



**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR**  
**SEDE IBARRA**

ESCUELA DE NEGOCIO Y COMERCIO INTERNACIONAL

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

TEMA:

***“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE  
VESTIMENTA TÍPICA DEL SECTOR AFROCHOTEÑO UBICADO EN IMBABURA Y  
CARCHI”***

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:**

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN:**

ADMINISTRACIÓN EFICIENTE Y EFICAZ DE LAS ORGANIZACIONES PARA LA  
COMPETITIVIDAD SOSTENIBLE LOCAL Y GLOBAL

**AUTORA:** ESPINOZA VIVEROS MILEYDI SORAYA

**ASESORA.** MGS. MARIA EUGENIA FERNANDEZ BADILLO

IBARRA, AGOSTO – 2023

Ibarra, 04 de agosto de 2023

Mgs. María Eugenia Fernández Badillo

ASESOR

**CERTIFICA:**

Haber revisado el presente informe final de investigación, el mismo que se ajusta a las normas vigentes en la Escuela de Negocios y Comercio Internacional (ENCI), de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCESI); en consecuencia, autorizo su presentación para los fines legales pertinentes.

(f:) .....  .....

Mgs. María Eugenia Fernández Badillo

C.C.: 0604145326

## PÁGINA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

El jurado examinador aprueba el presente informe de investigación en nombre de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCESI):

(f): .....  .....

Mgs. María Eugenia Fernández Badillo

C.C.: 0604145326

(f): .....  .....

Mgs. María José Dávila Pantoja

C.C.: 1002870267

(f): .....  .....

Mgs. Jorge Miguel Coello Avellaneda

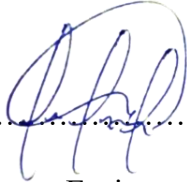
C.C.:1001303674

## ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS

Yo Mileydi Soraya Espinoza Viveros declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 165 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, que manifiesta textualmente: “Se reconoce facultad de los autores y demás titulares de derechos de disponer de sus derechos o autorizar las utilidades de sus obras o prestaciones, a título gratuito u oneroso, según las condiciones que determinen. Esta facultad podrá ejercerse mediante licencias libres, abiertas y otros modelos alternativos de licenciamiento o la renuncia”.

Ibarra, 4 de agosto de 2023

f): .....

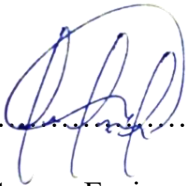


Mileydi Soraya Espinoza Viveros

C.C.: 040193309-8

## AUTORÍA

Yo, Mileydi Soraya Espinoza Viveros, portador de la cédula de ciudadanía N° 040193309-8, declaro que la presente investigación es de total responsabilidad del (los) autor (es), y eximo expresamente a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra de posibles reclamos o acciones legales.

f): .....

Mileydi Soraya Espinoza Viveros

C.C.: 040193309-8


## DECLARACIÓN y AUTORIZACIÓN

Yo: Mileydi Soraya Espinoza Viveros, con CC: 040193309-8, autor del trabajo de grado intitulado: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE VESTIMENTA TÍPICA DEL SECTOR AFROCHOTEÑO UBICADO EN IMBABURA Y CARCHI”, previo a la obtención del título profesional de Licenciada en Administración de Empresas, en la Escuela de Negocios y Comercio Internacional.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede- Ibarra, de conformidad con el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra a difundir a través del Repositorio Digital de la PUCESI el referido trabajo de graduación, respetando las políticas de propiedad intelectual de la Universidad.

Ibarra, 04 de agosto de 2023

(f.) .....

Mileydi Soraya Espinoza Viveros

C.C. 040193309-8

## DEDICATORIA

*Para mí y por mi gran esfuerzo.*

*A Dios, por cada día de luz que me ha regalado para seguir de pie con buena salud, sabiduría y fortaleza; por haberme permitido llegar al final de mi anhelo más deseado en mi vida para convertirme en licenciada.*

*A un ser que partió de este mundo hacia la eternidad y que en su momento habíamos prometido superarnos juntos. Mi hermano **Erixón Espinoza**. Siempre permanecerá en mi mente y corazón. Gracias por esa promesa que me mantuvo siempre firme.*

*Sé que en esta vida jamás lograré regresar todo el apoyo que me han brindado.*

*Llena plenamente de regocijo y agradecimiento, dedico este trabajo de titulación a cada miembro de mi familia y en especial, en honor a mis abuelos **Milton Argelio Viveros Espinoza** y **Esther Sara Anangonó Espinoza**, quienes han sido mi pilar para seguir adelante. Siempre llevaré en mi mente las palabras de aliento que no me dejaron caer en ninguna instancia: “**insistir, persistir, resistir y nunca desistir**”. Seres incondicionales que han compartido los mejores momentos de mi vida.*

*A mi madre, Sonia, mi fuente de inspiración, por ser la persona que me acompañó en mis días malos y buenos, quien me enseñó a ver el mundo de una manera distinta con un ejemplo de lucha y coraje. Quien me inculco respeto, responsabilidad y tolerancia. No hay manera de dar las gracias infinitamente por brindarme la oportunidad de superarme como persona, tanto profesional como ética, para encarar las adversidades que la vida me tiene preparado.*

*Para ellos y toda mi familia, me permito decir que gracias a su amor y bondad que no se ha encontrado un límite, me han concedido sonreír ante todos mis logros que son el resultado de toda su ayuda. Gracias por estar presente, no solo en esta etapa, sino en cada momento que se ofrecieron a brindarme lo mejor para mí.*

*Siempre agradecida **Mileydi Espinoza**.*

## **AGRADECIMIENTO**

*No existe nada más grande que la satisfacción y el valor de siempre haber confiado en tus impulsos.*

*Agradezco la PUCE Ibarra, mi segundo hogar. Por abrirme las puertas hacia la sabiduría e inteligencia para mi crecimiento profesional.*

*A mis docentes que fueron parte de mi proceso integral de formación donde compartieron conmigo su conocimiento, razón, ética y moral que deja como producto terminado a una profesional más que brindara beneficios para la sociedad.*

*Agradezco a mi padre Augusto Espinoza y mi abuela Inés Carabalí por el acompañamiento y apoyo moral. Amigos y familiares quienes se hicieron presentes con cada uno de sus alientos de ánimo para seguir adelante.*

*Y de modo especial a mi asesora Mgs. María Eugenia Fernández Badillo, que sin su ayuda y conocimientos no hubiese sido posible llegar a este final, donde hoy puedo mirar con entusiasmo los resultados y que sin duda alguna han valido la pena. Por la paciencia y comprensión que supo tenerme en los momentos más difíciles e inculcarme la lucha para concluir con mis metas.*

**Mileydi Espinoza**

## ÍNDICE

RESUMEN	xix
ABSTRACT	xxi
INTRODUCCIÓN	xxiii
OBJETIVOS	xxv
Objetivo General	xxv
Objetivo Específico	xxv
1. ESTADO DEL ARTE	1
<b>1.1. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD</b>	<b>1</b>
<b>1.2. IMPORTANCIA DEL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD</b>	<b>2</b>
<b>1.3. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD</b>	<b>2</b>
<b>1.4. TIPOS DE ESTUDIO DE FACTIBILIDAD</b>	<b>3</b>
1.4.1. FACTIBILIDAD OPERATIVA	3
1.4.2. FACTIBILIDAD TÉCNICA	3
1.4.3. FACTIBILIDAD ECONÓMICA	3
1.4.4. FACTIBILIDAD COMERCIAL	3
1.4.5. FACTIBILIDAD POLÍTICA Y LEGAL	3
1.4.6. FACTIBILIDAD DE TIEMPO	3
1.4.7. PLANES DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN.	4
1.4.8. PRECISAR LOS PROCESOS.	4
1.4.9. INTEGRAR ÁREAS Y SUBSISTEMAS.	4
1.4.10. ACTUALIZAR SERVICIOS A USUARIOS Y CLIENTES.	4

1.4.11.	ALIGERAR LA RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN.	4
1.4.12.	OPTIMIZAR PROCEDIMIENTOS MENSUALES.	4
<b>1.5.</b>	<b>ETAPAS DE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD</b>	<b>4</b>
1.5.1.	IDEA	4
1.5.2.	PREINVERSIÓN	5
1.5.2.1.	Perfil	5
1.5.2.2.	Prefactibilidad	5
1.5.2.3.	Factibilidad	5
1.5.3.	INVERSIÓN	5
1.5.4.	OPERACIÓN	5
<b>1.6.</b>	<b>COMPONENTES DEL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD</b>	<b>5</b>
1.6.1.	ESTUDIO DE MERCADO	6
1.6.1.1.	Características de un estudio de mercado	6
1.6.1.2.	Aspectos importantes del estudio de mercado	6
1.6.1.3.	Objetivos de un estudio de mercado	8
1.6.1.4.	Estrategias de investigación para el estudio de mercado	8
1.6.1.5.	Modelo de las siete P de marketing	9
1.6.2.	ESTUDIO TÉCNICO	12
1.6.2.1.	Características del Estudio técnico	12
1.6.2.2.	Aspectos generales del estudio técnico	13
1.6.2.3.	Elementos del estudio técnico	13
1.6.3.	ESTUDIO ADMINISTRATIVO U ORGANIZACIONAL	15
1.6.3.1.	Marco legal administrativo	15

1.6.3.2. Organigrama	15
1.6.3.3. Organización del recurso humano	15
1.6.3.4. Direccionamiento estratégico	15
1.6.3.5. Marco fiscal / legal	16
<b>1.6.4. ESTUDIO FINANCIERO O ECONÓMICO</b>	<b>16</b>
1.6.4.1. Elementos de un estudio financiero	16
<b>1.7. ANÁLISIS SITUACIONAL EN EL SECTOR DEL VALLE DEL CHOTA</b>	<b>19</b>
<b>2. MATERIALES Y MÉTODOS</b>	<b>22</b>
<b>2.1. METODOLOGÍA</b>	<b>22</b>
<b>2.2. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN</b>	<b>22</b>
<b>2.3. POBLACIÓN Y PROCEDIMIENTO MUESTRAL</b>	<b>22</b>
<b>2.4. CÁLCULO DE LA MUESTRA</b>	<b>23</b>
<b>2.5. INSTRUMENTOS</b>	<b>25</b>
2.5.1. ENCUESTA	25
2.5.2. ENTREVISTA	26
2.5.3. FICHA OBSERVACIONAL	26
<b>2.6. PROCEDIMIENTO</b>	<b>26</b>
<b>2.7. ANÁLISIS DE DATOS</b>	<b>27</b>
2.7.1. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	27
2.7.2. RESULTADOS DE ENCUESTAS	27
2.7.3. RESULTADOS DE ENTREVISTAS PERSONALES	37
2.7.4. RESULTADOS DE FICHAS OBSERVACIONALES	38
<b>2.8. RESULTADOS</b>	<b>39</b>

3. PROPUESTA _____	40
<b>3.1. ESTUDIO DE MERCADO</b> _____	<b>40</b>
3.1.1. OFERTA _____	40
3.1.2. DEMANDA _____	42
3.1.3. DEMANDA INSATISFECHA _____	44
3.1.4. 7 P DE MARKETING _____	45
3.1.4.1. Producto _____	45
3.1.4.2. Precio _____	50
3.1.4.3. Plaza _____	55
3.1.4.4. Promoción _____	56
3.1.4.5. Persona _____	59
3.1.4.6. Proceso _____	64
3.1.4.7. Posicionamiento _____	66
<b>3.2. ESTUDIO TÉCNICO</b> _____	<b>68</b>
3.2.1. MACRO Y MICRO LOCALIZACIÓN _____	68
3.2.1.1. Macro localización _____	68
3.2.1.2. Micro localización _____	69
3.2.2. DESCRIPCIÓN TÉCNICA _____	70
3.2.2.1. Traje afrochoteño _____	70
3.2.2.2. Traje casual caballeros _____	70
3.2.2.3. Traje casual damas _____	71
3.2.3. DETALLE DE ACTIVIDADES _____	72
Confección de traje afrochoteño. _____	72

3.2.3.1. Confección de traje casual _____	75
<b>3.2.4. FLUJOGRAMA PROCESO PRODUCTIVO _____</b>	<b>78</b>
TAMAÑO ÓPTIMO _____	78
<b>3.2.5. MAQUINARIA DE INVERSIÓN Y MATERIALES NECESARIOS _____</b>	<b>82</b>
3.2.5.1. Descripción maquinaria de inversión _____	82
3.2.5.2. Descripción de materiales de inversión. _____	87
3.2.5.3. Valor de inversión de maquinaria y materiales _____	90
<b>3.3. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL _____</b>	<b>93</b>
<b>3.3.1. MARCO LEGAL ADMINISTRATIVA _____</b>	<b>93</b>
3.3.1.1. Constitución Jurídica de la empresa Afrochoza _____	93
<b>3.3.2. ORGANIGRAMA _____</b>	<b>94</b>
3.3.2.1. Perfil de personal y funciones _____	96
<b>3.3.3. DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO _____</b>	<b>98</b>
3.3.3.1. Objetivo de Afrochoza S.A.S _____	98
3.3.3.2. Misión de Afrochoza S.A.S _____	98
3.3.3.3. Visión de Afrochoza S.A.S _____	99
3.3.3.4. Valores _____	99
Políticas _____	99
<b>3.3.4. MARCO FISCAL LEGAL _____</b>	<b>100</b>
3.3.4.1. Requisito para obtención de RISE _____	101
3.3.4.2. Requisitos para obtención del RUC _____	101
3.3.4.3. Requisitos para obtención de patente municipal _____	101
3.3.4.4. Requisitos para obtención de permiso del ministerio del interior _____	102

3.3.4.5. Registro de marca SENADI (servicio nacional de derechos intelectuales) ____	102
3.3.4.6. Requisitos para obtención de permiso cuerpo de bomberos _____	102
<b>3.4. ESTUDIO FINANCIERO _____</b>	<b>103</b>
<b>3.4.1. PLAN DE INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO _____</b>	<b>103</b>
3.4.1.1. Financiamiento e Inversión Inicial _____	104
3.4.1.2. Crédito Bancario _____	107
<b>3.4.2. PROYECCIÓN DE INGRESOS _____</b>	<b>110</b>
<b>3.4.3. ESTADO DE RESULTADOS _____</b>	<b>111</b>
<b>3.4.4. INDICADORES DE RENTABILIDAD _____</b>	<b>113</b>
<b>3.4.5. RETORNO DE INVERSIÓN _____</b>	<b>118</b>
<b>3.4.6. PUNTO DE EQUILIBRIO _____</b>	<b>119</b>
CONCLUSIONES _____	122
RECOMENDACIONES _____	125
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS _____	1
CERTIFICACIÓN ANTIPLAGIO _____	6
ANEXOS _____	7
Anexo 1 (Encuesta) _____	7
Anexo 2 (Entrevista) _____	11
Anexo 3 (Ficha observacional) _____	12
Anexo 4 _____	13
Anexo 5 _____	14
Anexo 6 _____	15
Anexo 7 _____	16
Anexo 8 _____	17



## ÍNDICE FIGURAS

<b>FIGURA 1:</b> GRUPOS DE CONSUMO .....	27
<b>FIGURA 2:</b> NECESIDAD DE LA DEMANDA .....	28
<b>FIGURA 3:</b> SECTOR ADECUADO .....	29
<b>FIGURA 4:</b> DISPOSICIÓN DE COMPRA .....	30
<b>FIGURA 5:</b> PÚBLICO DE COMPRA .....	31
<b>FIGURA 6:</b> USO EVENTUAL .....	32
<b>FIGURA 7:</b> VARIEDAD DE VESTIMENTA.....	34
<b>FIGURA 8:</b> PUNTOS DE VISTA IMPORTANTES .....	35
<b>FIGURA 9:</b> DISPOSICIÓN DE PAGO.....	36
<b>FIGURA 10:</b> EMPRESA DEL SECTOR AFROCHOTEÑO - CARPUELA.....	41
<b>FIGURA 11:</b> ARTESANÍAS GAEN - MASCARILLA .....	41
<b>FIGURA 12:</b> VESTIMENTA TÍPICA DEL VALLE DEL CHOTA. ....	45
<b>FIGURA 13 :</b> <i>MUESTRA DE COLLARES O WALKAS</i> .....	46
<b>FIGURA 14:</b> MUESTRA DEL TURBANTE .....	47
<b>FIGURA 15:</b> MUESTRA DE INDUMENTARIA.....	49
<b>FIGURA 16:</b> VESTIMENTA AFRO CASUAL.....	49
<b>FIGURA 17:</b> TARJETA DE IDENTIFICACIÓN. ....	55
<b>FIGURA 18:</b> PORTADA PRINCIPAL DEL CATÁLOGO.....	56
<b>FIGURA 19:</b> CATÁLOGO SECCIÓN BOMBA .....	57
<b>FIGURA 20:</b> CATÁLOGO SECCIÓN CASUAL .....	58
<b>FIGURA 21:</b> COMUNICACIÓN CON LA EMPRESA.....	59
<b>FIGURA 22:</b> REPRESENTACIÓN GRUPO DE DANZA .....	60
<b>FIGURA 23:</b> VESTIMENTA TIPICA CIVB ANGELITOS NEGROS.....	60
<b>FIGURA 24:</b> BUYER PERSONA N.º 1.....	61

<b>FIGURA 25:</b> BUYER PERSONA N.º 2.....	62
<b>FIGURA 26:</b> BUYER PERSONA N.º 3.....	63
<b>FIGURA 27:</b> BUYER PERSONA N.º 4.....	64
<b>FIGURA 28:</b> PROCESO DE ADQUISICIÓN O COMPRA.....	65
<b>FIGURA 29:</b> PUBLICACIÓN PÁGINA WEB.....	66
<b>FIGURA 30:</b> PUBLICACIÓN DE REDES VINCULADAS .....	67
<b>FIGURA 31:</b> PUBLICACIÓN TIKTOK.....	67
<b>FIGURA 32:</b> UBICACIÓN DE LA COMUNIDAD DE MASCARILLA.....	68
<b>FIGURA 33:</b> UBICACIÓN BARRIO MIRADOR .....	69
<b>FIGURA 34:</b> DESCRIPCIÓN DEL TRAJE AFROCHOTEÑO .....	70
<b>FIGURA 35:</b> DESCRIPCIÓN DEL TRAJE CASUAL CABALLERO .....	70
<b>FIGURA 36:</b> DESCRIPCIÓN DEL TRAJE CASUAL DAMAS .....	71
<b>FIGURA 37:</b> DISEÑO DE BLUSA.....	72
<b>FIGURA 38:</b> DISEÑO DE FALDA PLISADA .....	73
<b>FIGURA 39:</b> DISEÑO DE DELANTAL.....	74
<b>FIGURA 40:</b> DISEÑO DE VESTIDO AFRO RECTO .....	75
<b>FIGURA 41:</b> DISEÑO DE CAMISA AFRO. ....	76
<b>FIGURA 42:</b> <i>PROCESO DE PRODUCCIÓN VESTIMENTA AFROCHOTEÑA</i> .....	78
<b>FIGURA 43:</b> <i>PROCESO DE PRODUCCIÓN VESTIMENTA CASUAL</i> .....	78
<b>FIGURA 44:</b> DISTRIBUCIÓN DE ÁREAS .....	80
<b>FIGURA 45:</b> ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL .....	94

## ÍNDICE TABLAS

<b>TABLA 1:</b> TABLA DE AUMENTO DE NATALIDAD .....	23
<b>TABLA 2:</b> DEMANDA O MERCADO META .....	43
<b>TABLA 3:</b> PROYECCIÓN DE LA DEMANDA.....	44
<b>TABLA 4:</b> MATERIA PRIMA VESTIMENTA TÍPICA.....	50
<b>TABLA 5:</b> MANO DE OBRA VESTIMENTA TÍPICA. ....	51
<b>TABLA 6:</b> COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN DE LA VESTIMENTA TÍPICA. ....	51
<b>TABLA 7:</b> COSTOS TOTALES, VESTIMENTA TÍPICA.....	52
<b>TABLA 8:</b> MATERIA PRIMA TRAJE CASUAL.....	53
<b>TABLA 9:</b> MANO DE OBRA TRAJE CASUAL.....	53
<b>TABLA 10:</b> COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN TRAJE CASUAL.....	53
<b>TABLA 11:</b> COSTOS TOTALES TRAJE CASUAL.....	54
<b>TABLA 12:</b> TAMAÑO ÓPTIMO DE PRODUCCIÓN.....	79
<b>TABLA 13:</b> MAQUINARIA NECESARIA .....	79
<b>TABLA 14:</b> DISTRIBUCIÓN DE ÁREAS.....	81
<b>TABLA 15:</b> DESCRIPCIÓN DE LA MAQUINARIA DE INVERSIÓN.....	82
<b>TABLA 16:</b> DESCRIPCIÓN DE MATERIALES DE INVERSIÓN.....	87
<b>TABLA 17:</b> VALOR DE INVERSIÓN EN MAQUINARIA.....	90
<b>TABLA 18:</b> VALOR DE INVERSIÓN EN MATERIALES.....	91
<b>TABLA 19:</b> TRÁMITES DE CONSTITUCIÓN.....	102
<b>TABLA 20:</b> BALANCE GENERAL.....	103
<b>TABLA 21:</b> INVERSIÓN INICIAL .....	104
<b>TABLA 22:</b> INVERSIÓN FIJA .....	105
<b>TABLA 23:</b> INVERSIÓN DIFERIDA .....	105
<b>TABLA 24:</b> CAPITAL DE TRABAJO.....	106

<b>TABLA 25:</b> TAMAÑO ÓPTIMO DE PRODUCCIÓN.....	106
<b>TABLA 26:</b> INFRAESTRUCTURA .....	107
<b>TABLA 27:</b> AMORTIZACIÓN DE CRÉDITO.....	108
<b>TABLA 28:</b> INGRESOS TRAJE AFROCHOTEÑO .....	110
<b>TABLA 29:</b> INGRESOS TRAJE CASUAL .....	110
<b>TABLA 30:</b> ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO .....	111
<b>TABLA 31:</b> FLUJO DE EFECTIVO.....	113
<b>TABLA 32:</b> TANTEO DE TIR .....	115
<b>TABLA 33:</b> INTERPOLACIÓN DE TIR .....	117
<b>TABLA 34:</b> VALORES DE CÁLCULO TIR .....	117
<b>TABLA 35:</b> RESULTADO DE INDICADORES DE INVERSIÓN .....	117
<b>TABLA 36:</b> FLUJO DE EFECTIVO .....	118
<b>TABLA 37:</b> PERÍODO DE RECUPERACIÓN.....	119

## RESUMEN

El presente estudio se realizó a razón que existe una oportunidad de negocio en el mercado y para suplir una oferta que en cierto sentido se ha vuelto carente en el pueblo afrochoteño, a lo cual no es una necesidad que satisface directamente las expectativas de las nuevas generaciones, pero sí a la recuperación de las tradiciones y culturas, volviendo al país multi diverso y pluricultural. Dicho a esta manera, con el fin de conocer la factibilidad para la creación de una empresa de la vestimenta típica del Valle del Chota ubicado en Imbabura y Carchi, se consideró abordar con los resultados a los estudios de mercado, técnico, organizacional y financiero, realizado en un enfoque mixto - cuantitativo y cualitativo- recolectando datos con expresión numérica, no numérica, oral y observacional de corte transversal y de diseño no experimental. La actividad económica de la empresa es la confección de la vestimenta orientada al sector afrochoteño, mencionando que se obtuvo aceptación en el proyecto. Los resultados se muestran a cuyos objetivos planteados en el estudio para su respectiva consecución al análisis.

Iniciando desde el estudio de mercado, en el que se utilizó como herramientas de investigación la encuesta virtual, entrevista y ficha observacional físicas para la obtención de mejores resultados en el sector afrochoteño, donde se incrustó a personajes ancestrales y grupos de danza que representan la vestimenta afrochoteña con altos reconocimientos en la investigación para la adquisición de resultados a fin de que se consiga una información veraz y precisa de acuerdo al tiempo antiguo y actual. Concluyendo que existe descontento, al no existir un lugar de este tipo, que les provea de la vestimenta afrochoteña en cualquier momento, sin dificultades para conseguirla; causando una limitación en la satisfacción de su necesidad, para ello necesitan la disposición de otras personas informales con conocimiento para que lo realicen. Seguido de un estudio técnico que de acuerdo a su capacidad de instalación y personal requerido para su funcionamiento se fijó la maquinaria necesaria con su respectiva cantidad. De la misma manera, en el estudio administrativo y legal se plantearon los requerimientos legales y administrativos que se necesitan para el funcionamiento de la empresa que se pretende crear. Finalmente, el estudio financiero ofrece la evidencia de la inversión necesaria para la creación de la empresa, que se refleja de

acuerdo a los costos de producción y gastos que se incurren en su análisis según el tiempo de producción, determinando que la confección de la indumentaria afrochoteña tiene bastante acogida, al ser una actividad que aún no se ha propuesto como alternativa de negocio y recuperación de la cultura ancestral.

Resumiendo, a la información previa, se concretó que el proyecto abarca bastantes recursos para su consecución, dando respuesta a la hipótesis general de investigación, que si es factible en términos financieros la creación de una empresa de la vestimenta típica del sector afrochoteño ubicado en Imbabura y Carchi.

Palabras clave: Factibilidad, estudio de mercado, estudio técnico, estudio organizacional, estudio financiero, vestimenta afrochoteña.

## ABSTRACT

The present study was carried out because there is a business opportunity in the market and to supply an offer that in a certain sense has become lacking in the afrochoteño people, which is not a need that directly satisfies the expectations of the new generations, but to the recovery of traditions and cultures, making the country multi diverse and multicultural. In this way, in order to know the feasibility for the creation of a company of the typical clothing of the Chota Valley located in Imbabura and Carchi, it was considered to approach with the results of market, technical, organizational and financial studies, carried out in a mixed approach - quantitative and qualitative - collecting data with numerical, non-numerical, oral and observational expression of transversal cut and non-experimental design. The economic activity of the company is the manufacture of clothing oriented to the afrochoteño sector, mentioning that acceptance was obtained in the project. The results are shown in the objectives set out in the study for their respective achievement to the analysis. Starting from the market study, in which the virtual survey, interview and physical observational record were used as research tools to obtain better results in the Afrochoteño sector, where ancestral characters and dance groups that represent the Afrochoteño clothing with high recognitions were embedded in the research for the acquisition of results in order to obtain truthful and accurate information according to the ancient and current time. Concluding that there is discontent, as there is no place of this type, which provides them with the Afrochoteña dress at any time, without difficulties to get it; causing a limitation in the satisfaction of their need, for this they need the disposition of other informal people with knowledge to make it happen. Followed by a technical study that according to its installation capacity and personnel required for its operation, the necessary machinery with its respective quantity was fixed. In the same way, in the administrative and legal study, the legal and administrative requirements needed for the operation of the company to be created were established. Finally, the financial study offers the evidence of the necessary investment for the creation of the company, which is reflected according to the production costs and expenses that are incurred in its analysis according to the production time, determining that the manufacture of Afrochoteño clothing is quite welcome, being an activity that has not yet been proposed as a business alternative and recovery of the ancestral culture.

Summarizing the previous information, it was determined that the project includes enough resources for its achievement, giving an answer to the general hypothesis of research, that it is feasible in financial terms the creation of a company of the typical clothing of the Afrochoteño sector located in Imbabura and Carchi.

**Key words:** Feasibility, market study, technical study, organizational study, financial study, afrochoteño clothing.

## INTRODUCCIÓN

La riqueza intercultural del Ecuador y la presencia de su elegante gallardía hace que los ecuatorianos seamos parte de innumerables atracciones turísticas que podemos dar a conocer a extranjeros e incluso al mundo entero.

Está claro que en un estudio de factibilidad debemos de analizar, examinar y determinar las posibilidades favorables o desfavorables para el avance de un negocio o proyecto, es decir, descubrir el número de clientes adecuados que se dispongan al consumo de los productos del nuevo negocio que se ofrecerá al mercado. De la misma manera nos permite conocer las condiciones ideales para emprenderlo, estrategias donde se pueda alcanzar las metas, sus problemas y soluciones que se presenten a futuro.

Por ello, el estudio de la creación de la empresa de la vestimenta típica del Valle del Chota bajo la marca “Afrochoza S.A.S.” que cubre parte las provincias Imbabura y Carchi pretende brindar una alternativa formal de negocio o de empresa para aquellas familias que actualmente de manera informal producen y comercializan sus productos. El estudio de factibilidad determinará la potencial demanda de estos productos, estrategias de comercialización, precios de venta, formas de pago, entre otros elementos; así como el tamaño del negocio, operaciones, materias primas, costos y gastos, que son necesarios para saber si el negocio tiene fuerza vital.

Estudios de proyectos de inversión productiva y social existen, de los cuales apuntan a satisfacer necesidades tecnológicas, espaciales, alimenticias, de prendas de vestir, agrícolas, construcción, salud, educación, cooperación, vialidad, entre otros. La lista es larga. Si son de inversión productiva desde el punto de vista de rentabilidad financiera, los estudios de factibilidad deben justificar el monto de la inversión y la recuperación de esta, no así los proyectos de corte social, donde la inversión espera un retorno social y no precisamente monetario. Evidentemente, su destino es satisfacer necesidades del ser humano de distinta índole, como por ejemplo vivienda, cultivos agrícolas, salud, ocio, gustos, entre otros, y, en

este caso particular, una necesidad cultural, confección de vestimenta típica que usan los afrodescendientes de Imbabura y Carchi.

La cultura afrochoteña es parte del patrimonio cultural inmaterial del Ecuador, por lo tanto, el compromiso y deber de los aproximadamente, 25000 afros es velar por la tradición y conmemorar a todos los antepasados, quienes fueron parte de vivencias de resistencia y lucha por lograr su libertad. Una forma de hacerlo es a través de un esfuerzo temporal, organizando ideas de manera sistemática para dar respuestas a problemas o necesidades del afrochoteño.

Existe una ausencia en este tipo de vestimenta más que la autoconfección realizada por personas de avanzada edad que, sin embargo, poco a poco va disminuyendo su confección conforme los influenciadores y ancestros que aportaron en las tradiciones de los pueblos dejan de existir. Afros como: Mama Zoila, Martina Carrillo, Pedro Lucumí, Francisco Carillo, Antonio Chala, Irene Duarto, Una participante de las tres Marías, entre otros ancestros que lucharon por la libertad y con sus saberes, memorias y testimonios, se mantuvieron con las costumbres del pueblo afrochoteño considerándolo como una cultura y un valioso patrimonio con todas sus manifestaciones.

El propósito del estudio es mostrar la factibilidad de creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de vestimenta típica que usan los afrochoteños, para suplir una oferta que cada vez es más escasa y que no necesariamente satisface las expectativas de las nuevas generaciones que van surgiendo en el sector, claro, sin descuidar el sello de identidad cultural que representa esta vestimenta que, se encuentra relacionada directamente con los intérpretes de la música bomba, quienes, con su colorida indumentaria han conservado su vestuario de generación en generación sin realizar cambios, pero, la idea es que dicha vestimenta sea para uso diario.

Así, ante todo lo expuesto, lo que finalmente se desea es cubrir la necesidad de las personas que requieren un vestuario de la cultura afrochoteña para que puedan representarlo de la mejor manera con sus propias características de los pueblos que lo conforman: Por lo tanto, con este estudio se pretende dar respuesta a la siguiente pregunta general de investigación

¿Es factible en términos financieros la creación de una empresa de vestimenta típica del sector afrochoteño ubicado en Imbabura y Carchi?

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo General**

Elaborar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa de vestimenta típica del sector afrochoteño ubicado en Imbabura y Carchi.

### **Objetivo Específico**

- Elaborar el estudio de mercado para determinar la demanda, oferta y demanda insatisfecha, así como el precio estimado que el cliente estaría dispuesto a pagar.
- Realizar el estudio técnico para determinar el tamaño óptimo de la empresa; la ubicación; la maquinaria, equipos, operaciones y recursos necesarios para la puesta en marcha del proyecto.
- Realizar el estudio administrativo y legal para determinar el diseño organizacional (organigrama y direccionamiento estratégico, entre otros aspectos) y el tipo de empresa desde el punto de vista legal administrativo y legal del proyecto de creación de la empresa de vestimenta típica del sector afrochoteño.
- Realizar el estudio económico y financiero para establecer las inversiones requeridas, determinar el flujo de ingresos que generará el proyecto para un horizonte de tiempo de 5 años.
- Realizar la evaluación para conocer la rentabilidad que generará el proyecto.

## **1. ESTADO DEL ARTE**

Este apartado nos permitirá conocer definiciones que se han realizado a manera de investigaciones, reconociendo en el mismo espacio su objetivo e importancia, tipos, componentes y características que nos brinda el estudio de factibilidad para lograr un efectivo análisis y este sea rentable. Por consiguiente, se percibirá los aportes históricos y culturales del sector del valle del chota para lograr relacionarlos con el estudio, por lo cual, mediante los antecedentes, se tendrá una advertencia de cada detalle que se debe tomar en cuenta para la investigación.

### **1.1. Estudio de factibilidad**

A nivel nacional e internacional se han realizado una serie de investigaciones como la de Luna & Chaves (2001) donde se menciona que el estudio de factibilidad es un análisis que se realiza a una entidad para establecer las condiciones de éxito que se debe desarrollar y este tenga un buen futuro con la contribución a la conservación, protección o restauración de los recursos naturales y el medio ambiente.

En la misma manera, Ariosto (2021) lo conceptualiza como un estudio que ayuda a entender la posibilidad que un negocio se efectúe de manera continua, a fin de cuentas, permite conocer la posición para materializarlo y generar soluciones a las dificultades que se presenten.

En ese sentido, explica que el estudio de factibilidad pretende buscar las posibilidades de desarrollo de un emprendimiento que se proyecta poner en marcha. Este permite conocer si el negocio que se piensa implementar resulta favorable o desfavorable en la competencia del mercado, de lo contrario, se debe establecer un modelo de estrategias que permitan el crecimiento de la empresa en buenas condiciones de trabajo y métodos de resolución de problemas que se presenten a futuro. Gracias al oportuno conocimiento del estudio de factibilidad en una investigación se puede determinar la pervivencia del proyecto y lograr cumplir con los objetivos propuestos o, por lo contrario, el abandono total del diseño de investigación.

## **1.2. Importancia del estudio de factibilidad**

Su análisis es de suma importancia, ya que permite una orientación de decisión y ampliación de las posibilidades de éxito. Vale mencionar que en un estudio de factibilidad se aplican evaluaciones económicas, sociales, ambientales e incluso financiero, donde abarca el cálculo de inversiones, recursos, riesgos, costos, ingresos, entre otros, que son necesarios para el diseño y control administrativo de la planificación y el objetivo. Por ello conduce a una tipología de factibilidades o recursos que ayudan con el desarrollo de la investigación. (Quiroa, 2020)

Debe ofrecerse simultáneamente para lograr la factibilidad de un plan, pues en este caso tendrán igual nivel de importancia a la hora de implementarlo; con una evaluación que no es posible realizar, entonces el plan no será posible. Para llevar a cabo un estudio de factibilidad que realmente contribuya al proceso de toma de decisiones, es necesario considerar que todos estos estudios ya han sido completados y sirven como base para seguir una secuencia predeterminada.

## **1.3. Objetivos del estudio de factibilidad**

- Saber que se puede producir
- Saber si tendrá rentabilidad, ganancias o pérdidas, es decir, que tenga un objetivo de personas que lo comprarán.
- Conocer las condiciones de equidad.
- Definir su aporte a la contribución con la sociedad
- Proveer los riesgos.
- Prevalerse en lo máximo de los recursos propios.
- Notar las debilidades, amenazas, oportunidades y fortalezas de la empresa.

(Luna, Manual para determinar la factibilidad económica de proyectos, 1999, pág. 14)

Como cualquier estudio de negocio o inversión, es necesario fijar metas y objetivos bien formulados que lo lleven hacia la ejecución del proyecto para tener un convencimiento de rentabilidad y este sea concretado.

## **1.4. Tipos de estudio de factibilidad**

### **1.4.1. Factibilidad operativa**

Se refiere a las competencias laborales del talento humano que estará formando parte del proceso para el término del proyecto.

### **1.4.2. Factibilidad técnica**

Capacidad de equipo e infraestructura del negocio que respondan favorablemente y eficiente al desarrollo del plan.

### **1.4.3. Factibilidad económica**

Análisis de los costos y beneficios del proyecto para verificar si este significa un riesgo o seguridad mediante la superación del beneficio al costo.

### **1.4.4. Factibilidad comercial**

Por este lado, se conoce el mercado y clientes adecuados que estén dispuestos a consumir en nuestro negocio para consiguiente a este paso evaluar la comercialización y distribución.

### **1.4.5. Factibilidad política y legal**

Comprobar que se encuentra bajo las leyes y este no incumpla a las disposiciones legales para que sea viable.

### **1.4.6. Factibilidad de tiempo**

Comparar la realidad con la planificación, es decir, que el tiempo de planificación sea acorde con el tiempo real que se puede llevar a cabo el proyecto.

De hecho, el estudio de factibilidad permite tomar mejores decisiones de consecución a la meta propuesta, evitando en lo más posible los riesgos, reduciendo gastos, optimizando recursos y poniendo en práctica los objetivos principales de un estudio de factibilidad como definir las ganancias y pérdidas, tener claro si se busca un nuevo negocio o una competencia a la oferta, aprovechar beneficios y ganancias, los recursos propios, las oportunidades de

financiamiento, asesoría, mercado, máxima seguridad y contribuir a la protección y conservación del medio ambiente. (Luna & Chaves, 2001, pág. 4)

Por añadidura, según Dubergel Cobas & Argota Vega (2017, pág. 50) citan otro tipo de objetivos del estudio de factibilidad que también se deben tomar en cuenta y que muchas de las empresas lo hacen.

**1.4.7.** Planes de producción y comercialización.

**1.4.8.** Precisar los procesos.

**1.4.9.** Integrar áreas y subsistemas.

**1.4.10.** Actualizar servicios a usuarios y clientes.

**1.4.11.** Aligerar la recopilación de información.

**1.4.12.** Optimizar procedimientos mensuales.

Un objetivo está previamente establecido de manera general, es así que el estudio de factibilidad se basa en justificar y documentar de manera adecuada las inversiones para las soluciones técnicas, ambientales, económicas u otras situaciones que serán beneficiosas para llevar a cabo el plan.

## **1.5. Etapas de un estudio de factibilidad**

Según Santos Santos, (2008) dentro del estudio de factibilidad se encuentra cuatro grandes etapas que le permiten generar ideas, preinversiones, inversiones justas y una operación adecuada.

### **1.5.1. Idea**

Identificar los problemas mediante un diagnóstico que promuevan soluciones para las necesidades de la sociedad y obtener una idea de oportunidad, negocio que se pueda aprovechar.

### **1.5.2. Preinversión**

Es la etapa que señala el inicio para la evaluación del proyecto, en el mismo que se deben tomar en cuenta tres niveles:

#### **1.5.2.1. Perfil**

Se identifica las necesidades con más oportunidad, tomando en cuenta la información existente o actual, las experiencias, el juicio general y características del producto o servicio.

#### **1.5.2.2. Prefactibilidad**

Se profundiza la investigación desde fuentes secundarias para tener claro la probabilidad de inversión, costo de operación e ingresos; considerándolas como un aporte al mercado, técnica de producción y financiamiento.

#### **1.5.2.3. Factibilidad**

Culmina la fase de investigación y se procede a la evaluación y aprobación de la inversión.

### **1.5.3. Inversión**

Ubicación del capital para el consumo empresarial, financiamiento, producción y ahorro, es decir, dedicado a todos los recursos que necesite la organización para llegar al objetivo de obtener un beneficio por su inversión.

### **1.5.4. Operación**

Finalmente, llevar a cabo todos los procesos con la colaboración del talento humano. Los recursos de inversión no deben ser desperdiciados en lo más mínimo.

Las etapas de un estudio de factibilidad nos permiten tener una mejor organización, evaluación e información.

## **1.6. Componentes del estudio de factibilidad**

En consecuencia, al estudio de factibilidad tenemos a sus componentes que hacen que el resultado sea efectivo y de mejor conocimiento para llevarse a cabo.

### 1.6.1. Estudio de Mercado

Según Baca Urbina (2010) “el estudio de mercado es el inicio formal del estudio, por el cual se realiza la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización. La intención final de la investigación es examinar la posibilidad real de implantación del producto en un mercado”

#### 1.6.1.1. Características de un estudio de mercado

- Caracterización el producto, para el cual se hará el estudio de mercado y comercialización
- Determinación del segmento de mercado o área de cobertura que tendrá el producto, para el cual se hará el análisis o estudio de mercado
- Realización diagnósticos relativos a la oferta y la demanda del producto, para el cual se realiza el estudio
- Pronóstico de la oferta y la demanda del producto, para el cual se realiza el estudio
- Determinación de la demanda insatisfecha del producto, y en caso de la existencia de esta, su cuantificación durante el periodo de operación del proyecto
- Establecimiento de canales de distribución que serán utilizados para entregar de manera eficaz y eficiente los productos a los consumidores que representan los segmentos del mercado.
- Determinación de las políticas de venta que regirán la comercialización de los productos respecto a: precios, crédito y condiciones de venta, entre otras

#### 1.6.1.2. Aspectos importantes del estudio de mercado

Almaguer Ramirez et al., (2009) nos relatan que dentro de esta perspectiva, de un aspecto inicial a una investigación, se analizan algunos aspectos importantes que serán los cimientos previos para tomar las decisiones correctamente.

## **Demanda**

Toma la decisión del mercado a quien se dirige el producto o servicio. Esto es con el objetivo de conocer la viabilidad del proyecto con respecto a la demanda. Para ello se debe realizar un análisis actual y futuro.

## **Demanda insatisfecha o potencial**

Cuando la demanda es mayor a la oferta, se entiende que existe un mercado que no ha sido cubierto por la necesidad de satisfacción, ya sea productos o servicios, y esta puede ser cubierta al menos en parte de un proyecto.

## **Oferta**

Considerar los productos que pretenden posicionarse en el mercado y cuáles ya están existentes para tomar en cuenta las condiciones de competencia.

## **Precio**

Fijar el precio según las posibilidades y características económicas del mercado a quien se enfrenta. Este debe ser un precio de venta que garantice el crecimiento de la empresa y no perjudique la economía de la sociedad.

La relación de estos 3 aspectos importantes del estudio de mercado permitirá tener un análisis justo del precio y de acuerdo con la posición del producto en el mercado, la segmentación será esencial para disminuir los costos de canales de distribución y comercialización de manera previa a la inversión y que este no se realice a ciegas.

En efecto, esta situación se debe a una gran diferencia de un estudio de mercado, donde este se lo realiza con antelación, es decir, con anticipación a la investigación de mercado que se la realiza después.

#### 1.6.1.3. Objetivos de un estudio de mercado

El objetivo de un estudio de mercado es estimar el producto que se puede vender y la cantidad de bienes o servicios de una nueva unidad de producción que la gente está dispuesta a comprar a un precio determinado. Esta cantidad representa la definición clara de la demanda, oferta actual, gustos, preferencias y potencial desde el punto de vista del proyecto y se determina para un período convencional, ya sea mensual o anual, de producción y comercialización con márgenes de beneficios justos.

Por instancia está claro decir que el estudio de mercado es tasar el producto de interés que la gente está dispuesta a comprar a un precio determinado.

#### 1.6.1.4. Estrategias de investigación para el estudio de mercado

Según el equipo docente del IL3-Universidad de Barcelona (2021), recalcan que todo aquel método que contribuya con la inquisición es una estrategia de investigación en el mercado, obteniendo los resultados más requeridos por la empresa y estos permitan realizar e interpretar un análisis inestimable que sea útil para la toma de decisiones.

Como es de conocimiento, las estrategias son métodos de recopilación de información importante y datos que sirven para conocer al consumidor y notar las intenciones, tendencias o necesidades de compra del mercado objetivo.

#### **Estrategias cualitativas**

- Encuestas
- Mystery shopping
- Entrevistas

#### **Estrategias cuantitativas**

- Focus Group
- Entrevista a profundidad

#### 1.6.1.5. Modelo de las siete P de marketing

Torres (2022), sostiene que la combinación de estos diversos componentes de marketing está diseñada para satisfacer las necesidades de posicionamiento de la marca que se ha creado para la empresa.

De principio, este modelo de investigación constaba de 4 P's, las mismas que al igual que las 7 P's actuales tienen la función de acercarse al cliente para cumplir sus expectativas. De la misma manera, ayuda a la empresa para estar siempre actualizado de los gustos y preferencias de los consumidores para poder calificar la efectividad de la empresa frente a la competencia. Esta puede resultar ser una empresa que, si cumple con las necesidades del mercado o, por lo contrario, no las cumple y deben cambiar de producto o bien desaparecer.

### **Producto**

Conocer el producto o servicio que se ofrece la marca al público, es decir, sus características, ventajas, beneficios, calidad y utilidad que los clientes pueden disfrutar cuando lo compran, de modo que sea accesible, deseable y necesario para los consumidores. En este sentido, es necesario realizar un estudio de mercado para determinar las necesidades e intereses del público objetivo.

### **Precio**

Los productos y servicios necesitan una estrategia de precios basada en el conocimiento real de la competencia, la disponibilidad de pago del cliente, el margen de utilidad para cubrir el costo, la utilidad promedio y la forma de pago. Es primordial para captar clientes y obtener una ventaja competitiva en el mercado. Por otro lado, se deben considerar los descuentos y precios de temporada.

Es posible que el mercado opte por el producto según la calidad, y en algunos casos el precio es quien tendrá esa decisión. A precios bajos, el consumidor puede creer que el producto no es duradero, es decir, no tiene una buena calidad; de lo contrario, si es demasiado alto, se considera un producto de excelente calidad, pero muy costoso, en varios casos, este no podrá

ser pagado y, por lo tanto, la marca no tendrá mayores ingresos. De preferencia, el precio debe ser equilibrado entre la marca y la competencia y justo para los clientes.

### **Plaza**

La plaza se refiere a la distribución y forma que una empresa entrega sus productos en los lugares, tiempos y condiciones más adecuados para el cliente, ya sea de manera presencial, en una tienda física o vía web, en una tienda en línea. El lugar donde el cliente encuentra su producto debe adaptarse a las necesidades de cada sujeto, sea físico u online.

La web o tienda en línea es donde se publica el producto que oferta la marca y los clientes pueden comprar. El comercio electrónico es fundamental para posicionar un negocio en Internet, ya que brinda la funcionalidad para campañas exitosas. Las tiendas en línea por lo general tienen un catálogo con todos sus servicios y productos disponibles. Y los clientes pueden comprar fácilmente lo que quieran desde la comodidad de su hogar.

### **Promoción**

También conocido como comunicación y es la forma que tiene la empresa de transmitir lo que es hacer negocios, cómo hacerlo y por qué hacerlo, además de enviar mensajes al público objetivo para que conozcan los beneficios del producto o servicio. En la comunicación, los mensajes informan y persuaden al público objetivo para elegir nuestros productos y comprarlos. Podemos hablar de los anuncios en televisión, banners en internet, contacto directo con clientes, entre otras. Todas estas acciones deben ser atractivas e interesantes para atraer la atención de los consumidores y transmitir el mensaje de manera efectiva.

La promoción cubre los elementos de publicidad, relaciones públicas, branding, identidad de la empresa, estrategia de ventas, etc.

## **Persona**

Representa el tipo de cliente que la empresa se dirige; siendo una de las variables más importantes para el crecimiento de la marca, ya que toda estrategia debe girar en torno a la satisfacción sus necesidades. El marketing comienza conociendo al cliente a través de la investigación de mercado y termina con la producción para satisfacer las necesidades no cumplidas de esos clientes. Todas las personas que trabajan en una empresa deben sumar esfuerzos para dar el mejor servicio al cliente porque el cliente es su razón de ser. Por lo tanto, el tratamiento a menudo debe ser personalizado y dirigir los mensajes a las emociones de los usuarios.

## **Proceso**

El proceso se refiere a todas las actividades que realiza una empresa para mantener una estrecha relación con sus clientes. Esta relación nos ayuda a dar un mejor seguimiento a nuestros clientes en todas las etapas de contacto con la empresa.

La retroalimentación de los clientes puede ser positiva o negativa según el efecto realizado. Puesto que, si lo haces bien, puedes lograr la fidelización de tus clientes. Se recomienda brindar el mismo nivel de servicio a los clientes una y otra vez, aumentando la eficiencia y ahorrando tiempo y dinero.

## **Posicionamiento**

El posicionamiento conocido como la presentación o presencia es el dominio en la mente del consumidor en la interacción con la empresa. Este puede llegar a ver a la empresa como líder en calidad a diferencia de la competencia.

El consumidor interactúa con la empresa según el entorno físico en el que se adquiere el producto o servicio, el diseño interior, las características visibles, destacadas o específicas, y la marca; incluyendo a sus empleados en la forma de vestir y brindar servicios.

### 1.6.2. Estudio técnico

Baca Urbina (2010) nos da a saber que el estudio técnico está subdividido en la *determinación del tamaño óptimo de planta*, donde es necesario plantear alternativas para conocer y dominar la tecnología que se destinará; *determinación de la localización óptima de planta*, los análisis deben ser integrales, por lo tanto, debe tomarse en cuenta los factores cuantitativos (costos de transporte de materia prima y producto terminado) y cualitativos (apoyos fiscales, clima, actitud comunitaria, entre otros); *ingeniería del proyecto*, dependerá del capital disponible para la elección de procesos productivos automatizados y manuales, y análisis de selección de equipos de planta, así como la propuesta de distribución general; *organizativo, administrativo y legal*, generalmente no se analizan con profundidad por motivo que son considerados aspectos importantes y delicados, por ello merecen ser tratados a fondo en la etapa de proyecto definitivo. Aun así, debe mencionarse la idea general que se tiene sobre ellos.

#### 1.6.2.1. Características del Estudio técnico

##### **Tamaño y localización**

- Factores que determinan el Tamaño
- Tamaño Óptimo 14
- Localización

##### **Ingeniería del proyecto**

- Proceso productivo
- Balance de materiales
- Período operacional estimado de la planta
- Capacidad de producción
- Distribución de la maquinaria y equipos necesarios en la planta industrial o fabricación. (Layout)
- Planos de distribución de la planta

## **Organización**

- Aspectos generales
- Estructura organizativa
- Aspectos legales

### 1.6.2.2. Aspectos generales del estudio técnico

Abarcará la información del cálculo del monto de la inversión y costos de operación de la entidad conformada que permita la implantación de la infraestructura que nos ayude a atender un mercado objetivo mediante la organización empresarial, localización y descripción, sistema de información, marco legal y conclusiones emitidas a partir de los puntos de vista favorables y desfavorables del estudio técnico. (Almaguer Ramirez et al., 2009)

Los aspectos generales del estudio técnico se encuentran entrelazados directamente, debido a que gracias a esta relación se delimitan costos, gastos e inversiones que se deben aplicar en el proyecto.

### 1.6.2.3. Elementos del estudio técnico

#### **Tecnología**

Por lo general, las empresas de principio no cuentan con toda la tecnología necesaria para la fabricación del producto, pero de todas maneras se necesita realizar una lluvia de ideas y un análisis de la posible fabricación del producto para adquirir la tecnología. En constancia, para la elección de la tecnología para la fabricación del producto es necesario tomar en cuenta algunas particularidades:

- La relación que existe entre la capacidad de producción en el proyecto y la demanda que se pretende satisfacer
- Mano de obra disponible para la fabricación y permita el surgimiento del proyecto.
- Disponibilidad de la materia prima

- Financiamiento disponible para el proyecto.

### **Tamaño**

Decreta la proporción de trabajo a realizar o la capacidad de proveer por unidad de tiempo, así como el número de personas a ser preferenciales en el presente y futuro, realizándose en forma mensual o anual.

Al igual que en el elemento anterior, también es necesario tomar en cuenta otras particularidades para tener más claro el tamaño.

- Balance que existe entre la relación de demanda y la capacidad de producción.
- Localización del proyecto
- Capacidad de financiamiento
- Garantías de equipos de tecnología necesarios.
- Materia prima disponible en el país
- Tipos de tecnologías
- Normas o leyes institucionales
- Costos de producción e inversión.

### **Localización óptima**

Su propósito es lograr una posición competitiva con menores precios de transporte y rapidez en el servicio; considerando sus niveles macro y micro de localización. Es muy importante tomar en cuenta este aspecto desde un inicio, ya que una vez ubicada la empresa, no es fácil cambiar la dirección, conociendo que las consecuencias se darán a largo plazo, es necesario tomar en cuenta los siguientes detalles, que en ciertos casos serán los mismos de los anteriores elementos:

- Demanda por satisfacer y capacidad de producción
- Materia prima disponible

- Mano de obra o fuerza de trabajo
- Disponibilidad de servicios básicos
- Vía de transporte y línea comunicación
- Condiciones ambientales
- Régimen legal
- Terrenos disponibles y costo

### 1.6.3. Estudio Administrativo u organizacional

En la investigación de Mtra. Lopez Parra, Mtra. Aceves López, Mrta. Pellat, & Mrta. Puerta se comenta que el estudio administrativo consiste en la determinación de los aspectos organizativos para la constitución de una nueva empresa, como son los aspectos legales, estructura organizacional, entre otros aspectos que direccionan al mismo objetivo o meta de la empresa.

#### 1.6.3.1. Marco legal administrativo

Tener claro el tipo de sociedad jurídica que se desea constituir como empresa a partir de lo establecido en los códigos de compañías.

#### 1.6.3.2. Organigrama

Representación gráfica y estructural de los puestos de una organización y los niveles de jerarquía, en función de líneas muestra las relaciones de autoridad y responsabilidad que se ocupa.

#### 1.6.3.3. Organización del recurso humano

La función principal de una empresa u organización es el apoyo al proyecto de inversión, contando con el personal necesario con habilidades específicas para cada puesto de trabajo. Es necesario tener un equilibrio en la contratación del personal para que se pueda desarrollar las actividades con satisfacción.

#### 1.6.3.4. Direccionamiento estratégico

La empresa debe identificar y plantearse su objetivo de crecimiento por medio de una misión, visión, objetivos, valores, políticas.

- Misión. – Propósito de la empresa.
- Visión. – Establece nuevos retos identificando hacia donde va.
- Objetivos. – Guías que ayuden en el logro de los resultados.
- Valores. – Comportamiento ético y moral del personal.
- Políticas. – Define normas o lineamientos de decisiones empresariales para la correcta ejecución.

#### 1.6.3.5. Marco fiscal / legal

Cumplir con los permisos de funcionamiento e identificar las obligaciones fiscales para dar crédito a los impuestos y pagos correspondientes.

#### 1.6.4. Estudio Financiero o Económico

(Baca Urbina, 2010) Su objetivo es clasificar y estructurar la información en condiciones monetarias que proporcionan las etapas anteriores y elaborar los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica.

Mencionando que este estudio financiero se lleva a cabo para determinar si el proyecto es rentable, tomando al presupuesto y el financiamiento como factores primordiales e irremplazables, debido al importante papel que cumplen, puesto que sin ellos no existe un proyecto que se ponga en marcha. La inversión de sus recursos se realiza desde este medio.

##### 1.6.4.1. Elementos de un estudio financiero

Desde el momento que consideramos realizar un estudio financiero para comprobar la rentabilidad de un proyecto es preciso tomar en cuenta algunos de sus elementos como lo menciona (Pérez, 23) que en muchos de los casos estarán presentes en el estudio financiero y serán aplicados mediante fórmulas que permitirán dar un válido porcentaje o rubro al valor que se quiere conocer.

En otros aspectos, los que el estudio financiero analizará son las inversiones y financiamiento que dan el primer lugar para el inicio de un proyecto, presupuesto de gastos

e ingresos, y la evaluación financiera, que se comprueba a través de los cálculos monetarios en la implementación del proyecto.

### **Inversiones y financiamiento**

Implica estatuir o fijar la inversión total de activos fijos a largo plazo y corto plazo, que es más reconocida como el capital de trabajo que es necesario para el funcionamiento del proyecto, con los recursos que deben estar disponibles de forma inmediata. También se toma en cuenta el financiamiento de la inversión total y el punto de equilibrio, aunque parezca no ser importante, es recomendable analizar el porcentaje para financiarse con una institución financiera y con un capital propio. Mientras que en el punto de equilibrio los ingresos son igual a los costos totales, dando como resultado una utilidad de cero o mayor a cero.

- Inversiones en activos fijos tangibles e intangibles
- Materia prima y mano de obra
- Costos indirectos de fabricación
- Inversiones en activos circulantes o Capital de trabajo
- Plan de inversión inicial
- Financiamiento
- Costo capital o WACC
- Resumen de las Inversiones

### **Presupuesto de gasto e ingresos**

Su valoración son términos contrapuestos de la contabilidad, es decir, mientras los ingresos aumentan, representando las entradas de dinero, los gastos o egresos son la disminución de estos o la salida del dinero.

- Situación financiera actual
- Situación financiera proyectada
- Estado de resultados proyectados

- Fuente y usos de fondos
- Ingresos
- Costos
- Presupuesto de caja
- Depreciación de costos y gastos
- Amortización

Por lo general, la amortización de un financiamiento se realiza de acuerdo a la política de la entidad financiera.

- Balance general.

### **Evaluación financiera**

De acuerdo a las investigaciones de los expertos edx Company (2023) la evaluación financiera es una forma de llevar adelante una empresa por medio de un estudio de costos del proyecto y sus beneficios a corto y largo plazo.

En los estudios de factibilidad la evaluación financiera es importante porque forma parte de las decisiones finales de una empresa, sabiendo que en esta etapa se toma un período de tiempo para llegar a un análisis de sensibilidad.

En concordancia con la postura de la inversión, costos, egresos e ingresos; se propone la comprobación factible monetaria a través del tiempo con los cálculos de algunos índices a manera de flujo de caja o efectivo.

- Valor de salvamento o residual
- Valor actual
- Valor actual neto (VAN)
- Tasa interna de retorno (TIR)
- Periodo de recuperación de la inversión (PRI)
- Costo / beneficio
- Punto de equilibrio

- Tasa de descuento y criterios alternativos para la valoración de proyectos.
- El análisis de riesgo o sensibilidad

Al analizar todos estos elementos o por lo menos los más importantes, se conocerá de forma detallada el beneficio real del plan de inversión. Generalmente, se tiende a imaginar que el plan financiero se llevara a cabo de la misma manera que se lo planifica o supone, en cierta manera, el estudio financiero es una previsión que ayuda a la identificación de la viabilidad de la inversión o proyecto reduciendo en su gran cantidad márgenes de error.

### **1.7. Análisis situacional en el sector del valle del chota**

Según la vivencia del pueblo afrochoteño se conoce que se han realizado investigaciones de propuestas de turismo para el crecimiento del país en el sector del valle del chota, sin embargo, no se han tomado en cuenta, realizar investigaciones a personas informales o adultos mayores que se dedican a la confección de sus propios trajes o, por otro lado, son pagados por los más jóvenes para que los confeccionen por ellos, esto debido a su alto conocimiento de como elaborar el traje de manera original a su cultura ancestral.

En el sector no se ha implementado empresas textiles, sin embargo, siempre se han encontrado presentes los grupos ancestrales donde se ofrece y se hace conocer a los turistas la diversidad y colorida indumentaria de los afros en todos sus tiempos; desde lo más antiguo hasta lo actual.

Entre los grupos ancestrales más conocidos por el sector se encuentran:

Bombódromo Palenque – Salinas

GAEN – Mascarilla

Coangue - Carpuela

Centro Cultural – El Juncal

Baila Bonito - Chota

Dentro del análisis situacional o investigativo se toma en cuenta investigaciones nacionales, cabe recalcar, en ningún tipo de investigación se ha tomado la iniciativa de realizar un estudio de factibilidad que nos permita tener un ingreso económico por medio del reconocimiento y aprendizaje de las culturas afrochoteñas. De hecho, el 19 de octubre de 2020, se emitió una certificación de patrimonio cultural inmaterial de Ecuador, por parte del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, (2020) gracias a la riquísima tradición cultural ancestral de la bomba, música, danza, vestimenta típica del sector y poéticamente saberes ancestrales, como resultado de una hibridación cultural, indo-africana-europea.

Así tenemos distintas conmemoraciones e investigaciones que se han realizado por el sector afrochoteño como el artículo del periódico El comercio (Rosales & Benalcazar, 2017), donde mencionan que “Cientos de historias se tejen en las orillas del río Chota. Esas huellas diarias de los afrodescendientes de la zona Sierra norte, que se encuentran entre Imbabura y Carchi. Las danzantes lucen vistosas prendas de vestir similares a las de sus abuelas, lucen faldas plisadas, delantal y coloridas blusas; donde, no solo han aprendido los pasos de los mayores, sino también las coplas. Indagan heredar la sabiduría de los guardianes de la Bomba de esta parcialidad, personajes como Eudocia Chalá y Urcesino Carcelén”

En otro sentido, se han realizado investigaciones referentes o que abarcan al mismo tema de la vestimenta típica o bien al turismo por la riqueza de ancestralidades del valle del chota. Pero no son estudios de factibilidad que promuevan el desarrollo económico, dicho de otro modo, reconocer un solo nicho de mercado y tratar de encajar en un mercado con aspectos ancestrales, es una situación complicada, de tal modo que se debe conocer exactamente todo lo referente a la cultura y sus ancestralidades, esto para que los clientes del sector se sientan satisfechos con el producto que se ofrece y de otra manera también estén dichosos que su cultura no se ha quedado en el olvido y puede seguir vigente por mucho tiempo, gracias a la confección de este tipo de trajes; en definitiva, es por ello que solo se habla sobre la cultura afro, pero no se ha tomado iniciativa de crear una empresa que esté dispuesta a ofrecer esta necesidad y gusto para el pueblo afro.

Yar Quiroz (2017) presenta un estudio sobre las expresiones culturales de los afrodescendientes del valle del chota con la finalidad de crear un diseño de un museo etnográfico que promueva el desarrollo del turismo cultural. El estudio se basó principalmente en temas característicos relacionados con costumbres y tradiciones, los mismos que fueron identificados a través de diferentes métodos, técnicas e instrumentos que permitieron conocer el estado actual de cada uno de los atractivos de la comunidad del Valle del Chota. En ese momento se identificó una problemática que estaba afectando seriamente a la comunidad: la pérdida de los patrones culturales a causa de la globalización. Para solucionar el problema de investigación se establece los siguientes objetivos:

- Reconocer las expresiones artísticas del pueblo afrodescendiente en las comunidades del Valle del Chota;
- Describir la cosmovisión y oralidad;
- Interpretar la vestimenta y vivienda y diseñar un museo etnográfico que demuestre la riqueza cultural del pueblo afrodescendiente.

Chalá Cisneros (2019) propone un estudio de las manifestaciones culturales del pueblo afro del valle del chota para su uso en propuestas turísticas en un museo virtual acerca de las manifestaciones culturales del pueblo Afrochoteño. Se concluyó que el pueblo es dueño de un legado colosal, por lo cual su propósito es recuperar y salvaguardar las manifestaciones culturales que se han ido perdiendo paulatinamente, el pueblo aporta con su mejor esfuerzo por mantener viva su cultura y poder atesorar el legado de sus ancestros apreciando sus raíces.

A diferencia de dichas investigaciones ya realizadas basándose en el conocimiento de la cultura, en esta investigación se busca trasladar las antiguas tradiciones hacia el futuro, con el fin de que estas no sean perdidas, por definitiva se pretende llegar al término de crear la empresa de la vestimenta típica del sector afrochoteño con la marca Afrochoza S.A.S.

## **2. MATERIALES Y MÉTODOS**

### **2.1. Metodología**

Un estudio de factibilidad involucra varias investigaciones a la vez. No obstante, la investigación tiene que ser sistemática, secuencial, por pasos interdependientes.

### **2.2. Diseño de investigación**

El presente estudio de factibilidad es de enfoque mixto - cuantitativo y cualitativo- en el primer caso se recolectarán datos con expresión numérica: referidos a la demanda, oferta, precios, ingresos, ventas, costos, otros y en el segundo dato con expresión no numérica, gustos, preferencias, formas de pago y otros del producto del proyecto. En el segundo caso, se recolectarán datos con expresión oral u observacional, tomando en cuenta las acciones, actitudes y palabras puntuales.

Los datos serán recolectados en un solo momento, lo que significa que es una investigación de corte transversal y de diseño no experimental, no se manipularán ningún tipo de variables, solo se diseñará el proyecto de factibilidad para su respectiva ejecución.

### **2.3. Población y procedimiento muestral**

La población que se utilizará en la investigación es tomada del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos de las familias ecuatorianas en el año 2010 INEC y Consejo de Nacionalidades y Pueblos del Ecuador CODENPE. La misma que está conformada por los afroecuatorianos que residen en el valle del chota ubicado en Imbabura y Carchi.

La población total de Imbabura es de 398.244 habitantes y de ellos 21. 505 son afroecuatorianos representando el 5,4% de la población, por el cual 60.10% representan de 15 a 64 años, es decir, 239. 344 habitantes que tienen posibilidad de compra. Por lo tanto, de acuerdo con el porcentaje de la población con la posibilidad a la compra y la población de afroecuatorianos, la población de investigación se encuentra en un rango de 12.924 afroecuatorianos en Imbabura.

Mientras que la población total de Carchi es de 164.524 habitantes, donde el 61.20% representan los habitantes con posibilidad a la compra que se encuentra en el rango de 15 a 64 años, es decir, 100.688 habitantes. A partir de ello, se conoce que 10.529 habitantes son afroecuatorianos representando el 6.4% de la población. Por lo tanto, de acuerdo con el porcentaje de la población de la posibilidad de compra y la población de afroecuatorianos, la población de investigación se encuentra en un rango de 6.444 afroecuatorianos en Carchi.

#### **2.4. Cálculo de la muestra**

Para el estudio de mercado se requiere conocer la opinión de los posibles clientes del producto del proyecto. Para ello, se tomarán en cuenta las siguientes poblaciones:

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), la proyección de la tasa de natalidad es del 2,2%. En constancia de los datos obtenidos por el INEC (2010) en la provincia de Imbabura existe una población de 12.924 afroecuatorianos y en el Carchi 6.444 afroecuatorianos identificados como afrochoteños; sumándose así un total de 19.368 afroecuatorianos. Tomando en cuenta el porcentaje de natalidad y el número de años que ha pasado, se procede a calcular el aproximado de natalidad del año 2022. La población es de 25.148

**Tabla 1:** *Tabla de aumento de natalidad*

<b>Período</b>	<b>Aumento Natalidad</b>	<b>Proyección Natalidad Imbabura</b>	<b>Proyección Natalidad Carchi</b>
2010	0,0%	12.924	6.444
2011	2,2%	13.208	6.586
2012	2,2%	13.499	6.731
2013	2,2%	13.796	6.879

2014	2,2%	14.099	7.030
2015	2,2%	14.410	7.185
2016	2,2%	14.727	7.343
2017	2,2%	15.051	7.504
2018	2,2%	15.382	7.669
2019	2,2%	15.720	7.838
2020	2,2%	16.066	8.011
2021	2,2%	16.419	8.187
2022	2,2%	16.781	8.367
Total de proyección de Afrochoteños		<b>25.148</b>	

*Nota.* Datos proyectados desde el año 2010 con una tasa de crecimiento del 2.2% de la población de afrochoteños de Imbabura y Carchi.

Tal forma que la población es significativa se aplicara la siguiente fórmula de cálculo muestral.

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

**Símbolos:**

N = Tamaño poblacional o Universo

n = Muestra buscada

e = Margen de error estadístico

$p$  = Probabilidad que ocurra el evento

$q$  = Probabilidad que no ocurra el evento

Z alfa = Nivel de confianza = parámetro estadístico

**Datos:**

$N = 25.148$

$e = 0.08\%$

$p = 0,5$

$q = 0.5$

$Z = 95\% = 1,96$

$$n = \frac{25.148 \cdot 1.96^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}{0.08^2 \cdot (25.148 - 1) + 1.96^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5} n = \frac{24.151,18}{161,89}$$

Por lo tanto, el tamaño de la muestra es el siguiente:

$$n = 149$$

## **2.5. Instrumentos**

### **2.5.1. Encuesta**

Se usó como instrumento principal la técnica de recolección de datos, conocida como encuesta, de tal manera que se dirigió a personas aledañas de los sectores que se delimitan anteriormente y grupos de danza que usan el traje típico para su representación con el fin de lograr una mejor recolección de datos y remarcar la información directa que se requiere

mediante un cuestionario de preguntas relevantes al tema de investigación referido a gustos, preferencias, precios de alcance al consumidor y la factibilidad que podría tener la empresa en el sector y serán útiles para el estudio. [Anexo 1](#)

### **2.5.2. Entrevista**

La entrevista está dirigida a las personas mayores de edad que mantienen la tradición, grupos de danza afro y por ende son expertos en el tema por ser parte de los ancestros conservadores. Mediante este instrumento se pudo conocer el objetivo de mantener la vestimenta típica. [Anexo 2](#)

### **2.5.3. Ficha Observacional**

La observación se realizó en los pueblos Afros del valle del chota, con la intención de observar a personas que aún usan el traje típico de la zona e incluir otro típico de investigación referente al tema de estudio en los demás alrededores de la zona Afro. [Anexo 3](#)

## **2.6. Procedimiento**

En un primer trayecto, mediante una recolección de datos cuantitativos, por medio de una encuesta se recaudó información necesaria referente a la vestimenta afrochoteña para el análisis de viabilidad de la empresa, por tal razón se tomó en cuenta las actividades representativas del pueblo afrochoteño, existencia de otras empresas o emprendimientos, sectores afrochoteños adecuados para la comercialización, disposición de pago, aspectos generales y atractivos para que sean vendidos.

Por lo general, el uso de la vestimenta afrochoteña se nos permite observar en las situaciones de festejos afrochoteños y en muy pocas ocasiones de manera rutinaria; así pues, en la segunda fase se visitó los sectores de Chota, Salinas y Juncal; donde se realizó el carnaval conocido como Carnaval Coangue, Carnaval palenque y Carnaval Olas del Río Juncal consecutivamente, por tanto, fue parte de la investigación, a razón que en el momento se encontraban en exhibición los trajes típicos y sus tradiciones del sector. Con la finalidad de

tomar nota todo lo que se encuentre en observación para denotar la realidad a través de situaciones actuales o que suceden en el momento.

En una tercera fase se realizó algunas visitas a personas mayores de edad del pueblo afrochoteño con la finalidad de establecer un conversatorio que posibiliten conocer más a fondo sobre el tema de investigación y su origen. Se dio inicio con un formulario de preguntas que permitan entablar un diálogo con las personas entrevistadas en el momento.

## **2.7. Análisis de datos**

### **2.7.1. Resultados de la investigación**

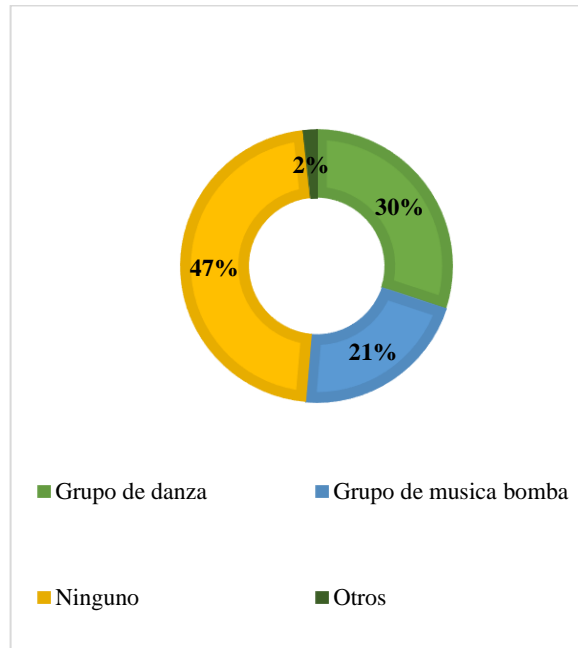
En este apartado se muestran los resultados fundamentales de la investigación para la continuidad del proyecto referidos a la situación vigente en el uso de la vestimenta típica del valle del chota.

El análisis contiene los apartados más importantes de las encuestas, entrevistas y fichas observacionales que podrán ayudar con la extracción de los resultados, veredictos o ideas que aporten con la investigación.

### **2.7.2. Resultados de encuestas**

#### **a. Usted es parte de un grupo representativo del pueblo afrochoteño:**

**Figura 1:** *Grupos de consumo*



*Nota.* La figura muestra la división y el porcentaje de grupos que se dividen en el valle del chota para de alguna manera representar la vestimenta típica, ya sea por medio del baile de la bomba, grupos de música bomba, entre otros.

En un porcentaje significativo, pero no mayoritario; el pueblo afrochoteño opta por representar la vestimenta típica del valle del chota por medio de la danza, música y grupos representativos que bien pueden ser religiosos o activistas por la lucha de la etnia negra. Por otro lado, el 47% prefiere no involucrarse en grupos representativos, sin embargo, también tienen parte del uso de la vestimenta.

**b. ¿Cree usted que es necesario que exista una empresa que realice la vestimenta afrochoteña y está no extinga?**

**Figura 2:** *Necesidad de la demanda*

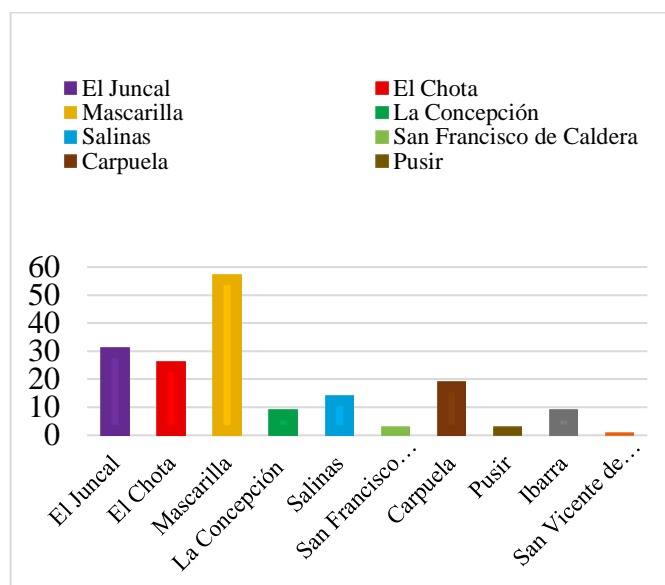


*Nota.* Decisión de acuerdo y desacuerdo para la creación de la empresa de la vestimenta típica del sector afrochoteño ubicado en Imbabura y Carchi.

El pueblo afrochoteño está de acuerdo que exista una empresa que se dedique a la confección de la vestimenta típica del sector. Exactamente con un 99% a favor, se podría dar a entender que para el pueblo de los sectores afro esto sería una excelente idea y por supuesto con un buen porcentaje de apoyo hacia el reconocimiento de la empresa y por supuesto amparar la tradición de la cultura del valle del chota.

**c. ¿Cuál cree usted que es el sector más adecuado para la ubicación de la empresa para la confección de la vestimenta afrochoteña?**

**Figura 3:** *Sector adecuado*



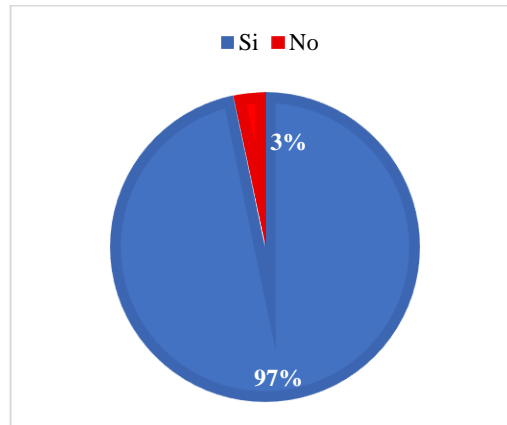
*Nota.* Sector más adecuado para la ubicación de la empresa para la confección de la vestimenta típica del sector afrochoteño.

En efecto, a la opinión del pueblo afrochoteño la ubicación más adecuada para la empresa es la comunidad de mascarilla; sin embargo, se toma en cuenta la elección de otro sector que no es parte del pueblo afrochoteño, tratándose de la ciudad de Ibarra, aun cuando su votación no es significativa a diferencia de los demás sectores como El Chota, El Juncal y Carpuela. Pero es la ciudad con más accesibilidad para todo el sector afrochoteño.

De todas formas es necesario tomar en cuenta otras situaciones como el turismo y las oportunidades económicas que se promueve gracias a los emprendimientos atractivos que nacen de las tradiciones del mismo sector.

**d. ¿Permitiría usted que una empresa dedicada a la confección de la vestimenta afrochoteña realice una vestimenta a su gusto y talla?**

**Figura 4:** *Disposición de Compra*

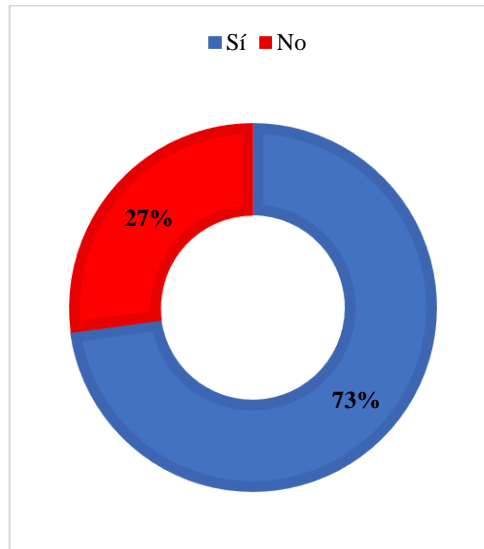


*Nota.* Disposición del mercado para comprar o usar la vestimenta que realizará la empresa.

Existe una seguridad de un mercado bastante amplio al que se podría llegar a cubrir la necesidad, esta afirmación recurre desde el resultado obtenido en la investigación con un 97% de personas que están dispuestas a realizar la compra en la empresa que se pretende crear. Es decir, en su mayoría las personas requieren de que otra persona los confeccione por ellos por varias razones, ya sea por desconocimiento o falta de tiempo. Mientras que un 3% no lo necesitan por saber hacerlo, tienen quien lo realice o por cambios del tiempo actual ya no lo usan.

**e. ¿Usted ha encargado con anterioridad a otras personas o empresas para que confeccionen su vestimenta afro?**

**Figura 5:** *Público de compra*

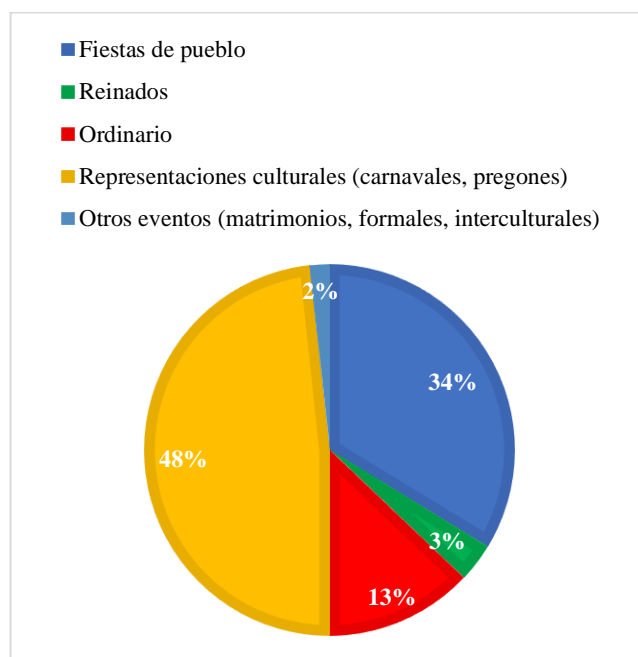


*Nota.* Público afrochoteño que compra o encarga la vestimenta típica a otras personas o empresas.

La figura muestra el porcentaje del público que ha preferido confiar en terceros para la confección de la vestimenta, en el cual representa el 73% de la población. Para la empresa Afrochoza S.A.S, representa un porcentaje significativo de mercado al que puede satisfacer la necesidad.

**f. ¿En qué ocasiones compraría o pediría la confección de una vestimenta afrochoteña?**

**Figura 6:** *Uso Eventual*



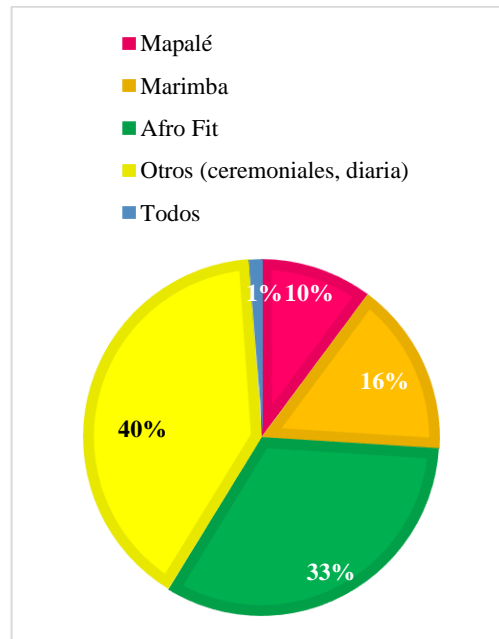
*Nota.* Ocasiones en las que se usa la vestimenta típica del sector afrochoteño.

Está claro que en este apartado se muestran las ocasiones más especiales o como se lo podría llamar, ocasiones con más realce donde se puede ver con más frecuencia el uso de la vestimenta afrochoteña. Las representaciones culturales como carnavales y pregones se diferencian de los demás con un 48%; debido a que es considerado el momento más oportuno para dar a conocer la cultura afrochoteña, por lo general, en este tipo de eventos es donde abundan los turistas y, por lo tanto, es un llamado de atención y reconocimiento a las tradiciones que mantienen desde sus tiempos antiguos.

Conjuntamente con el porcentaje del uso ordinario que tiene un 13% y fiestas de pueblos con un porcentaje de 34%, se puede rescatar que es el mínimo porcentaje de personas que aún usan la vestimenta sin importar la situación, es decir, el estado de ese momento no lo hace cambiar por nada. Mientras que en los reinados y otros eventos, se usan trajes más personalizados y solo para ese momento específico.

**g. ¿Qué tipo de vestimenta cree que también se debería confeccionar en la empresa?**

**Figura 7:** *Variedad de vestimenta*



*Nota.* Otros tipos de vestimentas afro que también se podría ofrecer al mercado.

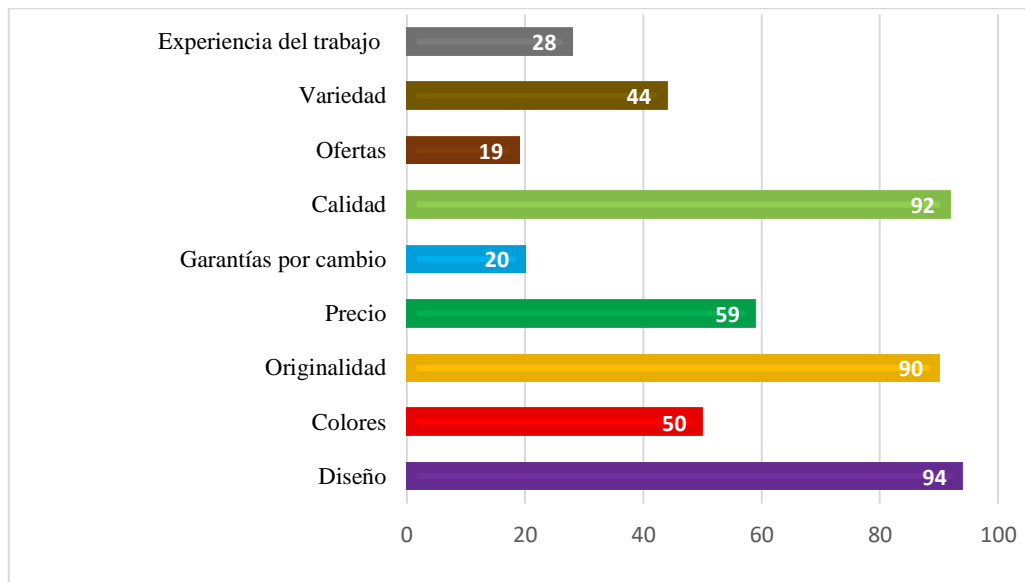
Como parte de una alternativa de consumo a otro tipo de mercado, se ha recaudado otros tipos de vestimenta que podría realizarse en la misma empresa. Cabe recalcar que la vestimenta que se ha sugerido por el mismo mercado, no es de auditoria del sector. En su particularidad de no ser pertenecientes al sector afrochoteño, su uso también es muy representativo en ciertas ocasiones que también se pretende dar a conocer las tradiciones de otras áreas afro/negros del mundo.

Sin duda alguna, esta alternativa tendría una ayuda a los beneficios de la empresa al cubrir otro nicho de mercado que también quisiera satisfacer sus necesidades con una empresa que les permita tener sus diferentes gustos a su alcance.

Dicho esto, el mercado meta a quienes también se podría alcanzar a cubrir con un beneficio de entrada a la empresa es la vestimenta en trajes ceremoniales en un estilo africano que tiene un porcentaje del 40%.

**h. ¿Qué aspectos son importantes para usted al momento de pagar por la vestimenta confeccionada?**

**Figura 8:** *Puntos de vista importantes*



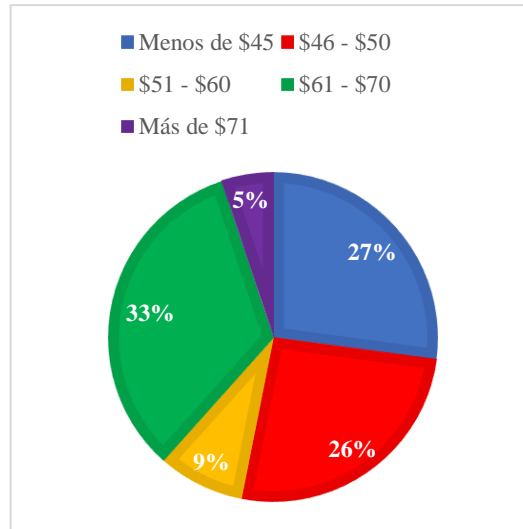
*Nota.* Aspectos importantes para considerar en la confección de la vestimenta típica afrochoteña.

Evidentemente, al tratarse de una vestimenta típica, es decir, originaria del lugar; lo primero que se apetece por un cliente del mismo sector es que sea 100% original, seguido de un buen diseño, calidad, colores llamativos, tal como eran los trajes en la antigüedad, un precio accesible y entre otras situaciones que hacen al producto aún más interesante para el consumidor. En un sentido de consumidor satisfecho, quien lleve el gusto de usarlo, cumple la expectativa de proveer de algo original y por supuesto es a gusto propio.

Analizando los datos de la figura, se concluye que del porcentaje total de la población afrochoteña, el 50%, 52%, 53% y 28%; dan preferencia a lo referido a originalidad, calidad, diseño y colores, respectivamente.

i. ¿Cuánto pagaría por la confección de una vestimenta afrochoteña?

Figura 9: Disposición de pago



*Nota.* Disposición de pago del mercado según las características que posee la vestimenta afrochoteña.

En relación con los resultados obtenidos en la encuesta, la figura muestra un mayor porcentaje de ventas previstas a un precio de \$61 – \$70, donde se incluye un traje completo y accesorios a pedido del cliente; cumpliendo con un 33% de la población afrochoteña. Seguido de un 27% que prefieren pagar menos de \$45, por un conjunto de falda plisada, blusa colorida, debajero o enagua y delantal. En un 26% dan preferencia a falda plisada, blusa colorida, turbante, debajero o enagua y delantal por un precio de \$46 - \$50. El 9% paga un precio de \$51 - \$60 por un traje de falda plisada, blusa colorida y brillos, opcional, turbante con brillos o sencillo, debajero con encaje o enagua y delantal con figura afro opcional. Y por último, el 5% que apetece usar traje completo, accesorios y pancartas de representación; es un paquete útil para personas que deseen ser parte de reinados o representaciones a la cultura.

Con estos resultados, se concluye que en la investigación del sector existe una carencia del producto y un deseo voraz que este cumplimiento de necesidad se haga posible.

### **2.7.3. Resultados de entrevistas personales**

El 21 de marzo de 2023, durante la entrevista, la señora Maria Minda Anangonó de 81 años, dice ser perteneciente a la comunidad de mascarilla, pero su natalidad de crianza fue en la ciudad de Ibarra, sin embargo, tiene conocimiento sobre el pueblo afrochoteño. “Cuando yo vivía en Ibarra, los llamados patrones de los hacendados me provenían de la vestimenta, vestidos, delantales, sacos de lana y zapatos; no conocía con exactitud toda mi cultura. En ese tiempo no sabía lo que era gastar en ropa. Con el tiempo, llegamos a vivir en la hacienda de mascarilla Pambahacienda, aunque fue un cambio diferente a como nos habían criado en la ciudad. En mascarilla, junto a mis hermanas, ya usamos faldas largas casi a los tobillos, debajeros, blusas coloridas, en algunos casos el turbante o bayetas y en su momento no usaban delantales; o al menos en el caso de mi mamá, quien no lo usaba”. Menciona que ella nunca perteneció a un grupo de danza u otro tipo de grupo que le obligaba a usar ese tipo de vestimenta, para ella, la vestimenta afro en ese tiempo solo era una simple vestimenta; pero eso sí, tampoco dejaban de lado el baile para quienes era un gusto hacerlo con ese tipo de faldas. También aclara que en su época no era inusual comprar ropa, para ella la mejor vestimenta era la que confeccionaba su madre. Hoy tampoco compro mucha ropa, excepto calentadores para los piquetes de los moscos. Aún siento que las faldas plisadas es la mejor indumentaria, es por eso que las realizo o las envié hacer. [Anexo 4](#)

Por otro lado, en la misma fecha de 21 de marzo de 2023 en la comunidad de Mascarilla la señora Rosario Minda (2023) de 83 años, residente de la misma, dice que la vestimenta para ella es la representación de sus padres, quienes fueron los protagonistas de adoctrinar o enseñarles a vestirse así. En los tiempos antiguos no se usaba ropa interior. Su vestimenta se conformaba de una falda plisada larga que cubría las rodillas, debajero, blusas coloridas con flecos y delantales. En el caso de los hombres, se vestían con pantalones anchos de tela. A pesar de que en la actualidad la vestimenta afro es considerada un icono cultural, para ellos en su momento era una vestimenta rutinaria sin ninguna importancia. Menciona también,

que en su caso, es ella misma quien confecciona la vestimenta típica, por lo tanto, la sigue usando sin importar el momento.

En la comunidad de La Victoria, la señora Margarita Anangonó (2023) el 23 de marzo de 2023 enuncia que desde sus tiempos de vida su vestimenta siempre ha sido la falda plisada y por su parte le agrega un pantalón para evitar la picazón de los mosquitos en la zafra de la caña. Perteneció a un grupo de danza de la bomba del valle del chota, donde era necesario usar la vestimenta afrochoteña, es por ello el motivo que se considera afrodescendiente y conserva la vestimenta de su cultura a diario. En la actualidad, continúa usando la vestimenta típica; sin embargo, recalca que a pesar de ella usar la vestimenta, en sus hijos si gasta dinero, entre \$ 40 a \$50 trimestral o semestralmente. Más a menudo en festividades. [Anexo 5](#)

La señora Angelita Ermelinda Calderon de la comunidad de El chota con 70 años de edad, a la misma fecha de 23 de marzo de 2023 inicia aclarando que antes que ser una mujer afrochoteña dice ser de etnia negra. Siendo así, comenta que antes se vestían con faldas plisadas, enaguas blancas que cubría el filo de la falda y blusas de mangas plisadas; el pelo se trenzaban con cintas e invisibles de colores. En su momento de juventud no perteneció a ningún grupo de danza o representativo, actualmente, si pertenece al grupo de la tercera edad y por obvias razones también usan la vestimenta en ciertas ocasiones por el hecho que le representa elegancia, único y bonito hacia el público. Aun usando la vestimenta típica, también prefiere diferenciarse en ocasiones, por ello consume por lo menos \$ 60 en una vestimenta diferente a la típica. [Anexo 6](#)

#### **2.7.4. Resultados de fichas observacionales**

En la comunidad de El Chota el 19 de febrero de 2023 se realizó el Carnaval Coangue, donde se pudo evidenciar la participación de varios grupos de jóvenes de aproximadamente 20 años que vestían el traje típico del sector afrochoteño y en su mayoría realizaron actuaciones y el baile de la bomba. Dado que fue el momento exacto en el que se realizaba la elección y coronación de la reina del carnaval Coangue, la participante que se llevó la corona del carnaval Coangue lució una vestimenta afro completa donde constaba de falda plisada color tomate, debajero blanco, delantal blanco, blusa blanca con adornos tomates, turbante blanco,

pies descalzos, cintas tomates y blancas en las trenzas del cabello y una botella en su cabeza; su acompañante de baile de género masculino porto camisa blanca, pantalón de tela blanco (arremangado hasta las rodillas), pies descalzos y un instrumento bomba en sus manos; por último, el grupo de danza se conformó por el mismo tipo y color de vestuario de bomba afrochoteño que es de falda plisada color celeste, debajero blanco, delantal blanco, blusa blanca con adornos celestes y su cabello con trenzas africanas recogidas. [Anexo 7](#)

En otra ocasión, el 25 de febrero de 2023, en la comunidad de Mascarilla, se observó una persona de género femenino, aparentemente de 79 años de edad, luciendo una vestimenta afro de rutina diaria (falda plisada color gris, delantal celeste, blusa verde, turbante blanco, pantuflas o zapatillas negras y adicional a ello porta un calentador deportivo para evitar los piquetes de moscas). [Anexo 8](#)

En la observación también se evidenció dos personas de género femenino de 75 a 80 años de edad. Casualmente, dialogaban fuera de su hogar en circunstancias muy comunes a su entorno, tratándose de la vestimenta afrochoteña. [Anexo 9](#)

Como resultado, se atestigua que para las personas mayores de edad, su vestimenta sigue siendo parte de su vida, mientras que para los jóvenes ya no es parte de su vida rutinaria, pero sí es parte de su cultura y el recuerdo de sus abuelos, por lo general optan en usarlo en situaciones especiales para recordar a sus antepasados en la forma de vida que ellos la tuvieron.

## **2.8. Resultados**

Concretizando con los resultados de los tres instrumentos que se utilizó en la investigación (encuesta, entrevista y ficha observacional) se destaca algunos aspectos primordiales a tomar en los diferentes estudios que se deben realizar a continuación.

Paralelamente, a la opinión del pueblo afrochoteño el lugar de distribución con una adecuada ubicación es la comunidad de Mascarilla; por lo contrario, por motivos de mayor accesibilidad y demanda se da también preferencia a la ciudad de Ibarra. Pese a lo cual, en

el sentido de elección al lugar de distribución, también se debe tomar en cuenta la atracción turística y la generación de oportunidades de economía por medio de la producción de emprendimientos.

Referente a la disponibilidad de pago, esta puede tener un excelente avance siempre que el producto cumpla con las expectativas que el cliente espera del producto, como es el diseño original de la vestimenta afro, calidad, diseño, colores, precio, variedad, garantías, experiencia de trabajo y por último las ofertas. A este sentido, se posibilitan a pagar desde \$40 a \$50 por cada vestimenta afro confeccionada, incluido a otros diseños que se puede considerar en la confección como mapalé, marimba, afro fit, ceremoniales y vestimenta diaria.

Por lo general, su uso mayoritario es para representaciones culturales como carnavales y pregones, ordinario y eventos formales, interculturales y matrimonios. Entonces, los diseños de la vestimenta afro, deben combinarse entre lo original de la vestimenta, como sus colores y la situación en la que se pretende usar.

### **3. PROPUESTA**

#### **3.1. Estudio de mercado**

##### **3.1.1. Oferta**

Dado el momento actual, un negocio oferta una vestimenta similar, pero no igual a la vestimenta principal que la empresa Afrochoza S.A.S. desea ofertar en el mercado. Se trata de un estilo de vestimenta casual usado para ceremonias afro, que mezcla algo exclusivo o elegante con la cultura afro, en especial incluyendo colores fuertes y de alta gama que llamen la atención del cliente, tal como se muestra en la figura N.º 10. Mientras que la empresa Afrochoza S.A.S. considera como principal la vestimenta afrochoteña, exclusivamente referido a la vestimenta original de la bomba y como fuente adicional de ingreso la vestimenta casual. En otro sentido, Coanguestilo es parte de la competencia de Afrochoza S.A.S., a razón que la vestimenta que se pretende confeccionar tiene una forma similar a

dicha competencia. “Coanguestilo” para gente feliz se encuentra ofertando la vestimenta en el valle del chota, exactamente en el sector de Carpuela.

**Figura 10:** Empresa del sector afrochoteño - Carpuela.



Nota: Fotografías tomadas de la publicación en facebook de COANGUESTILO (Villalba , 2019). Modelo: Nahomi Lizeth. Valle del CHOTA:Carpuela. Diseñadora:Alicia Villalba <https://www.facebook.com/alicia.billalba.1>

Por otro lado, se encuentran los grupos artesanales de cada sector del valle del chota, donde indirectamente por parte de otros diseñadores de artesanías son publicados en un museo ancestral de la cultura afro para ser exhibidos a extranjeros que deseen conocer las tradiciones o comprar cualquiera de estos insumos tradicionales; estos pueden ser: máscaras de arcillas, collares o walkas, botellas, carteras, indumentaria, instrumento de la bomba, entre otros. No se dedican directamente a la confección de la vestimenta, pero en ciertas ocasiones lo realizan para pequeñas demostraciones o venta.

**Figura 11:** Artesanías GAEN - Mascarilla



Nota. Fotografías tomadas de la publicación en Facebook del Grupo Artesanal Esperanza Negra (GAEN, 2019). <https://www.facebook.com/profile.php?id=100054561993900>

Y, por último, existe la oferta de mayor preferencia, donde el cliente acude a personas informales que tienen conocimiento de la confección de este tipo de trajes. Por lo general, son personas mayores de edad o ancestrales que conocen con claridad la cultura y a base de su experiencia la transmiten en los trajes afrochoteños hacia las demás generaciones. En su mayoría, a ellos acuden grupos de danza que se conforman desde los 10 integrantes en adelante, por causa de que al ser grupos de representación cultural, tienen la necesidad de obtener la vestimenta original al sector.

### **3.1.2. Demanda**

De acuerdo a los datos ya mencionados en el apartado de cálculo de la muestra según las investigaciones realizadas por el INEC en 2010, en el Valle del Chota se incrementa un total de 19.368 afroecuatorianos, de lo cual también se adiciona el porcentaje de natalidad del 2.2% por los años transcurridos hasta el 2022; la población se obtiene una población total de 25.148 afroecuatorianos de 15 a 64 años de edad que tienen posibilidades de compra.

Por lo tanto, según las encuestas realizadas a la población objetivo, se toma en cuenta el siguiente valor representativo al público obtenido en la investigación del mercado mediante la encuesta, el mismo que muestra el porcentaje de consumo de las personas afrochoteñas en

una vestimenta típica, conjuntamente con los grupos más representativos de mayor consumo, quienes al final podrían ser los clientes o consumidores en Afrochoza S.A.S.

De esta manera se analiza que el 73% de los afrochoteños consume la vestimenta típica del valle del chota o conocida como la vestimenta de la bomba, en el cual se integran grupos de danza, música, otro tipo de grupos representativos y por otros casos ningún grupo, con un 30%, 21%, 2% y 47% respectivamente. Por lo general, el porcentaje que representa a ninguno tiene una cantidad representativa en las personas mayores de edad que usan la vestimenta afro a diario o en otras situaciones, personas que desean tener el traje por gustos para cualquier evento que puedan sentir elegancia al usarlo.

Concluyendo el apartado introductorio desde el valor de necesidad de consumo con los datos mencionados en los resultados de las encuestas, considerando la demanda 4 grupos diferentes con la misma necesidad, se determina la demanda respectiva.

**Tabla 2:** *Demanda o mercado meta*

<b>Detalle</b>	<b>Valor</b>	<b>Descripción</b>
Población Valle del Chota	25.148	Muestra del grupo de interés
Población objetivo	18.358	73% de inclinación de compra del grupo de interés
Mercado Meta o Demanda	17.991	98% reúnen las características aptas al consumo del grupo de inclinación de compra.

*Nota.* Determinación de la demanda según el grupo de interés e inclinación de compra.

Mientras que a una proyección de la demanda a 5 años a la recuperación de la TIR se realiza mediante el método de estimación con una tasa de crecimiento asumida.

Donde:

Demanda actual= 17.991

Tasa de crecimiento: 2.2%

Factor de crecimiento anual=  $1+0.022= 1.022$

**Tabla 3:** *Proyección de la demanda*

<b>Demanda proyectada a 5 años</b>		
<b>Periodo</b>		<b>Demanda proyectada</b>
2024	17.991 * (1.022)	18.386
2025	18.386 * (1.022)	18.790
2026	18.790 * (1.022)	19.203
2027	19.203 * (1.022)	19.625
2028	19.625 * (1.022)	20.056

*Nota.* Proyección de la demanda a 5 años plazo.

### 3.1.3. Demanda insatisfecha

Dentro de la demanda se considera a los grupos de danza que aproximadamente existen 34 grupos en los pueblos afrochoteños con más de 10 integrantes por grupo de danza. Seguido de los grupos de música bomba, entre los más representativos del Valle del chota, se ha considerado a 17 grupos de mínimo 8 integrantes por cada grupo. Y el resto de la demanda que se compone de adultos mayores y otras personas que no usan a diario, sin embargo, por formar parte de la cultura, portan del traje para cualquier ocasión o cultural.

Es así que, para la determinación de la demanda insatisfecha, se toma en cuenta la demanda que ya se ha fijado en la tabla N.º 2. Dada la meta de la demanda, se proyecta un cumplimiento en la oferta del 31%, reconociendo que al ser una empresa nueva que pretende posicionarse en el mercado no tiene la capacidad suficiente para complacer a todo el mercado afrochoteño. Es decir, de los 17.991 afrochoteños que se encuentran dentro de la demanda, la empresa Afrochoza S.A.S. podrá cubrir la satisfacción de, 5640 afrochoteños. Mientras que la demanda insatisfecha se identifica de la siguiente manera:

$$\text{Demanda insatisfecha} = D - O$$

Donde:

D = Demanda

O = Oferta

$$\text{Demanda insatisfecha} = 17.991 - 10.795$$

*Demanda insatisfecha* = 7.196, el mismo que representa el 69% de la demanda que no habrá disposición de complacer.

### **3.1.4. 7 P de marketing**

#### 3.1.4.1. Producto

La vestimenta típica del valle del chota, es un producto innovador; no por ser algo nuevo, pero sí por ser una indumentaria que tiene parte en las raíces de los afro que se asentaron en el Valle del Chota. Hoy por hoy se considera a la vestimenta un fragmento de la cultura ancestral de los afrochoteños, por el cual, en los tiempos actuales, es ideal para recordar las antiguas historias del sector. Es la razón por la que se propone la creación de la empresa “Afrochoza S.A.S.”, que se dispone a la fabricación y comercialización de trajes del sector afrochoteño al gusto y estilo del cliente, para su recordatorio y presentación de las tradiciones del sector o en otros casos para el uso diario. Afrochoza S.A.S. se enfoca directamente en las comunidades afrochoteñas en especial grupos de danza que buscan revitalizar las tradiciones del sector, en fin de que estas no desaparezcan y se siga transmitiendo la alegría, resistencia y cultura de la zona.

**Figura 12:** *Vestimenta típica del Valle del chota.*



### **Características**

- Múltiples diseños de trajes.
- Vestimenta colorida.
- Representación única del valle del chota.
- Es parte de los legados ancestrales.
- Elaboración propia según sus emociones y raíces, es decir, recrean su alegría o tristeza en los colores de su traje y la cultura del sector.
- No existe límites en las edades.
- Combina los estilos del sector afrochoteño y eventos formales.
- Ha sido utilizado por grandes personajes representantes del sector afrochoteño.

### **Simbología**

- Los collares

**Figura 13 :** *Muestra de collares o walkas*



Collares o como también se hacen llamar en el Valle del Chota “Walkas”, en la actualidad tienen una representación de elegancia y reivindicación sin olvidar los vínculos que existen con sus ancestros. De este modo, recuerdan a la esclavitud y opresión de los yugos esclavistas, quienes usaban cadenas sobre su cuello, manos y pies; para retenerlos en el lugar y obligarlos a realizar distintas actividades. Sin embargo, los afro debían resistir a todos los abusos y ofensas.

El turbante

**Figura 14:** *Muestra del turbante*



Es un símbolo de resistencia, identidad, orgullo y afirmación por las raíces o culturas que se marcaron en la época de la lucha social y la inclusión. En el sector afrochoteño también se lo conocía a una especie de turbante que usaban en la cabeza como “bayetas”; este por lo general era una tela o pañal de liencillo que en algún momento usaron sus hijos recién nacidos.

En sus inicios, el origen y herencia cultural del turbante surgió en África, donde usaban el turbante para la protección con la intemperie o espíritus sobre naturales, es decir, que buscaban alejar las malas energías que consideraban que estas ingresaban por la primera entrada que es la cabeza. También era una forma simple de comunicación de las mujeres afro a su entorno y en especial para los hombres; quienes llevaban su turbante inclinado a la parte derecha expresaba que está casada y, por lo contrario, si lo inclinaba a la izquierda señalaba que era una mujer libre y soltera.

Llegado el momento de la esclavitud, a diferencia de su verdadero origen, el turbante fue usado por las mujeres negras esclavizadas para esconder su belleza natural, esto debido a que las mujeres españolas exigían que estas deben estar siempre cubiertas su cabello, sin embargo, las españolas no conocían que el turbante era algo significativo para las mujeres negras, así que lo portaban como una corona y orgullo por llevar algo de su cultura. Desde ese momento surgió la idea de cubrir con él sus trenzas que entre ellas plasmaban los caminos de escape; escondían las semillas y el oro que les servía para comprar la supervivencia alimentaria y libertad de sus comunidades. En otras situaciones, el turbante también fue usado para aligerar el peso de las bateas llenas de agua o alimento sobre sus cabezas.

Es desde ahí que nació la representación del turbante en el Valle del chota como una especie de homenaje para representar la belleza, protección, sabiduría, respeto, orgullo e identidad del pueblo negro que llegó esclavizado hasta las tierras ecuatorianas. Se considera que el turbante es un símbolo de respeto y pertenencia a la identidad, porque al usarlo lleva una corona que une la lealtad a sus ancestros que lucharon por la libertad.

Indumentaria de falda plisada y blusa

**Figura 15:** *Muestra de indumentaria*



Es una vestimenta que acentúa sus caderas, muestra la picardía en el movimiento de su cuerpo y, además, de sentirse ligeras y cómodas en la demostración de la danza con su vestimenta; como dato curioso, tiene estrechamente un vínculo con la tierra y la agricultura, por medio de la danza se agradece a la madre tierra por los frutos brindados para su supervivencia con sus coloridas vestimentas.

**Figura 16:** *Vestimenta afro casual*



*Nota.* Fotografía tomada de ok Diario (Espada, 2021). Se muestra la vestimenta casual africana.

Con la idea de representar no solo la cultura, sino también la elegancia, a través de las tradiciones actuales que se han adaptado en el tiempo, y se ha dado como un uso simbólico en muchos continentes; se involucra como un producto de ingreso adicional a la empresa, una vestimenta afro casual, en el cual muestra una vestimenta que usan hombres y mujeres, en su mayoría los hombres, llevando una camisa larga y amplia con estampados africanos decorativos y bordados, combinado con pantalones largos o cortos. En el caso de las mujeres, donde su uso es escaso, llevan vestidos de colores llamativos, generosos y elegante del mismo estilo africano, con estampados decorativos y bordados. En las mujeres de edad adulta, usan colores neutros con tocados como parte importante de la cultura africana, pueden ser faldas largas o vestidos.

#### 3.1.4.2.Precio

Para este apartado se analizarán dos aspectos claves: análisis de precios a través de costos de producción y análisis de precios a través de la competencia identificada.

#### **Análisis de costos de producción**

Como ya se había mencionado antes, no existe un lugar o empresa específica que realice este tipo de vestimenta, pero la vestimenta, al ser originaria del sector, lo realizan personas que, a través de su experiencia y vivencias con ancestros culturales, tienen un amplio conocimiento sobre la confección. En este caso del precio estimado, se pretende valorar según el coste de la producción, es decir, según los materiales, mano de obra y CIF que se van a implementar para conseguir el producto final.

**Tabla 4:** *Materia prima vestimenta típica.*

<b>Materia Prima Para Hacer 1 Traje Afrochoteño (15 – 60 Años)</b>				
<b>Materia Prima</b>	<b>Unidad De Medida</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Total</b>
Tela dacrón blanco	Metros	\$ 1.80	1.75 mt	\$ 3.15

Encaje blanco	Metros	\$ 0.30	1.75 mt	\$ 0.53
Tela falda	Metros	\$ 3.00	1.75 mt	\$ 5.25
Tela cuadrille delantal	Metros	\$ 1.55	1.00 mt	\$ 1.55
Tela organza estampada	Metros	\$ 6.00	1.00 mt	\$ 6.00
Mullos	Docena	\$ 0.25	1	\$ 0.25
Encajes de colores	Metros	\$ 0.30	2.00 mt	\$ 0.60
<b>Total</b>				<b>\$ 17.33</b>

**Tabla 5:** *Mano de obra vestimenta típica.*

<b>Mano De Obra Para Hacer 1 Traje Afrochoteño</b>			
<b>Mano De Obra</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Total</b>
Costureros /as	\$ 15.00	1	\$ 15.00
<b>Total</b>			<b>\$ 15.00</b>

**Tabla 6:** *Costos indirectos de fabricación de la vestimenta típica.*

<b>Costos Indirectos De Fabricación Para Hacer 1 Traje Afrochoteño</b>				
<b>CIF</b>	<b>Unidad De Medida</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Total</b>
Gafetes	Par	\$ 0.10	1 par	\$ 0.10
Cierres	Unidad	\$ 0.15	1 unidad	\$ 0.15
Botones	Unidad	\$ 0.10	2 unidades	\$ 0.20
Hilos	Metros	\$ 0.50	10.18 metros	\$ 5.09
Agujas	Unidad	\$ 0.03	1 unidad	\$ 0.03

Imperdibles	Unidad	\$ 0.05	1 unidad	\$ 0.05
<b>Total</b>				<b>\$ 5.62</b>

**Tabla 7:** *Costos totales, vestimenta típica.*

En este apartado se observa los costos totales para la producción de un traje afrochoteño completo, donde se incluye el costo de materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación.

<b>Coste Total De Producción Para Hacer 1 Traje Afrochoteño</b>	
<b>Coste De Producción</b>	<b>Costo Total</b>
Materia Prima	\$ 17.33
Mano De Obra	\$ 15.00
Cif	\$ 5.62
<b>Total</b>	<b>\$ 37.95</b>

Como resultado, al cálculo del coste de producción de un traje de la vestimenta afrochoteña que consta de falda plisada, debajero, delantal y blusa, tiene un costo de \$37.95, recalando que el costo además de abarcar un traje completo, se encuentra estimado a una talla para personas de 15 a 60 años de edad. En constancia, mientras menor sea la talla, también es menor el precio, debido a que, los materiales reducen en una gran instancia.

Analizando el momento de oportunidad de negocio en el mercado, se propone una nueva fuente de ingreso a la empresa Afrochoza S.A.S. con una vestimenta afro casual en un estilo africano. Este traje mezcla la formalidad con la cultura afro, basándose especialmente en los colores fuertes que se usan en África. Es así que también se toma en consideración sus costos de producción que se prevén tomar en cuenta para llevarlo a cabo.

**Tabla 8:** *Materia prima traje casual.*

<b>Materia Prima para hacer 1 Traje Casual</b>					
<b>Materia Prima</b>	<b>Unidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Cantidad Necesaria</b>	<b>Costo Total</b>	
Tela sarga estampada	mt	\$ 6,00	2 metros	\$	12,00
Encaje	mt	\$ 0,30	2 unidades	\$	0,60
<b>Total</b>				<b>\$</b>	<b>12,60</b>

**Tabla 9:** *Mano de obra traje casual.*

<b>Mano De Obra Para Hacer 1 Traje Casual</b>			
<b>Mano De Obra</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Total</b>
Costureros /as	\$ 15.00	1	\$ 15.00
<b>Total</b>			<b>\$ 15.00</b>

**Tabla 10:** *Costos indirectos de fabricación traje casual.*

<b>Costos Indirectos De Fabricación Para Hacer 1 Traje Casual</b>				
<b>CIF</b>	<b>Unidad De Medida</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Total</b>
Cierres	Unidad	\$ 0.15	1 unidad	\$ 0.15
Botones	Unidad	\$ 0.10	4 unidades	\$ 0.40
Hilos	Metros	\$ 0.40	8 metros	\$ 3.20
Agujas	Unidad	\$ 0.03	1 unidad	\$ 0.03
Cinta elástica	Unidad	\$ 0.5	1 unidad	\$ 0.50
<b>Total</b>				<b>\$ 4.28</b>

A punto final se muestran los costos que se integran en la producción de un traje casual para caballero, tomando en cuenta que los mismos costos pueden tomarse para realizar un traje casual de dama, su diferencia no tiene máxima variedad.

**Tabla 11:** *Costos totales traje casual.*

<b>Coste Total De Producción Para Hacer 1 Traje Casual</b>	
<b>Coste De Producción</b>	<b>Costo Total</b>
Materia Prima	\$ 12.60
Mano De Obra	\$ 15.00
Cif	\$ 4.28
<b>Total</b>	<b>\$ 31.88</b>

Como resultado, al cálculo del coste de producción de un traje casual que se relaciona con la combinación de colores fuertes, tiene un costo de \$ 31.88, recalando que el costo varía según el modelo y tallas como L o XL, que es apropiado para personas aproximadamente de 35 a 45 años de edad. Es así que, mientras menor sea la talla, también es menor el precio, debido a que, los materiales reducen.

### **Análisis del precio de la competencia**

En el mercado competitivo se analiza un precio promedio desde los \$40,00 hasta los \$75,00 por un traje de la vestimenta típica del Valle del Chota, confeccionada a través de personas informales que no tienen un precio fijo de cobranza, ni tiempos establecidos. En ese sentido, el precio se establece a través de las variables como: tiempo, mano de obra y materiales principales utilizados.

En muchos de los casos, los trajes casuales se usan para ceremonias como bautizos, matrimonios, religión, etc. Su precio ronda sobre los \$35,00 a los \$90,00 dependiendo del modelo o tipo de vestimenta; en estas se incluyen blusas o vestidos con accesorios o sin ellos.

Una vez identificado los costos de producción y los precios de la competencia, el precio introductorio de los trajes típicos del valle del chota es de \$ 37,95 y de trajes casuales es de \$31,88 según los costos obtenidos desde la materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación tomados en cuenta para la determinación de su precio aproximado.

### 3.1.4.3.Plaza

La confección de la vestimenta típica del sector afrochoteño que se realizará en la empresa Afrochoza S.A.S., tendrá su punto físico autorizado para la confección y distribución en la comunidad de Mascarilla, ubicado en la provincia del Carchi, cantón Mira; dado que es el lugar que se ha considerado por los posibles clientes que han preferido en la encuesta que se realizó como un estudio de mercado. Se contará con un modelo de negocio B2C digitalizado con ventas en páginas virtuales como Página web, Facebook, Instagram, WhatsApp y TikTok. Incrementando también los envíos a los sectores afrochoteños ubicados en Imbabura, dado el caso que el cliente lo solicite.

**Figura 17:** Tarjeta de Identificación.



*Nota.* Tarjeta de reconocimiento e identificación oficial de la empresa.

#### 3.1.4.4.Promoción

Con la finalidad de lograr un convencimiento en el cliente, se creará varias promociones o estrategias que intenten persuadir al cliente para su compra, por las mismas razones también ayudará a una excelente satisfacción del cliente, dada la buena atención. Mediante las promociones, se tomará en cuenta a los grupos de danza que tienen un alto interés en el consumo de la vestimenta, aún mejor si se trata de promociones, regalos o descuentos, en ciertas cantidades.

Las promociones de las cuales podría tratar son:

- Descuentos a grupos de danza a partir de los 10 integrantes.
- Reconocimientos de méritos a grupos representativos.
- Asesoramiento de acuerdo al tipo de presentación y danza.
- Obsequios por representación en reinados.
- 20% de descuentos por dos o más trajes sin importar su diferencia o variedad.
- Descuentos carnavaleros.
- Envío gratis con entrega a domicilio por la compra de 5 o más trajes.
- Precios bajos por liquidación.
- Extensión de horarios en festividades y pregones.
- Promoción de lanzamiento.
- Descuentos por likes y shares en transmisiones de TikTok y Facebook.
- Sorteos con premios atractivos.

Es oportuno, tomar a muestra una parte del tipo de producto que se ofertará en la empresa Afrochoza S.A.S. a modo de catálogo, que también podría tener un profundo uso en los clientes para un asesoramiento de sus preferencias, gustos o momentos de uso.

**Figura 18:** *Portada principal del catálogo.*



En su portada se encontrarán características que permita identificar algún aspecto principal referido a los afrochoteños, en el mismo que constará la presencia de la empresa, es decir, su nombre que la representa y el año de campaña del catálogo con la vestimenta que ofrecerá. Seguido de otras páginas, iniciará mostrando las diferentes subsecciones como se muestra en la figura N.º 19, iniciando por conjuntos completos de bomba, faldas, blusas, delantales y debajeros; que permitirán tener un mejor manejo en los modelos de vestimenta, también puede ayudar en caso de que el cliente no se encuentre interesado por todo el traje completo, sería posible realizar solo el producto específico que tiene en mente.

**Figura 19:** *Catálogo sección bomba*



Referente a la vestimenta casual, al considerarse una fuente de ingreso adicional a la empresa, se incluye en un catálogo como muestra del producto hacia el cliente, donde puede realizar la elección del traje que considere ser de su gusto. Cabe recalcar, que este tipo de trajes tendrá fabricación solo en caso de pedidos; por motivo que no es el producto directo de comercialización en la empresa. Pero tendrá un stock mínimo de muestra para el cliente. A continuación, se muestran una pequeña muestra de modelos.

**Figura 20:** *Catálogo sección casual*



Independientemente de la forma de distribución del catálogo de los productos Afrochoza S.A.S es vital dar al cliente un acceso de comunicación e instrucciones para relacionarse con la empresa. No está, por demás, dar a conocer al cliente alternativas mediante el mismo instrumento, como se muestra a continuación en la figura N.º 21.

**Figura 21:** *Comunicación con la empresa*



### 3.1.4.5. Persona

Con el fin de crear oportunidades de negocio con excelentes beneficios y satisfacer la preocupación del mercado de los afrochoteños que pretenden no perder la cultura, se propone un segmento de consumo demográfico de hombres, mujeres y niños ecuatorianos de etnia afro del Valle del Chota ubicado en Imbabura y Carchi, los mismos que estén interesados en

la compra de trajes típicos del sector afrochoteño confeccionados de acuerdo a sus preferencias y representar la cultura en otros lugares y diferentes tipos de eventos.

**Figura 22:** *Representación grupo de danza*



*Nota.* Fotografía concedida por el grupo de danza LC Dance Ibarra.

La edad planteada para la venta de los trajes típicos del valle del chota es de los 18 años en adelante, tomando la certeza que desde dicha edad tienen la decisión de compra. Sin embargo, el público objetivo de consumo inicia desde los 5 años de edad en adelante, siempre y cuando haya una persona mayor de edad de por medio para que este sea el cliente principal en la compra. En este sentido, el mercado real de consumo en la vestimenta típica ataca los segmentos desde los 5 hasta los 65 años de edad en adelante de las comunidades aledañas al valle del chota; dicho mercado puede llegar a personas mayores a los 65 años, por motivo que muchos de ellos son personas antiguas que han usado siempre este tipo de vestimenta y es desde ellos que nace la cultura y tradición.

**Figura 23:** *Vestimenta típica CIVB Angelitos Negros*



*Nota.* Devany Leylani Polo Espinoza de CIVB Angelitos Negros mascarilla. Fotografía concedida en la comunidad de mascarilla.

En dicho mercado, de los 5 hasta 26 años de edad, son personas que más actividad tienen en la representación de la cultura y tradición afrochoteña; como se muestra en las figuras N.º 22 y 23, donde necesitan de una indumentaria afro que les garantice la buena presentación y certeza de elegancia al momento de mostrarse a un público.

### **Buyer persona**

**Figura 24:** *Buyer persona N.º 1*



*Nota.* Integrantes de grupos de danza. Fotografía concedida por el grupo de danza LC DANCE Ibarra.

Karla Nayeli Espinoza es auxiliar en enfermería y estudiante universitaria de la carrera de educación física residente en la ciudad de Ibarra, tiene 23 años de edad y es soltera. Es la reina de la parroquia Guayaquil de Alpachaca, por lo tanto, se preocupa por el bienestar del sector, en especial trata siempre de recordar a la juventud el origen del pueblo afro para mantenerlo vivo. Karla pertenece al grupo de danza de bomba “LC” de la ciudad de Ibarra y la Academia de danza “RENACER AFRO” de la comunidad de Mascarilla; para ella la danza es su pasatiempo favorito. Su comportamiento en redes sociales es activo, por lo que realiza videos de bailes con vestimentas atractivas que representen la cultura afrochoteña. Karla tiene un efecto de pain points en su vida, porque tiene que atravesar por un proceso de compra desde el inicio, es decir, desde la búsqueda de diseño, medidas, confección y compra, para tener su producto deseado, a sabiendas de que no existe el tiempo necesario para ese proceso.

**Figura 25:** *Buyer persona N.º 2*



*Nota.* Integrante de grupo de música bomba y danza. Fotografía concedida por el grupo de danza LC DANCE Ibarra.

Fabricio Espinoza es soltero, a sus 25 años de edad es un estudiante universitario de la carrera de educación física, es residente de la ciudad de Ibarra. Pertenece a varios grupos de música bomba y grupos de danza. Es una persona independiente que ha trabajado por conseguir sus objetivos. Tiene una alta experiencia en los escenarios como cantante, locutor, danza y músico. Es una persona optimista y siempre está presente en eventos culturales del valle del chota. Sin embargo, tiene un dolor que hasta el momento no ha sido satisfacido, que es la insuficiencia en la vestimenta típica, específicamente para el género masculino. Al ser un tipo de vestimenta que no se diferencia en lo máximo, no existe oferta y promociones. Para esos momentos ya debe tener en mano un traje a su gusto de colores que se haya enviado hacer con anticipación o, por otro lado, adecuarlo en ese instante con otros recursos.

**Figura 26:** *Buyer persona N.º 3*



*Nota.* Integrante de grupos ancestrales de GAEN y danza. Fotografía concedida por Lara Anita.

Anita Lara perteneciente a la comunidad de mascarilla, aproximadamente a sus 49 años, es una mujer que se encuentra vinculada estrechamente con la cultura afrochoteña, en especial en el uso de la vestimenta y también dirigente de extranjeros que pretenden conocer el Valle del Chota y sus tradiciones. Es una de las personas que ha cambiado el sector, dando a

conocer la cultura. Se dedica a realizar máscaras que representan el origen de la etnia y la danza de la bomba. A estas razones se ha encontrado con el pain point de no existir un lugar físico en donde se pueda mostrar y dar a conocer la cultura afrochoteña que va más allá de un lugar con historia. Su satisfacción se encontraría en un punto de acceso sin dificultades a la vestimenta afrochoteña con variedad de colores que llamen la atención de los extranjeros que pretenden llegar al lugar a conocer más de sus tradiciones.

**Figura 27:** *Buyer persona N.º 4*



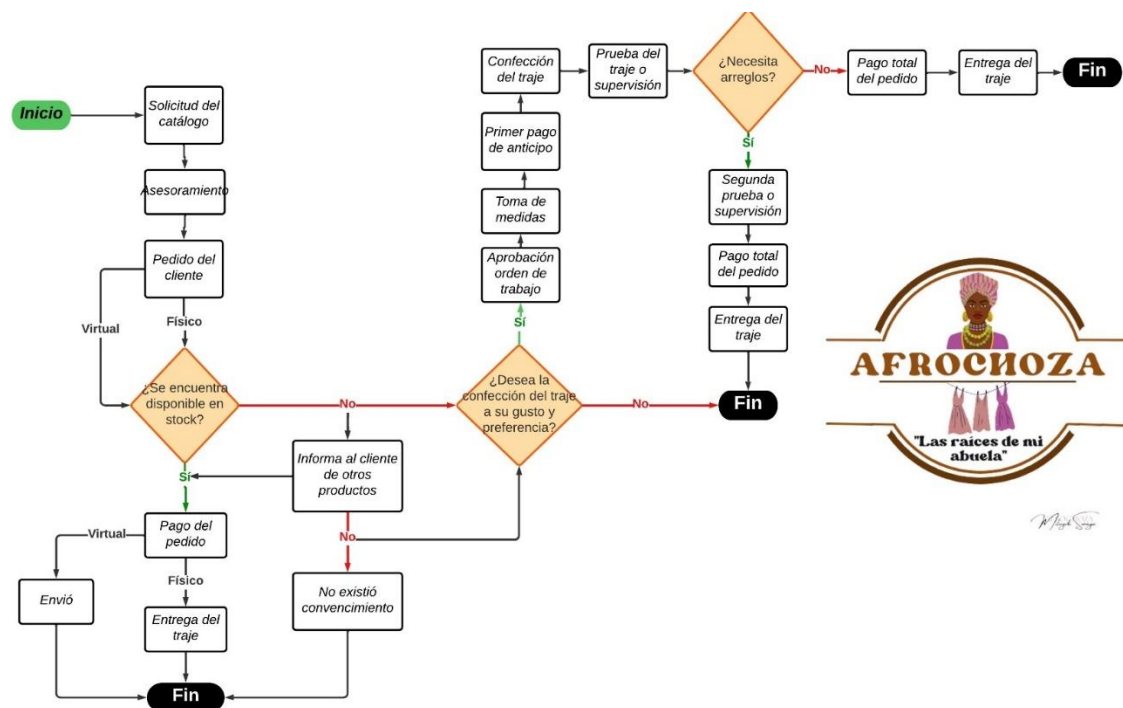
*Nota.* Fotografía concedida por Maía Minda Anangonó, oriunda de la ciudad de Ibarra.

En sus años de vida es un cliente potencial que tiene un uso diario de la vestimenta afrochoteña, al ser una persona ancestral que no ha cambiado sus costumbres. A sus 81 años de edad, no ha dejado de usar la vestimenta afro. Pero su necesidad no puede ser cumplida porque no existe un lugar que le aporte con la vestimenta para su uso diario. Tiene que enviarlo, hacer por otras personas. Pertenece a la comunidad de Mascarilla.

#### 3.1.4.6. Proceso

En Afrochoza S.A.S se ha considerado tener dos procesos que trabajaran conjuntamente. Se contará con el proceso virtual y presencial. El virtual es donde el cliente accede a las páginas o redes sociales oficiales de la empresa, para conocer las coloridas vestimentas que se confeccionan en el lugar. Mientras tanto, en el proceso presencial se realizará todas las actividades en la tienda física, siempre que el cliente realice una visita en Afrochoza S.A.S. A diferencia del proceso virtual, tiene la diferencia que el cliente verifica por sí mismo la calidad de la vestimenta para realizar la respectiva compra.

**Figura 28:** *Proceso de adquisición o compra*



Para el proceso de compra se retoma como inicio la solicitud de catálogo por cliente, permitiéndose un asesoramiento adecuado, ya sea por el tipo de gusto u evento al que desee asistir. Al concluirse con el asesoramiento, una vez aprobado con las preferencias, se procede al pedido de cliente; tomando en cuenta su manera de pedido, física o virtual, se aprueba la orden de trabajo o disponibilidad del producto en la tienda. Si el producto se encuentra en la tienda, será entregado al cliente con el respectivo pago. De lo contrario, si el producto no se encuentra en la tienda, se procede a un nuevo asesoramiento por nuevos modelos de trajes

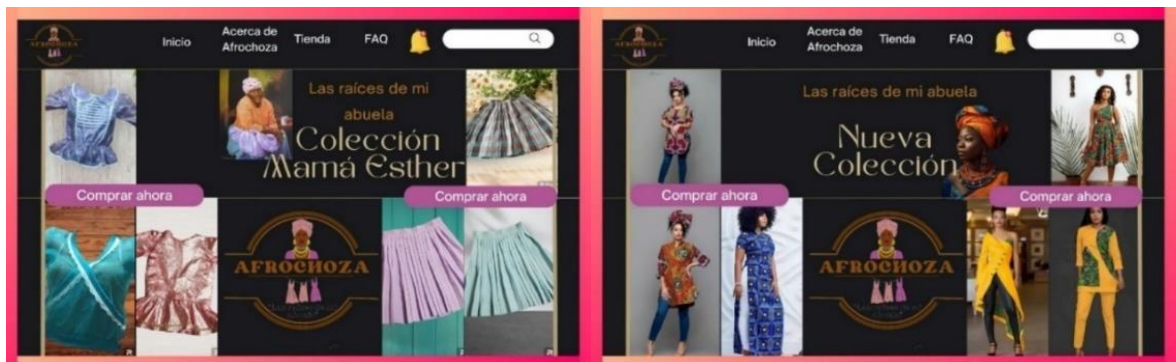
que podrían ser del interés del cliente o si el gusto sigue siendo el mismo, es decir, si no existe ningún cambio en la decisión, se continúa con la confección a la satisfacción del asesorado. Si el asesoramiento se realizó de forma virtual, es necesario citar al cliente para la toma de medidas. Con la cita de forma presencial, se procede a la toma de medidas del cliente. En la confección pasa por todos los departamentos, en especial de supervisión de la calidad o prueba, esta supervisión puede repetirse varias veces, las que sean necesarias, a tal que el consumidor se sienta satisfecho con el trabajo realizado. Finalmente, se cita al cliente en una nueva ocasión para la prueba y entrega del producto con su debido pago.

#### 3.1.4.7. Posicionamiento

A partir de la teoría invertida por el estudio de mercado, se ha optado la oportunidad de realizar un branding, creando una marca de la vestimenta afrochoteña con el nombre “Afrochoza S.A.S”; relacionado con una antigua choza del valle del chota, donde se crea exclusivamente la vestimenta del sector para su propio uso, ya sea para representaciones o de uso rutinario. En constancia a ello, bajo la promesa de marca se propone el logotipo “las raíces de mi abuela”, donde hace referencia a una persona de los tiempos antiguos que vivió este tipo de situaciones y se las transmitió a las generaciones futuras, con el fin de que estas la conserven.

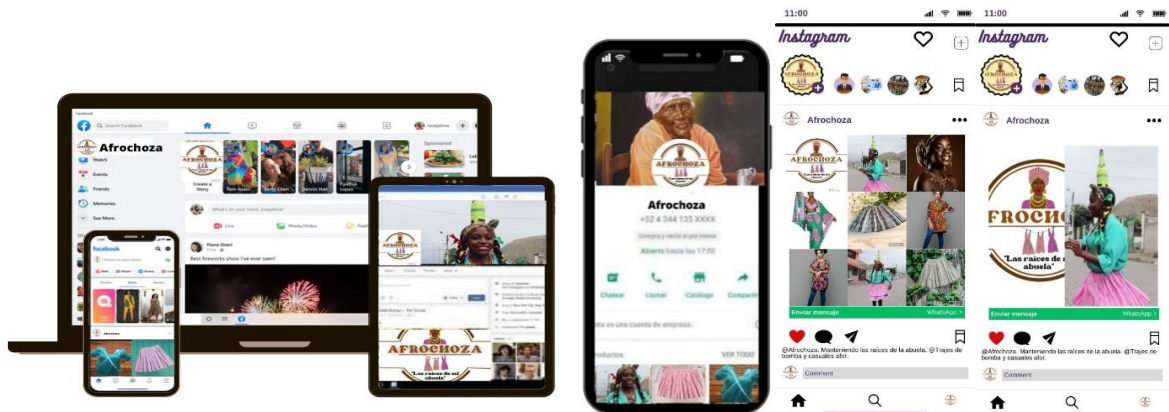
Aparte de la empresa física en donde se confeccionaran los trajes, se pretende ganar posicionamiento en el mercado por medio del mundo digital, tomando en cuenta que en la actualidad tiene bastante realce para conocer los tipos de negocio que se encuentran en el entorno. Por este tipo de medio, se realizará publicaciones en la página web, facebook, instagram, whatsapp Business y Tik tok. Cada una de las publicaciones con las imágenes tendrán el objetivo de llegar o de alguna manera hacer conocer a más personas que existe una empresa que realiza este tipo de trajes, que sin duda alguna no son fáciles de conseguir.

**Figura 29:** *Publicación página Web*



La página web de Afrochoza S.A.S, contará con dos secciones de búsqueda según el tipo de traje que el cliente está buscando, el primero estará referido a la vestimenta afrochoteña con el nombre de “Colección Mamá Esther”, a razón que es un nombre conocido y representativo en las personas ancestrales del Valle del Chota y el segundo a la vestimenta casual, que puede ser utilizado en cualquier tipo de evento, con el nombre de la Nueva Colección.

**Figura 30:** *Publicación de redes vinculadas.*



Las tres redes sociales de Facebook, WhatsApp e Instagram se encontrarán vinculadas para tener acceso con un solo clic desde la red social de Facebook. En estos apartados se publicarán las promociones y confección de nuevos modelos.

**Figura 31:** *Publicación TikTok*



Con la representación de las imágenes sobre la confección y promociones de Afrochoza S.A.S, como se muestra en el conjunto de la figura N.º 31, a diario se pretenderá llegar a más seguidores, con videos interactivos sobre la representación de la vestimenta afrochoteña.

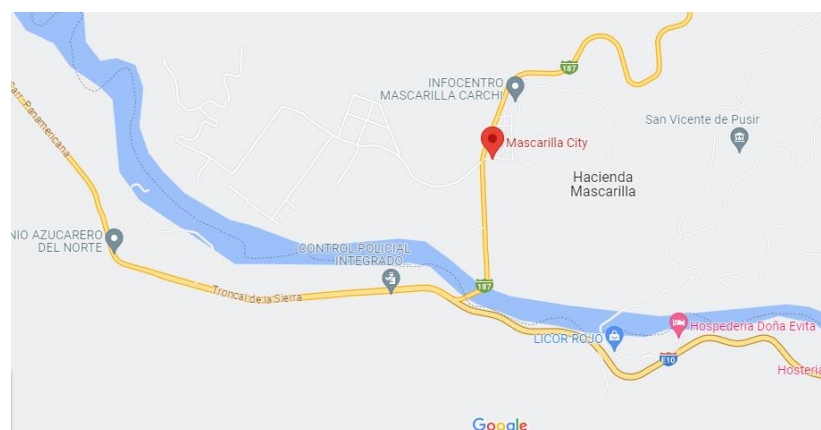
### 3.2. Estudio técnico

#### 3.2.1. Macro y Micro localización

##### 3.2.1.1. Macro localización

Afrochoza S.A.S se encontrará ubicada en la zona norte de la provincia del Carchi, cantón Mira, comunidad de Mascarilla situado a la vista de todo el público en la calle principal del barrio Mirador bajo.

**Figura 32:** *Ubicación de la comunidad de mascarilla*



*Nota.* Ubicación de la comunidad de mascarilla. Fuente: Google maps

### 3.2.1.2. Micro localización

Aproximadamente a 1.31 km (4.288,34 pies) del control policial ubicado en Tababuela, tomando la vía transversal entre Imbabura y Carchi del cruce hacia el cantón Mira. Al llegar a la segunda entrada intermedia de la comunidad de mascarilla e ingresando por la misma se puede encontrar al espacio en que será adecuado el proyecto; específicamente en el barrio Mirador bajo – 112.

Se escogió este lugar por motivo que se consideró el sector más adecuado por parte del cliente mencionado en el instrumento de investigación de la encuesta como parte del estudio con más de un porcentaje de 50% de los pueblos pertenecientes al sector afrochoteño, además de encontrarse entre los primeros pueblos afros con facilidad de acceso y también es más cercano a la ciudad de Ibarra, aproximadamente a 30 minutos. Al tratar de servicios, tiene subsidios de consumo bastante bajos, incluido en el servicio del agua, que tiene la posibilidad de pagarse un valor acumulado al año.

**Figura 33:** *Ubicación barrio Mirador*



*Nota.* Ubicación barrio mirador de la comunidad de mascarilla. Fuente: Google maps

### 3.2.2. Descripción técnica

#### 3.2.2.1. Traje afrochoteño

**Figura 34:** Descripción del traje afrochoteño



La vestimenta afrochoteña cuenta con varias propiedades, como se muestran en la figura N.º 34, comportándose por una tela ligera, de fácil movimiento y que permite la transpiración o respiración del cuerpo, tomando en cuenta el tipo de clima cálido seco que existe en el Valle del Chota. Además de tener la posibilidad de contar con bolsillos ocultos tanto en la falda como el delantal. Este tipo de traje cuenta con dos capas, la primera que es la enagua o debajero, en algunos casos prefieren usarlo como otro tipo de falda con encaje en los fillos y en otros como un vestido ligero que no exceda en sudoración; y sobre ella lo compone la falda plisada pasada la rodilla, blusa y delantal. Parte de sus accesorios son las walkas, turbante y aretes coloridos.

#### 3.2.2.2. Traje casual caballeros

**Figura 35:** Descripción del traje casual caballero



### 3.2.2.3. Traje casual damas

Figura 36: Descripción del traje casual damas



La vestimenta casual es un tipo de indumentaria africana, donde a través del tiempo se ha realizado adaptaciones para combinar con las situaciones actuales y el entorno que se rodea. Son trajes realizados en telas estampadas con diversos colores y detalles que representan la cultura afro. Para los hombres se realiza camisas manga larga bastante amplia, distinguida por los patrones decorativos, colores y bordados llamativos. Mientras que las mujeres, por lo general, usan vestidos o faldas, con los mismos patrones decorativos y adicional un tocado o turbante en la cabeza.

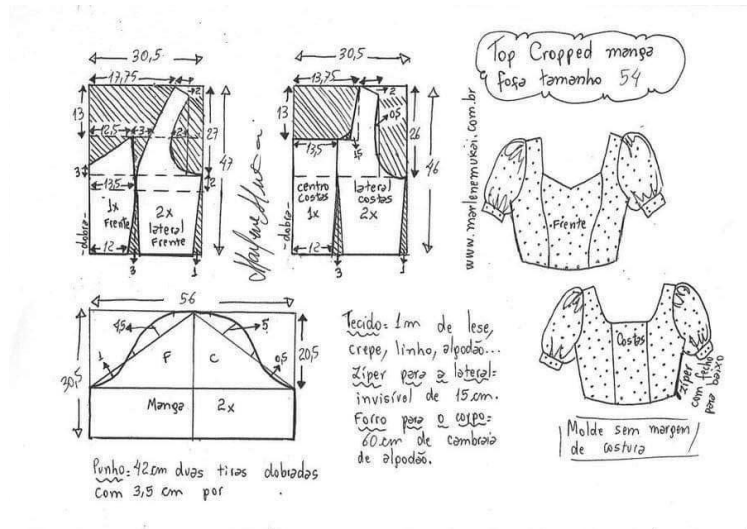
### 3.2.3. Detalle de actividades

Confección de traje afrochoteño.

#### **Blusa**

- Recepción de materia prima (tela organza estampado)
- Diseño gráfico y medidas exactas de la blusa a preferencia del cliente.
- Corte de moldes.
- Remarcar moldes en la tela que se va a coser con las medidas tomadas (sujetar con alfileres)
- Unir cosiendo todas las piezas de la tela.
- Rematar bordes
- Coser a máquina detalles como encajes o cintas.

**Figura 37:** *Diseño de blusa.*

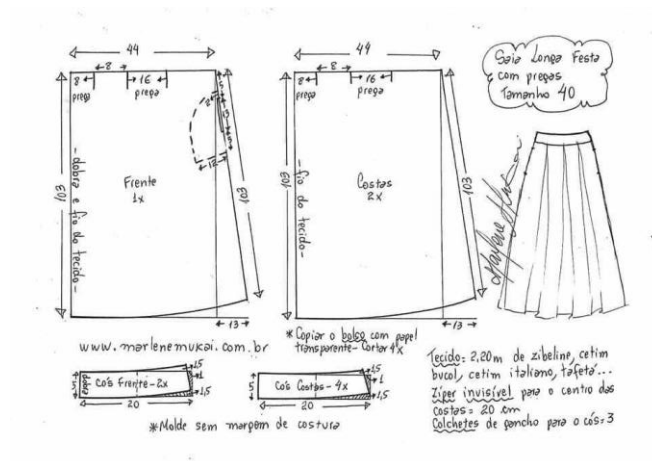


Nota. Figura tomada de la fuente de Pinterest.

### Falda y debajero

- Recepción de materia prima
- Diseño gráfico y medidas exactas de ancho y alto
- Igualar la tela
- Cortar en dos partes.
- Unir las dos partes en sentido de ancho.
- Realizar prensas de plisado
- Realizar dobladillo de acuerdo al alto de la falda
- Coser cinturilla
- En el caso del debajero, incluir encaje blanco a los filis del dobladillo.
- Planchar los tablonis del plisado.

Figura 38: Diseño de falda plisada

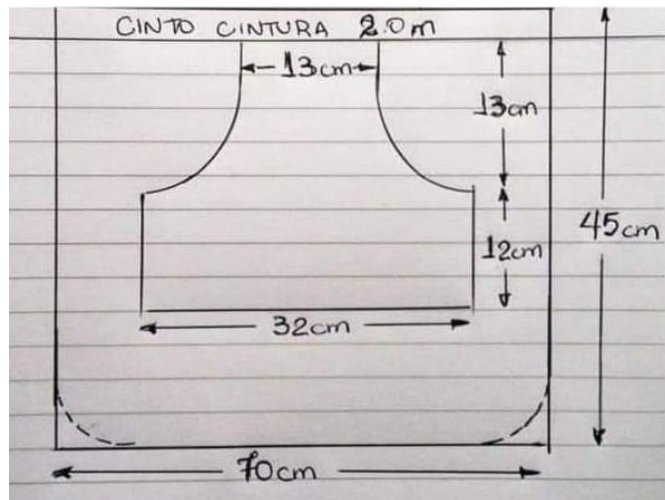


Nota. Figura tomada de la fuente de Pinterest.

### Delantal

- Recepción de materia prima
- Diseño gráfico y medidas exactas de la blusa a preferencia del cliente.
- Igualar tela de todos los lados.
- Tomar medida de ancho
- Igualar la tela y cortar
- Realizar prensas de plisado o encarrujado
- Bolsillos ocultos en el plisado
- Realizar dobladillo de alto del delantal.
- Coser cinturilla con tira para el laso
- Planchado

Figura 39: Diseño de delantal



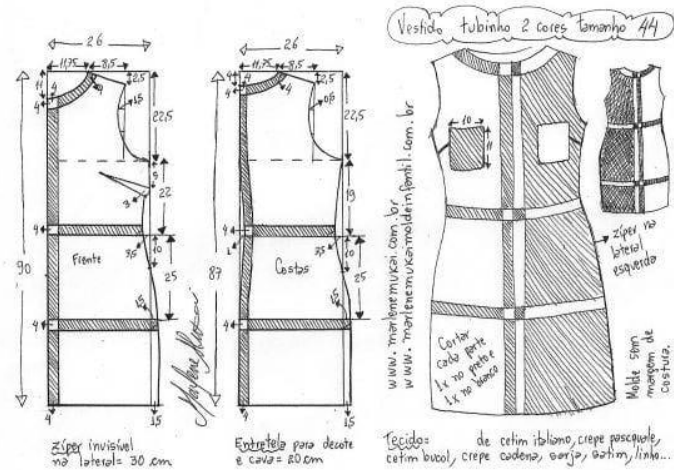
*Nota.* Figura tomada de la fuente de Pinterest.

### 3.2.3.1. Confección de traje casual

#### **Damas**

- Recepción de materia prima (tela sarga estampada de patrones coloridos y llamativos)
- Diseño gráfico y medidas exactas del vestido a preferencia del cliente.
- Corte de moldes.
- Remarcar moldes en la tela que se va a coser con las medidas tomadas (sujetar con alfileres)
- En el caso de ser un vestido con falda plisada, realizar el plisado de la falda. Caso contrario, continuar con el modelo recto del vestido.
- Unir cosiendo todas las piezas de la tela.
- Rematar bordes
- Coser a máquina detalles como encajes o cintas.

**Figura 40:** *Diseño de vestido afro recto*

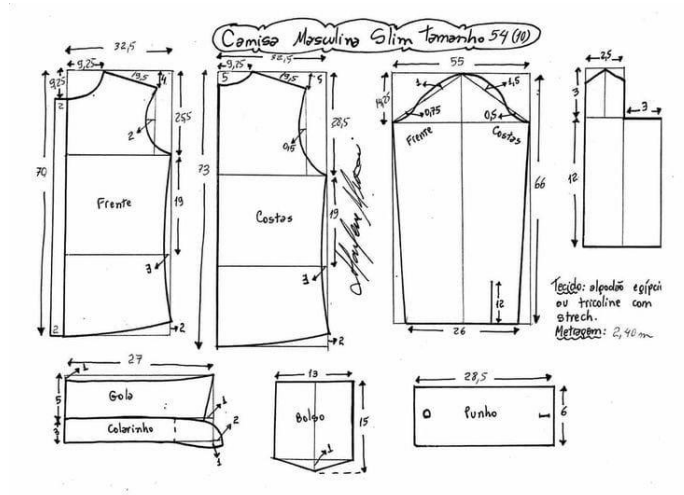


Nota. Figura tomada de la fuente de Pinterest.

## Caballeros

- Recepción de materia prima (tela estampada de patrones coloridos y llamativos)
- Diseño gráfico y medidas exactas de la camisa manga larga o preferencia del cliente.
- Corte de moldes.
- Remarcar moldes en la tela que se va a coser con las medidas tomadas (sujetar con alfileres)
- Unir cosiendo todas las piezas de la tela.
- Rematar bordes
- Coser a máquina detalles como encajes o cintas.

Figura 41: Diseño de camisa afro.



Nota. Figura tomada de la fuente de Pinterest.

### 3.2.4. Flujoograma proceso productivo

Figura 42: *Proceso de producción vestimenta afrochoteña.*

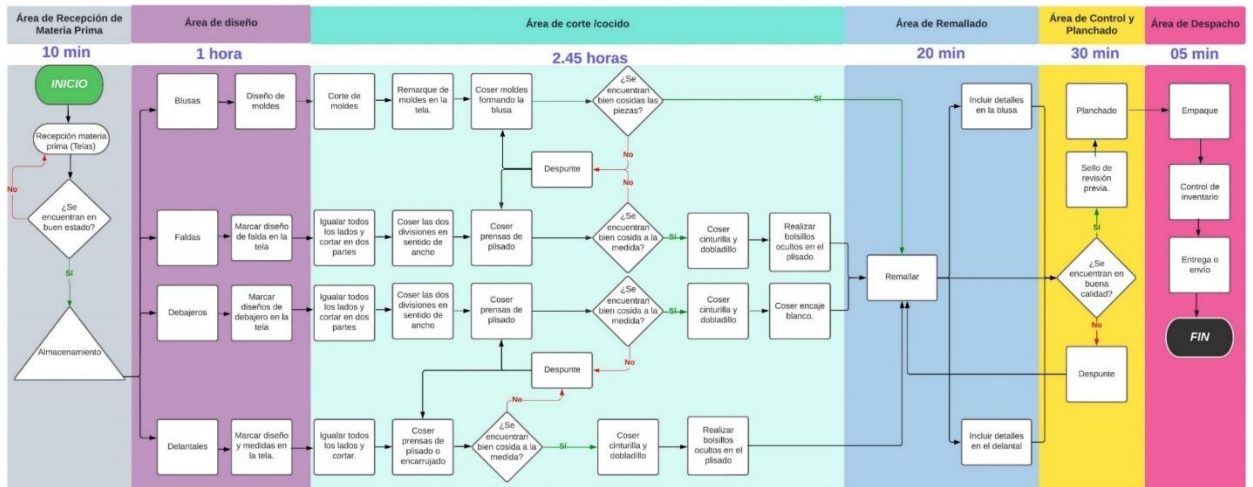
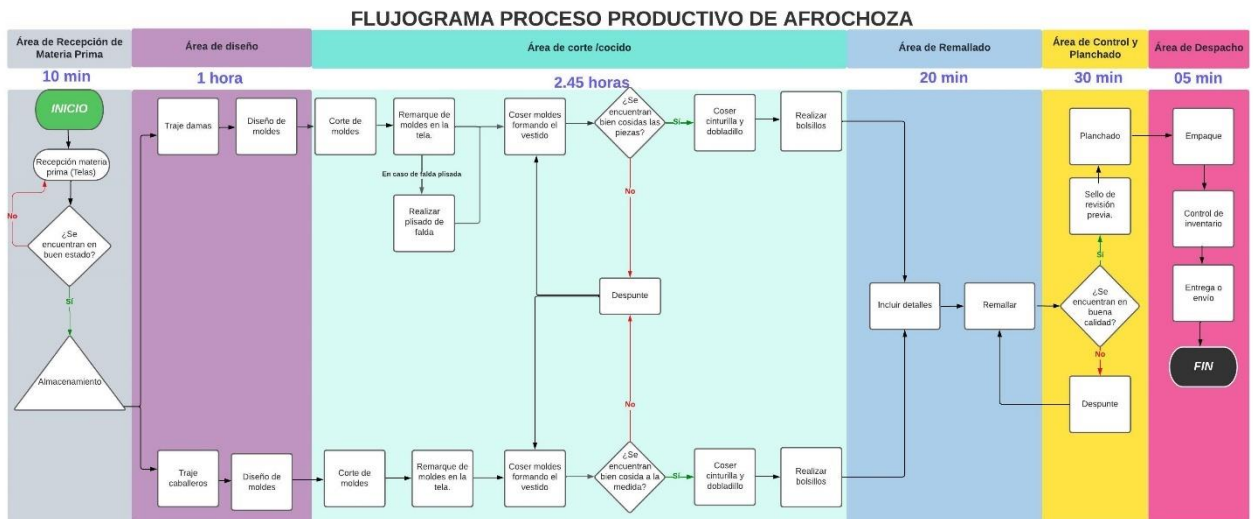


Figura 43: *Proceso de producción vestimenta casual*



### 3.2.5. Tamaño óptimo

La empresa Afrochoza S.A.S tiene prevista la contratación de un total de 21 colaboradores en el área de producción para el manejo tanto de la maquinaria y materiales que se tomaran en cuenta en la confección.

A razón de que la producción no será la misma en todos los meses, por motivos de festividades, bien puede ser que los clientes tengan la necesidad de consumir en esa fecha de festividades o por otro lado, no; incluso puede ser que en el mes de febrero y marzo se consuma más trajes que en el mes de diciembre. Es por ello que se toma en cuenta al tamaño óptimo con una capacidad de producción del 31% de la demanda. Dando como resultado un porcentaje del 69% que la oferta de Afrochoza S.A.S no podrá cubrir en el mercado.

**Tabla 12:** *Tamaño óptimo de producción*

<b>Tamaño Óptimo</b>					
<b>Personal requerido</b>	<b>Días laborables</b>	<b>Horas de trabajo</b>	<b>Producción anual</b>	<b>Producción mensual</b>	<b>Producción diaria</b>
			3.480 trajes típicos	290 trajes típicos	13 trajes típicos
20 colaboradores	5 días en semana	8 horas diarias	2.160 trajes casuales	180 trajes casuales	8 trajes casuales
<b>Total de producción estimada</b>			5.640 trajes anual	470 trajes mensual	21 trajes diarios

*Nota.* Cálculo del tamaño óptimo o capacidad de producción en la empresa Afrochoza S.A.S.

La valoración o proyección del tamaño óptimo de producción de los trajes se realiza con base en la maquinaria necesaria que se pretende invertir en el proyecto, mostrada a continuación en la tabla N. ° 13 y la demanda estimada de afrochoteños en el año calculado en el apartado de demanda o mercado meta.

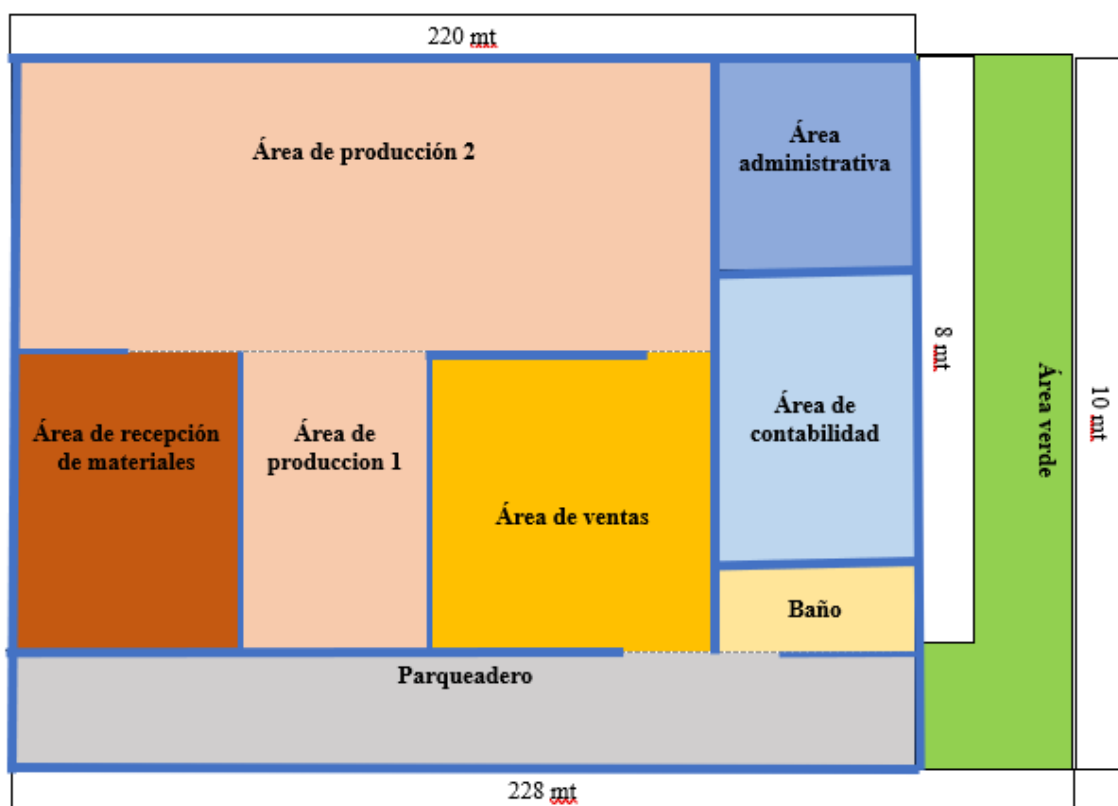
**Tabla 13:** *Maquinaria necesaria*

<b>Maquinaria</b>	<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>
-------------------	--------------------	-----------------

Máquina de coser puntada recta o prespunte	Es una máquina de coser que realiza costuras cerradas, usando hasta 3 agujas al mismo tiempo. De 2 o tres agujas es una costura plana.	8
Maquina overlock o remalladora	Es una máquina que realiza puntadas sobre hilados evitando que los orillos se deshilachen.	2
Máquina bastera	Sirve para realizar puntadas invisibles en dobladillos de faldas y pantalones de vestir.	4

*Nota.* Descripción de la maquinaria necesaria para la confección de la vestimenta.

**Figura 44:** *Distribución de áreas*



La distribución de las áreas se realizará en relación con el manejo de la producción, en donde constará de 21 personas en el área de producción, siendo también parte del mismo la

recepción de materiales, 1 persona en ventas, 1 persona en contabilidad y por último 1 persona en el área administrativa.

**Tabla 14:** *Distribución de áreas*


<b>Área</b>		<b>Distribución</b>		
Administrativa		1 persona		
Contabilidad		1 persona		
Ventas		1 persona		
Producción	21 personas	<b>Traje Afrochoteño</b>		
		Recepción de materiales y despacho	1 personas	
		Diseño, corte y cocido 10 personas	Blusas	4 personas
			Faldas	2 personas
			Debajeros	2 personas
			Delantales	2 personas
		Remallado y planchado	2 personas trajes afrochoteño 2 personas trajes casuales.	
		<b>Traje Casual</b>		
Diseño, corte y cocido 6 personas	Traje dama	3		
	Traje caballero	3		

Dada la cantidad del personal en el área de producción también es necesaria la asignación de tareas, siendo así que en el área de recepción de materiales y despacho se dispondrá de 1 persona; área de diseño, corte y cosido, para el traje afrochoteño 10 personas y traje casual 6 personas. Por último, 4 para las áreas de remallado y planchado.



### 3.2.6. Maquinaria de inversión y materiales necesarios



#### 3.2.6.1. Descripción maquinaria de inversión



**Tabla 15:** Descripción de la maquinaria de inversión



Maquinaria	Descripción	Imagen
Plancha a vapor marca Oster	<ul style="list-style-type: none"><li>• Protección para todo tipo de prendas.</li><li>• Tiene un 20% más cobertura de vapor.</li><li>• 40% mejor deslizamiento</li><li>• suela de cerámica con tecnología aeroceramic</li><li>• Botón de rociado fino para combatir arrugas difíciles</li><li>• Golpe de vapor vertical para planchar sin tabla</li><li>• Luz de encendido</li><li>• Tecnología Anti calcificación</li><li>• Control de temperatura</li><li>• Cable giratorio/ Cordón que gira 360°</li><li>• Voltaje: 120V</li></ul>	<p>\$30.00</p> 

(TECNIHOGAR ;)

<p>Máquina de coser puntada recta o prespunte marca Juki</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lubricación automática.</li> <li>• Retro de remates</li> <li>• Posicionador de aguja,</li> <li>• motor silencioso y ahorrador de energía.</li> <li>• Estructurado con estante + tablero y motor convencional.</li> </ul> <p>(MÁQUINAS ECUADOR)</p>	 <p>\$ 570.00 incluido IVA + Transporte.</p> <p>Si es en efectivo o transferencia se le hace un DESCUENTO de: \$50.00 \$ 520.00 incluido IVA + Transporte.</p>
<p>Máquina overlock o remalladora jointex</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 4 hilos</li> <li>• 71% ahorro de energía, ahorrando 441 KWh por año.</li> <li>• Alta velocidad de rotación con mínima temperatura, ruido y vibración.</li> <li>• Fácil operación del panel inteligente y mantenimiento</li> <li>• Luz LED con ajuste de brillo</li> <li>• Velocidad máxima 6300 PPM</li> <li>• Costura simple</li> <li>• Puntada 2x4 mm</li> </ul>	 <p>\$550.00 incluido IVA + Transporte.</p> <p>Si es en efectivo o transferencia se le hace un DESCUENTO de: \$50.00 \$ 500.00 incluido IVA + Transporte.</p>




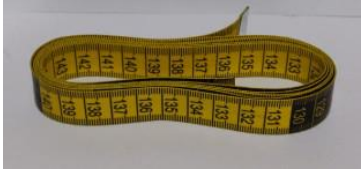

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ajuste de velocidad</li> <li>• Voltaje 110v – 220v</li> <li>• Apagado automático</li> <li>• Estructurado con estante + tablero</li> <li>• Motor silencioso.</li> </ul> <p>(MÁQUINAS ECUADOR)</p>	
<p>Máquina recubridora multifunción plana y collareta jointex</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2 en 1</li> <li>• Estructurado con estante + tablero</li> <li>• Motor silencioso y ahorrador de energía.</li> <li>• Piezas para sistema plano y collarete.</li> <li>• Lubricación automática.</li> <li>• Accesorios y folder.</li> </ul> <p>(MÁQUINAS ECUADOR)</p>	 <p>\$ 830.00 incluido IVA + Transporte.</p> <p>Si es en efectivo o transferencia se le hace un DESCUENTO de: \$80.00</p> <p>\$ 750.00 incluido IVA + Transporte.</p>
<p>Computador portátil</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lenovo IdeaPad 3 Gen 6 - Ordenador Portátil 15.6" FullHD (AMD Ryzen 7 5700U, 16GB RAM, 512GB SSD, AMD Radeon Graphics, Windows 11 Home)</li> </ul>	 <p>\$250.00</p>

	<p>Azul - Teclado QWERTY Español</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Tamaño: 16GB RAM   512GB SSD</li> <li>Nombre de estilo: Ryzen 7 5700U</li> <li>Teclado Español</li> </ul>	
Caja registradora	<ul style="list-style-type: none"> <li>Compartimientos para monedas y billetes.</li> <li>Sistema de seguridad de dos llaves.</li> <li>Control ñunico por impresoras</li> </ul>	
Teléfono celular	<ul style="list-style-type: none"> <li>Resolución HD + de 1.280 x 720p</li> <li>RAM de 4/6 GB</li> <li>Almacenamiento 64/128 GB</li> <li>Cámara Delantera de 5 Mpx</li> <li>Cámaras Traseras Principal: 50 Mpx</li> <li>Batería 5.000 mAh</li> <li>Software MIUI 13 basado en Android 12</li> <li>Conectividad 4G</li> <li>WiFi de 2,4/5 GHz</li> <li>Dual SIM</li> <li>Micro USB</li> </ul>	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sensor de huellas en la parte trasera</li> </ul>	
Mesa de corte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mesa de corte por módulos con dos patas.</li> <li>• Entrepañó y lámina semiacerada</li> <li>• pintura electroestática de ambos lados.</li> <li>• Largo x ancho: 2m x 1.20 m</li> <li>• Alto: 90cm</li> <li>• División de alto: 30x30</li> </ul>	 <p>\$350.00</p>
Sillas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Silla baja y respaldo en poliuretano expandido.</li> <li>• Altura: 450 + 130 mm.</li> <li>• Estructurado por material de acero semi rígido de alta resistencia a la abrasión y fácil limpieza.</li> <li>• Base IN de acero con terminación pintura epoxi.</li> <li>• No lleva ruedas.</li> <li>(FENIX, s.f.)</li> <li>•</li> </ul>	 <p>\$40.00</p>

3.2.6.2.Descripción de materiales de inversión.

**Tabla 16:** Descripción de materiales de inversión.

<b>Materiales</b>	<b>Descripción</b>	<b>Imagen</b>
Tijeras de sastre	<ul style="list-style-type: none"> <li>Material de acero inoxidable y acero al carbono.</li> </ul>	 <p data-bbox="1129 701 1222 734">\$16.90</p>
Reglas de corte	<ul style="list-style-type: none"> <li>16 piezas</li> <li>. 7"L x 3,7"W pulgadas</li> </ul>	 <p data-bbox="1129 1010 1222 1043">\$49.99</p>
Alfileres	<ul style="list-style-type: none"> <li>Varios colores</li> <li>Acero inoxidable</li> <li>500 unidades por caja</li> </ul>	 <p data-bbox="1137 1391 1214 1424">\$3.50</p>
Cinta métrica	<ul style="list-style-type: none"> <li>Medida de 1,50</li> </ul>	 <p data-bbox="1137 1632 1214 1666">\$1.00</p>
Tizas o lápices	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tiza de sastre en 4 colores, azul, rojo, blanco, amarillo</li> </ul>	

- 
- 30 tizas de tela por caja, la dureza es HB, no es fácil de romper
  - Marca de tela transparente para sastrería, costura, acolchado
  - La tiza de costura se puede quitar lavando, palmaditas, secador de pelo o limpiando con alcohol


\$10.00

- 
- Medidas diferentes
  - 3 unidades


Dedal




\$3,81

<p>Agujas de coser a mano</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 45 unidades</li> <li>• Diferentes tamaños</li> <li>• Diferentes tipos surtidos: chenilla, cascabel, bordado, tapiz y afilados.</li> </ul>	 <p>A red and white package of Singer hand needles. The top part is red with the Singer logo and the text 'SINGER'. Below that, it says 'HAND NEEDLES', 'AGUJAS DE MANO', and 'AIGUILLES A MAIN'. The middle section is white with a black window showing the needles. At the bottom, it says 'ASSORTED SURTIDAS ASSORTIES' and '45 PCS'.</p>
-------------------------------	--	--


\$2.25

<p>Agujas de coser en máquina</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Varias medidas</li> <li>• Tubos de almacenamiento para cada medida</li> <li>• 100 unidades</li> </ul>	 <p>A collection of machine needles and bobbins. There are several needles of different sizes and types, some with orange handles, and several bobbins of different sizes and colors.</p>
-----------------------------------	--	---




\$10.00

<p>Hilos de coser (variedad de colores)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1500 yardas</li> <li>• Conjunto de 30 unidades</li> </ul>	 <p>A collection of 30 spools of thread in various colors, including purple, blue, green, yellow, and red.</p>
---	--	---

\$18.00

<p>Hilo de hilvanar</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 3281 yardas</li> </ul>  <p>A large spool of white thread with a yellow top and bottom. The brand name 'bermann' is visible on the top.</p>
-------------------------	--

\$16.98

Pegamento textil	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fuerte, lavable, resistente al agua.</li> <li>• Todo tipo de tela</li> </ul>		\$15.00
Enhebrador de agujas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 30 unidades</li> <li>• Diferentes tamaños: 1.2 in, 8 piezas, 1.5 in, 8 unidades, 1.7 in, 8 piezas, 1.8 in, 3 piezas, 2.0 in, 2 unidades, 1.7 in, 1 unidad.</li> </ul>		\$4.49
Maniqués	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Extremidades giro de 360°</li> <li>• Plástico de polipropileno</li> <li>• Ajustable a varias posturas.</li> </ul>		\$79.00, \$69.00 y \$79.00 respectivamente.

3.2.6.3. Valor de inversión de maquinaria y materiales

**Tabla 17:** *Valor de inversión en maquinaria*

---

**Total Inversión de Maquinaria**

---

<b>Maquinaria</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Total</b>
Plancha a vapor marca Oster	Unidad	4	\$30.00	\$ 120.00
Máquina de coser puntada recta o prespunte marca Juki	Unidad	8	\$520.00	\$ 4160.00
Máquina overlock o remalladora	Unidad	2	\$500.00	\$ 1000.00
Máquina bastera o recubridora	Unidad	4	\$750.00	\$ 3000.00
Computador portátil	Unidad	4	\$250.00	\$ 1000.00
Cameras de seguridad	Unidad	4	\$ 20.00	\$80.00
Caja registradora	Unidad	1	\$50.00	\$ 50.00
Teléfono celular	Unidad	1	\$150.00	\$ 150.00
Mesa de corte	Unidad	1	\$350.00	\$350.00
Sillas	Unidad	28	\$25.00	\$700.00
<b>Total</b>			<b>\$ 10610.00</b>	

**Tabla 18:** *Valor de inversión en materiales*

<b>Total Inversión de Materiales</b>				
<b>Materiales</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Total</b>
Tijeras de sastre	Conjunto (6 tijeras)	4	\$16.90	\$67.60
Reglas de corte	Conjunto (6 unidades)	4	\$49.99	\$199.96

Alfileres	Caja (500 unidades)	10	\$3.50	\$35.00
Cinta métrica	Unidad	20	\$1.00	\$20.00
Tizas o lápices	Caja (30 unidades)	5	\$10.00	\$50.00
Dedal	Conjunto (3 unidades)	20	\$3.81	\$76.20
Protector de plancha	Unidad	4	\$8.00	\$32.00
Agujas de coser a mano	Paños / Planchas (45 unidades)	10	\$2.25	\$22.50
Agujas de coser de máquina	Paños / Planchas (100 unidades)	4	\$10	\$ 40.00
Hilos de coser	Caja (30 unidades)	2	\$18.00	\$36.00
Hilo de hilvanar	Metros (3000)	16	\$16.98	\$271.68
Pegamento textil	Unidad	3	\$15.00	\$45.00
Enhebrador de agujas	Caja (30 unidades)	1	\$4.49	\$4.49
Maniquís	Unidad	2	\$227.00	\$454.00
<b>Total</b>			<b>\$ 1354.43</b>	

Culminada la determinación de la inversión en maquinaria y materiales, se estima una inversión de \$ 10610.00 en maquinaria y \$ 1354.43 en materiales necesarios para la adecuación de la empresa Afrochoza S.A.S, implementándose un total de \$ 11964.43

### **3.3. Estudio Administrativo y legal**

#### **3.3.1. Marco legal administrativo**

Dentro de este apartado se detallan la estructura organizacional por la que se compone y los cargos necesarios para el funcionamiento de esta empresa con su respectiva función, con la finalidad de ser más eficientes y poder distribuir de manera adecuada responsabilidades y actividades específicas para el adecuado funcionamiento de “Afrochoza S.A.S” dentro del mismo negocio y el mercado en general. Además de que estructura de manera adecuada el orden y control para que los objetivos y metas del proyecto se cumplan satisfactoriamente.

##### **3.3.1.1. Constitución Jurídica de la empresa Afrochoza**

Impulsando la economía con la formalización de negocios y en un trámite simplificado sin costo, la empresa Afrochoza se constituirá por una persona natural ante la superintendencia de compañías, valores y seguros, como una sociedad por acciones simplificadas sin mínimo de capital, llevando así el nombre de Afrochoza S.A.S.

No tiene monto de constitución, es decir, su trámite, aparte de ser simplificado, no tiene costo alguno, se forma a través de una o varias personas naturales o jurídicas, llegando a conformarse por uno o más accionistas sin un mínimo de capital requerido, mencionando que en este tipo de constitución se podrá dedicar a cualquier actividad mercantil o civil lícita en excepción de aquellas que no estén reguladas por la legislación correspondiente.

Al igual que otras constituciones, también se debe cumplir con obligaciones que determina la ley de compañías. Por obligación se debe presentar:

- Estados financieros con anexos o consolidados en el caso de compañías que tienen control de acciones en otras compañías.
- Informes de la sociedad extranjera, en caso de que la compañía nacional sea accionista a una compañía extranjera.
- Informe de auditoría externa establecido en el Art. 2 del reglamento de auditoría externa.

- Reporte de ventas a crédito, si las realiza.
- Pago de contribuciones en activos inferiores a \$ 75.000.

### 3.3.2. Organigrama

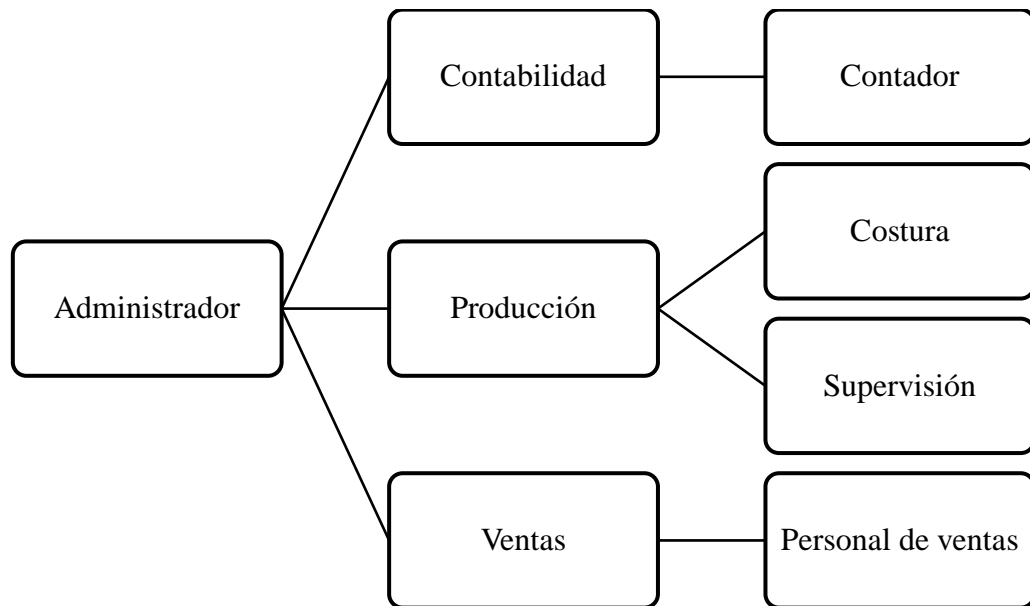
La comunicación de la empresa Afrochoza S.A.S con sus trabajadores y empleados se promoverá por medio de una estructura plana horizontal, en un estilo democrático, la cual, permitirá un proceso de toma de decisiones descentralizada, es decir, la comunicación podrá darse de manera directa con los superiores a razón que esta es más fluida y rápida, por el tipo de tamaño de la empresa. Por lo general, en empresas como esta que existen muy pocos niveles de organización, ya sean pequeñas o medianas, la estructura es mucho más flexible, los trabajadores son más productivos con la conexión directa en la toma de decisiones, los trabajos son más eficientes sin la necesidad de ser supervisados y se adaptan rápidamente a los cambios; por tanto, la toma de decisiones también se genera de forma rápida con visiones más grandes del negocio.

La empresa se conformará por divisiones o áreas con una autoridad como la unidad de mando y responsable del desempeño de cada área.

Las áreas principales son las siguientes:

- Área administrativa
- Área de contabilidad
- Área de producción
- Área de ventas.

**Figura 45:** *Estructura organizacional*



### **Administrador**

El administrador toma a cargo la función de contratación del personal, planificación, gestión de los procesos y toma de decisiones en bien de la empresa Afrochoza S.A.S por medio de fijación de parámetros y políticas específicas que concuerden a su correcto funcionamiento.

### **Contabilidad**

Persona encargada de llevar el control de todos los movimientos tanto económicos como financieros de la empresa, esto permite ver con claridad la situación real de la empresa y con base en ello poder tomar decisiones. También se encarga de controlar los desembolsos y acreditaciones, efectuar informes y estar al tanto de la liquidez del negocio.

### **Ventas**

Persona encargada de planificar y supervisar todo el proceso de las ventas y publicidad en los medios digitales de la empresa hacia el consumidor final, generando una buena imagen de la empresa y los productos que ofrece al mercado. Enfocándose en una buena comunicación y dirección eficiente, que pretenda posicionar a la empresa para garantizar su

supervivencia y crecimiento por medio de estrategias competitivas que aumenten sus utilidades y ventas en general.

## **Producción**

Talento humano principal de la empresa que se encargara de gestionar todos los recursos que le proporciona la empresa con la finalidad de garantizar la originalidad, diseño y calidad del tipo de vestimenta, es decir, tendrá a cargo la confección del producto estrella que permitirá que la empresa tenga un triunfo en el mercado; a su vez busca optimizar procesos y ser más eficientes dentro de cada área de planta.

### 3.3.2.1. Perfil de personal y funciones

#### **Administrador**

##### **Funciones:**

- Planificar, Organizar y programar las actividades de la empresa.
- Controlar actividades
- Gestión de los procesos
- Gestión del talento humano
- Solución de problemas
- Adquisición de recursos.

#### **Contador**

##### **Funciones:**

- Administrar recursos financieros
- Preparar informes mensuales
- Registro del libro contable
- Gestión de nómina

- Elaborar estados financieros e inventarios
- Cumplir con las obligaciones fiscales
- Preparar presupuestos

### **Costurero/a**

#### **Funciones:**

- Diseño y corte de patrones y muestrarios.
- Toma de medidas al cliente.
- Confeccionar las prendas en cualquier tipo de tela.
- Planchado de las prendas
- Mantenimiento básico de máquinas como limpieza y cambio de agujas.
- Asesoramiento al cliente en combinación de telas
- Elaboración de stock y materiales utilizados.

### **Supervisor**

#### **Funciones:**

- Controlar la calidad y trabajo de la confección de la vestimenta
- Controlar los tiempos de confección
- Verificar el cumplimiento de las políticas y valores.
- Atender problemas y conflictos.
- Establecer metas y plazos que cumplan con los objetivos establecidos por la empresa.
- Garantizar que los colaboradores comprendan las tareas delegadas.
- Monitorear la productividad del personal en sus tareas.
- Brindar capacitaciones y retroalimentación.

### **Personal de ventas**

### **Funciones:**

- Asesorar a los clientes
- Planificar estrategias de venta.
- Realizar publicidad de la empresa en las páginas oficiales.
- Informar sobre fallas y quejas del producto.
- Realizar inventarios y stock.
- Mantener limpio y organizado el área de ventas.
- Captar las ideas del cliente de acuerdo a las necesidades.
- Manejo de tecnología.
- Explicar promociones
- Resolver dudas del cliente.
- Investigar el mercado, que, como y porque se compra.

### **3.3.3. Direccionamiento estratégico**

#### **3.3.3.1. Objetivo de Afrochoza S.A.S**

Liderar en el mercado afrochoteño como la empresa ancestral y confección de la vestimenta afrochoteña original del sector, con el uso de las mejores tecnologías para la satisfacción del cliente con una excelente calidad y precios a su alcance, haciéndoles sentir que nuestras prendas son su mejor elección.

- Elaborar la vestimenta típica del Valle del chota.
- Proveerse de tecnologías de alta calidad para la confección.

#### **3.3.3.2. Misión de Afrochoza S.A.S**

Cautivar con diseños de trajes coloridos y originales del sector a clientes y extranjeros para mantener las raíces del Valle del chota.

### 3.3.3.3. Visión de Afrochoza S.A.S

Dentro de 8 años ser la empresa representativa en la confección de la vestimenta típica afrochoteña con la apertura de nuevas sucursales en los sectores alejados del Valle del Chota, pero con un porcentaje alto de consumo por afrochoteños como Ibarra y Quito.

### 3.3.3.4. Valores

- **Compromiso.** – Cumplir con el acuerdo de trabajo llevando de la mano la diferenciación, calidad y escucha que impulsen al cliente a quedarse con nosotros.
- **Colaboración.** – Disposición de ayuda en el trabajo hacia los demás. Se gana con el trabajo en equipo.
- **Puntualidad.** – El tiempo es oro y también el dinero. Respetar los tiempos de la empresa, los clientes y proveedores.
- **Calidad.** – Cumplir con los parámetros de calidad prometidos al cliente. Una cosa es afirmar y otra garantizar.
- **Honestidad.** – Mostrar transparencia, sinceridad y franqueza, usando la verdad como herramienta para ganarse la confianza y credibilidad en el entorno.
- **Responsabilidad social.** – Demostrar la importancia colectiva generando beneficios que no necesariamente tengan relación de consumo sino apoyo social.  
Creación de cursos y talleres que transmitan los conocimientos.
- **Lealtad.** – Mostrar fidelidad por el equipo de trabajo y los clientes de manera recíproca.

### 3.3.3.5. Políticas

Afrochoza S.A.S, consciente de su potencial, apuesta por la satisfacción y orgullo por los afrochoteños, asumiendo el compromiso de cumplir con la creación continua de un traje típico que represente su cultura.

Así, asume los siguientes compromisos:

- Cumplir con los parámetros, requisitos y plazos de entrega acordados con el cliente para aumentar la satisfacción.

- Mejora continua en todos los procesos, tratando de mejorar para proporcionar soluciones de acuerdo a las necesidades y expectativas de los clientes por medio del estudio de las causas para evitar la repetición.
- Promover el desarrollo y competencias del personal.
- Ofrecer ventas al por mayor y menor a precios accesibles.
- Respetar y cumplir estrictamente las leyes, obligaciones, normas y reglamentos.
- Disponer de productos de calidad comprometiendo a nuestros proveedores con el envío de los mejores insumos para el proceso de mejora continua.
- Ser empáticos con cada una de personas que trabajan en la empresa.
- Dotarnos de recursos de producción modernos, seguros y eficientes que se garanticen como una excelente herramienta de trabajo.
- Preocuparse por la salud del personal y la prevención de daños estructurales.

#### **3.3.4. Marco fiscal legal**

En el acuerdo ministerial 887, el 8 de marzo de 1979 en el decreto supremo 3310-B se dispone que las intendencias generales de policía a nivel nacional deberán otorgar los permisos de funcionamiento de forma anual efectuado dentro de los tres primeros meses de cada año fiscal.

Es necesario tomar en cuenta que Afrochoza S.A.S, será formalizado como un negocio de persona natural. De los cuales se debe obtener los siguientes requisitos para obtener el funcionamiento legal.

- Disponer de un espacio físico.
- Cédula de ciudadanía o pasaporte
- Facturas.
- RUC o RISE
- Patente municipal de persona natural.
- Categorización del Ministerio de industrias y productividad.
- Permiso del ministerio de interior.

- Registro de marca servicio nacional de derechos intelectuales SENADI
- Permisos de cuerpo de bomberos.

#### 3.3.4.1. Requisito para obtención de RISE

- El régimen impositivo simplificado ecuatoriano (RISE) pueden obtenerlo en el SRI aquellas personas naturales que sus ingresos no superen los \$ 60.000 dentro de un año fiscal.
- Original y copia de cédula de ciudadanía.
- Certificado de votación
- Planilla de servicios básicos del lugar de operación.
- En caso de que el lugar de operación se encuentre a nombre de terceros, presentar contrato de arrendamiento o carta de uso gratuito del inmueble más la copia de la cédula del propietario del inmueble.

#### 3.3.4.2. Requisitos para obtención del RUC

- Formulario 01-A lleno y suscrito.
- Original y copia de cédula de ciudadanía.
- Certificado de votación
- Planilla de servicios básicos del lugar de operación.
- En caso de que el lugar de operación se encuentre a nombre de terceros, presentar contrato de arrendamiento o carta de uso gratuito del inmueble, más la copia de la cédula del propietario del inmueble.

#### 3.3.4.3. Requisitos para obtención de patente municipal

- Formulario de declaración de patente para persona natural
- Copia de cédula y certificado de votación
- Copia de RUC
- Acuerdo de responsabilidad de uso de medios electrónicos.

3.3.4.4.Requisitos para obtención de permiso del ministerio del interior

- Copia de la cédula y certificado de votación
- Copia RUC
- Cartilla de pago de patente municipal

3.3.4.5.Registro de marca SENADI (servicio nacional de derechos intelectuales)

- Realizar búsqueda fonética \$16.00
- Solicitud de registro de propiedad intelectual \$208.00

3.3.4.6.Requisitos para obtención de permiso cuerpo de bomberos

- Copia de cédula y papeleta de votación
- Copia de RUC o RISE
- Solicitud dirigida a la Jefatura del Cuerpo de Bomberos.
- Informe técnico de inspección favorable.
- Copia del certificado de uso de suelo.
- Extintor
- Lámparas de emergencia
- Letrero ECU 911
- Copia contrato de arrendamiento

**Tabla 19:** *Trámites de constitución*

<b>Tramitación</b>	<b>Valor</b>
Registro de marca SENADI	\$ 224.00
Patente municipal	\$ 14.70
Permiso cuerpo de bomberos	\$ 50
<b>Total</b>	<b>\$ 288.70</b>

### 3.4. Estudio Financiero

Con el fin de tomar en cuenta los aspectos económicos y más importantes para la iniciación y progreso de la empresa, se considera la viabilidad del proyecto a partir del cumplimiento del objetivo planteado en la planificación del proyecto de “realizar el estudio económico y financiero para establecer las inversiones requeridas y determinar el flujo de ingresos que generará el proyecto para un horizonte de tiempo de 5 años”; con el siguiente plan de inserción y financiamiento que permitirá evaluar el beneficio de la inversión.

#### 3.4.1. Plan de inversión y financiamiento

**Tabla 20:** Balance general

<b>Activo</b>	
<b>Activo corriente</b>	<b>Valor</b>
Efectivo	\$ 3771.24
<b><i>Subtotal</i></b>	<b><i>\$ 3771.24</i></b>
<b>Activo no corriente</b>	
<b>Activo no corriente</b>	<b>Valor</b>
Equipos de oficina y computación.	\$ 2403.00
Maquinaria y equipos	\$ 8530.00
Seguridad	\$ 80.00
<b><i>Subtotal</i></b>	<b><i>\$ 11013.00</i></b>
<b>Otro activo no Corriente</b>	
<b>Otro activo no Corriente</b>	<b>Valor</b>
Gastos de constitución	\$ 400
Adecuaciones de infraestructura	\$ 3100.00
<b><i>Subtotal</i></b>	<b><i>\$ 3500.00</i></b>
<b><i>Total Activos</i></b>	<b><i>\$ 18284.24</i></b>
<b>Pasivos</b>	
<b>Pasivo Largo Plazo</b>	

Crédito bancario (Banco General Rumiñahui)	\$ 14684.95
<b>Total Pasivos</b>	<b>\$ 14684.95</b>
<b>Patrimonio (Activo – Pasivo)</b>	<b>\$ 3599.29</b>

El balance general o estado de situación financiera informa la posición financiera de la empresa en la cantidad de recursos activos y obligaciones que se debe cumplir a un tiempo determinado. En él se muestra el financiamiento de la empresa Afrochoza S.A.S. con respecto a los activos pasivos y la diferencia entre los dos, siendo el patrimonio.

#### 3.4.1.1. Financiamiento e Inversión Inicial

**Tabla 21:** Inversión Inicial

			Costos de oportunidad		
Tipo de financiamiento	Estructura %	Total	Costo %	Ponderado	
Propia	40%	\$ 14.590,50	7,80%	3,12%	
Terceros	60%	\$ 21.885,75	15,57%	9,34%	
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 36.476,25</b>	<b>23,37%</b>	<b>12,46%</b>	<b>costo de capital (WACC)</b>
		Inversión Inicial			
Total Inversión		\$ 36.476,25			
Descripción		Valor	%		
Inversión Fija		\$ 11.187,50	31%		
Inversión Diferida		\$ 1.050,00	3%		
Capital de Trabajo		\$ 21.638,75	59%		
Inversión Infraestructura		\$ 2.600,00	7%		
<b>Total</b>		<b>\$ 36.476,25</b>	<b>100%</b>		

La inversión inicial toma un puesto importante, basándose en la inversión fija, diferida, capital de trabajo y adecuaciones en la infraestructura necesaria. En este apartado se muestra la cantidad de dinero necesaria para cubrir con sus gastos durante un tiempo determinado, también conocido como capital inicial o inversión inicial de capital, requerido para poner en marcha el funcionamiento de la empresa Afrochoza S.A.S. Este fondo ayudará con la adquisición de recursos o activos y a cubrir los gastos iniciales. En su totalidad se desglosa de la siguiente manera:

**Tabla 22:** *Inversión fija*

Descripción	Valor	%	Total (%)
Maquinaria y Equipo	\$ 8.530,00	76%	76,25%
Seguridad	\$ 254,50	2%	2,27%
Equipo de Oficina	\$ 2.403,00	21%	21,48%
TOTAL	\$11.187,50	100%	100%

En la inversión fija se totalizan los equipos y la maquinaria necesaria en el área administrativa y producción.

**Tabla 23:** *Inversión diferida*

Intangibles			
Descripción	Cantidad	Valor Uni	Valor Total
Gastos de constitución: permisos, notariales y mercantiles.	1	\$ 400,00	\$ 400,00
Capacitación de personal	2	\$ 200,00	\$ 400,00
Publicidad de lanzamiento	1	\$ 250,00	\$ 250,00
TOTAL	4	\$ 850,00	\$ 1.050,00

En inversión diferida, se encuentran los activos intangibles que son necesarios para la ejecución, en muchos casos bajo la ley; dado que se toma en cuenta a permisos de funcionamiento, capacitaciones y publicidad.

**Tabla 24:** *Capital de trabajo*

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>					
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>TIEMPO MESES</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD MENSUAL</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>					
Materia prima directa	3	u	470	\$ 23,70	17.253,00
Mano de obra directa	3	u	21	\$ 15,00	945,00
Costos indirectos de fabricación	3	u	470	\$ 0,19	267,25
<b>SUBTOTAL C. PRODUCCIÓN</b>	9		961		\$ 18.465,25
<b>GASTOS ADMI Y FIN</b>					
Sueldos adm	3	u	3	\$ 330,00	\$ 2.970,00
Suministros de oficina	3	u	1	\$ 14,00	\$ 42,00
Servicio internet	3	u	1	18,50	\$ 55,50
<b>SUBTOTAL ADMI Y FIN</b>	9		5	362,5	\$ 3.067,50
<b>GASTO DE VENTAS</b>					
Promoción y publicidad	3	u	1	\$ 40,00	120
Logística	3	u	1	\$ 66,00	198
<b>SUBTOTAL G.VENTAS</b>	6		2	\$ 106,00	\$ 106,00
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>					<b>\$ 21.638,75</b>

El capital de trabajo es uno de los desgloses importantes en la inversión inicial, ya que junto al tamaño óptimo de la tabla N.º24, permiten que se muestre los rubros reales de producción. En este caso se presenta un capital de trabajo estimado a los tres primeros meses. Llevando a cuenta el tamaño óptimo establecido según la cantidad de personal que se posee en el área de producción.

**Tabla 25:** *Tamaño óptimo de producción*

	Tamaño Óptimo					
	Personal requerido	Días laborables	Horas de trabajo	Producción anual	Producción mensual	Producción diaria
Trajes típicos	21			3480	290	13
Trajes casuales	colaboradores	5 días en semana	8 horas diarias	2160	180	8
	Total de producción estimada			5640	470	21

**Tabla 26: Infraestructura**

Adecuación Infraestructura	
Descripción	Valor .Total
Área de recepción de materia prima	\$ 800,00
Área de ventas	\$ 800,00
Área de producción	\$ 200,00
Área administrativa	\$ 300,00
Área de contabilidad	\$ 300,00
Baño	\$ 200,00
<b>Total</b>	<b>\$2.600,00</b>

Como rubros finales en el desglose de la inversión inicial, pero no menos importante, se calculó un aproximado de costo en la adecuación de la infraestructura, con la finalidad que el personal de trabajo se sienta cómodo, en confianza y un ambiente de trabajo libre y llamativo que no provoque interrupciones ni accidentes en el área. Su previsión del costo se encuentra entre los \$ 2.600,00 para una inversión en la empresa.

En este caso, se pretende emprender con una inversión inicial de \$ 36.476,25, el mismo que será otorgado por rubro propio del 40% y 60% de terceros, con el crédito que se presenta a continuación.

#### 3.4.1.2. Crédito Bancario

Se realizará un crédito de inversión de capital de trabajo en el Banco General Rumiñahui por un monto de \$ 14.684,95 a un interés de 15.57% cancelado a 36 meses plazo, es decir, a 3

años, a un tipo de amortización alemana con forma de pago mensual. Adicional a esos valores, en el crédito se considera el porcentaje de contribución a Solca, dando un valor total de \$ 73,42; además del seguro de desgravamen anual aproximado de \$ 129.97, dado como una política de la entidad financiera.

El crédito de inversión de capital de trabajo del BGR se caracteriza por cubrir hasta el 80% del monto total de inversión de activos fijos del negocio; tiene plazos de pagos hasta 60 meses con un periodo de gracias de acuerdo al plan de inversión. Sin embargo, también cuenta con condiciones como los pagos graduales acordes al tipo de flujo de caja que se obtenga en el negocio ya implementado.

**Tabla 27:** *Amortización de crédito*

<b>No. de cuota</b>	<b>Cuota a pagar</b>	<b>Interés</b>	<b>Capital</b>	<b>Saldo</b>	<b>Interés Anual</b>
<b>Desembolso</b>				\$ 21.885,75	
1	\$872.39	\$ 264,45	\$607.94	\$21,277.81	
2	\$865.04	\$ 257,11	\$607.94	\$20,669.88	
3	\$857.70	\$ 249,76	\$607.94	\$20,061.94	
4	\$850.35	\$ 242,42	\$607.94	\$19,454.00	
5	\$843.01	\$ 235,07	\$607.94	\$18,846.06	
6	\$835.66	\$ 227,72	\$607.94	\$18,238.13	
7	\$828.31	\$ 220,38	\$607.94	\$17,630.19	
8	\$820.97	\$ 213,03	\$607.94	\$17,022.25	
9	\$813.62	\$ 205,69	\$607.94	\$16,414.31	
10	\$806.28	\$ 198,34	\$607.94	\$15,806.38	
11	\$798.93	\$ 190,99	\$607.94	\$15,198.44	
12	\$791.59	\$ 183,65	\$607.94	\$14,590.50	\$ 2.688,61

13	\$784.24	\$ 176,30	\$607.94	\$13,982.56	
14	\$776.89	\$ 168,96	\$607.94	\$13,374.63	
15	\$769.55	\$ 161,61	\$607.94	\$12,766.69	
16	\$762.20	\$ 154,26	\$607.94	\$12,158.75	
17	\$754.86	\$ 146,92	\$607.94	\$11,550.81	
18	\$747.51	\$ 139,57	\$607.94	\$10,942.88	
19	\$740.16	\$ 132,23	\$607.94	\$10,334.94	
20	\$732.82	\$ 124,88	\$607.94	\$9,727.00	
21	\$725.47	\$ 117,53	\$607.94	\$9,119.06	
22	\$718.13	\$ 110,19	\$607.94	\$8,511.13	
23	\$710.78	\$ 102,84	\$607.94	\$7,903.19	
24	\$703.43	\$ 95,50	\$607.94	\$7,295.25	\$ 1.630,79
25	\$696.09	\$ 88,15	\$607.94	\$6,687.31	
26	\$688.74	\$ 80,81	\$607.94	\$6,079.38	
27	\$681.40	\$ 73,46	\$607.94	\$5,471.44	
28	\$674.05	\$ 66,11	\$607.94	\$4,863.50	
29	\$666.70	\$ 58,77	\$607.94	\$4,255.56	
30	\$659.36	\$ 51,42	\$607.94	\$3,647.63	
31	\$652.01	\$ 44,08	\$607.94	\$3,039.69	
32	\$644.67	\$ 36,73	\$607.94	\$2,431.75	
33	\$637.32	\$ 29,38	\$607.94	\$1,823.81	
34	\$629.98	\$ 22,04	\$607.94	\$1,215.88	
35	\$622.63	\$ 14,69	\$607.94	\$607.94	
36	\$615.28	\$ 7,35	\$607.94	\$0.00	\$ 572,99

A los plazos de pagos establecidos por la institución financiera se cumplirá con un total de \$ 4.892,39 en el pago de intereses por el crédito otorgado.

### 3.4.2. Proyección de ingresos

De acuerdo a la cantidad de trajes que se pretende confeccionar, se espera que los siguientes ingresos en las ventas de los dos tipos de trajes proyectados a 5 años plazo, en cuál, con el pasar del tiempo, se realizará evaluaciones de las estimaciones realizadas y las ventas reales a lo largo de 1 año, tomándolo como datos históricos de ese momento, para comprender el mercado y realizar una previsión en los ingresos futuros.

Para el traje afrochoteño se consideró el 100% de producción para las ventas con un P.V.P. de \$ 44.94. Es así que se proyectan sus ingresos a 5 años.

**Tabla 28:** Ingresos traje afrochoteño

Proyección de Ingresos Traje Afrochoteño					
	1	2	3	4	5
Cantidad a vender	3480	3557	3635	3715	3796
Precio	\$ 44,94	\$ 44,94	\$ 44,94	\$ 44,94	\$ 44,94
Total Ingresos	\$ 156.407,50	\$ 159.848,47	\$ 163.365,13	\$ 166.959,17	\$ 170.632,27

*Nota.* Proyección de ingresos del traje afrochoteño en 5 años con el 100% de ventas.

A diferencia del traje afrochoteño, en este tipo de traje casual se considera la producción del 100%, pero las ventas serán del 90%, siendo que es un tipo de vestimenta que inicio a presentarse en el mercado público como un tipo de indumentaria representativo, trayendo la cultura africana hacia Ecuador.

**Tabla 29:** Ingresos traje casual

Proyección de Ingresos Traje Casual				
1	2	3	4	5

<b>Cantidad a vender</b>	1944	1987	2030	2075	2121
<b>Precio</b>	\$ 38,85	\$ 38,85	\$ 38,85	\$ 38,85	\$ 38,85
<b>Total Ingresos</b>	<b>\$ 75.524,18</b>	<b>\$ 77.185,72</b>	<b>\$ 78.883,80</b>	<b>\$ 80.619,25</b>	<b>\$ 82.392,87</b>

Nota. Proyección de ingresos del traje casual en 5 años con el 90% de ventas.

Para la proyección de los ingresos de la empresa se tomó en cuenta un crecimiento de mercado de 2,2% y una inflación de 1,7%.

### 3.4.3. Estado de resultados

También conocido como estado de pérdidas y ganancias, se resume el desempeño de la empresa Afrochoza S.A.S. en un período de un año, mediante los rubros de costos de ventas, gastos operacionales y financieros. Aquí se toma en cuenta los ingresos que se hayan obtenido y los gastos incurridos en su producción, dando como resultado una ganancia o pérdida.

**Tabla 30:** Estado de resultados proyectado

AFROCHOZA S.A.S						
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO						
DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2023						
EXPRESADO EN DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA						
	Mensual	ANUAL				
		1	2	3	4	5
Ingresos traje afrochoteño		\$ 144.903,43	\$ 148.091,31	\$ 151.349,31	\$ 154.679,00	\$ 158.081,94
Ingresos traje casual		\$ 72.596,51	\$ 74.193,63	\$ 75.825,89	\$ 77.494,06	\$ 79.198,93
<b>Total ingresos</b>		<b>\$ 217.499,94</b>	<b>\$ 222.284,93</b>	<b>\$ 227.175,20</b>	<b>\$ 232.173,06</b>	<b>\$ 237.280,87</b>
(-) Costo de Ventas (MP,MO,CF,CV) afrochoteño		\$ 113.205,81	\$ 117.663,17	\$ 122.296,04	\$ 127.111,32	\$ 132.116,21
(-) Costo de Ventas (MP,MO,CF,CV) casual		\$ 63.017,80	\$ 65.499,06	\$ 68.078,02	\$ 70.758,53	\$ 73.544,57
<b>Total costos ventas</b>		<b>\$ 176.223,61</b>	<b>\$ 183.162,23</b>	<b>\$ 190.374,06</b>	<b>\$ 197.869,85</b>	<b>\$ 205.660,78</b>
<b>(=) Utilidad Bruta</b>		<b>\$ 41.276,33</b>	<b>\$ 39.122,70</b>	<b>\$ 36.801,14</b>	<b>\$ 34.303,21</b>	<b>\$ 31.620,09</b>
<b>(-) Gastos Operaciones</b>						
		\$ 17.248,79	\$ 17.043,79	\$ 17.198,32	\$ 17.354,40	\$ 17.512,03
<b>(+) Gastos Administrativos</b>						
Sueldos Administrador	\$ 425,00	\$ 5.100,00	\$ 5.151,00	\$ 5.202,51	\$ 5.254,54	\$ 5.307,08
Sueldo Contabilidad	\$ 425,00	\$ 5.100,00	\$ 5.151,00	\$ 5.202,51	\$ 5.254,54	\$ 5.307,08
Suministros	\$ 14,00	\$ 168,00	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00
Servicios Internet	\$ 18,50	\$ 222,00	\$ 222,00	\$ 222,00	\$ 222,00	\$ 222,00
<b>(+) Gastos de ventas</b>						
Gastos logística	\$ 66,00	\$ 792,00	\$ 792,00	\$ 792,00	\$ 792,00	\$ 792,00
Publicidad	\$ 40,00	\$ 480,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00
Sueldo Ventas	\$ 425,00	\$ 5.100,00	\$ 5.151,00	\$ 5.202,51	\$ 5.254,54	\$ 5.307,08
<b>(+) Gastos Depreciación</b>						
Dep. Equipo de Oficina y Cómputo		\$ 286,79	\$ 286,79	\$ 286,79	\$ 286,79	\$ 286,79
<b>(=) Utilidad Operacional</b>		<b>\$ 24.027,54</b>	<b>\$ 22.078,91</b>	<b>\$ 19.602,82</b>	<b>\$ 16.948,81</b>	<b>\$ 14.108,05</b>
<b>(-) Gastos Financieros</b>						
Intereses		\$ 2.688,61	\$ 1.630,79	\$ 572,99		
<b>(=) Utilidad antes de Impuestos</b>		<b>\$ 21.338,93</b>	<b>\$ 20.448,12</b>	<b>\$ 19.029,83</b>	<b>\$ 16.948,81</b>	<b>\$ 14.108,05</b>
(-) Impuestos 25%		\$ 5.334,73	\$ 5.112,03	\$ 4.757,46	\$ 4.237,20	\$ 3.527,01
<b>(=) Utilidad Neta</b>		<b>\$ 16.004,20</b>	<b>\$ 15.336,09</b>	<b>\$ 14.272,37</b>	<b>\$ 12.711,61</b>	<b>\$ 10.581,04</b>

Dado el momento de la situación prevista a los 5 años, se prevé que las utilidades netas, antes de la participación a trabajadores en esos años transcurridos, serán positivos.

#### 3.4.4. Indicadores de rentabilidad

A partir de los cálculos anteriores, se realiza los cálculos de indicadores de rentabilidad que garantizaran el rendimiento financiero de la empresa Afrochoza y permitirán verificar las ganancias suficientes que está produciendo relacionado con la inversión. En los cuales se toma en cuenta al flujo de efectivo de cada año, valor actual, valor actual neto y tasa interna de retorno.

Tomando la suma de los valores de la utilidad neta, depreciación de costos, depreciación de gastos y valor de salvamento o residual de la maquinaria, se determina el VA (valor actual) de la inversión por medio de la deflactación del flujo de efectivo a la tasa de descuento.

$$VAN = \frac{F_1}{(1 + i)^n}$$

Donde:

$F_1$  = Flujo de efectivo del año.

$n$  = tiempo / años

$i$  = tasa de descuento

Entonces el valor actual es igual a:

**Tabla 31:** Flujo de efectivo

	Inversion Inicial	ANUAL					
	0	1	2	3	4	5	
Utilidad Neta		\$ 16.004,20	\$ 15.336,09	\$ 14.272,37	\$ 12.711,61	\$ 10.581,04	
Depreciacion (costos)		\$785,20	\$785,20	\$785,20	\$785,20	\$785,20	
Depreciacion (gastos)		\$286,79	\$286,79	\$286,79	\$286,79	\$286,79	
Valor salvamento o residual							
Maquinaria						\$ 878,00	
Flujo de efectivo	\$ -36.476,25	\$ 17.076,19	\$ 16.408,08	\$ 15.344,36	\$ 13.783,60	\$ 12.531,03	
Valor Actual		\$ 15.183,96	\$ 12.973,17	\$ 10.787,76	\$ 8.616,67	\$ 6.965,59	\$54.527,16

Valor Actual Neto (VAN)	\$ 18.050,91
VNA	\$18.050,91
TIR	32%
WACC	12,46%

Para demostrar el movimiento de entrada y salida de efectivo en Afrochoza S.A.S. durante los 5 años de proyección, esto permite que se realice una evaluación de la capacidad y liquidez para aumentar la inversión, para cumplir con las obligaciones financieras.

Procediendo al cálculo del VAN (Valor actual neto de la inversión), se toma en cuenta la inversión inicial negativa e incrementado la sumatoria de flujos deflactados a la tasa de descuento.

$$VAN = -I_0 + \frac{F_1}{(1+i)^1} + \frac{F_2}{(1+i)^2} + \frac{F_n}{(1+i)^n}$$

Donde:

$I_0$  = Inversión inicial

$F_1$  = Flujo de efectivo del año.

n = tiempo / años

i = tasa de descuento

$$VAN = -36.476,25 + \frac{17.076,19}{(1 + 0.1246)^1} + \frac{16.408,08}{(1 + 0.1246)^2} + \frac{15.344,36}{(1 + 0.1246)^3} + \frac{13.783,60}{(1 + 0.1246)^4} + \frac{12.531,03}{(1 + 0.1246)^5}$$

$$VAN = \mathbf{18.050,91}$$

Pasando a la TIR (Tasa interna de retorno) que se encarga de medir la inversión inmersa en la empresa, de modo que se calcula aplicando el proceso de interpolación o tanteo, aproximando con mediciones hacia la estimación del rendimiento de la inversión, es decir, que iguala el valor presente a cero.

$$VAN = -I_0 + \frac{F_1}{(1+i)^1} + \frac{F_2}{(1+i)^2} + \frac{F_n}{(1+i)^n}$$

Donde:

$I_0$  = Inversión inicial

$F_1$  = Flujo de efectivo del año.

$n$  = tiempo / años

$i$  = tasa de descuento

**Calculamos VAN por el método de tanteo**

**Tabla 32:** *Tanteo de TIR*

VAN 1	VAN 2
-------	-------

$VAN = -36.476,25 + \frac{17.076,19}{(1 + 0.1246)^1}$ $+ \frac{16.408,08}{(1 + 0.1246)^2}$ $+ \frac{15.344,36}{(1 + 0.1246)^3}$ $+ \frac{13.783,60}{(1 + 0.1246)^4}$ $+ \frac{12.531,03}{(1 + 0.1246)^5}$ $VAN = \mathbf{18.050,91}$	$VAN = -36.476,25 + \frac{17.076,19}{(1 + 0.1246)^1}$ $+ \frac{16.408,08}{(1 + 0.1246)^2}$ $+ \frac{15.344,36}{(1 + 0.1246)^3}$ $+ \frac{13.783,60}{(1 + 0.1246)^4}$ $+ \frac{12.531,03}{(1 + 0.1246)^5}$ $VAN = \mathbf{18.050,91}$
--	--

El cálculo del por el método de interpolación se da a entender que entre el 15.57% y 32% se encuentra la tasa interna de retorno, recalando que 15.57% no podría ser la tasa por el motivo que su resultado es negativo. Por ese motivo se procede al cálculo de la misma con la siguiente fórmula.

$$TIR = \left[ \frac{Ls}{TB} \times DT \right] + Tasa Ls$$

Donde:

DT= Diferencia de tasas

TB= Total brecha

LS= Límite superior

**Tabla 33:** *Interpolación de TIR*

<b>DT = Tasa límite inferior</b> – Tasa límite superior	<b>Tasas</b>	<b>VAN</b>	<b>TB = VAN límite superior +</b> VAN límite inferior con valor absoluto.
	Límite superior		
		Límite inferior	

**Tabla 34:** *Valores de cálculo TIR*

<b>DT = 39.14%</b>	<b>Tasas</b>	<b>VAN</b>	<b>TB = 36.101,83</b>
	12.46%	18.050,91	
	51.60%	18.050,91	

$$TIR = \left[ \frac{Ls}{TB} \times DT \right] + Tasa Ls$$

$$TIR = \left[ \frac{18.050,91}{36.101,82} \times 39.14\% \right] + 12.46\%$$

$$TIR = 32.03\%$$

Dado los cálculos anteriores a la tabla introductoria N.º 26 del cálculo de la rentabilidad, como resultado se obtiene los siguientes rubros de indicadores de rendimiento para la empresa Afrochoza, que garanticen una medida objetiva de producción con relación a la inversión propuesta en el proyecto.

**Tabla 35:** *Resultado de indicadores de inversión*

Valor Actual Neto (VAN)	\$ 18.050,91
VNA	\$18.050,91

TIR	32%
WACC	12,46%

### 3.4.5. Retorno de inversión

Por medio del uso del método ingreso de flujo valor presente, se pretende determinar el valor presente de cada uno de los flujos de efectivo para conocer la posibilidad de crecimiento en la empresa Afrochoza S.A.S. en los próximos 5 años a una tasa de descuento del 12,46% con el uso de la siguiente fórmula:

$$P = \frac{S}{(1 + i)^n}$$

Donde:

S = Flujo de efectivo

n= tiempo / años

i = tasa de descuento o interés.

Utilizando una tasa de descuento del 12.46%

**Tabla 36:** Flujo de efectivo

Tomando En Cuenta El Valor Presente Del Dinero					
Año	Flujo de Efectivo	Valor Presente de flujos		Valor de recuperación	
0	\$ -36.476,25		\$ -36.476,25		\$ -36.476,25
1	\$ 17.076,19	$\frac{1}{(1 + 0.1246)^1}$	\$ 15.183,96	-36.476,25 + 15.183,96	\$ -21.292,29
2	\$ 16.408,08	$\frac{1}{(1 + 0.1246)^2}$	\$ 12.973,17	-21.292,29 + 12.973,17	\$ -8.319,11
3	\$ 15.344,36	$\frac{1}{(1 + 0.1246)^3}$	\$ 10.787,76	-8.319,11 + 10.787,76	\$ 2.468,65

4	\$ 13.783,60	$\frac{1}{(1 + 0.1246)^4}$	\$ 8.616,67	2.468,65 + 8.616,67	\$ 11.085,32
5	\$ 12.531,03	$\frac{1}{(1 + 0.1246)^5}$	\$ 6.965,59	11.085,32 + 6.965,59	\$ 18.050,91

**Tabla 37:** *Período de recuperación*

<b>Período de recuperación (Años)</b>	$PRI = \frac{Pr + (-Vr)}{Vp \text{ de flujo}}$ $PRI = \frac{3 + (-2.468,65)}{8.616,67}$ $PRI = 3 + (-0.2864969878)$ $PRI = 2.713503012$	<b>2 años</b>
<b>Período de recuperación (Meses)</b>	$PRI = 0.713503012 \times 12 \text{ meses}$ $PRI = 8.562036144$	<b>8 meses</b>
<b>Período de recuperación (Días)</b>	$PRI = 0.562036144 \times 30 \text{ días}$ $PRI = 16.86108432$	<b>16 días</b>

El período de recuperación de la inversión de \$ 36.476,25 para la ejecución de la empresa Afrochoza S.A.S. es de dos años, 8 meses y 16 días.

### 3.4.6. Punto de equilibrio

Cumpliendo con la terminación del punto de equilibrio, el cual representa al nivel de producción que no se obtiene pérdidas ni ganancias; es decir, que los ingresos totales son iguales a los costos totales. Esto ayudará a la empresa a proporcionarse de la información de producción o ventas para alcanzar a cubrir los costos y determinar el grado de riesgo que se enfrentará la empresa para evitar pérdidas en el caso de que sus ventas sean inferiores.

Para el procedimiento se utiliza la siguiente fórmula:

$$P.E.Q = \frac{CFT}{P.V.P - CV}$$

Donde:

P.E.Q= Punto de equilibrio por unidades de producción

CFT = Costos fijos totales

P.V.P = Precio

CV = Costo Variable unitario

$$P.E \text{ Traje afro} = \frac{49.08}{41.64 - 32.53}$$

$$P.E \text{ Traje casual} = \frac{49.08}{37.34 - 29.17}$$

*P.E Traje afro = 5 unidades*

*P.E Traje casual = 6 unidades*

Para el traje afrochoteño, se deben producir 5 unidades diarias, mientras que para el traje casual es necesario que la confección sea de 6 trajes casuales para alcanzar su punto de equilibrio y cubrir sus costos. O, por otro lado, su precio debe tener un porcentaje mayor al actual para generar existencias en la empresa.

$$P.E.E = \frac{C.fijos}{1 - \frac{C.Variables}{V.netas}}$$

Donde:

P.E.E= Punto de equilibrio económico o monetario

C. Variables= Costos variables

C. Fijos = Costos fijos

V. netas = Ventas netas

### **Punto de equilibrio económico traje afro**

*P.E.E Traje afro*

$$= \frac{\$ 49.08}{1 - \frac{\$ 40.00}{(\$ 144.903,43/12)}}$$

$$P.E.E Traje afro = \frac{\$ 49.08}{1 - \frac{\$ 40.00}{(\$ 12075.29)}}$$

$$P.E.E Traje afro = \frac{\$ 49.08}{1 - 0.00331255}$$

$$P.E.E Traje afro = \frac{\$ 49.08}{0.99668745}$$

$$P.E.E Traje afro = 49.24$$

***Se debe vender \$ 49.24 diarios***

### **Punto de equilibrio económico traje casual**

*P.E.E Traje casual*

$$= \frac{\$ 49.08}{1 - \frac{\$ 40.00}{(\$ 72596.51/12)}}$$

$$P.E.E Traje casual = \frac{\$ 49.08}{1 - \frac{\$ 40.00}{(\$ 6049.71)}}$$

*P.E.E Traje casual*

$$= \frac{\$ 49.08}{1 - 0.00661189}$$

$$P.E.E Traje casual = \frac{\$ 49.08}{0.99338811}$$

$$P.E.E Traje casual = 49.41$$

***Se debe vender \$ 49.41 a diario.***

Para mantener un equilibrio monetario estable, por cada prenda producida se debe vender \$ 49.24 diario en el traje afrochoteño y \$ 49.41 en el traje casual.

Para finalizar la investigación del estudio de factibilidad se expone las conclusiones y recomendaciones de los aspectos más relevantes que se han llevado a cabo a lo largo del proyecto. Tomando en cuenta los beneficios extraídos y comprobar su continuidad.

## CONCLUSIONES

1. El objetivo de este trabajo de titulación fue la creación de una empresa de confección de prendas dirigida al sector afrochoteño, a razón que fuese capaz de cumplir con la satisfacción y expectativas de los afrochoteños. Además, que también se involucra al beneficio de brindar una fuente formal de ingreso a personas informales, hablando trabajo, ya que existe talento en el sector para confeccionar específicamente este tipo de vestimenta, pero lo realizan como un trabajo colaborativo informal.
2. Concluido el estudio de factibilidad de la empresa Afrochoza S.A.S., realizado en el sector afrochoteño ubicado en Imbabura y Carchi, se determina que la empresa de confección de la vestimenta típica del Valle del Chota demostró que existe una buena aceptación por la población debido a que no existe un lugar que brinde este tipo de servicio.
3. El estudio de mercado aplicado en los sectores afrochoteños demostró que los grupos de danza y música bomba, estarían entre los compradores de mayor potencial, referido a la cantidad de presentaciones, pero no al porcentaje de mayoría. Es decir, que los grupos antes mencionados, tienen un mayor consumo de los trajes, debido a la cantidad de presentaciones que llevan al mes. Estos oscilan entre los 5 hasta los 27 años de edad.
4. En el sector afrochoteño se identificó que la gente está trabajando por el rescate de la cultura afrochoteña especialmente en la juventud, por lo tanto, para la empresa Afrochoza representa una excelente oportunidad de negocio, reconociendo que en el momento actual de rescate de tradiciones podría ser reconocida como una empresa ancestral por parte del pueblo afrochoteño, ya que para ellos significa una suma más a la recuperación de la misma.
5. Al ser una empresa nueva tendrá una producción de trajes típicos que no podrá cubrir toda la demanda afrochoteña, es así que también se identificó una demanda insatisfecha, que de acuerdo a la visión propuesta por la empresa Afrochoza S.A.S., esta podría ser cubierta en un futuro, dado que se piensa incrementar sucursales para una mejor satisfacción.

6. Manteniéndose con la innovación y actualización la empresa será capaz de cumplir con el tamaño óptimo determinado en el estudio técnico; apartado en el que se implementó una serie de pruebas e investigaciones que van de la mano tanto la oferta, demanda y la capacidad instalada, en especial a la mano de obra, para impulsar el trabajo eficiente y eficaz. Basándose en la maquinaria instalada y recursos necesarios, se propuso una producción diaria de 21 trajes para la puesta en marcha del proyecto. Se tendrá un stock para fechas específicas que requieran los grupos de danza.
7. Dentro del estudio administrativo y legal es primordial llevar en cuenta las obligaciones que debe cumplir la empresa, como es el reconocimiento y registro del tipo de entidad hasta el otorgamiento de funcionamiento por parte de entidades reguladoras. Siendo, pues así, que Afrochoza S.A.S., sea reconocida como un tipo de empresa constituida por una persona natural y como una sociedad de acciones simplificadas. De conformidad con la ley, se lleva en cuenta los documentos necesarios para los respectivos permisos de funcionamiento como los registro de RUC o RISE, patente municipal de persona natural, categorización del Ministerio de industrias y productividad, permiso del ministerio de interior, registro de marca servicio nacional de derechos intelectuales SENADI y por último, permisos de cuerpo de bomberos. Adicional a ello, se propuso una estructura organizacional para Afrochoza S.A.S., que permita tener una buena comunicación y jerarquía en el cumplimiento de cada una de las funciones.
8. Un detalle importante a considerar es la viabilidad financiera, en el cual es la forma más visible y veraz para concretar que la creación de la empresa es realizable. Entrando al punto del estudio financiero se llevó a cuenta un 60% de financiamiento por parte de terceros a una tasa activa del 15.57% y un 40% propio, con un rubro de \$ 36476.25, se involucró a la inversión fija, diferida, capital de trabajo y adecuaciones de infraestructura. Este monto presenta la capacidad de generar utilidades al final al deducir todas sus deudas con opción de crecimiento.
9. Cumpliendo con la evaluación de rentabilidad del proyecto, se determinó que el proyecto de Afrochoza S.A.S., es factible siempre y cuando se cumpla con el objetivo

de producción que se aplica en el punto de equilibrio. De tal forma, que cumpliendo con la capacidad calculada, la empresa Afrochoza S.A.S., tiene la posibilidad posicionarse en el mercado. La rentabilidad del proyecto es positiva, con una tasa interna de retorno de 32% y una tasa de descuento 12.46%.

## RECOMENDACIONES

1. Disponer de personal capacitado para garantizar un alto rendimiento y reducir riesgos en el desperdicio de recursos para cumplir con los objetivos establecidos.
2. Siendo las empresas textiles las más contaminantes en la tierra, se considera iniciar con buenas prácticas para el cuidado del medio ambiente por medio de la creación de botellas artesanales para el baile de la bomba, wypes y entregar a centros artesanales y recreativos para artesanías y otras actividades.
3. Tener presente siempre y en cada investigación de satisfacción al cliente, valorada constantemente por medio de herramientas digitales; la visión planteada por la empresa sobre la expansión de sucursales, permitiendo que esta se la lleve con éxito al objetivo planteado a un tiempo determinado.
4. Aliarse con representantes de la cultura afrochoteña como la Fundación Piel Negra con el objetivo de posicionarse en el mercado y ser reconocidos por transmitir la cultura y tradiciones afrochoteñas.
5. Implementar un modelo de inventarios para llevar a cuenta la producción y capacidad de la empresa. En este sentido se evita el desperdicio de recursos y la sobre carga. Además de llevar en cuenta en el mismo proceso los estándares de calidad del producto e higiene, a partir del control y revisión en la confección.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALMACENES FAMILIAR. (s.f.). ALMACENES FAMILIAR. Quito, Pichincha, Ecuador. Obtenido de <https://almacenesfamiliar.com/producto/maquina-de-coser-a-credito-overlock-industrial-jack-e4-4/>
- Almaguer Ramirez, D., Marrero Vidal, A. S., & Rodriguez Dominguez, Y. (2009). *Etapas del análisis de factibilidad. Compendio bibliográfico*. eumed.net.
- Anangonó, M. (23 de Marzo de 2023). Entrevista Dirigida al Pueblo Afrochoteño. (M. S. Espinoza Viveros, Entrevistador) Imbabura, Ecuador.
- Ariosto, M. (2021). *El análisis de factibilidad*. Testa Marketing.
- Baca Urbina, G. (2010). *Evaluación de proyectos* (6ta Ed ed.). Mexico: Mc Graw Hill. doi:ISBN 13:978-607-15-0260-5
- Chalá Cisneros, J. V. (2019). *Estudio de las manifestaciones culturales del pueblo afro del valle del chota para su uso en propuestas turísticas*. UTN "FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS.
- Dubergel Cobas, Y., & Argota Vega, L. E. (2017). *Estudio de Factibilidad Económica del producto sistema automatizado cubano para el control de equipos médicos*. 3C Tecnología.
- edx Company. (2023). *edx Company*. Obtenido de Aprende Evaluación financiera: <https://www.edx.org/es/aprende/evaluacion-financiera>
- Equipo docente del IL3-Universidad de Barcelona. (31 de Mayo de 2021). *BUILDING TALENT Institut de Formació Contínua - IL3 Universidad de Barcelona*. Obtenido de ¿Cuáles son las técnicas de investigación de mercado?: <https://www.il3.ub.edu/blog/cuales-son-las->

tecnicas-de-investigacion-de-

mercado/#:~:text=Las%20t%C3%A9cnicas%20de%20investigaci%C3%B3n%20de%20mercado%20%2Dtambi%C3%A9n%20conocidas%20como%20estudio,de%20su%20nicho%20de%20mercado.

Espada, B. (29 de Agosto de 2021). Curiosidades de la vestimenta africana. *OkDiario*. Obtenido de <https://okdiario.com/curiosidades/curiosidades-vestimenta-africana-2513238>

FENIX. (s.f.). *Productos FENIX*. Obtenido de MIX COSTURERA | La más elegida por la industria textil: <https://sillasfenix.com/productos/mix-costurera-la-mas-elegida-por-la-industria-textil/>

GAEN. (15 de Noviembre de 2019). Grupo Artesanal Esperanza Negra GAEN. *Experiencias de la comunidad*. Mira, Carchi, Ecuador. Obtenido de <https://www.facebook.com/profile.php?id=100054561993900>

INEC. (2010). *Población Y demografía*. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2010.

Instituto Nacional de Patrimonio Cultural. (20 de octubre de 2020). "La Bomba" es parte del Patrimonio Cultural Inmaterial del Ecuador. *Comunicación Social INPC*. Obtenido de <https://www.patrimoniocultural.gob.ec/la-bomba-es-parte-del-patrimonio-cultural-inmaterial-del-ecuador/#:~:text=La%20poblaci%C3%B3n%20originaria%20asentada%20en,%2C%20indo%2Dafricana%2Deuropea>.

Lara, A. L. (s.f.). Integrante de grupos ancestrales GAEN y danza. *Integrante de grupos ancestrales GAEN y danza*. GAEN, Mira.

LC DANCE. (s.f.). Grupo de danza de bomba LC Dance. *Presentación LC DANCE*. Grupo de danza de bomba LC Dance, Ibarra, Imbabura, Ecuador.

Luna, R. (1999). *Manual para determinar la factibilidad económica de proyectos*. PROARCA / CAPAS. Obtenido de [https://pdf.usaid.gov/pdf\\_docs/PNACK395.pdf](https://pdf.usaid.gov/pdf_docs/PNACK395.pdf)

Luna, R., & Chaves, D. (2001). *Guía para elaborar estudios de factibilidad de proyectos ecoturístico*. Guatemala: PROARCA/CAPAS. Recuperado el marzo de 2001, de [https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-04/semana4/4Guia\\_Factibilidad\\_Proyectos\\_Ecoturisticos\\_CAPAS.pdf](https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-04/semana4/4Guia_Factibilidad_Proyectos_Ecoturisticos_CAPAS.pdf)

MÁQUINAS ECUADOR. (s.f.). Máquinas Ecuador. Quito, Pichincha, Ecuador. Obtenido de <https://maquinasecuador.com/producto/maquina-recta-jontex-y2-con-cortador-de-hilo-automatico/>

Minda , R. (21 de Marzo de 2023). Entrevista dirigida al pueblo afrochoteño. *“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE VESTIMENTA TÍPICA DEL SECTOR AFROCHOTEÑO UBICADO EN IMBABURA Y CARCHI”*. (M. S. Espinoza Viveros, Entrevistador)

Minda Anangonó, M. H. (21 de Marzo de 2023). Entrevista dirigida al pueblo Afrochoteño. *“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE VESTIMENTA TÍPICA DEL SECTOR AFROCHOTEÑO UBICADO EN IMBABURA Y CARCHI”*. (M. S. Espinoza Viveros , Entrevistador) Mira, Carchi, Ecuador.

Mtra. Lopez Parra, M. E., Mtra. Aceves López, J. N., Mrta. Pellat, A., & Mrta. Puerta, C. (s.f.). *itsom.mx*. Obtenido de Estudio administrativo. Un apoyo en la estructura organizacional del proyecto de inversión : <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/documents/no56/estudioadmtivo.pdf>

Pérez , A. (2021 de Abril de 23). *OBS Business School*. Obtenido de Estudio Financiero: en qué consiste y cómo llevarlo a cabo.: <https://www.obsbusiness.school/blog/estudio-financiero-en-que-consiste-y-como-llevarlo-cabo>

Quiroa, M. (2020). *Estudio de factibilidad*. Economipedia.

Rosales, J. L., & Benalcazar, W. (20 de marzo de 2017). La música, danza y vestimenta nutren a los jóvenes del Chota. *EL COMERCIO*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/tendencias/musica-danza-vestimenta-jovenes-chota.html>

Santos Santos, T. (2008). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UN PROYECTO DE INVERSIÓN: ETAPAS EN SU ESTUDIO*. eumed.net. doi:16968360

Secretaría Nacional de Planificación ; La Constitución ; Código Orgánico de Planificación y Finanzas Públi ; Consejo Nacional de Planificación ;. (2021). *Plan de Creacion de Oportunidades 2021 - 2025*. Secretaría Nacional de Planificación. Recuperado el 2021, de [https://observatorioplanificacion.cepal.org/sites/default/files/plan/files/Plan-de-Creaci%C3%B3n-de-Oportunidades-2021-2025-Aprobado\\_compressed.pdf](https://observatorioplanificacion.cepal.org/sites/default/files/plan/files/Plan-de-Creaci%C3%B3n-de-Oportunidades-2021-2025-Aprobado_compressed.pdf)

TECNIHOGAR ;. (s.f.). Planchas Oster. Guayaquil, Guayaquil, Ecuador.

Torres, D. (11 de enero de 2022). *SEOAUSTRAL*. Obtenido de ¿Cuáles son las 7 P del marketing?: <https://seoaustral.com/marketing-de-contenido/cuales-son-las-7-p-del-marketing/#:~:text=Al%20momento%20de%20poner%20en,%2C%20Personas%2C%20Procesos%20y%20Posicionamiento.>

Villalba , A. (02 de Octubre de 2019). Coangestilo Villalba . *Publicación Facebook*. Valle del Chota - Carpuela , Imbabura, Ecuador: Alicia Villalba. Obtenido de Lo que estabas esperando para vestir bien.. pagina de facebook Arte y Estilo Coangue Villalba: <https://www.facebook.com/alicia.billalba.1>

Yar Quiroz, E. P. (2017). *ESTUDIO DE LAS EXPRESIONES CULTURALES DE LOS AFRODESCENDIENTES DEL VALLE DEL CHOTA, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA PARA EL DISEÑO DE UN MUSEO ETNOGRÁFICO*. UTN "FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS".

## **CERTIFICACIÓN ANTIPLAGIO**

## ANEXOS

### Anexo 1 (Encuesta)

#### PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE IBARRA

#### ENCUESTA DIRIGIDA AL PUEBLO AFROCHOTEÑO

Objetivo: Recolectar información sobre el interés y preferencias a la vestimenta afrochoteña.

Con el fin de conocer las oportunidades de mercado para la creación de una empresa dedicada a la confección de la vestimenta afrochoteña. Se solicita de su colaboración para el llenado de la siguiente encuesta, marcando la respuesta de su conveniencia. Esta encuesta le tomará aproximadamente 2 minutos de su tiempo.

Con anticipación, se aprecia su participación.

#### DATOS GENERALES

##### Género:

Femenino

Masculino

##### Edad:

Menos de 18 años

18 – 30 años

31 – 44 años

45 – 60 años

Más de 61 años

##### Lugar de residencia afrochoteño:

El Juncal

El Chota

Mascarilla

La Concepción

- Salinas
- San Francisco de Caldera
- Piquiucho
- Carpuela
- Tumbatú
- Ambuquí
- San Vicente de Pusir
- Santa Ana
- Santiaguillo
- El Hato de Chamanal
- La Victoria
- Chalguayacu
- Pusir
- Otro \_\_\_\_\_
- Residente en \_\_\_\_\_

**Usted es parte de un grupo representativo del pueblo afrochoteño**

- Grupo de danza
- Grupo de música bomba
- Ninguno
- Otro

**CUESTIONARIO**

**1. ¿Cree usted que es necesario que exista una empresa que realice la vestimenta afrochoteña para que esta no se extinga?**

- De acuerdo
- Desacuerdo

**2. ¿Cuál cree usted que es el sector más adecuado para la ubicación de la empresa para la confección de la vestimenta afrochoteña?**

- |                          |                          |                          |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| El Juncal                | <input type="checkbox"/> |                          |
| El Chota                 | <input type="checkbox"/> |                          |
| Mascarilla               | <input type="checkbox"/> |                          |
| La Concepción            | <input type="checkbox"/> |                          |
| Salinas                  | <input type="checkbox"/> |                          |
| San Francisco de Caldera |                          | <input type="checkbox"/> |
| Piquiucho                | <input type="checkbox"/> |                          |
| Carpuela                 | <input type="checkbox"/> |                          |
| Tumbatú                  | <input type="checkbox"/> |                          |
| Ambuquí                  | <input type="checkbox"/> |                          |
| San Vicente de Pusir     |                          | <input type="checkbox"/> |
| Santa Ana                | <input type="checkbox"/> |                          |
| Santiagoullo             | <input type="checkbox"/> |                          |
| El Hato de Chamanal      |                          | <input type="checkbox"/> |
| La Victoria              | <input type="checkbox"/> |                          |
| Chalguayacu              | <input type="checkbox"/> |                          |
| Pusir                    | <input type="checkbox"/> |                          |
| Otro                     | _____                    |                          |

**3. ¿Permitiría usted que una empresa dedicada a la confección de la vestimenta afrochoteña realice una vestimenta a su gusto y talla?**

- Sí
- No  Motivo \_\_\_\_\_

*(Si la respuesta fue sí continúe con la encuesta, caso contrario termina la encuesta)*

**4. ¿Usted ha encargado con anterioridad a otras personas o empresas para que confeccionen su vestimenta afro?**

- Sí
- No

**5. ¿En qué ocasiones compraría o pediría la confección de una vestimenta afrochoteña?**

- |                             |                          |                          |
|-----------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Fiestas de pueblo           | <input type="checkbox"/> |                          |
| Reinados                    | <input type="checkbox"/> |                          |
| Carnavales                  | <input type="checkbox"/> |                          |
| Ordinario                   | <input type="checkbox"/> |                          |
| Representaciones culturales |                          | <input type="checkbox"/> |

Pregones

**6. ¿Qué tipo de vestimenta cree que también se debería confeccionar en la empresa?**

Mapalé

Marimba

Afro Fit

Otro \_\_\_\_\_

**7. ¿Qué aspectos son importantes para usted al momento de pagar por la vestimenta confeccionada?**

*(Puede marcar más de una opción)*

Diseño

Colores

Originalidad

Precio

Garantías por cambio de talla

Calidad

Ofertas

Variedad

Experiencia del trabajo

**8. ¿Cuánto pagaría por la confección de una vestimenta afrochoteña?**

Menos de \$45  *(Falda plisada, blusa colorida, debajero o enagua y delantal)*

\$46 - \$50  *(Falda plisada, blusa colorida, turbante, debajero o enagua y delantal)*

\$51 - \$60  *(Falda plisada, blusa colorida y brillos, turbante colorido con brillos, debajero con encaje o enagua y delantal con figura afro)*

\$61 - \$70  *(Traje completo y accesorios a pedido del cliente)*

Más de \$71  *(Traje completo, accesorios y pancartas de representación)*

**Gracias por su tiempo y colaboración.**

## Anexo 2 (Entrevista)

### PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE IBARRA

#### ENTREVISTA DIRIGIDA AL PUEBLO AFROCHOTEÑO

Objetivo: Recolectar información sobre el interés y preferencias a la vestimenta afrochoteña.

Con el fin de conocer las oportunidades de mercado para la creación de una empresa dedicada a la confección de la vestimenta afrochoteña. Se solicita de su colaboración para la siguiente entrevista que nos permitirá conocer la situación actual del pueblo afrochoteño.

Con anticipación, se aprecia su participación.

1. En la antigüedad como se vestían las mujeres / hombres

---

---

---

2. ¿Cuál es el motivo por el que usted usa la vestimenta afrochoteña?

---

---

---

3. ¿Qué representa la vestimenta afrochoteña para usted?

---

---

---

4. Pertenece o ha pertenecido a un grupo de danza que le obligue a usar el traje típico o lo realiza por voluntad.

---

---

---

5. En la actualidad, de cuanto son sus gastos en la indumentaria para su usted y su familia.

---

---

---

**Anexo 3 (Ficha observacional)**

<b>FICHA OBSERVACIONAL</b>				
<b>Fecha</b>		<b>Hora inicio de observación</b>		
<b>Lugar</b>		<b>Hora final de observación</b>		
<b>Género</b>		<b>Edad de apariencia</b>		
<b>Fiesta o celebración</b>				
<b>Actividad</b>				
<b>Tipo de vestimenta</b>		<b>Ordinaria</b>		<b>Afro</b>
<b>Observación</b>				

## Anexo 4

Sra. María Hidubina Minda de la comunidad de Mascarilla



## Anexo 5

Sra. Margarita Anangonó de la comunidad de la Victoria de la parroquia Pablo Arenas



## Anexo 6

Sra. Angelita Ermelinda Calderon de la comunidad de El Chota.



## Anexo 7

Srta. Participante y reina del carnaval Coangué 2023 de El Chota y su grupo de danza afro.



## Anexo 8

Fotografía tomada a una comunera con la vestimenta afrochoteña en la comunidad de mascarilla



## Anexo 9

Fotografía tomada a comuneras de El Chota con la vestimenta con la vestimenta afrochoteña

