivo PDF]. [https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/03/requisitos\\_estandarizados\\_para\\_organizaciones\\_sociales.pdf](https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/03/requisitos_estandarizados_para_organizaciones_sociales.pdf)
- Quito Decide (2020). *Casas Somos Quito*.  
<http://www.decide.quito.gob.ec/houses?option=houses>
- Servicio de Rentas Internas (2011). *Preguntas Frecuentes: Instituciones de Carácter Privado Sin Fines de Lucro*. [Archivo PDF].  
[file:///C:/Users/dc\\_ba/Downloads/Inquietudes%20contribuyentes%20sin%20fines%20de%20lucro%20\(23-dic-11\).pdf](file:///C:/Users/dc_ba/Downloads/Inquietudes%20contribuyentes%20sin%20fines%20de%20lucro%20(23-dic-11).pdf)
- El Telégrafo (24 de junio de 2014). *El 'look andipop', la marca registrada de Mirella Cesa*.  
<https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/espectaculos/1/el-look-andipop-la-marca-registrada-de-mirella-cesa>

## **9. ANEXOS**

Anexo 1: Marcas y tiendas de moda sostenible en Quito.

Anexo 2: Requisitos y trámite para la creación de una Corporación Cultural.

Anexo 3: Solicitud para Espectáculo Públicos.

Anexo 4: Ficha de Proyecto - Casas Somos.

Anexo 5: Calendario de Actividades Plan de Comunicación.

Anexo 6: Cronograma detallado de Actividades.

Anexo 7: Balance de Situación Final (Año 1 y 2).

Anexo 8: Flujo de Tesorería (Año 1 y 2).

Anexo 9: Punto de Equilibrio (Año 1).

Anexo 10: VAN y TIR.

## **Anexo 1**

### **Marcas y tiendas de moda sostenible en Quito**

<b>Nº</b>	<b>NOMBRE</b>	<b>TIPO *</b>	<b>TIENDA DE VENTA / DIRECCIÓN</b>	<b>INSTAGRAM</b>
1	Anana muyu	M	Artik Conceptstore - Robot Rock	<a href="https://www.instagram.com/ananamuyu/">https://www.instagram.com/ananamuyu/</a>
2	Armadillo	M	The Designers Society	<a href="https://www.instagram.com/armadillostores/">https://www.instagram.com/armadillostores/</a>
3	Carry me	M	Kala	<a href="https://www.instagram.com/carry.me.bags/">https://www.instagram.com/carry.me.bags/</a>
4	Dellantashoes	M	Libertina	<a href="https://www.instagram.com/dellantashoes/">https://www.instagram.com/dellantashoes/</a>
5	Dominga	M	Artik Conceptsorte	<a href="https://www.instagram.com/ Domingafolk/">https://www.instagram.com/ Domingafolk/</a>
6	Eskopica	M	The Designers Society	<a href="https://www.instagram.com/eskopica/">https://www.instagram.com/eskopica/</a>
7	Florencia Dávalos	M	The Designers Society	<a href="https://www.instagram.com/florencia.davalos/">https://www.instagram.com/florencia.davalos/</a>
8	Homo Sapiens	M	Libertina	<a href="https://www.instagram.com/homosapiens.ec/">https://www.instagram.com/homosapiens.ec/</a>
9	Jessica Velasco	M	The Designers Society	<a href="https://www.instagram.com/jessicavelascodeesigns/">https://www.instagram.com/jessicavelascodeesigns/</a>
10	Jose Palacios Davalos	M	The Designers Society	<a href="https://www.instagram.com/jpd_calzado/">https://www.instagram.com/jpd_calzado/</a>
11	LulaKirei	M	The Designers Society	<a href="https://www.instagram.com/lulakirei/">https://www.instagram.com/lulakirei/</a>
12	Lula Martínez	M	The Designers Society	<a href="https://www.instagram.com/lulamartinezmoda/">https://www.instagram.com/lulamartinezmoda/</a>
13	Mayka atelier	M	Kala	<a href="https://www.instagram.com/mayka.ec/">https://www.instagram.com/mayka.ec/</a>
14	Mestizza	M	The Designers Society	<a href="https://www.instagram.com/mestizza.ec/">https://www.instagram.com/mestizza.ec/</a>

15	Nativasecuador	M	Libertina - Robot Rock	<a href="https://www.instagram.com/nativasecuador/">https://www.instagram.com/nativasecuador/</a>
16	Sofia Calisto	M	The Designers Society	<a href="https://www.instagram.com/sofiacalisto.dc/">https://www.instagram.com/sofiacalisto.dc/</a>
17	Sublime	M	Artik Conceptsorte - Kala tienda	<a href="https://www.instagram.com/sublime_uio/">https://www.instagram.com/sublime_uio/</a>
18	Taarach	M	The Designers Society	<a href="https://www.instagram.com/taarach_design/">https://www.instagram.com/taarach_design/</a>
19	THE ONIKAS	M	Artik Conceptsorte	<a href="https://www.instagram.com/theonikas/">https://www.instagram.com/theonikas/</a>
20	La Organika	M	Robot Rock	<a href="https://www.instagram.com/laorganika/">https://www.instagram.com/laorganika/</a>
21	Ananay	M	Loft Noa	<a href="https://www.instagram.com/a_n_a_n_a_y/">https://www.instagram.com/a_n_a_n_a_y/</a>
1	Mane Silva	MT	Guipúzcoa E16 112 y Cadiz	<a href="https://www.instagram.com/nativasecuador/">https://www.instagram.com/nativasecuador/</a>
2	Moshi	MT	Coruña y Vizcaya	<a href="https://www.instagram.com/moshi_boots/">https://www.instagram.com/moshi_boots/</a>
3	Robot Rock	MT	Tamayo y Luis Cordero	<a href="https://www.instagram.com/robotrockstore/">https://www.instagram.com/robotrockstore/</a>
4	Artik Conceptstore	T	Zaldumbide N25 - 165 entre Isabel la Católica y Toledo	<a href="https://www.instagram.com/galeriaartik/">https://www.instagram.com/galeriaartik/</a>
5	Kala Tienda	T	República del Salvador y Portugal, Plaza Kendo, local 3	<a href="https://www.instagram.com/kalaconcepto/">https://www.instagram.com/kalaconcepto/</a>
6	Libertina	T	Av. coruña n24-255 entre Lugo y vizcaya	<a href="https://www.instagram.com/libertina_store/">https://www.instagram.com/libertina_store/</a>
7	The Designers Society	T	Cumbayá	<a href="https://www.instagram.com/thedesignerssociety/">https://www.instagram.com/thedesignerssociety/</a>

M: marca

T: tienda

MT: marca y tienda

## **Anexo 2**

### **Requisitos y trámite para la creación de una Corporación Cultural**

#### **ORGANIZACIONES SOCIALES**

**PARA LOS TRÁMITES REFERENTES A LA: CONSTITUCIÓN DE CORPORACIONES Y FUNDACIONES, REGISTROS DE DIRECTIVAS, INCLUSIONES Y EXCLUSIONES DE SOCIOS, REFORMAS ESTATUTARIAS, DISOLUCIONES Y LIQUIDACIONES VOLUNTARIAS; LOS CIUDADANOS DEBERÁN TOMAR EN CONSIDERACIÓN LO SIGUIENTES REQUERIMIENTOS:**

- ✓ Corporaciones: Se conforman con la voluntad de mínimo cinco (5) personas.
- ✓ Fundaciones: Se conforman con la voluntad de mínimo una (1) persona.

#### **1. Trámite: Aprobación de Estatutos y Otorgamiento de Personería Jurídica (Constitución de Corporaciones y Fundaciones).**

##### **REQUISITOS**

- 1.1. Solicitud dirigida al Ministro de Cultura y Patrimonio. (Sr. Raúl Perez Torres), esta solicitud deberá ser realizada por el representante provisional o delegado de la organización social en formación para el trámite de constitución.
- 1.2. Acta de la Asamblea General Constitutiva de la organización en formación (debidamente certificada por el secretario provisional), suscrita por todos los miembros fundadores, la misma deberá contener:
  - a) Nombre de la organización;
  - b) Nombres y apellidos completos, nacionalidad y número del documento de identidad de cada uno de los miembros fundadores;
  - c) Voluntad de los miembros fundadores de constituir la misma;
  - d) Fines y objetivos generales que se propone la organización;
  - e) Nómina de la directiva provisional;
  - f) Nombres, apellidos y número del documento de identidad de la persona que se hará responsable de realizar el trámite de legalización de la organización, teléfono, correo electrónico y domicilio donde recibirá notificaciones;
  - g) Estatutos aprobados por la asamblea; y,
  - h) Indicación del lugar en que la organización social, en proceso de aprobación de la personalidad jurídica, tendrá su domicilio, con referencia de la calle, parroquia, cantón, provincia, número de teléfono, fax, o dirección de correo electrónico y casilla postal, en caso de tenerlos.

Para el caso de que participen, como expresión de la capacidad asociativa, personas jurídicas de derecho privado, deberán presentar, además de los documentos señalados, actas del máximo órgano social de la organización, certificadas por su secretario, en las que conste la decisión de asociarse de sus miembros.

- 1.3. (Dos ejemplares) Estatutos (debidamente certificados por el secretario provisional de la organización social) , el estatuto establecerá y regulará como mínimo los siguientes aspectos:

- a) Denominación, ámbito de acción y domicilio de la organización;
- b) Alcance territorial de la organización;
- c) Fines y objetivos, las organizaciones, además, deberán precisar si realizarán o no actividades de voluntariado de acción social y desarrollo, o programas de voluntariado;
- d) Estructura organizacional;
- e) Derechos y obligaciones de los miembros;
- f) Forma de elección de las dignidades y duración en funciones;
- g) Atribuciones y deberes de los órganos internos: directiva, administradores y/o representación legal;
- h) Patrimonio social y administración de recursos;
- i) La forma y las épocas de convocar a las asambleas generales;
- j) Quórum para la instalación de las asambleas generales y el quórum decisorio;
- k) Mecanismos de inclusión o exclusión de miembros, los mismos que deberán garantizar en todo momento el derecho al debido proceso;
- l) Reforma de estatutos;
- m) Régimen de solución de controversias; y,
- n) Causales y procedimiento de disolución y liquidación.

1.4. Declaración Juramentada – para acreditar patrimonio (firmada por todos los fundadores).

## **2. Trámite: Registro de Directivas**

### **REQUISITOS**

- 2.1. Solicitud dirigida al Ministro de Cultura y Patrimonio. (Sr. Raúl Perez Torres), la misma que será realizada por el representante legal de la organización social o quien tenga la competencia para hacerlo según lo determinado en la norma estatutaria.
- 2.2. Convocatoria a la Asamblea. En caso de que la organización social no cuente con un órgano directivo vigente al momento de convocar, deberá hacerlo mediante auto convocatoria, siguiendo el procedimiento que se haya establecido en el estatuto de la organización social, siempre y cuando el estatuto no contemple funciones prorrogadas.
- 2.3. Acta de la Asamblea en la que conste la elección de la directiva, debidamente certificada por el Secretario.

## **3. Trámite: Inclusión o Exclusión de Miembro**

### **REQUISITOS**

- 3.1. Solicitud dirigida al Ministro de Cultura y Patrimonio. (Sr. Raúl Perez Torres), la misma que será realizada por el representante legal de la organización social o quien tenga la competencia para hacerlo según lo determinado en la norma estatutaria.
- 3.2. Acta de la Asamblea en la que conste la decisión de inclusión o exclusión de miembros, tomando en consideración que en estos procesos, deberá respetarse el debido proceso (derecho a la defensa) de los miembros. Esta acta deberá estar debidamente certificada por el Secretario.
- 3.3. Los demás que se hubieren previsto en el estatuto.

#### **4. Trámite: Reforma de estatutos**

##### **REQUISITOS**

- 4.1. Solicitud dirigida al Ministro de Cultura y Patrimonio. (Sr. Raúl Pérez Torres), la misma que será realizada por el representante legal de la organización social o quien tenga la competencia para hacerlo según lo determinado en la norma estatutaria.
- 4.2. Acta de la asamblea en la que se resolvió las reformas a los estatutos debidamente certificada por el Secretario, con indicación de los nombres y apellidos completos de los miembros presentes en la asamblea; y,
- 4.3. Lista de reformas al estatuto.
- 4.4. Codificación del Estatuto. (Remitir una copia del proyecto de codificación del estatuto reformado.)
- 4.5. Los demás requisitos establecidos en su estatuto.

#### **5. Trámite: Disolución y Liquidación Voluntaria**

##### **REQUISITOS**

- 5.1. Solicitud dirigida al Ministro de Cultura y Patrimonio. (Sr. Raúl Pérez Torres), la misma que será realizada por el representante legal de la organización social o quien tenga la competencia para hacerlo según lo determinado en la norma estatutaria.
- 5.2. Convocatoria a la Asamblea General.
- 5.3. Acta de asamblea general en la que conste la voluntad de disolución y liquidación de la organización social por parte de los miembros- Nombramiento del liquidador- y aprobación del informe. Debidamente certificada por el Secretario.
- 5.4. Los demás requisitos establecidos en su estatuto.

#### **Fuente Normativa:**

- 1.- Constitución de la República del Ecuador.
- 2.- Ley Orgánica de Participación Ciudadana y Control Social.
- 3.- Decreto Ejecutivo No. 193 de 23 de octubre de 2017 (Presidente Constitucional Lenin Moreno Garcés) – Publicado en el Suplemento del Registro Oficial No. 109 de 27 de octubre de 2017.

*En caso de duda, o requerimientos de información adicional deberá comunicarse a los siguientes contactos:*

*Teléfonos: 3814550 Ext. 654 – 802 – 800- 812*

*O a su vez acercarse a la Coordinación General Jurídica de este Ministerio de Cultura ubicada en Av. Colón E5-34 y Juan León Mera, octavo piso.*





### Anexo 3



Benalcázar N4-24 entre Espejo y Chile  
PBX 593-2 295-5666 295-0470  
www.ministeriodelinterior.gob.ec

## **DIRECCIÓN DE CONTROL Y ORDEN PÚBLICO SOLICITUD PARA ESPECTÁCULOS PÚBLICOS**

Intendencia General de Policía de la Provincia de Pichincha

Señor  
Intendente  
Ministerio del Interior  
Presente.-  
De mi consideración

Yo, Diana Carolina Baldeón Mendoza  
(Representante Legal)

RUC: 1798365243001

RAZÓN SOCIAL: Corporación Cultural Chakatana  
ACTIVIDAD: Fomento de moda Sostenible  
Número de Contacto: (02) 2669308  
Correo electrónico: dc\_baldeon@chakatana.com

Por el presente solicito a usted AUTORIZACIÓN para la Realización del Espectáculo denominado: Concierto “Moda Concert”

#### FICHA TÉCNICA:

Lugar: Vía pública	Fecha:
Parroquia: Mariscal Sucre	Hora: 17:00
Ciudad: Quito	Duración: 3 horas
Dirección: Calle Lugo N24-298	Aforo de personas: 200

Atentamente,

FIRMA REPRESENTANTE LEGAL  
Lugar y Fecha de la solicitud.

Documentos anexos: Cédula de ciudadanía, convenios con las artistas, plan de contingencia, autorización del cuerpo de bomberos, permiso de uso de suelo y autorización de Secretaría de Gestión de Riesgos.

## Anexo 4

<b>Ficha de proyecto</b>										
<b>Datos del proponente</b>										
<b>Nombre del proyecto</b>	Customización (personalización de prendas de vestir)					<b>Fecha</b>				
<b>Nombres y apellidos</b> (proponente)	"Docente seleccionado por Chakatana"					<b>Edad</b>				
<b>Cédula de identidad</b>			<b>Ocupación / Profesión</b>			Diseñador				
<b>Téfonos</b>			<b>Correo electrónico</b>							
<b>Gestión del proyecto</b>										
<b>Justificación</b>	Este proyecto busca concientizar a la población sobre los efectos que tiene la industria textil en el mundo, de la contaminación, precarización de condiciones laborales, y de los desechos que se generan año a año provenientes de las prendas de vestir.									
<b>Objetivo</b>	Dar a conocer a la población los efectos negativos de la industria de la moda, impartir técnicas y herramientas para la re-utilización de prendas de vestir existentes.									
<b>Metodología</b>	Talleres teórico prácticos, en los que el docente guiará a los participantes paso a paso para que desarrollen sus habilidades creativas.									
<b>Duración del proyecto</b> (en meses)	2 meses		<b>Días de ejecución</b>	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
									x	
<b>Número de sesiones</b> (por mes)	3 sesiones		<b>Horarios de ejecución</b>	10:00 a 12:00						
<b>Duración de la sesión</b> (en horas y minutos)	2 horas		<b>Número participantes</b>	Mínimo			Máximo			
				10			20			
<b>Materiales</b>			<b>Contribución económica</b>				\$1,00			

Aplicación del proyecto										
<b>Administraciones Zonales</b>	<b>Calderón</b>	Calderón	Carapungo							
	<b>Eloy Alfaro</b>	Chiriyacu	Atahualpa	Chilibulo	Ferroviana	Solanda	Lloa	San Bartolo		
	<b>Eugenio Espejo</b>	Chavezpamba	Cocotog	Nayón	Puéllaro	Zámbiza	Bellavista			
							×			
	<b>La Delicia</b>	Carcelén alto	Carcelén bajo	Cotocollao	Nanegalito	Pomasqui	Roldós Pisulí	San Antonio Pichincha	Pacto	
	<b>Los Chillos</b>	Alangasí	Amaguaña	Conocoto Centro	Guangopolo	La Merced	Conocoto San José			
	<b>Manuela Sáenz</b>	Guápulo	La Tola 1	La Tola 2	Peungasí	San Diego	San José de Monjas	San Marcos	Toctiuco	
		×	×	×						
	<b>Quitumbe</b>	Cedoc-Guamaní	Chillogallo	Espejo	Venecia					

	<b>Tumbaco</b>	Pifo	Tumbaco	Yaruquí	
	<b>La Mariscal</b>	La Circasiana			
		x			

<b>Grupos de atención</b> (marque con una x)	<b>Género</b>			<b>Etnia</b>				<b>Personas con discapacidad</b>	<b>Otros</b>		
	Femenino	Masculino	Otro	Mestizos	Indígenas	Afro descendientes	Montubios				
Niños, niñas											
Adolescentes	x	x	x	x	x	x	x	x			
Jóvenes	x	x	x	x	x	x	x	x			
Adultos	x	x	x	x	x	x	x	x			
Adultos mayores	x	x	x	x	x	x	x	x			

<b>Contenidos por sesión</b>		
<b>Número de sesión</b>	<b>Actividad por sesión</b>	<b>Materiales</b>
1. Introducción	Presentación del docente e introducción a la industria de la moda y sus efectos en el medioambiente. Detalles de la moda sostenible, por qué se crea y sus beneficios.	Cuaderno y bolígrafo para tomar apuntes
2. Las prendas de vestir	Tipos de prendas de vestir y técnicas para identificar la calidad y durabilidad de las prendas de vestir. Ejercicio práctico.	Cuaderno y bolígrafo para tomar apuntes

	Camisetas, blusas, abrigos y chaquetas, faldas, pantalones, shorts, y prendas pequeñas: potencial de re utilización, cambio o customización.	
3. Modificaciones	Tipos de modificaciones que pueden realizarse de acuerdo al tipo de prenda y reconocimiento de los materiales requeridos para la customización.	Cuaderno y bolígrafo para tomar apuntes
4. Modificaciones (segunda parte)	Taller práctico de modificaciones, aplicación de los conocimientos previamente adquiridos para modificar una prenda a elección.	Cuaderno y bolígrafo para tomar apuntes, materiales y herramientas para customizar (tijera, hilo, aguja, etc.) y una prenda de vestir a elección
5. Creatividad	Identificación de materiales adicionales que se utilizan para modificar prendas. Customización de una prenda de vestir a elección	Cuaderno y bolígrafo para tomar apuntes, materiales y herramientas para customizar (tijera, hilo, aguja, etc.) y una prenda de vestir a elección
6. Creatividad II	Creación de un diseño/modificación completo. Proceso de creación: idea, dibujo, diseño, modificación, pruebas, detalles finales	Cuaderno y bolígrafo para tomar apuntes, materiales y herramientas para customizar (tijera, hilo, aguja, etc.) y una prenda de vestir a elección

<b>Firma del proponente:</b>	
------------------------------	--

<b>Nombre y Firma del receptor:</b>	
-------------------------------------	--

**Anexo 5**  
**Calendario Plan de Comunicación**

ACTIVIDADES 2021	ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
<b>Artistas</b>																
<b>Marcas (colaboración para artistas)</b>																
<b>Tiendas (espacio para charlas)</b>																
<b>In Cine (salas y espacio para concierto)</b>																
<b>Fashion Revolution Ecuador</b>																
Convenio																
Asignación de Docentes																
<b>Patrocinio (Amigui)</b>																
<b>Publicidad pagada Instagram</b>																
<b>Impresión Posters y Flyers</b>																
<b>Envío de Nota de prensa a diferentes medios</b>																
<b>Distribución de Posters y Flyers</b>																
Distribución de Posters																
Distribución de Flyers 1																
Distribución de Flyers 2																
<b>Evento Principal</b>																
<b>Talleres</b>																



**Anexo 7**  
**Balance de Situación Final (Año 1 y 2)**

**BALANCE**

**Al 31 de Diciembre de 2021**

<b>ACTIVO</b>		<b>PASIVO + PATRIMONIO</b>	
Gastos de Constitución	\$100,00	Capital Social	\$1.000,00
Caja - Bancos	\$1.254,80	Pérdida del Ejercicio	\$354,80
		Pasivo	\$0,00
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$1.354,80</b>	<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>\$1.354,80</b>

**BALANCE**

**Al 31 de Diciembre de 2022**

<b>ACTIVO</b>		<b>PASIVO + PATRIMONIO</b>	
Gastos de Constitución	\$100,00	Capital Social	\$1.000,00
Caja - Bancos	\$1.704,40	Perdida y Ganancia	\$804,40
		Pasivo	\$0,00
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$1.804,40</b>	<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>\$1.804,40</b>



## Anexo 8

### Flujo de Tesorería (Año 1 y 2)

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEPT	OCT	NOV	DIC
Saldo Inicial		\$455,40	\$640,80	\$1.316,20	\$2.411,60	\$2.867,00	\$4.222,40	\$3.777,80	\$3.333,20	\$2.888,60	\$2.444,00	\$1.999,40
<b>COBROS</b>	<b>\$1.000,00</b>	<b>\$1.200,00</b>	<b>\$1.500,00</b>	<b>\$2.250,00</b>	<b>\$1.200,00</b>	<b>\$1.800,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>
Capital (aporte de socios)	\$1.000,00											
Patrocinios			\$300,00									
Taller Customización				\$1.050,00								
Sello Sostenibilidad		\$1.200,00	\$1.200,00	\$1.200,00	\$1.200,00	\$1.800,00						
Marcas												
<b>PAGOS</b>	<b>\$544,60</b>	<b>\$1.014,60</b>	<b>\$824,60</b>	<b>\$1.154,60</b>	<b>\$744,60</b>	<b>\$444,60</b>	<b>\$444,60</b>	<b>\$444,60</b>	<b>\$444,60</b>	<b>\$444,60</b>	<b>\$444,60</b>	<b>\$744,60</b>
Gastos de Costitución	\$100,00											
Requerimientos				\$400,00								
Concierto				\$210,00								
Alquiler de sillas				\$100,00								
Alquiler Salas												
Publicidad - Instagram			\$50,00									
Impresión Posters y Flyers		\$190,00										
Distribución Posters y Flyers			\$30,00									
Impresión de Sellos (M,T)		\$80,00										
Salario Ing. Ambiental	\$444,60	\$444,60	\$444,60	\$444,60	\$444,60	\$444,60	\$444,60	\$444,60	\$444,60	\$444,60	\$444,60	\$444,60
Serv. Prof. Gestor Cultural		\$300,00										
Serv. Prof. Comunicación			\$300,00									
Serv. Prof. Docente					\$300,00							
Serv. Prof. Contador												\$300,00
<b>Saldo Final</b>	<b>\$455,40</b>	<b>\$640,80</b>	<b>\$1.316,20</b>	<b>\$2.411,60</b>	<b>\$2.867,00</b>	<b>\$4.222,40</b>	<b>\$3.777,80</b>	<b>\$3.333,20</b>	<b>\$2.888,60</b>	<b>\$2.444,00</b>	<b>\$1.999,40</b>	<b>\$1.254,80</b>

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEPT	OCT	NOV	DIC
Saldo Inicial	\$1.254,80	\$1.305,60	\$1.466,40	\$2.842,20	\$4.843,00	\$5.753,80	\$5.689,60	\$4.800,40	\$3.911,20	\$3.847,00	\$2.957,80	\$2.068,60
<b>COBROS</b>	<b>\$1.200,00</b>	<b>\$1.200,00</b>	<b>\$2.625,00</b>	<b>\$3.300,00</b>	<b>\$1.800,00</b>	<b>\$825,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$825,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$825,00</b>
Patrocinios			\$600,00									
Taller Customización				\$2.100,00								
Sello Sostenibilidad	\$1.200,00	\$1.200,00	\$1.200,00	\$1.200,00	\$1.800,00							
Marcas												
Mantenimiento Sello			\$825,00			\$825,00			\$825,00			\$825,00
<b>PAGOS</b>	<b>\$1.149,20</b>	<b>\$1.039,20</b>	<b>\$1.249,20</b>	<b>\$1.299,20</b>	<b>\$889,20</b>	<b>\$889,20</b>	<b>\$889,20</b>	<b>\$889,20</b>	<b>\$889,20</b>	<b>\$889,20</b>	<b>\$889,20</b>	<b>\$1.189,20</b>
Alquiler de sillas				\$210,00								
Alquiler Salas				\$200,00								
Publicidad - Instagram			\$50,00									
Impresión Posters y Flyers		\$150,00										
Distribución Posters y Flyers			\$10,00									
Impresión de Sellos (M,T)	\$80,00											
Standes para tiendas	\$180,00											
Salario Ing. Ambiental	\$444,60	\$444,60	\$444,60	\$444,60	\$444,60	\$444,60	\$444,60	\$444,60	\$444,60	\$444,60	\$444,60	\$444,60
Salario Gestor Cultural	\$444,60	\$444,60	\$444,60	\$444,60	\$444,60	\$444,60	\$444,60	\$444,60	\$444,60	\$444,60	\$444,60	\$444,60
Serv. Prof. Comunicación			\$300,00									
Serv. Prof. Contador												\$300,00
<b>Saldo Final</b>	<b>\$1.305,60</b>	<b>\$1.466,40</b>	<b>\$2.842,20</b>	<b>\$4.843,00</b>	<b>\$5.753,80</b>	<b>\$5.689,60</b>	<b>\$4.800,40</b>	<b>\$3.911,20</b>	<b>\$3.847,00</b>	<b>\$2.957,80</b>	<b>\$2.068,60</b>	<b>\$1.704,40</b>

**Anexo 9**  
**Punto de Equilibrio (Año 1)**

	<i>PVP</i>	<i>MCu</i>	<i>VENTAS</i>	<i>% VTA</i>
Evento Principal	\$7,00	\$0,47	\$1.050,00	14%
Sello de Sostenibilidad	\$600,00	\$592,73	\$6.600,00	86%
TOTAL			\$7.650,00	100%

Costos Fijos Totales                    \$6.535,20

***Margen de Contribución Ponderado***

$$MC_p = (MC_1)(\%VTA) + (MC_2)(\%VTA)$$

$$MC_p = (0,47 \times 14\%) + (592,73 \times 86\%)$$

$$MC_p = 0,06 + 511,37 = 511,43$$

***Punto de Equilibrio Ponderado***

$$PE_p = \frac{CF_t}{MC_p}$$

$$PE_p = \frac{6535,20}{511,43} = 12,78$$

El Punto de Equilibrio Ponderado es 13 unidades, al multiplicar este valor por el porcentaje de ventas de cada producto veremos el PE de cada uno:

- ✓ Evento Principal: 2 unidades
- ✓ Sello de Sostenibilidad: 11 unidades

## Anexo 10

### Valor Actual Neto y Tasa Interna de Rentabilidad

Para calcular el Valor Actual Neto (VAN) del año 1 y 2, se ha tomado como referencia la tasa de interés anual cobrada por el Banco del Pacífico en préstamos para Pequeñas y Medianas Empresas (PYME's) que actualmente es del 9%.

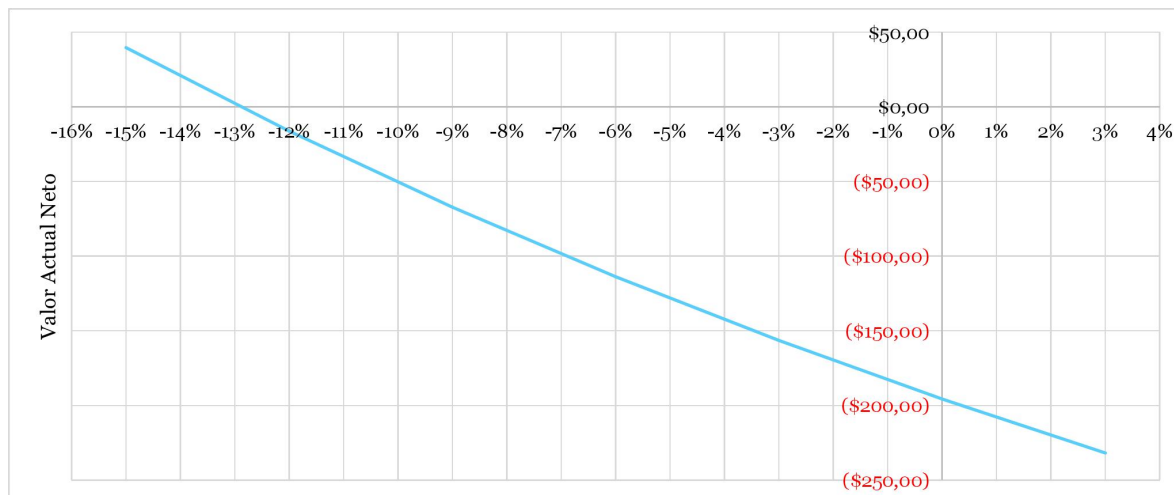
La fórmula aplicada es la siguiente:

$$VAN = \frac{VF}{(1+r)^n}$$

r=9%

Año (n)	Cashflow o Valor Futuro	VAN
0	\$(1.000,00)	\$(1.000,00)
1	\$354,80	\$325,50
2	\$449,60	\$378,42
<b>VAN TOTAL</b>		<b>\$(296,08)</b>

La Tasa Interna de Rentabilidad (TIR), debido a su complejidad de cálculo, se ha representado de forma gráfica:



Vemos que el VAN será igual a cero (\$ 0,00) cuando la tasa con la que se compara es -13%, por tanto ese porcentaje representa la TIR del proyecto.