



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**CARRERA FINANZAS**

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD DE FOMENTO PRODUCTIVO  
PARA LA ASOCIACIÓN DE TRABAJADORES AUTÓNOMOS  
MONS.” LEÓNIDAS PROAÑO” DE LA COMUNIDAD TROJE  
CHICO**

**Trabajo de Integración Curricular**

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

**INGENIERO EN FINANZAS**

**AUTOR:**

**JOSÉ FRANCISCO BETÚN YUQUILEMA**

Riobamba – Ecuador

2022



# **ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**

## **FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

### **CARRERA FINANZAS**

# **PROYECTO DE FACTIBILIDAD DE FOMENTO PRODUCTIVO PARA LA ASOCIACIÓN DE TRABAJADORES AUTÓNOMOS MONS.” LEÓNIDAS PROAÑO” DE LA COMUNIDAD TROJE CHICO**

### **Trabajo de Integración Curricular**

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

### **INGENIERO EN FINANZAS**

**AUTOR:** JOSÉ FRANCISCO BETÚN YUQUILEMA

**DIRECTORA:** LIC. MARÍA FERNANDA HERRERA CHICO

Riobamba – Ecuador

2022

**©2022, José Francisco Betún Yuquilema**

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de autor.

Yo, José Francisco Betún Yuquilema, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autor asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación; El patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 16 de julio del 2022

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'José Francisco Betún Yuquilema', is written over a horizontal line. The signature is stylized and cursive.

**José Francisco Betún Yuquilema**

**CI. 0604864819**

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**CARRERA FINANZAS**

El Tribunal del Trabajo de Integración Curricular certifica que: el Trabajo de Integración Curricular: tipo: Proyecto de Investigación, **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD DE FOMENTO PRODUCTIVO PARA LA ASOCIACIÓN DE TRABAJADORES AUTÓNOMOS MONS.” LEÓNIDAS PROAÑO” DE LA COMUNIDAD TROJE CHICO**”, realizado por **JOSÉ FRANCISCO BETÚN YUQUILEMA**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Integración Curricular, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	<b>FIRMA</b>	<b>FECHA</b>
Ing. José Gabriel Pilaguano Mendoza <b>PRESIDENTE DEL TRIBUNAL</b>		2022/07/26 _____
Lic. María Fernanda Herrera Chico <b>DIRECTOR(A) DEL TRABAJO DE TITULACIÓN</b>		2022/07/26 _____
Ing. José Fernando López Aguirre <b>MIEMBRO DE TRIBUNAL</b>		2022/07/26 _____

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo de investigación es dedicado principalmente a Dios, por ser el inspirador y darnos fuerza y valentía para continuar en este proceso de obtener un anhelo más deseado de mi vida. A mis padres, por su amor incondicional, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ustedes he logrado llegar hasta aquí y convertirme en lo que soy. Para mí es un orgullo y privilegio de ser su hijo, son los mejores padres. A mis hermanos (a) por estar siempre presentes en las buenas y en las malas, por ese apoyo moral que me brindan a lo largo de esta etapa de mi vida. A todas las personas que me han apoyado y han hecho que el presente trabajo de investigación se realice con éxito en especial a aquellos que nos abrieron las puertas y compartieron sus conocimientos.

*José*

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por ser mi guía y acompañarme en el transcurso de mi vida, brindándome sabiduría e inteligencia para culminar con éxito las metas propuestas. Agradezco a nuestros docentes de la escuela de Finanzas de la Facultad de Administración de empresas de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo en especial a la Lic. María Fernanda Herrera Chico y el ing. José López Aguirre, gracias a ellos se pudo realizarse este trabajo de investigación, quienes me han guiado con sus conocimientos, gracias a ustedes por su paciencia, dedicación, amistad y apoyo incondicional.

*José*

## TABLA DE CONTENIDO

<b>ÍNDICE DE CONTENIDO</b> .....	vi
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b> .....	ix
<b>ÍNDICE DE GRÁFICO</b> .....	xi
<b>ÍNDICE DE FIGURA</b> .....	xii
<b>ÍNDICE DE ANEXOS</b> .....	xiii
<b>RESUMEN</b> .....	xv
<b>ABSTRACT</b> .....	xvi
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	1

## CAPÍTULO 1

<b>MARCO TEÓRICO REFERENCIAL</b> .....	2
<b>1.1 Antecedentes de Investigación</b> .....	2
<b>1.2 Marco Teórico</b> .....	3
<b>1.2.1 Proyecto</b> .....	3
<i>1.2.2 Tipos de Proyectos</i> .....	4
<i>1.2.3 Fases de los Proyectos</i> .....	7
<i>1.2.4 Proyecto de Fomento Productivo</i> .....	9
<i>1.2.5 Emprendimiento</i> .....	10
<i>1.2.6 Estudio de Mercado</i> .....	10
<i>1.2.7 Segmentación del Mercado</i> .....	11
<i>1.2.8 Factibilidad Financiera</i> .....	11

## CAPÍTULO II

<b>MARCO METODOLÓGICO</b> .....	13
<b>2.1 Enfoque de investigación</b> .....	13
<b>2.2 Nivel de investigación</b> .....	13
<i>2.2.1 Investigación Exploratorio</i> .....	13



2.2.2	<i>Investigación Descriptiva</i> .....	14
<b>2.3</b>	<b>Diseño de la investigación</b> .....	<b>14</b>
2.3.1	<i>Según la manipulación de la variable independiente</i> .....	15
2.3.2	<i>Según las intervenciones en el trabajo de campo</i> .....	15
<b>2.4</b>	<b>Tipo de estudio</b> .....	<b>15</b>
<b>2.5</b>	<b>Población y Planificación, selección y cálculo del tamaño de la muestra</b> .....	<b>16</b>
<b>2.6</b>	<b>Muestra</b> .....	<b>17</b>
<b>2.7</b>	<b>Métodos, técnicas e instrumentos de investigación</b> .....	<b>17</b>
2.7.1	<i>Métodos de investigación</i> .....	17
2.7.2	<i>Técnicas de investigación</i> .....	18
2.7.3	<i>Instrumentos de investigación</i> .....	19

### **CAPÍTULO III**

	<b>MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS</b> .....	<b>20</b>
<b>3.1</b>	<b>Resultados</b> .....	<b>20</b>
<b>3.2</b>	<b>Discusión de resultados</b> .....	<b>25</b>
<b>3.3</b>	<b>Propuesta</b> .....	<b>25</b>
3.3.1	<i>Reseña Histórica</i> .....	26
3.3.2	<i>Conformación jurídica</i> .....	26
3.3.3	<i>Misión</i> .....	26
3.3.4	<i>Visión</i> .....	27
3.3.5	<i>Valores</i> .....	28
3.3.6	<i>Organigrama estructural</i> .....	29
3.3.7	<i>Diagnostico general</i> .....	32
3.3.7.1	<i>Matriz FODA</i> .....	32
3.3.7.2	<i>Estudio de mercado</i> .....	1
3.3.8	<i>Factibilidad administrativa</i> .....	14
3.3.9	<i>Factibilidad financiera</i> .....	14

<b>CONCLUSIONES</b> .....	36
<b>RECOMENDACIONES</b> .....	36
<b>GLOSARIO</b>	
<b>BIBLIOGRAFIA</b>	
<b>ANEXOS</b>	

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1 - 2:</b> Manipulación de la variable independiente .....	15
<b>Tabla 2 - 2:</b> Trabajo de campo .....	15
<b>Tabla 3 - 2:</b> Tipo de estudio .....	15
<b>Tabla 4 - 2:</b> Miembros de la Asociación .....	16
<b>Tabla 5 - 3:</b> Operaciones sustentadas legalmente .....	20
<b>Tabla 6 - 3:</b> Gestión Administrativa.....	20
<b>Tabla 7 - 3:</b> Metas para la generación de recursos económicos .....	21
<b>Tabla 8 - 3:</b> Actividades alternativas.....	21
<b>Tabla 9 - 3:</b> Apoyo a las actividades alternativas.....	22
<b>Tabla 10 - 3:</b> Estudio de mercado .....	22
<b>Tabla 11 - 3:</b> Excedentes de producción .....	23
<b>Tabla 12 - 3:</b> Estudio Financiero.....	23
<b>Tabla 13 - 3:</b> Rentabilidad de operaciones.....	24
<b>Tabla 14 - 3:</b> Creación de centro de acopia.....	24
<b>Tabla 15 - 3:</b> Elaboración de la misión .....	27
<b>Tabla 16 - 3:</b> Elaboración de la visión .....	27
<b>Tabla 17 - 3:</b> Factores externos .....	32
<b>Tabla 18 - 3:</b> Análisis del impacto entorno externos.....	37
<b>Tabla 19 - 3:</b> Análisis de la ponderación entorno externo .....	38
<b>Tabla 20 - 3:</b> Parámetros para el análisis interno .....	39
<b>Tabla 18 - 3:</b> Análisis del impacto entorno internos .....	42
<b>Tabla 19 - 3:</b> Análisis de la ponderación entorno interno .....	43
<b>Tabla 23 - 3:</b> Matriz FODA.....	44
<b>Tabla 24 - 3:</b> Edad.....	1
<b>Tabla 25 - 3:</b> Genero .....	2
<b>Tabla 26 - 3:</b> Parroquia .....	3
<b>Tabla 27 - 3:</b> Consume quinua .....	4
<b>Tabla 28 - 3:</b> Donde adquiere la quinua .....	5
<b>Tabla 29 - 3:</b> Beneficios de la quinua .....	6
<b>Tabla 30 - 3:</b> Marca de quinua .....	7
<b>Tabla 31 - 3:</b> Cuanto consume .....	8
<b>Tabla 32 - 3:</b> Cuanto paga por la libra de quinua.....	9
<b>Tabla 33 - 3:</b> Presentación de la quinua .....	10

<b>Tabla 34 - 3:</b> Medios de comunicación .....	11
<b>Tabla 35 – 3:</b> Tiempo que destinan para los medios de comunicación.....	12
<b>Tabla 36 - 3:</b> Tipo de publicidad.....	13
<b>Tabla 37 - 3:</b> Localización .....	14
<b>Tabla 38 - 3:</b> Valor nutricional.....	15
<b>Tabla 39 - 3:</b> Proceso de producción.....	19
<b>Tabla 40 - 3:</b> Funciones de las áreas contratadas .....	21
<b>Tabla 41 - 3:</b> Políticas de comercialización .....	23
<b>Tabla 42 - 3:</b> Estrategias de comercialización.....	25

## ÍNDICE DE GRÁFICO

<b>Gráfico 1 – 3:</b> Edad .....	1
<b>Gráfico 2 – 3:</b> Genero .....	2
<b>Gráfico 3 – 3:</b> Parroquia.....	3
<b>Gráfico 4 – 3:</b> Consumo de quinua .....	4
<b>Gráfico 5 – 3:</b> Donde compran la quinua .....	5
<b>Gráfico 6 – 3:</b> Beneficios de la quinua.....	6
<b>Gráfico 7 – 3:</b> Marcas de quinua.....	7
<b>Gráfico 8 – 3:</b> Cuantas libras se consume .....	8
<b>Gráfico 9 – 3:</b> Cuanto paga por la libra de quinua .....	9
<b>Gráfico 10 – 3:</b> Presentación de la quinua .....	10
<b>Gráfico 11 – 3:</b> Medios de comunicación .....	11
<b>Gráfico 12 – 3:</b> Tiempo que lo dedican a los medios de comunicación.....	12
<b>Gráfico 13 – 3:</b> Tipo de publicidad .....	13
<b>Gráfico 14 – 3:</b> Procedencia de recurso .....	28
<b>Gráfico 15 – 3:</b> Materia prima directa.....	29
<b>Gráfico 16 – 3:</b> Mano de obra directa .....	30
<b>Gráfico 17 – 3:</b> Costos indirectos.....	31
<b>Gráfico 18 – 3:</b> Gastos .....	32
<b>Gráfico 19 – 3:</b> Ventas proyectadas .....	33

## ÍNDICE DE FIGURA

<b>Figura 1 – 3:</b> Tipos de Proyectos .....	5
<b>Figura 2 – 3:</b> Elementos de la primera fase del proyecto.....	7
<b>Figura 3 – 3:</b> Elementos de la segunda fase del proyecto .....	8
<b>Figura 4 – 3:</b> Elementos de la tercera fase del proyecto .....	8
<b>Figura 5 – 3:</b> Elementos de la cuarta fase del proyecto .....	9
<b>Figura 6 – 3:</b> Elementos de la quinta fase del proyecto .....	9
<b>Figura 7 – 3:</b> Elementos de la factibilidad financiera .....	12
<b>Figura 8 - 3:</b> Contenido de la propuesta.....	25
<b>Figura 9 - 3:</b> Valores de la Asociación .....	28
<b>Figura 10 - 3:</b> Organigrama estructural.....	30
<b>Figura 11 - 3:</b> Organigrama funcional .....	31

## **ÍNDICE DE ANEXOS**

**ANEXO A:** INTEGRANTES DE LA ORGANIZACIÓN

**ANEXO B:** ENTREVISTA A LOS SOCIOS DE LA ASOCIACIÓN DE TRABAJADORES  
MONS. LEÓNIDAS PROAÑO

**ANEXO C:** ENCUESTA A LA POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DE CANTÓN  
RIOBAMBA

**ANEXO D:** ESTADOS FINANCIEROS

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación denominado proyecto de factibilidad de fomento productivo de la asociación de trabajadores Mons. Leónidas Proaño de la comunidad Troje Chico, ubicada en la provincia de Chimborazo, cantón Colta, parroquia Columbe, comunidad antes mencionada, tenía como finalidad fomentar el crecimiento económico de la asociación y sus asociados, adecuando la infraestructura para comercializar la quinua de calidad al precio accesible del consumidor. En cuanto a la parte metodológica de la investigación se utilizó el método inductivo, deductivo y analítico, las técnicas e instrumentos utilizados fueron la entrevista, la encuesta y observación directa, las cuales ayudaron a recolectar la información verídica para la elaboración de la propuesta. Mediante la encuesta se logró determinar que un 97% de la población económicamente activa de la ciudad de Riobamba consume la quinua y están dispuestos a pagar más de 1 dólar por cada libra. La propuesta se basa en el mejoramiento de la infraestructura o centro de acopio mediante la adecuada distribución de la planta con un proceso de producción que controle la calidad del producto para el consumidor. En conclusión, la elaboración del proyecto de factibilidad de fomento productivo ayudara a los asociados y comuneros a mejorar su calidad de vida, sus ingresos ya que mediante la aplicación de este proyecto podrán vender su producto a un precio justo, cumpliendo así con los objetivos propuestos. Por último, se sugirió a los directivos socializar a la totalidad de los integrantes la normativa y las políticas para garantizar su aplicación con la finalidad de cumplir con el fin social para el cual se constituyó.

**Palabras clave:** <CENTRO DE ACOPIO>, <QUINUA>, <ESTUDIO DE FACTIBILIDAD>, <FACTIBILIDAD FINANCIERA>, <PROCESO DE PRODUCCIÓN>.

The image shows a handwritten signature in blue ink on the left and a circular official seal on the right. The seal contains the text 'UNIVERSIDAD TULCAN' and 'FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS' around a central emblem.

05-08-2022

1707-DBRA-UTP-2022



## ABSTRACT

The present feasibility project about the productive promotion in the association of workers Monseñor Leónidas Proaño located in a community called Troje Chico, province of Chimborazo, Colta canton, Columbe parish was aimed at promoting the growth of the association and its associates, adapting the infrastructure to commercialize quality quinoa at an affordable price for the consumer. Regarding the methodological part of the investigation, the inductive, deductive and analytical method was used, the techniques and instruments used were an interview, a survey and the direct observation, which helped to collect real information to elaborate a proposal. Through the survey, it was possible to determine that 97% of the economically active population of Riobamba city consume quinoa and are willing to pay more than 1 dollar for each pound. The proposal is based on the improvement of the infrastructure or collection center through the adequate distribution of the plant with a production process that controls the quality of the product for the consumer. In conclusion, the elaboration of the productive development feasibility project will help the associates and community members to improve their quality of life, their income, since through the application of this project they will be able to sell their product at a fair price, thus fulfilling the proposed objectives. . Finally, it was suggested to the managers to socialize the regulations and policies to all the members to guarantee their application in order to fulfill the social purpose for which it was established.

Keywords: <COLLECTION CENTER>, <QUINOA>, <FEASIBILITY STUDY>, <FINANCIAL FEASIBILITY>, <PRODUCTION PROCESS>.



Luis Fernando Barriga Fray

0603010612

## **INTRODUCCIÓN**

El presente trabajo de titulación corresponde al desarrollo de un: “Proyecto de Factibilidad de Fomento Productivo para la Asociación de Trabajadores Autónomos Mons.” Leónidas Proaño” de la Comunidad Troje Chico”, para lo cual en el primer capítulo se partió desde revisión bibliográfica de varios actores, se seleccionó definiciones relacionadas con el tema y los elementos necesarios para su desarrollo.

En el segundo capítulo se incluyó el enfoque, tipos, métodos, técnicas e instrumentos de investigación necesarios para la recolección de información; no solo de los integrantes de la organización, sino también del mercado como puntos clave para conocer las tendencias en el mercado de objetivo.

En el tercer capítulo se incluyeron los resultados de la encuesta, también se elaboró un diagnóstico partiendo del análisis interno y externo de la asociación donde se pudo establecer los puntos a ser atendidos con este documento, se estableció el producto, elaborando las respectivas proyecciones financieras, donde se consideró la materia prima empleada para un volumen de producción previamente definido, las proyecciones de mano de obra y los costos necesarios para que el producto este a disposición del consumidor, cabe destacar el cálculo del Valor Actual Neto. La Tasa Interna de Retorno y cuando se podría recuperar la inversión siendo un dato necesario para decidir sobre la inversión y financiamiento, así mismo dando cumplimiento a los objetivos planteados se realizó las respectivas conclusiones y recomendaciones.

# CAPÍTULO I

## 1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

### 1.1 Antecedentes de Investigación

El tema planteado ha sido realizado anteriormente por diferentes autores, relacionados con el tema de investigación, a continuación, presento varios de los documentos consultados:

Zambrano G (2016). En su trabajo de titulación con el tema: *Plan de negocios para la proyección y desarrollo empresarial de la Asociación Agropecuaria “Esperanza del Mañana” en el marco de la economía social y solidaria, período 2016-2018*, (Tesis de pregrado), Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, menciona:

El presente trabajo de investigación denominado “ Plan de Negocios para la Proyección y Desarrollo Empresarial de La Asociación Agropecuaria “Esperanza del Mañana” en el Marco de la Economía Social y Solidaria, Período 2016-2018”, se efectuó en dicha organización conformado por agricultores, quienes de manera asociativa realizan actividades de producción y comercialización de quinua, bajo la concepción del trabajo solidario y organizado; el cual tiene como finalidad, constituirse en una empresa solidaria y de propiedad de sus beneficiarios, para lograr de manera responsable resultados económicos, sociales y ambientales en beneficio socios, sus familias y de las comunidades donde se localizan la actividades referidas (pág. xii).

Para Bonilla & Garcia (2019). En su trabajo de titulación con el tema: *Proyecto de factibilidad para la implementación de una planta de procesamiento de quinua utilizando herramientas Lean Manufacturing en la empresa Sumak Life ubicada en el cantón Guano.*, (Tesis de pregrado), Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, resume:

El objetivo es realizar un estudio de factibilidad utilizando herramientas en la empresa Sumak Life. En cuanto a la metodología se empleó técnicas para la elaboración de diagramas de proceso; para realizar el VSM, el diseño de los diagramas de recorrido y la distribución de planta. En el análisis de la situación actual se determinó la inadecuada distribución de planta lo que ocasiona la presencia de transportes innecesarios. Este análisis fortaleció el estudio técnico de la implementación de la nueva planta de procesamiento, se obtuvo un Valor Actual Neto mayor a cero por lo que la

implementación de la nueva planta de procesamiento; finalmente según los cálculos realizados entre los ingresos y egresos proyectados indica que es factible el proyecto. Finalmente, se recomienda implementar la nueva planta de procesamiento establecidos en el presente proyecto (pág. xiv).

Según Yumisaca L (2016). En su trabajo de titulación con el tema: *Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de chicha de quinua, en la comunidad san Martín alto, parroquia Columbe, cantón Colta, provincia de Chimborazo*, (Tesis de pregrado), Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, menciona:

El objetivo es factibilidad para la creación de una empresa; iniciando con un diagnóstico situacional de la zona, a través del análisis de la demanda, de la competencia, los precios y la comercialización se determinó la demanda insatisfecha. El estudio técnico permitió conocer la localización del proyecto y el tamaño del mismo. El plan financiero y el estudio de la factibilidad económica, el Periodo de Recuperación de la Inversión a partir del tercer año. De todo el estudio realizado se puede concluir que es susceptible de ser implementado por la bondad de sus resultados. El impacto social, cultural y económico que generará el proyecto es relevante redistribución de la riqueza en otros sectores, se recomienda implementar considerando su importancia dentro de la economía del país (pág. xii).

Las actividades agrícolas por sí solas no generan los recursos necesarios para los agricultores pues están expuestos a las condiciones de la demanda y oferta, pueden obtener recursos suficientes por sus productos o perder todo lo invertido por exceso de producción, por tal razón se requiere un proyecto que permita unificar esfuerzos y generar herramientas conjuntas de comercialización que generen recursos económicos suficientes para mejorar la calidad de vida de sus socios.

## **1.2 Marco Teórico**

### ***1.2.1 Proyecto***

Para Apaza R (2013):

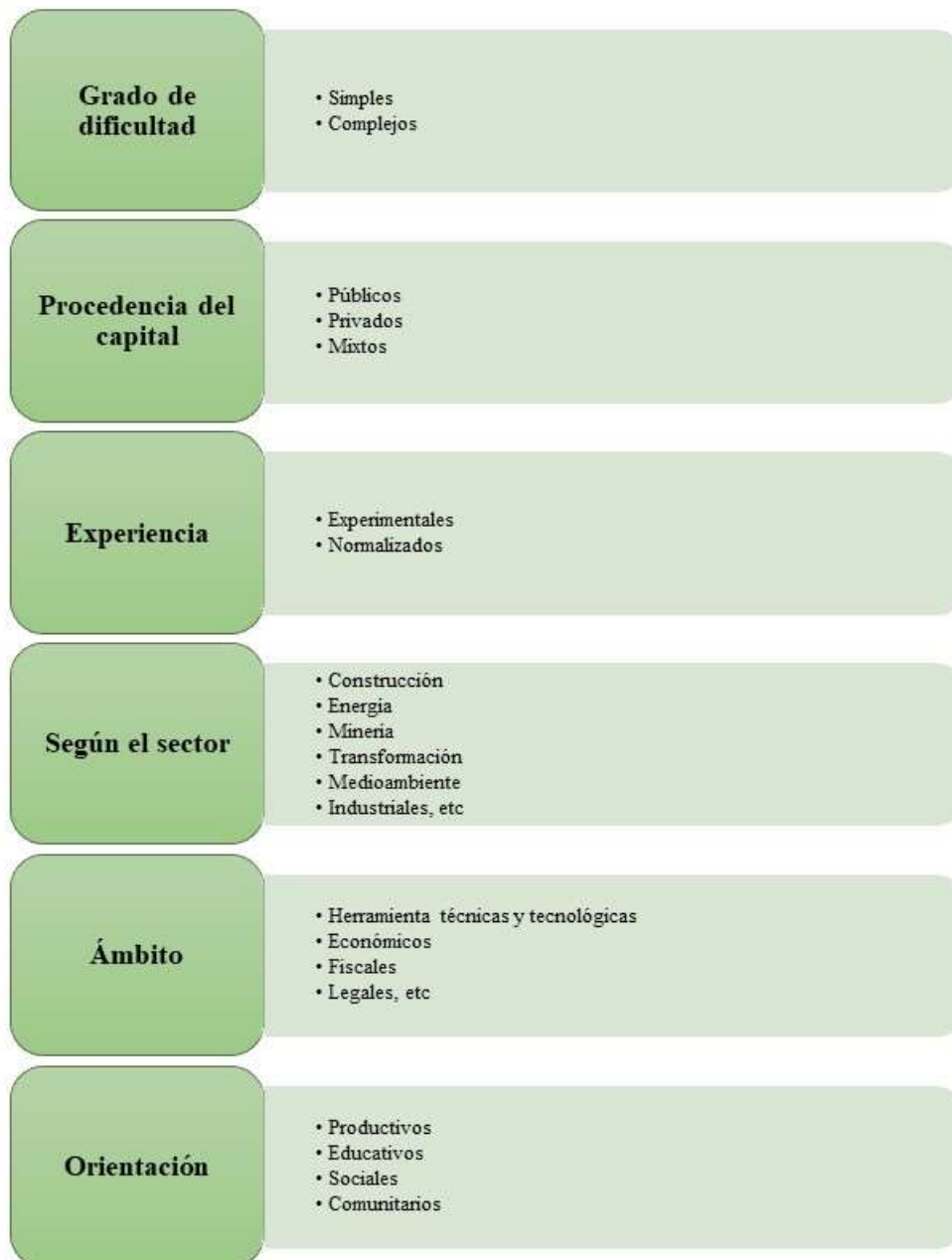
La palabra proyecto proviene del latín *proiectus* y tiene muchas significaciones comparando con sus objetivos. En general proyecto parte de una planificación cuidadosamente para lograr un objetivo particular que se hacen para dar idea de cómo ha de ser y lo que ha de costar.

La importancia de preparar y evaluar proyectos de inversión es identificar costos y beneficios, asignar un valor a cada recurso realizar una comparación, y emitir un juicio; con el propósito de satisfacer las necesidades con los recursos escasos de manera óptima. Los proyectos de inversión pueden ser temporales y únicos en un tiempo determinado.

Los proyectos son herramientas que permiten direccionar esfuerzos y recursos para cumplir acciones en un tiempo determinado, colocando desde su concepción los objetivos que deben ser alcanzados, por tal razón cuentan con un cronograma y metodología para su evaluación.

### ***1.2.2 Tipos de Proyectos***

Los tipos de proyectos según Pérez A (2021), define:



**Figura 1 – 1: Tipos de Proyectos**

Fuente: Pérez A (2021)

Elaborado por: Betún J (2021)

**Según el grado de dificultad que entraña su consecución:**

- **Proyectos simples:** son a corto plazo y no representan complejidad en su aplicación.
- **Proyectos complejos:** demandan mayor planificación de las acciones a ser realizadas se toma un tiempo de ejecución superior.

**Según la procedencia del capital:**

- **Proyectos públicos:** se procesos del Estado con el financiamiento de fondos públicos.
- **Proyectos privados:** son iniciativas privadas acogidas con la finalidad de cumplir con una meta prevista.
- **Proyectos mixtos:** tiene financiación del sector público y privado.

#### **Según el grado de experimentación del proyecto y sus objetivos:**

- **Proyectos experimentales:** exploran áreas o campos que se esperan que generen resultados.
- **Proyectos normalizados:** tienen una serie de normas previamente definida para cumplir con el objetivo previsto.

#### **Según el sector:**

- **Proyectos de construcción:** enfocadas al proceso de construcción con un fin determinado
- **Proyectos de energía:** aprovechamiento de la energía cuidando la renovación de los recursos.
- **Proyectos de minería:** consisten en la extracción de minerales, productos o materias primas que se hallan en la naturaleza.
- **Proyectos de transformación:** se genera una transformación de sus condiciones y características propias de un evento de transformación.
- **Proyectos de medioambiente:** busca el cuidado de los recursos naturales y el equilibrio que debe existir en el planeta.
- **Proyectos industriales:** aquellos que pretendan impulsar la industria a través de la elaboración de un producto o un servicio generado con un fin previsto.

#### **Según el ámbito:**

- **Proyectos de ingeniería:** son aquellos dirigidos en la elaboración de herramientas tecnológicas si son necesarias.
- **Proyectos económicos:** se enfocan al desarrollo de los eventos monetarios.
- **Proyectos fiscales:** son aquellos que se relacionan en los procedimientos, procesos y normativa vigente aplicable.
- **Proyectos legales:** apuntan a la normativa, regulaciones y las leyes.

### Según su orientación:

- **Proyectos productivos:** son proyectos orientados a la producción con un determinado objetivo.
- **Proyectos educativos:** se focalizan en el área de la educación, buscando un nivel de desarrollo intelectual.
- **Proyectos sociales:** apuntan a la mejora de la calidad de vida de los beneficiarios en la gestión empresarial.
- **Proyectos comunitarios:** son similares a los proyectos sociales, pero tienen relación con aspectos identificados en la comunidad limitada.
- **Proyectos de investigación:** todo aquel que disponga de medios en la indagación.

Para el presente trabajo de titulación se aplicará un proyecto de fomento productivo, con recursos propios destinados a la generación de actividades agropecuarias, una vez elaborado la factibilidad se podrá generar el cronograma necesario para su aplicación.

### 1.2.3 Fases de los Proyectos

Se han definido cinco fases a ser cumplidas con los proyectos según Alzaga J (2014), menciona:

#### 1. Análisis de viabilidad (factibilidad) del proyecto

Es la fase inicial de cualquier proyecto y su objetivo si la empresa debe o no embarcarse en el desarrollo de un proyecto, pues en ciertas ocasiones la empresa y tener más problemas generando los beneficios a la hora.



**Figura 2 – 1: Elementos de la primera fase del proyecto**

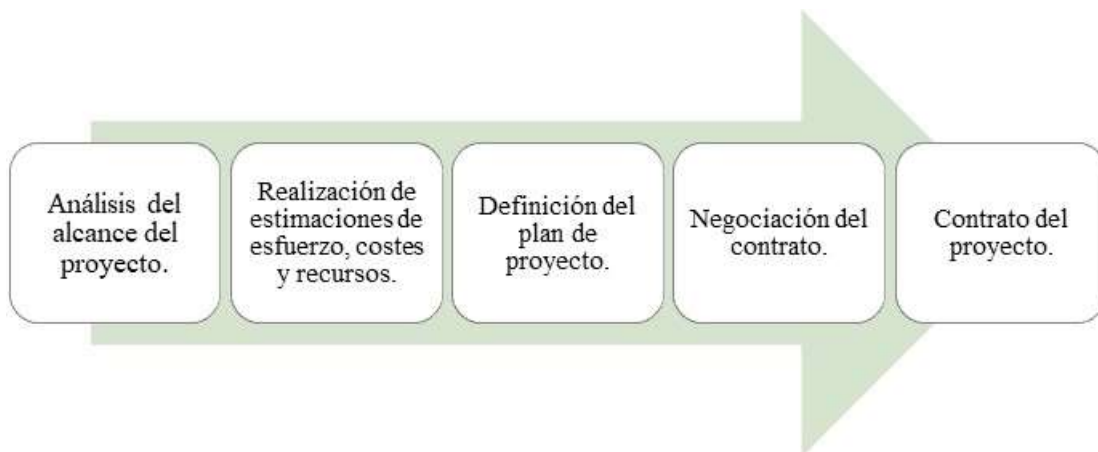
Fuente: Alzaga J (2014)

Elaborado por: Betún J (2021)



## 2. Planificación detallada del trabajo a realizar

El objetivo de esta fase es definir el máximo en el cuidado de los detalles posible y las tareas a realizar, considerando los recursos necesarios para llevar a buen término cada uno de los proyectos.



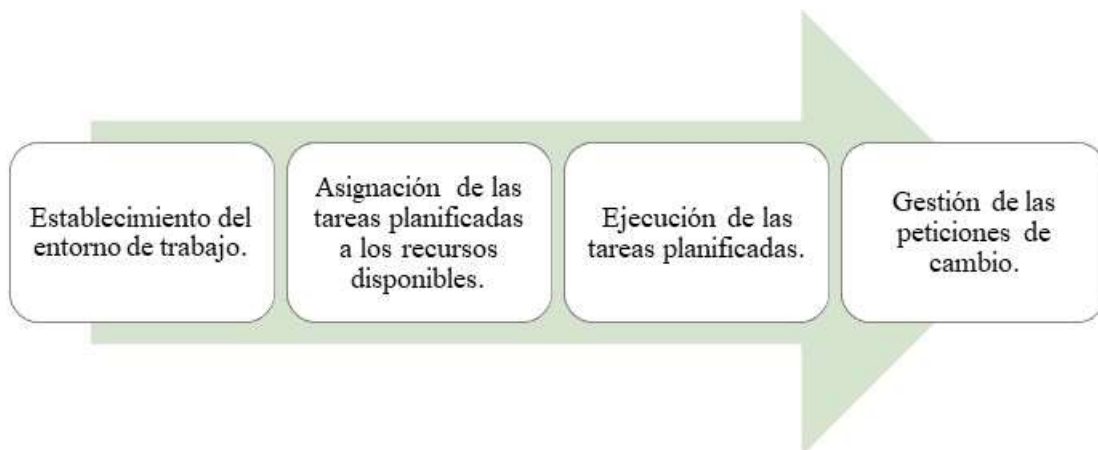
**Figura 3 – 1: Elementos de la segunda fase del proyecto**

Fuente: Alzaga J (2014)

Elaborado por: Betún J (2021)

## 3. Ejecución del proyecto

La tercera fase de la gestión de proyectos busca la generación de un despliegue del conocido Know how y donde menos problemas suelen encontrar por lo general.



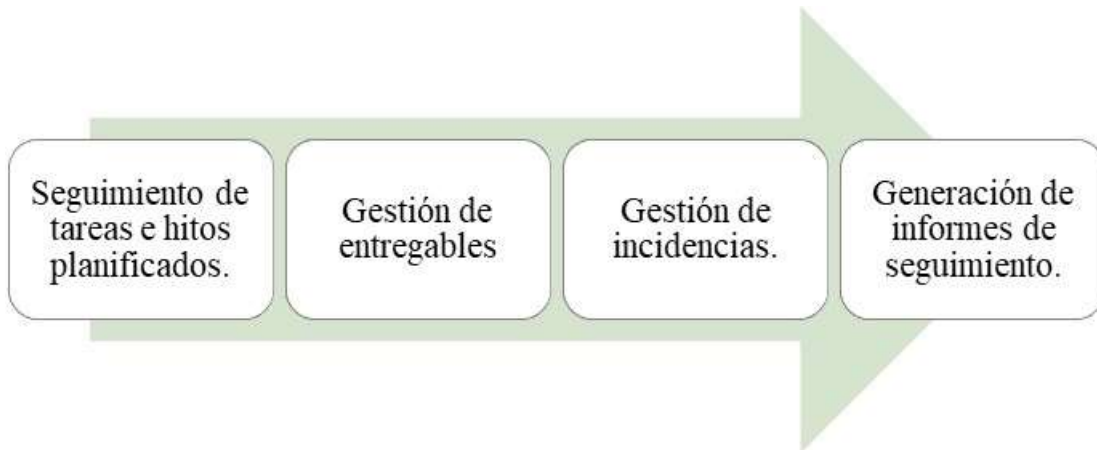
**Figura 4 – 1: Elementos de la tercera fase del proyecto**

Fuente: Alzaga J (2014)

Elaborado por: Betún J (2021)

## 4. Seguimiento y control del trabajo

Esta etapa, se identifica la planificación detallada, es una de las más importantes que se generan los eventos para lograr el éxito del proyecto.



**Figura 5 – 1: Elementos de la cuarta fase del proyecto**

Fuente: Alzaga J (2014)

Elaborado por: Betún J (2021)

## 5. Cierre del proyecto

El objetivo de esta fase se busca el control para verificar los hechos que no quedan cabos sueltos a fin de cerrar el proceso de manera adecuada en el proyecto. Esta fase suele ejecutarse a través de un checklist o lista de control.



**Figura 6 – 1: Elementos de la quinta fase del proyecto**

Fuente: Alzaga J (2014)

Elaborado por: Betún J (2021)

### 1.2.4 Proyecto de Fomento Productivo

Para el Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria (2020). Define:

Se promueve la generación de emprendimientos con un fin sostenible y de calidad; con la finalidad de fomentar la cooperación de los actores y la competitividad sistémica en el mercado que se ha definido como objeto de la investigación; la promoción de inversiones, financiamiento y/o cofinanciamiento en el sector; buscando el apoyo a la innovación, desarrollo y uso tecnológico.

Su función, es la de promover mecanismos de empleo a partir del desarrollo tecnológico, generando los emprendimientos productivos potenciales y existentes, lo que comprende la puesta en marcha del negocio, a través del cual se revisa el proceso de asesoramiento, acompañamiento y contención a fin de hacer posible su sostenibilidad económica.

Los proyectos productivos están encaminados a incentivar el desarrollo productivo de los diferentes sectores del mercado, fijando acciones claras para maximizar los resultados de la organización.

### **1.2.5 *Emprendimiento***

Para Zapata, Camacho, Álvarez & Barros (2019). Definen:

El emprendimiento es una característica estructural, en parte, como respuesta a los altos niveles de desempleo solucionando este punto mediante la generación del autoempleo se convierte en una alternativa para obtener ingresos

El emprendimiento sostenible se caracteriza por la búsqueda de la integración social, y económica, con la finalidad de realizar todo tipo de iniciativas enfocadas al aprovechamiento de los recursos existentes en el mercado (págs. 102 - 103),

Los emprendimientos permiten a las organizaciones pequeñas crecer con pequeñas acciones que realizándolas de manera continua generen recursos económicos que sean aplicados en mejorar las condiciones de vida de los habitantes.

### **1.2.6 *Estudio de Mercado***

Para García & Valencia (2018). Menciona:

El éxito de una empresa depende de una buena investigación, de conocer el hecho de los principios fundamentales para su realización y la importancia de los gerentes tomar buenas decisiones de mercadeo.

La investigación de mercados es una herramienta donde se determinan los gustos y preferencias de los consumidores, su ubicación, entre otros aspectos, se podrá ofrecer los productos y a un precio adecuado.

Los resultados de la Investigación de Mercados se verán reflejados partes de los clientes, y los beneficios. Algo muy importante tomar en cuenta a los consumidores, pues de sus opiniones, depende mucho el éxito de la investigación, y las decisiones que la gerencia tome con respecto al producto o servicio.

Al aplicar una buena investigación de mercados se permite conocer productos y también en las estrategias aplicadas. Esto resalta la importancia de no dejar al margen para así conocer que opiniones tiene el público al respecto; para lo cual se deben analizar necesidades, tendencias que ayuden a la generación de ideas (págs. 77-78).

El estudio de mercado permite a la organización conocer el comportamiento de los consumidores y generar las estrategias necesarias ingresar y posicionarse en el mercado, mediante su correcta aplicación se podrán generar el crecimiento empresarial.

### ***1.2.7 Segmentación del Mercado***

Para Ciribeli & Miquelito (2015). Define:

La segmentación de mercado fue abordada inicialmente por un mercado heterogéneo, en respuesta a la preferencia de los productos.

Es la división, los consumidores pueden ser alcanzados de manera eficiente con productos establece la identificación de grupos de consumidores similares y ofrecer los más adecuados para estos consumidores.

La segmentación del mercado permite una mayor adaptación del mix de marketing identificado por la empresa, ya que sus características son similares, similar a las acciones de la empresa en el mercado (págs. 35 - 36).

La segmentación del mercado está compuesta por divisiones donde se coloca a los consumidores en diferentes conjuntos los mismos que serán evaluados para conocer sus tendencias de consumo.

### ***1.2.8 Estudio de Factibilidad***

Quiroa M (2020), menciona:

Un estudio de factibilidad es el que hace una empresa para determinar la posibilidad de un negocio o un proyecto que espera implementar. No obstante, este tipo de estudio le permite conocer que esperar generando una respuesta favorable o desfavorable. También le ayuda a establecer el tipo de estrategias que le pueden ayudar para que pueda llegar a alcanzar el éxito.

### ***1.2.9 Factibilidad Financiera***

Para Burneo, Delgado & Vérez (2016). Menciona:

El estudio de factibilidad es la base para la toma de decisiones tienen la responsabilidad de aprobar las inversiones, atendiendo a los valores proyectados incluidos en los indicadores, Período de recuperación (PR), Valor Actual Neto (VAN) y Tasa interna de retorno (TIR) para establecer la estrategia de ejecución de las prioridades según los indicadores y las fuentes de financiamiento disponibles.

El objetivo del trabajo es brindar un procedimiento para el desarrollo, con el propósito de establecer una secuencia de ejecución de los proyectos de inversiones. Es muy importante ejecutar que la disponibilidad financiera. En estos casos se hace imprescindible el desarrollo de los estudios de factibilidad, para determinar las prioridades, identificar los indicadores y a partir de la ponderación de los mismos, establecer un orden de prioridades para determinar la estrategia de ejecución.

En el análisis de las prioridades de los proyectos para determinar las estrategias de ejecución en función de la disponibilidad de financiamiento, se pueden presentar un conjunto de variantes donde se analizan los valores relativos de los indicadores que son clave como son: PR, VAN y TIR (págs. 305 - 306).

VAN	TIR	PR
•Indica que los flujos futuros que se espera generen la inversión, serán mayores que el costo en que hay que incurrir para su ejecución.	•Es superior a la tasa de descuento o costo de oportunidad, indica que el rendimiento esperado de la inversión es mayor que el costo en que hay que incurrir para su financiamiento	•Es el calculo con el cual se establece el tiempo estimado en que se va a recuperar la inversión.

**Figura 7 – 1: Elementos de la factibilidad financiera**

Fuente: Burneo, Delgado & Vérez (2016)

Elaborado por: Betún J (2021)

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO METODOLÓGICO

#### 2.1 Enfoque de investigación

##### **Investigación cualitativa**

Para Parcker M (2018). Define:

La investigación cualitativa es vista únicamente como un conjunto de técnicas, se puede decir, que es una caja de herramientas de procedimientos que busca el análisis de materiales cualitativos, es algo mucho más importante: es la base para una reconceptualización de las ciencias sociales como manera de investigación en la cual trabajamos con la finalidad de transformar nuestras formas de vida. (págs. 4-7)

##### **Investigación cuantitativa**

Según Cadena, Rendón, Aguilar, & Salinas (2017, pág. 1607). Definen: *“La investigación cuantitativa es aquella donde se analizan datos cuantitativos; sin embargo, los registros se realizan mediante la narración, la observación participante y las entrevistas no estructuradas”*.

El presente trabajo de investigación se desarrollará en base a los enfoques: cualitativo en lo revisión de los hechos que se dan dentro de la organización auspiciante del trabajo de titulación y que inciden en el desarrollo de la propuesta y cuantitativo ya que se emplearán datos numéricos en el proceso de recopilación de la información y la generación de cifras que se generen en el estudio de mercado y la factibilidad financiera.

#### 2.2 Nivel de investigación

##### **2.2.1 Investigación Exploratorio**

Para Yáñez (2018). Dice:

La investigación explicativa se orienta a establecer las causas que originan un fenómeno determinado. Se basa en la investigación cuantitativa estableciendo el por qué y el para qué de un fenómeno. Se revelan las causas y efectos de lo estudiado de

forma deductiva a partir de las regulaciones. La investigación explicativa genera definiciones operativas referidas al fenómeno estudiado y proporciona un modelo más cercano a la realidad (págs. 1- 2).

La investigación exploratoria permite conocer el entorno en el que se desarrollada la investigación, obteniendo información del mercado donde se defina si sería exitoso el ingreso del producto en el mercado objetivo también se generaran los datos para el desarrollo de la factibilidad financiera.

### **2.2.2 Investigación Descriptiva**

Según Carlessi, Reyes, & Mejia (2018). Define:

La investigación descriptiva es aquella que está elaborada de acuerdo con la realidad de un acontecimiento y su característica se debe indicar un resultado correcto que está bien elaborada de forma clara y precisa para el momento de hacer un análisis sea legible por el lector (pág. 17).

Este tipo de investigación permite obtener información de cómo se desarrollan las actividades, para lo cual se deberán contestar las siguientes interrogantes: que, como, cuando, cuanto, donde y porque de la investigación, obtención datos precisos que nos permite conocer la validez, las opiniones de las personas, puntos de vista, actitudes y procesos en los cuales se sustente la factibilidad.

### **2.3 Diseño de la investigación**

El tipo investigación aplicada es la transversal ya que es una investigación no experimental, en varias ocasiones se ha realizado como se puede observar en los antecedentes investigativos incluidos en el documento. Se realizarán varios estudios de cuyos resultados son más descriptivos que experimentales

### 2.3.1 Según la manipulación de la variable independiente

**Tabla 1 - 2: Manipulación de la variable independiente**

Variable independiente	Técnicas de investigación	Instrumentos de investigación
Proyecto de Factibilidad de Fomento Productivo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encuesta</li> <li>• Entrevista</li> <li>• Observación directa</li> <li>• Revisión de cifras oficiales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuestionario</li> <li>• Guía de entrevista</li> <li>• Registro de observación directa.</li> <li>• Cifras oficiales.</li> </ul>

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Betún J (2021)

### 2.3.2 Según las intervenciones en el trabajo de campo

**Tabla 2 - 2: Trabajo de campo**

Variable independiente	Investigación de campo	Observación
Proyecto de Factibilidad de Fomento Productivo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poblaciones integrantes de la organización auspiciante.</li> <li>• Población mercado objeto habitantes de la ciudad de Riobamba.</li> </ul>	De la aplicación de los instrumentos de investigación se realizará la tabulación de datos para la generación de tendencia en el primer caso la necesidad de la viabilidad y la segunda se encarga de conocer las preferencias del mercado objetivo.

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Betún J (2021)

## 2.4 Tipo de estudio

**Tabla 3 - 2: Tipo de estudio**

Diseño	Descripción
Según la manipulación intencionada de la variable independiente	No experimental: Aplicable en un entorno productivo, comercial, social, económico, financiero, cultural, político de la sociedad.



Según el número de intervenciones en el trabajo de campo	Transversal: Se recopilan los datos en un entorno definido de investigación se lo hace por una sola vez.
--	--

**Fuente:** Instructivo del proyecto de investigación (2020)

**Elaborado por:** Betún J (2021)

## 2.5 Población y Planificación, selección y cálculo del tamaño de la muestra

Se ha determinado dos tipos de población para este proyecto de factibilidad: la primera está compuesta por los integrantes de la Asociación de Trabajadores Autónomos Mons. “Leónidas Proaño” provenientes de la comunidad Troje chico, parroquia Columbe, cantón Colta y provincia de Chimborazo, se elaborará una encuesta para la determinación de las falencias de su funcionamiento y la viabilidad del tema presentado.

**Tabla 4 - 2: Miembros de la Asociación**

No.	Activos
1	Betún Manuel
2	Miranda Pedro
3	Yuquilema Eduardo
4	Yuquilema Carlos
5	Yumisaca Agustín
6	Yupanqui José
7	Yumisaca Manuel
8	Yupanqui V Carlos
9	Yupanqui Rosendo
10	Cepeda Lorenza
11	Yuquilema Mariano
12	Yuquilema José

**Fuente:** Asociación de Trabajadores Autónomos Mons. “Leónidas Proaño”

**Elaborado por:** Betún J (2021)

Mientras que la segunda población estará conformada por la población económicamente activa del cantón Riobamba, donde se pretende definir las tendencias de consumo del mercado para establecer las proyecciones financieras. En el caso de la encuesta contestaron las personas que se encuentran en el rango de edad de 18 a más de 65 años de edad.

## 2.6 Muestra

La muestra es un grupo de elementos que permiten determinar la tendencia de la población para lo cual se aplicó una fórmula estadística para definir los individuos que formaron parte del estudio de mercado.

El mercado objetivo es la población del cantón Riobamba que según datos proyectados del INEC (2020) es de 135.350 de habitantes económicamente activa:

Fórmula:

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

Tamaño de la población: N	135.350
Error (i):	5%
Tamaño de la muestra: n	238

## 2.7 Métodos, técnicas e instrumentos de investigación

### 2.7.1 Métodos de investigación

- **Método Inductivo**

Para Neil & Cortez Suarez (2017). Menciona:

El método inductivo se fundamenta en el razonamiento para construir juicios. Mediante este método se formulan las teorías. El método inductivo efectúa observaciones, las ordena para su posterior clasificación, a fin de extraer conclusiones de ámbito universal partiendo de los datos particulares (págs. 22-24).

El método inductivo es importante en la investigación se empleó el razonamiento lógico proveniente de la consulta de fuentes bibliográficas para el desarrollo del marco teórico referencial, de las cuales se obtiene conclusiones en los cuales se sustenta el proyecto de factibilidad de fomento productivo.

- **Método deductivo**

Para Andrades & Armendariz (2018). Define: “La deducción se basa en *“probar una sola teoría para la adecuación empírica”* y para ello deben de existir cuando las premisas que anteceden a la investigación son verdaderas” (págs. 120-121).

En la investigación se sustenta en el método deductivo se aplican los conocimientos recibidos en las fuentes de consulta para la aplicación de los diferentes elementos que permiten el desarrollo de un proyecto de factibilidad de fomento productivo de la Asociación Monseñor Leónidas Proaño.

- **Método analítico**

Según Calduch R (2014). Menciona:

Utiliza la descripción general para realizar la distinción, generar el conocimiento y clasificación de sus elementos esenciales del proceso de investigación y las relaciones que mantienen entre sí. Se basa en el supuesto a partir del conocimiento general de un suceso o realidad podemos conocer y explicar las características de cada una de sus partes y de las relaciones que existen entre ellas (págs. 30-31).

En el proceso investigación se analizan no solo cifras sino también hechos que han son presentados en el documento cuyo objetivo es definir si viable la realización del proyecto de fomento productivo.

### **2.7.2 Técnicas de investigación**

Para un mejor desempeño de esta investigación se utilizó la técnica de recolección de información de campo, que son necesarias para el trabajo de titulación como son:

- **La entrevista:** Se realizó al representante de la Asociación de trabajadores Monseñor Leónidas Proaño, objetivo de averiguar datos específicos sobre el desarrollo de las actividades esenciales y como se podrían aplicar el proyecto.
- **La encuesta:** se utilizó la encuesta como una técnica de recolección de información de interés sociológico, se definen preguntas puntuales sobre la necesidad de un proyecto de viabilidad al proyecto de fomento productivo y otra a la muestra para determinar si tendría acogida en el mercado el producto que se oferta.
- **Observación directa:** Se realizó un registro de los hechos que se presentan en la aplicación del proyecto de titulación e identifican los puntos de interés que generan una opinión sobre la aceptación en el mercado y la necesidad de crear un centro de acopio.

### **2.7.3 Instrumentos de investigación**

- **Guía de entrevista:** Se un banco de preguntas diseñadas para identificar el funcionamiento de la Asociación de Trabajadores Monseñor Leónidas Proaño y la necesidad de crear un centro de acopio.
- **El cuestionario:** Es un conjunto de preguntas indispensable para esta investigación ya que es un instrumento básico marca la tendencia de un tema determinado. La información se incluyó en la propuesta del trabajo de titulación.
- **Registro de observación:** Se registró los hechos que mediante el trabajo de titulación se obtuvo generando datos precisos para la construcción del proyecto de factibilidad de fomento productivo.

## CAPÍTULO III

### 3. MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

#### 3.1 Resultados

#### TABULACIÓN DE LA ENTREVISTA A LOS MIEMBROS DE LA ASOCIACIÓN

##### 1. Las operaciones están sustentadas en la normativa.

**Tabla 1 - 3: Operaciones sustentadas legalmente**

Respuesta	Valor	Porcentaje
Si	12	100%
No	0	0%
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Betún J (2021)

#### Interpretación:

En base a los resultados de la encuesta se pudo determinar que para el 100% de los encuestados está debidamente constituida, contando con la documentación necesaria para respaldar sus operaciones.

##### 2. La gestión administrativa.

**Tabla 2 - 3: Gestión Administrativa**

Respuesta	Valor	Porcentaje
<b>Excelente</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
Muy bueno	4	33%
<b>Bueno</b>	<b>6</b>	<b>50%</b>
Regular	2	17%
<b>Malo</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Betún J (2021)

#### Interpretación:

En lo referente a la gestión administrativa se pudo conocer que para el 50% es buena apenas cumple con sus expectativas, mientras que para el 33% es muy buena en base a los resultados obtenidos, solo para el 17% es regular consideran que pueden mejorar con la aplicación de nuevas ideas.

### 3. Metas enfocadas a la generación de recursos económicos.

**Tabla 3 - 3: Metas para la generación de recursos económicos**

Respuesta	Valor	Porcentaje
Si	3	25%
No	9	75%
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Betún J (2021)

#### Interpretación:

Para el 25% de los encuestados se han cumplido con las metas definidas para la generación de los recursos económicos, mientras que para el 75% no se cuentan con la cantidad de recursos necesarios para cubrir con las necesidades de los integrantes de la asociación.

### 4. Necesidad de creación de actividades alternativas.

**Tabla 4 - 3: Actividades alternativas**

Respuesta	Valor	Porcentaje
Si	12	100%
No	0	0%
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Betún J (2021)

#### Interpretación:

Para el 100% de los encuestados es necesario el desarrollo de actividades alternativas que permitan mejorar los ingresos de los integrantes de la Asociación de Trabajadores Autónomos Monseñor Leónidas Proaño.

## 5. Apoyo al desarrollo de actividades productivas.

**Tabla 5 - 3: Apoyo a las actividades alternativas**

Respuesta	Valor	Porcentaje
Si	12	100%
No	0	0%
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Betún J (2021)

### Interpretación:

El 100% de los integrantes están dispuesta a apoyar en las actividades alternativas que se definan desde la administración con la finalidad de mejorar las condiciones productivas y económicas de la asociación.

## 6. Realización de estudio de mercado anteriormente.

**Tabla 6 - 3: Estudio de mercado**

Respuesta	Valor	Porcentaje
Si	0	0%
No	12	100%
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Betún J (2021)

### Interpretación:

Según el 100% de los encuestados, se ha reportado no se han realizado estudios de mercado para conocer las preferencias de los consumidores sin esta importante herramienta no se puede establecer estrategias que permitan a los productos de la Asociación competir y mantenerse vigentes.

## 7. Producción necesaria para la creación de un centro de acopio.

Tabla 7 - 3: Excedentes de producción

Respuesta	Valor	Porcentaje
Siempre	1	8%
Casi siempre	9	75%
Neutro	2	17%
Casi nunca	0	0%
Nunca	0	0%
Total	12	100%

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Betún J (2021)

### Interpretación:

Según los resultados de la encuesta se ha reportado que existen excedentes casi siempre según lo que responde el 75% de los encuestados, mientras que para el 17% se pueden dar o no dependiendo de las condiciones del mercado, solo el 8% dice que siempre se dan existiendo un desperdicio de los recursos.

## 8. Realización de estudios financieros.

Tabla 5 - 3: Estudio Financiero

Respuesta	Valor	Porcentaje
Si	0	0%
No	12	100%
Total	12	100%

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Betún J (2021)

### Interpretación:

Para el 100% de los encuestados no se ha realizado estudios financieros que permitan identificar los niveles de ingresos y gastos que se podrían generar estableciendo de esta manera si el proyecto de fomento productivo es viable para sus integrantes.



## 9. Registro de la rentabilidad en la Asociación.

**Tabla 9 - 3: Rentabilidad de operaciones**

Respuesta	Valor	Porcentaje
Si	3	25%
No	9	75%
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Betún J (2021)

### Interpretación:

Para el 75% de los integrantes de la Asociación no se ha generado rentabilidad en el cumplimiento de sus operaciones, asumen los gastos y lo que reciben es mínimo considerando el esfuerzo realizado, mientras que el 25% dice que si existen rentabilidad adecuada a la organización.

## 10. Necesidad de crear un centro de acopio.

**Tabla 6 - 3: Creación de centro de acopia**

Respuesta	Valor	Porcentaje
Si	12	100%
No	0	0%
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>

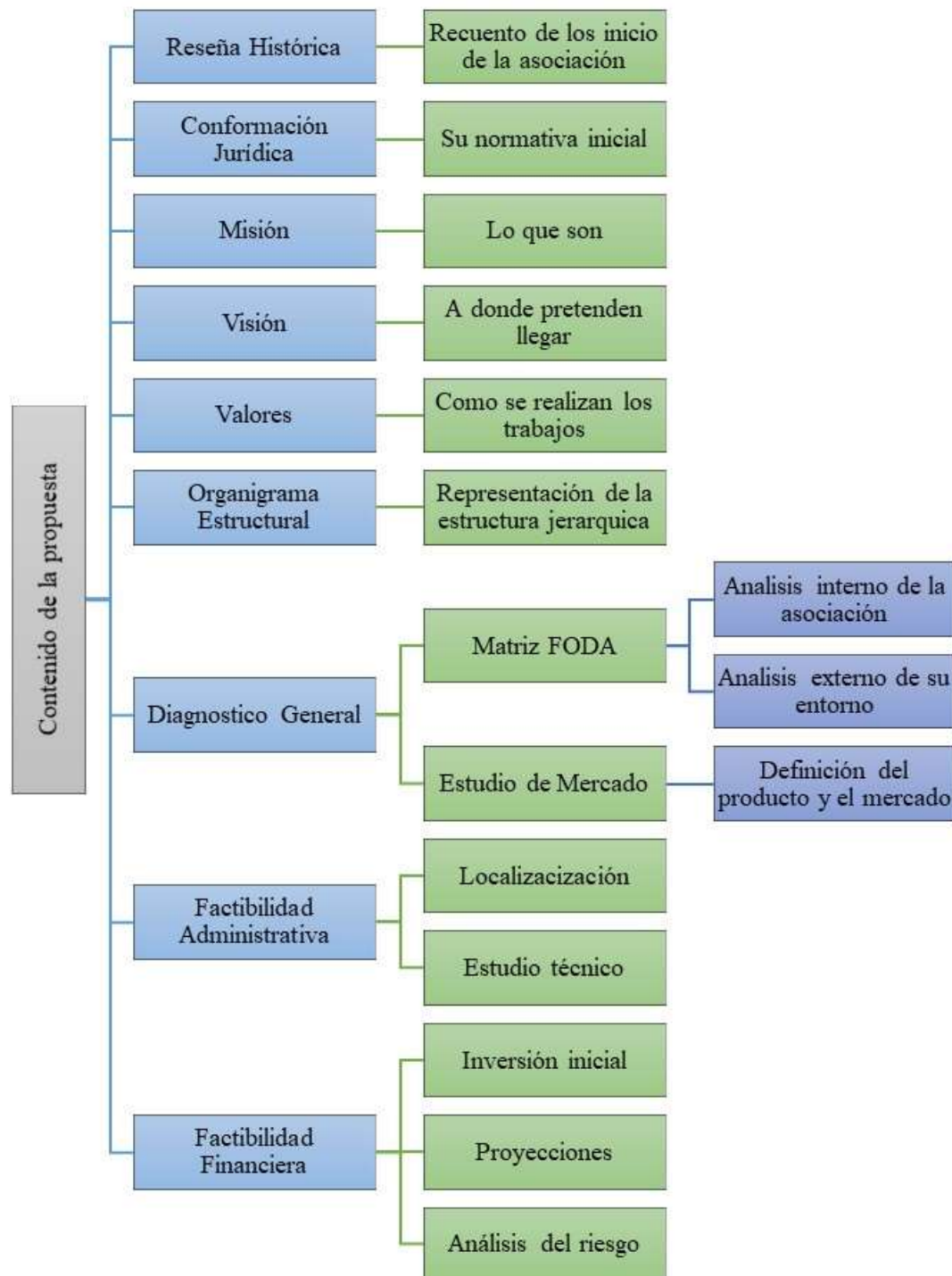
Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Betún J (2021)

### Interpretación:

Para el 100% de los encuestados es necesaria la creación de un centro de acopio que permita el fomento productivo de la zona, definiendo políticas claras para el manejo de la organización, por ende, están dispuestos a participar activamente en estas actividades.

### 3.2 Discusión de resultados

### 3.3 Propuesta



**Figura 1 - 3:** Contenido de la propuesta

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Betún J (2021)

### **3.3.1 *Reseña Histórica***

La Asociación de Trabajadores Autónomos Monseñor Leónidas Proaño Troje Chico nace como un mecanismo para unir esfuerzos y lograr un desarrollo conjunto de los integrantes, es una organización constituida dentro de la economía popular y solidaria, que fue constituida el 30 de enero del 2015, cuyo principal objetivo es la producción agrícola de quinua, cebada, trigo, avena entre otros, sus socios cuentan con cultivos individuales de este tipo de productos y realizan una comercialización conjunta en la ciudad de Riobamba principalmente.

### **3.3.2 *Conformación jurídica***

La Asociación de Trabajadores Autónomos Monseñor Leónidas Proaño Troje Chico se constituyó dentro de los preceptos de la Ley de Economía Popular y Solidaria (2017), en los siguientes artículos:

Art. 8.- Formas de Organización. - las organizaciones conformadas en los Sectores solidario incluyendo las Unidades Económicas Populares.

Art. 9.- Personalidad Jurídica. - Las organizaciones se constituirán como personas jurídicas, previo el cumplimiento de los requisitos que contemplará el Reglamento de la presente Ley...

Esta actualmente funcionando en legal y debida forma, adecuada su estatuto social, sometiendo su actividad y operación a la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del sector financiero Popular y solidario, en su cumplimiento de lo establecido en la Disposición Transitoria Primera de la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidarios, y de conformidad con la regulación dictada para el efecto. Su domicilio está ubicado en el cantón Colta, provincia de Chimborazo, pudiendo ejercer su actividad en cualquier parte del territorio nacional, previa autorización de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.

### **3.3.3 *Misión***

Para la elaboración de la misión empresarial se aplicaron los siguientes parámetros a ser considerados con esta finalidad:

**Tabla 11 - 3: Elaboración de la misión**

No.	Parámetros	Detalle
1	Somos	Asociación de Trabajadores Autónomos Monseñor Leónidas Proaño Troje Chico
2	Buscamos	La comercialización en la ciudad de Riobamba.
3	Hacemos	La producción quinua, cebada, avena y otros
4	Lugar donde los hacen	En el cantón Colta.
5	Para quién trabaja	Para mejorar nuestros ingresos como parte de la Asociación y entregar productos saludables que permitan mantener una adecuada nutrición.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Betún J (2021)

“Asociación de Trabajadores Autónomos Monseñor Leónidas Proaño Troje Chico es una organización integrada por varias personas interesadas en la comercialización en la ciudad de Riobamba, de su producción quinua, cebada, avena y otros, que se da en el cantón Colta con la finalidad de mejorar nuestros ingresos como parte de la Asociación y entregar productos saludables que permitan mantener una adecuada nutrición”.

### 3.3.4 Visión

**Tabla 12 - 3: Elaboración de la visión**

No.	Parámetros	Detalle
1	El período	En el 2025
2	Tratamos de conseguir	Ser una organización consolidada en la provincia de Chimborazo.
3	Sus valores	Cooperación, cuidado medioambiental, honestidad, respeto.
4	Los resultados previstos	Ser considerado productores de elite basados en materia prima de calidad.
5	Como enfrentar el cambio	Con el desarrollo de nuevos productos basados en los productos procurando generar nuevos métodos de ingresos.

6	Como ser competitivos	Con el apoyo de trabajo en equipo y el uso de tecnología de punto para la transformación de nuevos productos.
---	-----------------------	---

Fuente: Investigación propia  
 Elaborado por: Betún J (2021)

“En el 2025, la Asociación de Trabajadores Autónomos Monseñor Leónidas Proaño Troje Chico, será una organización consolidada en la provincia de Chimborazo, trabajamos con la cooperación, cuidado medioambiental, honestidad y respeto, en nuestras actividades, para ser considerado productores de elite basados en materia prima de calidad, con el desarrollo de nuevos productos procurando generar ingresos para los socios con el apoyo de trabajo en equipo y el uso de tecnología de punto para la transformación de nuevos productos”.

### 3.3.5 Valores

Los valores Corporativos de la Asociación de Trabajadores Autónomos Monseñor Leónidas Proaño Troje Chico, son los siguientes;



**Figura 2 - 3:** Valores de la Asociación

Fuente: Investigación propia  
 Elaborado por: Betún J (2021)

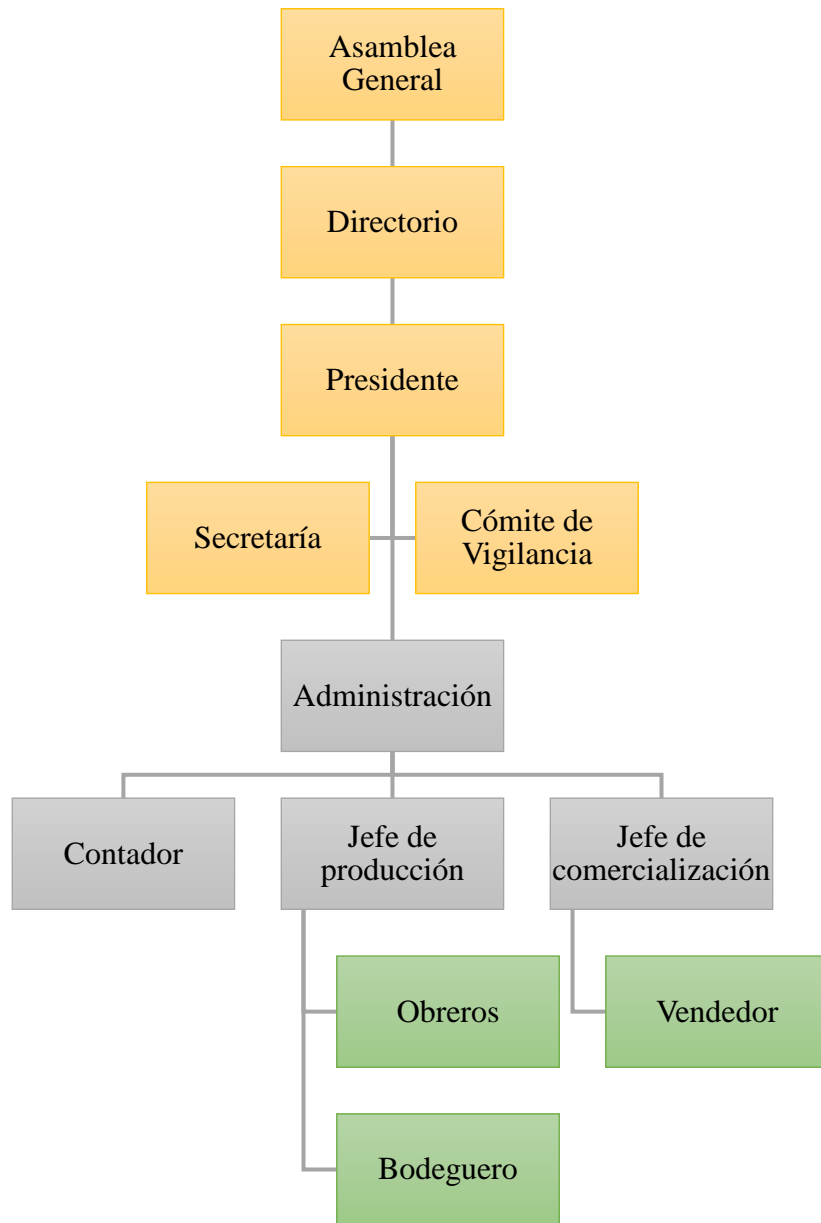
- **Ética**




En todas nuestras actividades se aplica la ética, se definen acciones correctivas y se han generado perjuicios a alguna persona procurando un comportamiento idóneo por parte de los integrantes de la Asociación.

- **Cooperación**  
Los integrantes de la Asociación se comprometen a justar esfuerzos para cumplir con las actividades trazadas, procurando el bien común.
- **Cuidado medioambiental**  
Nuestras prácticas agropecuarias son limpias, la madre tierra nos da alimentos y la posibilidad de generar recursos para cubrir las necesidades de los socios por esa razón su cuidado es importante.
- **Honestidad**  
Nuestro trabajo es real y actuamos con la verdad en todo momento, procuramos no perjudicar a nadie ni que se realicen actos deshonestos.
- **Respeto**  
Se procura el respeto entre los integrantes de la asociación, clientes, proveedores y terceros, considerando que todos tenemos derechos y deben ser respetados,
- **Responsabilidad**  
El cumplimiento de las actividades y funciones en los momentos determinados procurando llegar a las metas planteadas.
- **Liderazgo**  
Enfrentar el futuro con paz con apoyo de los integrantes para generar nuevas alternativas de crecimiento empresarial.

### **3.3.6 Organigrama estructural**

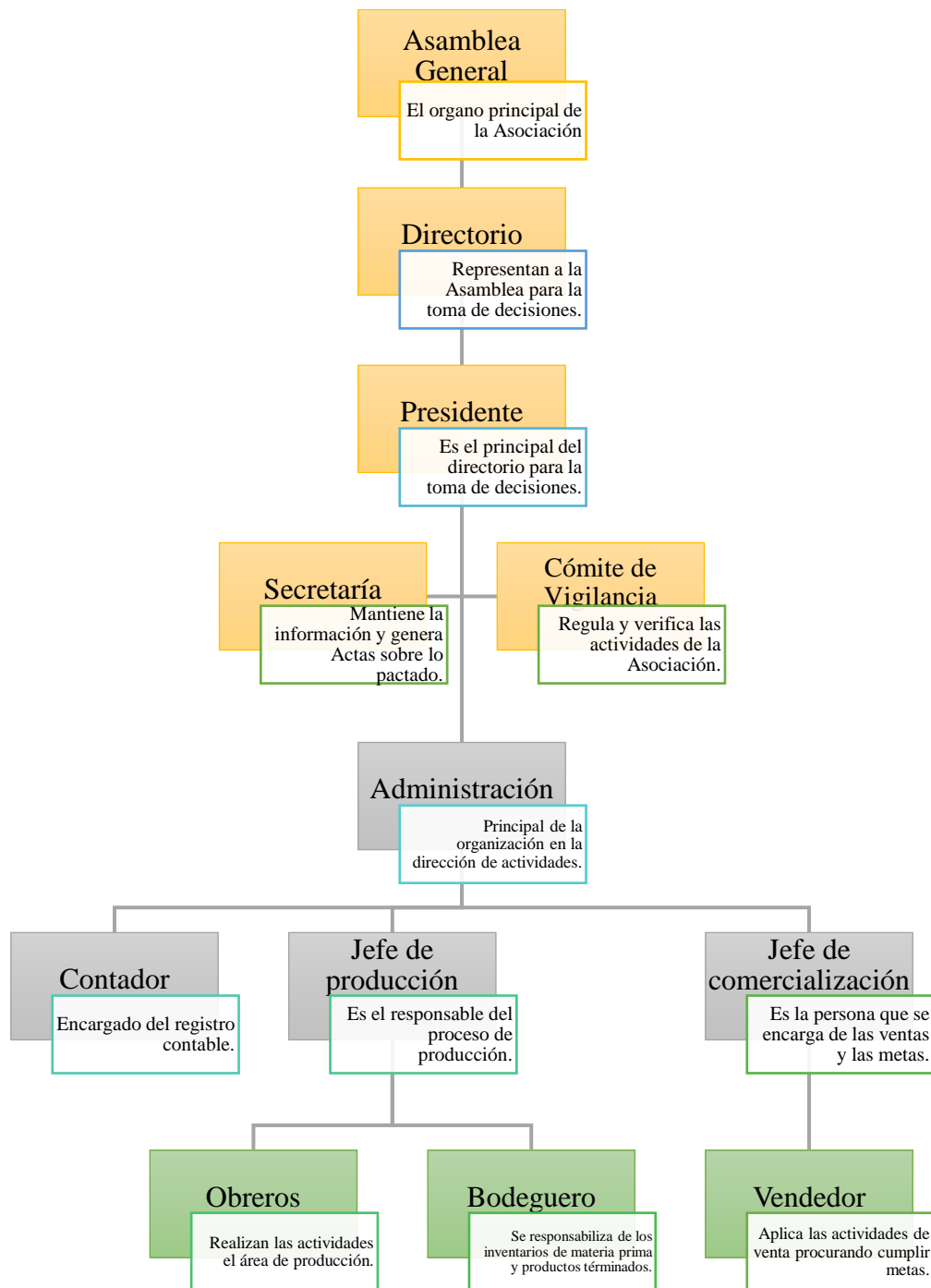
La estructura organizacional definida para este documento está integrada por las personas que pertenecen a la Asociación con los posibles puestos de trabajo que se deberán generar para cubrir las actividades necesarias para la factibilidad planteada.



Nivel directivo	Definido según el estatuto de creación
Puestos de trabajo	Relación de dependencia
Nivel directivo	
Nivel Administrativo	
Nivel Operativo	

**Figura 3 - 3:** Organigrama estructural

Fuente: Investigación propia  
 Elaborado por: Betún J (2021)



Nivel directivo	Definido según el estatuto de creación
Puestos de trabajo	Relación de dependencia
Nivel directivo	—
Nivel Administrativo	—
Nivel Operativo	—

**Figura 4 - 3:** Organigrama funcional

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Betún J (2021)



### 3.3.7 Diagnóstico general

El diagnóstico de la prefactibilidad cuenta con dos aspectos principales, en el primero se realiza un a revisión mediante la matriz FODA, se analiza en entorno interno y externo considerando los parámetros necesarios para establecer las posibles alternativas a ser aplicadas posteriormente, también se aplicó la encuesta a los posibles consumidores para determinar las tendencias del mercado, definiendo desde este punto si existe un mercado objetivo.

#### 3.3.7.1 Matriz FODA

##### Análisis externo

Para el análisis externo se consideró los factores que incluyen en el entorno de la Asociación de Trabajadores Autónomos Monseñor Leónidas Proaño Troje Chico, siendo los siguientes:

**Tabla 13 - 3: Factores externos**

Factores	Actividad	O/A	Causa	Efecto
Políticos	Cambios en la conducción política del país. Nobao A (2021)	A	Debido a las elecciones y cambio de fuerza política que controla al país.	Existe incertidumbre en el mercado por lo que puede generar el cambio de gobierno.
	Reformas legales que puede perjudicar el desarrollo de las actividades. Reportaje del Diario el Universo diciembre del 2020.	A	Reformas dadas por el gobierno que cambian los aspectos de la economía nacional.	Muchas empresas dejan de producción o se limitan para evitar pérdidas que pueden generar desconfianza.
	Crisis política ligada a las condiciones actuales del país. Reportaje del Diario el Universo diciembre del 2020.	A	Los bloques políticos presentan denuncias de lado y lado causando confusión en el país.	Los inversionistas limitan sus aportes a la economía nacional a fin de evitar grande pérdidas o cierres bruscos de sus negocios.
Económicos	Reducción en la actividad que	A	No existe liquidez para cubrir los	No se cuentan con los recursos

	perjudica la generación de recursos económicos. Ríos G (2020)		pagos a corto plazo afectando el desarrollo de las actividades.	económicos necesarios para cubrir los costos y gastos afectando no solo a los empleados sino también a los proveedores de los bienes y servicios.
	Falta de recursos que dinamicen la economía. CEPAL (2020)	A	Por efectos de la pandemia se limita el acceso al comercio presencias por medidas de bioseguridad.	No se cubren los pagos inmediatos de las empresas.
	Medidas económicas que encarecen la débil generación de recursos. CEPAL (2020)	A	Por la emisión de estados de excepción se da el cierre de varios negocios y las limitaciones de atención en otros afectando a la económica del país.	No se generan ganancias solo se trabaja para cubrir las necesidades primordiales empresariales, y en muchos casos esto no sé.
<b>Sociales</b>	Aparecimiento del Covid – 19 que causa la muerte entre los habitantes. Serna L (2020)	A	A nivel mundial se presenta la pandemia con la muerte de miles y el cierre de económicas para evitar el contagio.	No se puede trabajar libremente causando daños en las económicas débiles, y el cierre forzoso de actividades que son se considera prioritarias.
	Nueva normalidad enmarcada por el uso de normas de	O	Se pueden desarrollar nuevas formas de comercio por lo que un	Los comercios consolidados tienen que cambiar su forma de negociar,

	bioseguridad. Serna L (2020)		emprendimiento puede acoplarse con mayor facilidad a esta actividad.	mientras que los nuevos negocios pueden evitar altas inversiones para generar empleo.
	Generación de emprendimientos para la obtención de recursos económicos. Estudios psicológicos (2020)	O	Muchas personas se quedan sin trabajo o buscan nuevas alternativas desde sus hogares empleando sus limitados recursos para comerciar.	Desde estos emprendimientos se busca dinamizar la economía y por ende generar fuentes de trabajo en los núcleos familiares.
	Cambios en la forma de relacionarse generando malestar en la psicología de las personas. Estudios psicológicos (2020)	O	La realidad cambio, lo que antes se entendía como fijo ya no lo es en la parte psicológica se le obliga al ser humano a buscar nuevas alternativas en este punto pueden generar los recursos los nuevos emprendimientos.	Las personas que no están dispuestas al cambio pueden perder grandes cantidades por efecto de estos cambios.
<b>Tecnológicos</b>	Uso de dispositivos electrónicos para la realización de las actividades ordinarias. CEPAL (2020)	O	Existen nuevos dispositivos que permiten a los usuarios acceder a una infinidad de aplicaciones tanto para su vida personal como laboral.	Pasaron de ser un mecanismo de comunicación y entretenimiento a pasar a ser empleados como actividad básica de la interrelación personal.

	Comunicación mediante redes sociales usadas en los procesos de comercialización. CEPAL (2020)	O	Existen nuevos medios de comunicación en las cuales se integran varios individuos en un tema determinado.	Acceso a un mercado amplio de comunicación.
<b>Competencia</b>	Se han creados asociaciones con la finalidad de cumplir con un objetivo conjunto el desarrollo. Aranzamendi H (2020)	A	Como no se ha generado recursos de forma individual varias personas deciden unirse para negociación y alcanzar mejores resultados.	La competencia ya no es individual sino de grupos constituidos para este tipo de comercio.
	Obtención de nuevos productos que pueden ser atractivos para los consumidores. Aranzamendi H (2020)	O	Para mejorar la nutrición de los consumidores se han generado productos nuevos para reducir los riesgos por enfermedades existentes.	Ingreso de nuevos productos en el mercado desarrollando nuevos gustos y preferencias.
<b>Mercado</b>	Cambian las formas de negociación en el mercado. Entrevista al representante legal.	O	Las personas pueden negociar para adquirir los productos que les gustan, los limitantes geográficos se han disuelto por efectos de los cambios en la comunicación.	Los nuevos competidores en el mercado pueden adaptarse con mayor rapidez evitando las grandes inversiones.
	Se generan nuevas condiciones de comercio en el	A	Por la cultura empresarial es difícil cambiar las	Los negocios tradicionales ya han cerrado y otros han

	mercado para el desarrollo del trabajo. Entrevista al representante legal.		formas de negociación por la idea tradicional sobre este tema.	perdido gran parte de sus recursos por efecto de la pandemia.
<b>Cientes</b>	Se definen nuevas tendencias de consumo en el mercado. Entrevista al representante legal.	O	Por efectos de la pandemia y la preocupación por la salud los consumidores tratan de adquirir productos saludables.	Pueden ingresar en el mercado otros productos alternativos con éxito.
	Expectativas que tienen del producto que generan el nivel de satisfacción. Entrevista al representante legal.	O	Con la adquisición de un producto se pretende generar satisfacción, pero al no consumirlo anteriormente no puede garantizar su satisfacción.	Por efecto de desconocimiento se puede adquirir un producto y dejar de hacerlo por la calidad o incumplimiento de sus características.
<b>Proveedores</b>	Las existencias de proveedores que entregan materias primas para la producción de los bienes y servicios. Entrevista al representante legal.	A	Existen proveedores que alternan su producción dejando desabastecido al mercado.	No se cuenta con productos para la producción y su posterior comercialización.

**Fuente:** Investigación propia  
**Elaborado por:** Betún J (2021)

Se midió el impacto externo en base a los siguientes parámetros como son muy bueno los que cumplen con todos los aspectos para el éxito empresarial, alto cuando se generan condiciones adecuadas para pueden mejorar los resultados, bajo cuando se reportan riesgos que pueden afectar a la empresa y muy bajo cuando es un riesgo identificado y cuyo impacto es fuerte y puede causar el cierre de la organización.

Tabla 14 - 3: Análisis del impacto entorno externos

No.	Actividad	Impacto			
		Muy Bajo 1	Bajo 2	Alto 3	Muy Alto 4
<b>Oportunidades</b>					
O1	Nueva normalidad enmarcada por el uso de normas de bioseguridad.				
O2	Generación de emprendimientos para la obtención de recursos económicos.				
O3	Uso de dispositivos electrónicos para la realización de las actividades ordinarias.				
O4	Obtención de nuevos productos que pueden ser atractivos para los consumidores.				
<b>Amenazas</b>					
A1	Reformas legales que puede perjudicar el desarrollo de las actividades.				
A2	Falta de recursos que dinamicen la economía.				
A3	Aparecimiento del COVID – 19 que causa la muerte entre los habitantes.				
A4	Se han creados asociaciones con la finalidad de cumplir con un objetivo conjunto el desarrollo.				
<b>Calificación</b>		2	4	6	8
<b>Porcentaje</b>		10%	20%	30%	40%

Fuente: Investigación propia  
 Elaborado por: Betún J (2021)

**Tabla 15 - 3: Análisis de la ponderación entorno externo**

No.	Actividad	Ponderación		
		Ponderación	Calificación	Total
	<b>Oportunidades</b>			
O1	Nueva normalidad enmarcada por el uso de normas de bioseguridad.	0.14	3.00	0.42
O2	Generación de emprendimientos para la obtención de recursos económicos.	0.14	3.00	0.42
O3	Uso de dispositivos electrónicos para la realización de las actividades ordinarias.	0.16	3.50	0.56
O4	Obtención de nuevos productos que pueden ser atractivos para los consumidores.	0.16	3.50	0.56
	<b>Amenazas</b>			
A1	Reformas legales que puede perjudicar el desarrollo de las actividades.	0.11	2.50	0.28
A2	Falta de recursos que dinamicen la economía.	0.11	2.50	0.28
A3	Aparecimiento del COVID – 19 que causa la muerte entre los habitantes.	0.09	2.00	0.18
A4	Se han creados asociaciones con la finalidad de cumplir con un objetivo conjunto el desarrollo.	0.09	2.00	0.18
	<b>Total</b>	1		2.88

Fuente: Investigación propia  
 Elaborado por: Betún J (2021)

**Tabla 16 - 3: Parámetros para el análisis interno**

<b>Factores</b>	<b>Actividad</b>	<b>D/F</b>	<b>Causa</b>	<b>Efecto</b>
<b>Operativas</b> Fuente: Información del representante legal	Se han definido claramente cuáles son los procesos internos relacionados con las actividades principales de la Asociación.	F	Son informados de las funciones a su cargo para su posterior aplicación y evaluación.	Se cumplen con las actividades en el tiempo previsto evitando sanciones con los organismos de control.
	Cuentan con un manual de procesos y procedimientos donde se definen los controles claves.	D	No se ha realizado un manual de funciones donde estén claramente planteadas las actividades por puesto de trabajo.	El personal contratado desconoce sus funciones por tal razón no las cumple efectivamente.
<b>Marketing</b> Fuente: Información del representante legal	Ausencia de un plan de marketing que destino los esfuerzos al cumplimiento de metas.	D	No se ha realizado las actividades de comercialización por parte de una persona especializada por ende no se vio la necesidad de este importante instrumento administrativo.	No se han definido parámetros para el ingreso con el producto en el mercado objetivo.
	No se ha contratado personal que se encarga de la actividad de ventas.	D	Las actividades han sido divididas entre los miembros del directorio por ende no se contrató a un profesional que cumplan esta área.	No se ha realizado un adecuado proceso de comercialización que beneficie a los socios de la asociación.



<b>Organización</b> Fuente: Información del representante legal	Se conoce la posición jerárquica de los integrantes para la definición de responsabilidades de los integrantes del directorio.	F	Los integrantes del Directorio son socios activos por ende conocen claramente su estatuto y cuáles son las obligaciones y derechos al asumir la responsabilidad.	Cumplen con lo dispuesto en el estatuto en base a sus posibilidades ya que no solo está en su decisión política sino también en el apoyo total de los socios.
	Ausencia de controles para evitar el mal uso de los recursos financieros que posee la Asociación.	D	Por la poca preparación financiera de los integrantes que son responsables de la supervisión de los fondos financieros se puede dar un mal uso de los recursos.	Se dejan de emplear los recursos afectando el cumplimiento del fin social que tiene la Asociación.
<b>Finanzas</b> Información del representante legal	Cuenta con aporte realizados por los socios para cubrir sus gastos ordinarios.	F	En el estatuto de creación se define la existencia de un aporte a ser realizado por los socios en un tiempo previsto.	Cuentan con los recursos que pueden ser definidos por una inversión inicial o parte de un financiamiento.
	No cuenta con activos fijos para la realización de actividades productivos definidas en el Estatuto de Constitución.	D	No se han adquirido bienes ya que no se realizaban el acopio para la comercialización ni se realizan actividades de transformación.	Las actividades definidas en el estatuto no se han cumplido ya que no existen los activos fijos necesarios para su cumplimiento.
	Pueden recibir recursos	F	Al ser una organización de la	Se pueden realizarse proyectos enfocados

	provenientes de convenios que les permitan mantener sus actividades productivas y fin social.		economía popular y solidaria puede recibir recursos con convenios de organizaciones públicas o no gubernamentales que buscan el desarrollo del sector.	al cumplimiento de los objetivos planteados en el estatuto de creación.
<b>Legalidad</b> Fuente: Información del representante legal	Cuenta con una normativa que regule su creación y funcionamiento.	F	Se pueden ejecutar sus actividades sin que exista perjuicio para sus integrantes.	Cuentan con la base legal para mantener sus operaciones vigentes sin riesgos de cierre por los organismos de control.
	Los socios conocen claramente las disposiciones legales vigentes y aplicables al sector.	F	Pueden solicitar el cumplimiento de sus derechos como sus obligaciones.	Conocen claramente cuáles son sus derechos para su aplicación, aunque dejan de lado las obligaciones.

**Fuente:** Investigación propia  
**Elaborado por:** Betún J (2021)

**Tabla 17 - 3: Análisis del impacto entorno internos**

No.	Actividad	Impacto			
		Muy Bajo 1	Bajo 2	Alto 3	Muy Alto 4
<b>Fortalezas</b>					
F1	Se han definido los procesos internos relacionados con las actividades principales de la Asociación.			●	
F2	Cuenta con aporte realizados por los socios para cubrir sus gastos ordinarios.				●
F3	Pueden recibir recursos provenientes de convenios.				●
F4	Cuenta con una normativa que regule su creación y funcionamiento.				●
<b>Debilidades</b>					
D1	No cuentan con un manual de procesos y procedimientos donde se definen los controles claves.		●		
D2	Ausencia de un plan de marketing que destino los esfuerzos al cumplimiento de metas.	●			
D3	Ausencia de controles para evitar el mal uso de los recursos financieros que posee la Asociación.	●			
D4	No cuenta con activos fijos para la realización de actividades productivos definidas en el Estatuto de Constitución.	●			
<b>Calificación</b>		3	2	3	12
<b>Porcentaje</b>		15%	10%	15%	60%

Fuente: Investigación propia  
 Elaborado por: Betún J (2021)

**Tabla 18 - 3: Análisis de la ponderación entorno interno**

No.	Actividad	Ponderación		
		Ponderación	Calificación	Total
	<b>Fortalezas</b>			
F1	Se han definido los procesos internos relacionados con las actividades principales de la Asociación.	0.14	3.00	0.42
F2	Cuenta con aporte realizados por los socios para cubrir sus gastos ordinarios.	0.16	3.50	0.56
F3	Pueden recibir recursos provenientes de convenios.	0.16	3.00	0.48
F4	Cuenta con una normativa que regule su creación y funcionamiento.	0.16	3.50	0.56
	<b>Debilidades</b>			
D1	No cuentan con un manual de procesos y procedimientos donde se definen los controles claves.	0.11	2.00	0.22
D2	Ausencia de un plan de marketing que destino los esfuerzos al cumplimiento de metas.	0.09	1.50	0.14
D3	Ausencia de controles para evitar el mal uso de los recursos financieros que posee la Asociación.	0.09	2.00	0.18
D4	No cuenta con activos fijos para la realización de actividades productivas definidas en el Estatuto de Constitución.	0.09	1.50	0.14
	<b>Total</b>	1		2.70

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Betún J (2021)

**Tabla 19 - 3: Matriz FODA**

	Nueva normalidad enmarcada por el uso de normas de bioseguridad.	Generación de emprendimientos para la obtención de recursos económicos.	Uso de dispositivos electrónicos para la realización de las actividades ordinarias.	Obtención de nuevos productos que pueden ser atractivos para los consumidores.	Reformas legales que puede perjudicar el desarrollo de las actividades.	Falta de recursos que dinamicen la economía.	Apareamiento del COVID – 19 que causa la muerte entre los habitantes.	Se han creados asociaciones con la finalidad de cumplir con un objetivo conjunto el desarrollo.
	<b>Oportunidades</b>			<b>Amenazas</b>				
<b>Fortalezas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creación de un centro de acopio de los productos que generan los socios de la Asociación de Trabajadores Autónomos Monseñor Leónidas Proaño Troje Chico.</li> <li>• Definición del producto que debe ser comercializado en el mercado considerando las nuevas condiciones del mercado.</li> <li>• Aplicación de nuevas estrategias de difusión para la comercialización.</li> <li>• Definir los procesos administrativos, operativos y financieros que regulen y direcciones el uso de los recursos que posee la asociación.</li> <li>• Adquisición de activos fijos para el acopio, envasado y comercialización de quinua en el mercado de la ciudad de Riobamba.</li> </ul>							
Se han definido los procesos internos relacionados con las actividades principales de la Asociación.								
Cuenta con aporte realizados por los socios para cubrir sus gastos ordinarios.								
Pueden recibir recursos provenientes de convenios.								
Cuenta con una normativa que regule su creación y funcionamiento.								
<b>Debilidades</b>								
No cuentan con un manual de procesos y procedimientos donde se definen los controles claves.								
Ausencia de un plan de marketing que destine los esfuerzos al cumplimiento de metas.								
Ausencia de controles para evitar el mal uso de los recursos financieros que posee la Asociación.								
No cuenta con activos fijos para la realización de actividades productivas definidas en el Estatuto de Constitución.								

**Fuente:** Investigación propia  
**Elaborado por:** Betún J (2021)

### 3.3.7.2 Estudio de mercado

#### Edad:

Tabla 20 - 3: Edad

Alternativas	Valor	Porcentaje
Menos de 19 años	20	8.60%
20 a 24 años	57	28.00%
35 a 49 años	66	40.00%
Más de 65 años	95	23.40%
<b>Total</b>	<b>238</b>	<b>100%</b>

Fuente: Tabulación de la encuesta.  
Elaborado por: Betún J (2021)



Gráfico 1 – 3: Edad

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Betún J (2021)

#### Interpretación

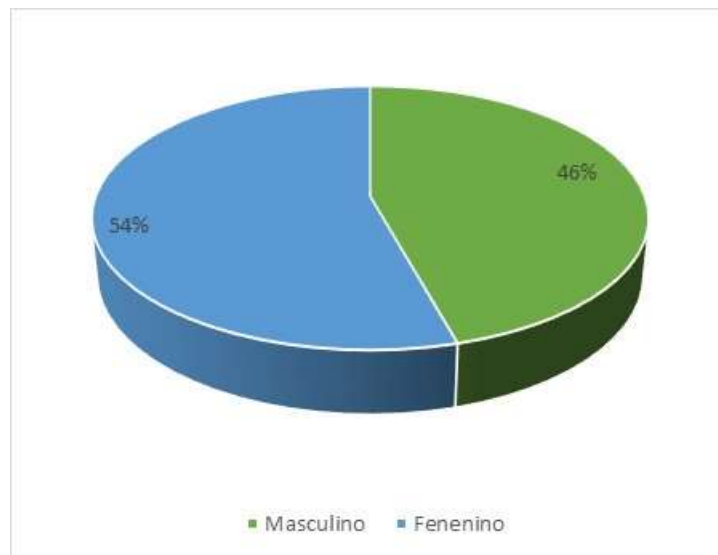
Se aplicó una encuesta para establecer las tendencias de consumo del mercado referente a la quinua donde se pudo determinar que el 40% son personas entre el rango de 35 a 49 años de edad, mientras que el 28% son mayores a los 65 años y 23.40% son personas jóvenes de 20 a 24 años y solo el 8.6% pertenece al rango de menos de 19 años.

## Genero

**Tabla 21 - 3: Genero**

Alternativas	Valor	Porcentaje
Masculino	109	45.70%
Femenino	129	54.30%
Total	238	100.00%

Fuente: Tabulación de la encuesta.  
Elaborado por: Betún J (2021)



**Gráfico 2 – 3: Genero**

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Betún J (2021)

### Interpretación:

Las personas que contestaron la encuesta son en su mayoría mujeres con un 54% mientras que los hombres representan el 46%, cabe destacar que la encuesta fue enviada por redes sociales pues no existió una selección aleatoria predeterminada.

## Parroquia

Tabla 7 - 3: Parroquia

Alternativas	Valor	Porcentaje
Licán	12	5.00%
Lizarzaburu	81	34.00%
Maldonado	86	36.00%
Velasco	29	12.00%
Veloz	17	7.00%
San Andrés	7	3.00%
Yaruquies	7	3.00%
<b>Total</b>	<b>238</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Tabulación de la encuesta.  
Elaborado por: Betún J (2021)

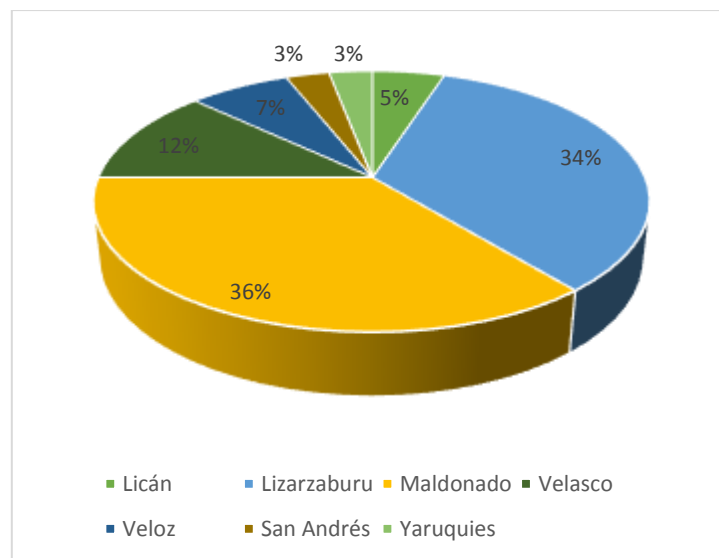


Gráfico 3 – 3: Parroquia

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Betún J (2021)

### Interpretación:

Cuando se interrogo sobre la parroquia a la que pertenecen manifestaron que el 36% pertenecen a la parroquia Maldonado, mientras que el 34% pertenece a la parroquia Lizarzaburu, el 30% está ubicado en la parroquia Velasco, y la diferencia se cuentan en Licán, San Andrés y Yaruquies.



## 1. Consumo de la quinua.

Tabla 23 - 3: Consume quinua

Alternativas	Valor	Porcentaje
Si	231	97.00%
No	7	3.00%
Otros	0	0.00%
Total	238	100.00%

Fuente: Tabulación de la encuesta.  
Elaborado por: Betún J (2021)

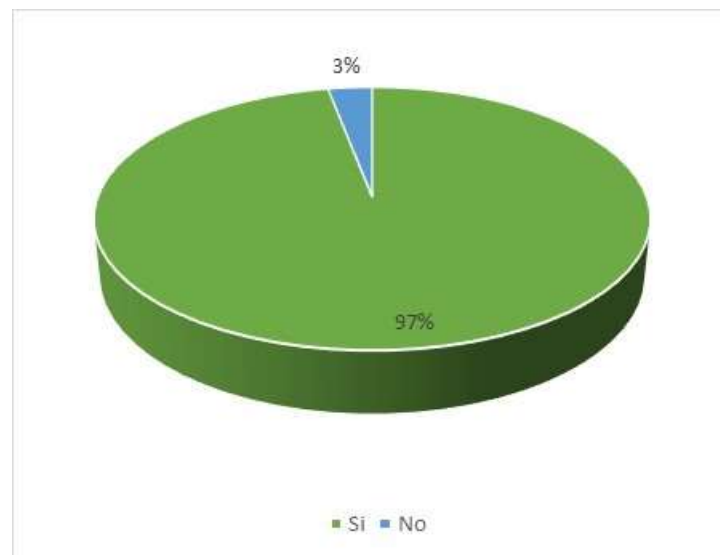


Gráfico 4 – 3: Consumo de quinua

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Betún J (2021)

### Interpretación:

Según el 97% de las personas encuestadas reconocen consumir quinua en algún momento mientras que el 3% dice que no se ha dado el consumo de este producto, ya que no existe la intención de probarlo.

## 2. Lugares de adquisición de la quinua para su consumo.

Tabla 24 - 3: Donde adquiere la quinua

Alternativas	Valor	Porcentaje
Supermercados	71	30.00%
Tiendas	93	39.00%
Mercados	74	31.00%
<b>Total</b>	<b>238</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Tabulación de la encuesta.

Elaborado por: Betún J (2021)

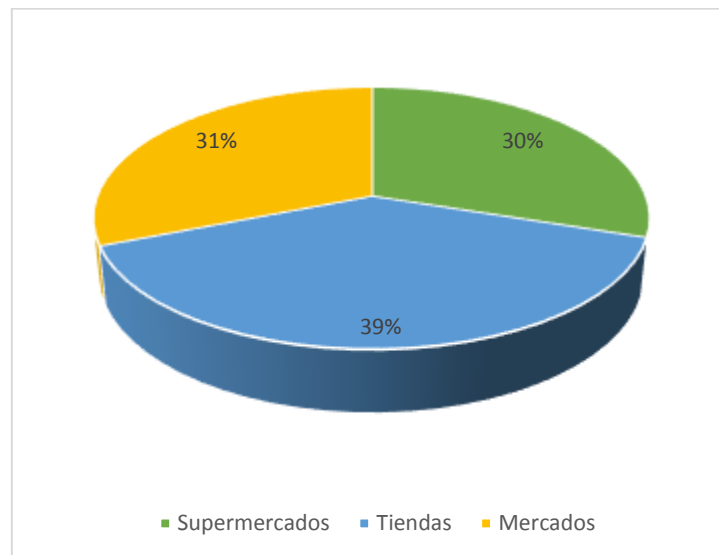


Gráfico 5 – 3: Donde compran la quinua

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Betún J (2021)

### Interpretación:

Según el 39% prefieren adquirir la quinua en alguna tienda de su predilección, mientras que el 31% dice hacerlo en los supermercados, el 30% dice comprar este producto nutritivo en los mercados de la Ciudad de Riobamba.

### 3. Beneficios al consumir la quinua.

Tabla 25 - 3: Beneficios de la quinua

Alternativas	Valor	Porcentaje
Si	164	69.00%
No	74	31.00%
<b>Total</b>	<b>238</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Tabulación de la encuesta.

Elaborado por: Betún J (2021)

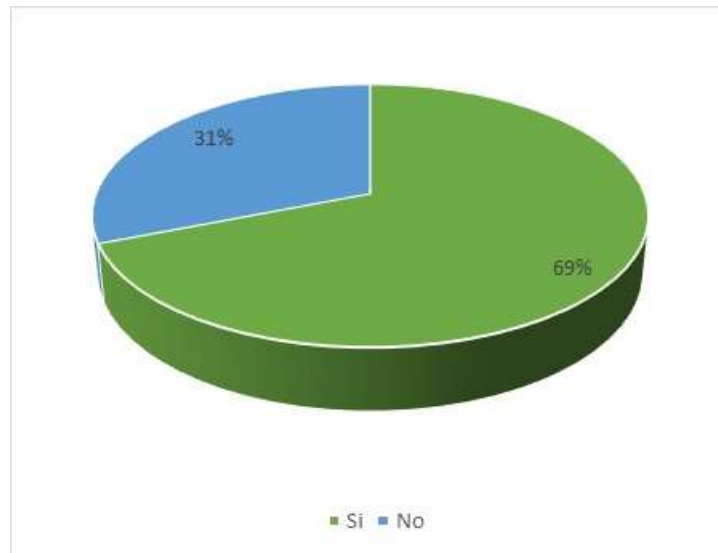


Gráfico 6 – 3: Beneficios de la quinua

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Betún J (2021)

#### Interpretación:

Para el 69% de las personas encuestadas dicen conocer cuáles son los beneficios del consumo de quinua, mientras que el 31% dice no conocer cuáles son las propiedades que tiene este producto y como estos pueden mejorar su salud.

#### 4. Adquisición de la quinua de una marca determinada.

Tabla 26 - 3: Marca de quinua

Alternativas	Valor	Porcentaje
Camari	22	9.00%
Marca comercial	64	27.00%
Otros	153	64.00%
<b>Total</b>	<b>238</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Tabulación de la encuesta.  
Elaborado por: Betún J (2021)

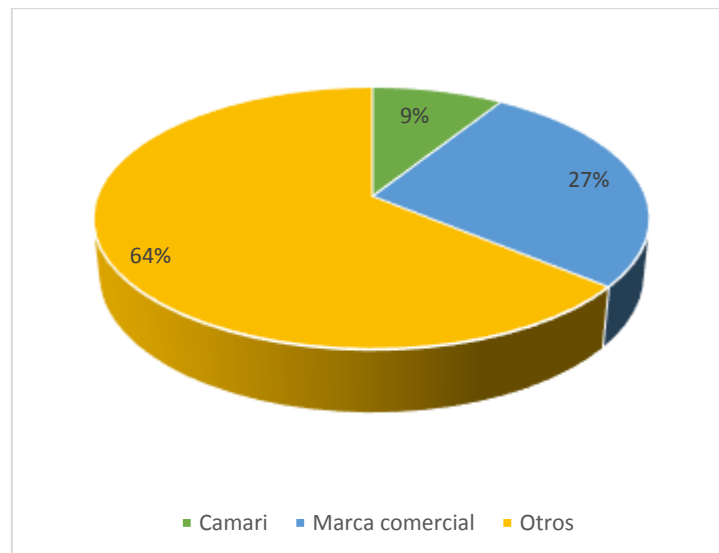


Gráfico 7 – 3: Marcas de quinua

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Betún J (2021)

#### Interpretación:

Para la definir la competencia que podría tener el posible producto se preguntó sobre las marcas que conocían del producto definiéndose que el 64% consume quinua sin que tenga una marca definida, mientras que el 27% prefiere las marcas propias de los supermercados como supermaxi o comisariato, solo el 9% dice consumir la marca camarí.

## 5. Consumo en libras de la quinua al mes.

Tabla 8 - 3: Cuanto consume

Alternativas	Valor	Porcentaje
Una libra	100	42.00%
Dos libras	81	34.00%
Tres libras	47	20.00%
Más de cuatro libras	10	4.00%
<b>Total</b>	<b>238</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Tabulación de la encuesta.  
Elaborado por: Betún J (2021)

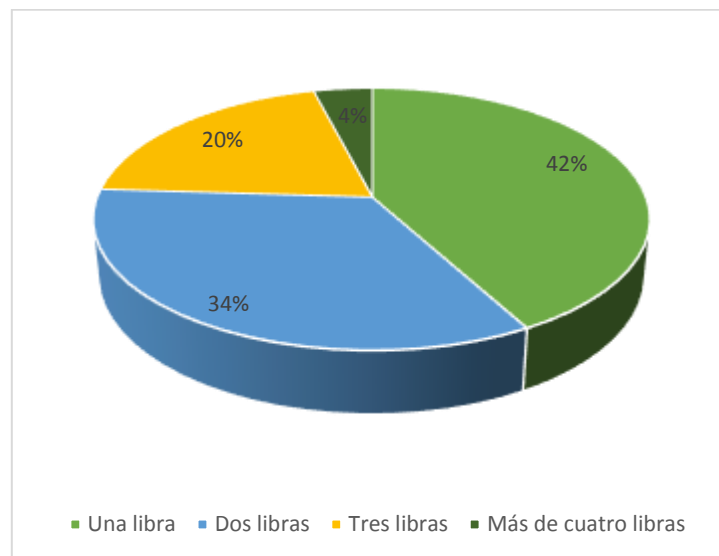


Gráfico 8 – 3: Cuantas libras se consume

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Betún J (2021)

### Interpretación:

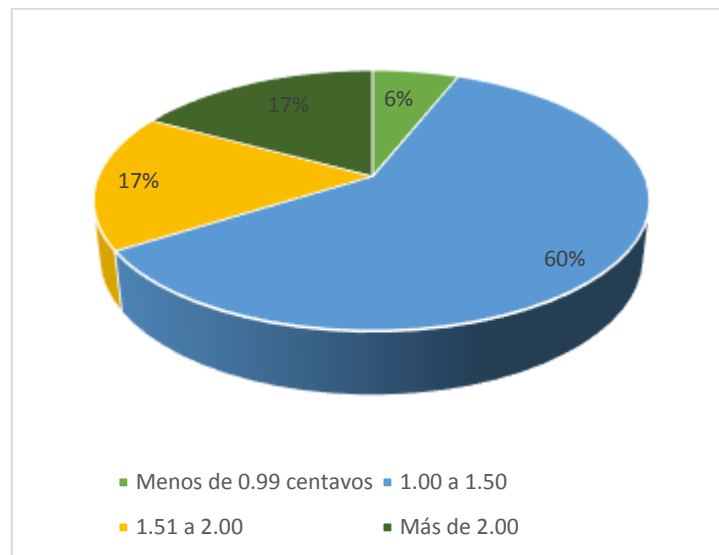
El 42% de los encuestados reconocen que consume quinua una libra, mientras que el 34% adquieren dos libras, el 20% adquiere tres libras y solo el 4% consumen más de cuatro libras al mes.

## 6. Pago por cada libra de quinua.

**Tabla 28 - 3: Cuanto paga por la libra de quinua**

Alternativas	Valor	Porcentaje
Menos de 0.99 centavos	15	6.00%
1.00 a 1.50	143	60.00%
1.51 a 2.00	40	17.00%
Más de 2.00	40	17.00%
<b>Total</b>	<b>238</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Tabulación de la encuesta.  
Elaborado por: Betún J (2021)



**Gráfico 9 – 3: Cuanto paga por la libra de quinua**

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Betún J (2021)

### Interpretación:

En lo referente a los precios se pudo conocer que el 60% de los encuestados dicen que pagan un valor promedio de 1.50 dólares por cada libra de quinua, mientras que el 17% dice pagar de 1.50 a 2.00 dólares, con porcentaje idéntico tenemos los que pagan más de 2.00 dólares, solo el 6% dice pagar menos de un dólar.

## 7. Preferencia en la presentación de la quinua.

Tabla 9 - 3: Presentación de la quinua

Alternativas	Valor	Porcentaje
En galletas	40	17.00%
Cereales	52	22.00%
Harina	29	12.00%
Bebidas	0	0.00%
Otros	117	49.00%
<b>Total</b>	<b>238</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Tabulación de la encuesta.  
Elaborado por: Betún J (2021)

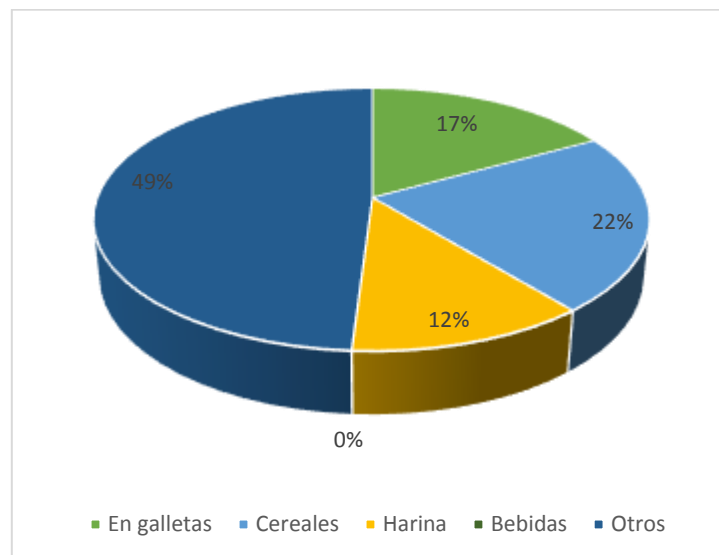


Gráfico 10 – 3: Presentación de la quinua

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Betún J (2021)

### Interpretación:

Los consumidores encuestados reconocen que prefieren el producto natural con un 49%, seguido del 22% prefiere a la quinua en cereales, el 12% dice consumir la harina de quinua para sus preparaciones, y el 17% les gusta las galletas de quinua nutritivas.

## 8. Medios de comunicación para recibir la información de la quinua.

Tabla 30 - 3: Medios de comunicación

Alternativas	Valor	Porcentaje
Radio	31	13.00%
Prensa	21	9.00%
Televisión	36	15.00%
Redes sociales	150	63.00%
<b>Total</b>	<b>238</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Tabulación de la encuesta.  
Elaborado por: Betún J (2021)

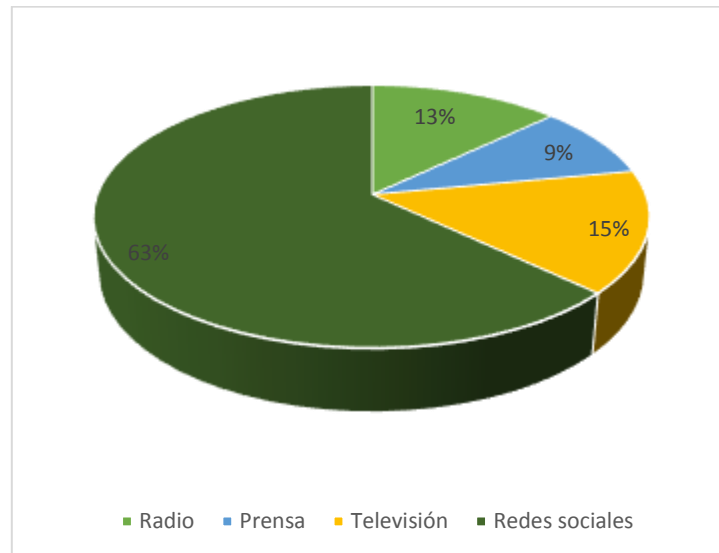


Gráfico 11 – 3: Medios de comunicación

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Betún J (2021)

### Interpretación:

Se interrogó sobre el uso de los medios de comunicación donde se definió que prefieren las redes sociales según el 63%, seguido del uso de la televisión con un 15%, el 13% prefiere la prensa y el 9% dice emplear la prensa para informarse de los que pasa en la localidad.



## 9. Horario destinado al día para revisar los medios de comunicación.

Tabla 31 – 3: Tiempo que destinan para los medios de comunicación

Alternativas	Valor	Porcentaje
En la mañana	74	31.00%
Al medio día	48	20.00%
Al finalizar la tarde	33	14.00%
En la noche	79	33.00%
Otros	4	2.00%
<b>Total</b>	<b>238</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Tabulación de la encuesta.  
Elaborado por: Betún J (2021)

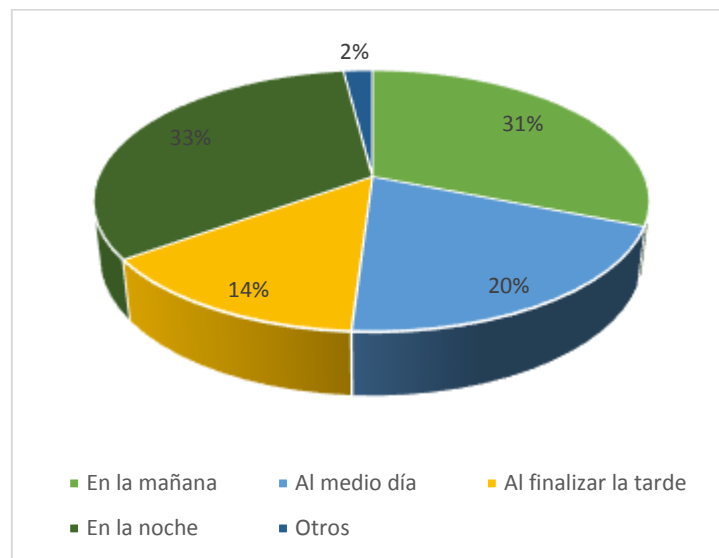


Gráfico 12 – 3: Tiempo que lo dedican a los medios de comunicación

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Betún J (2021)

### Interpretación:

El 33% de los encuestados prefieren revisar los medios de comunicación en la noche, el 31% dice destinar tiempo en la mañana, seguido del 20% que revisa al medio día y el 14% espera al finalizar la noche solo el 2% no tiene un tiempo definido para esta actividad.

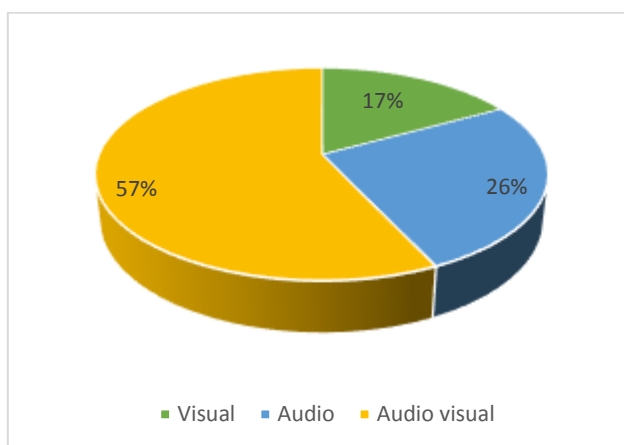
## 10. Preferencia en la publicidad.

**Tabla 32 - 3: Tipo de publicidad**

Alternativas	Valor	Porcentaje
Visual	40	17.00%
Audio	62	26.00%
Audio visual	136	57.00%
<b>Total</b>	<b>238</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Tabulación de la encuesta.

Elaborado por: Betún J (2021)



**Gráfico 13 – 3: Tipo de publicidad**

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Betún J (2021)

### Interpretación:

Para el 57% de los encuestados prefieren el uso de publicidad audiovisual, dando un mensaje claro para los consumidores, el 26% revisa publicidad visual en los medios de comunicación mientras que el 17% prefieren los audios.

La quinua tiene una aceptación del 97%, para consumo en la ciudad de Riobamba, de los cuales el 64% está dispuesto a consumir de marcas diferentes sin que exista una preferencia marcada, en este segmento podemos ingresar con el producto, en la actualidad las personas buscan

productos sellados para evitar el contagio siendo el momento idóneo para la presentación de la quinua lista para sus hogares.

### **3.3.8 Factibilidad administrativa**

Dentro de la factibilidad administrativa se incluyeron varios parámetros que permiten conocer cómo se podría trabajar enfocando los recursos considerando los elementos del proceso administrativo.

#### **3.3.8.1 Tamaño**

Para alcanzar un desarrollo real de la Asociación de Trabajadores Autónomos Monseñor Leónidas Proaño Troje Chico, se estima necesario la creación de un centro de acopio que permita receptor la quinua, para darle un proceso de secado, selección y envasado dentro de las normas de bioseguridad y calidad del producto requerido en el mercado, ya que el entorno ha cambiado por la nueva normalidad.

Para la producción se destinará el espacio físico de la Asociación, en la primera planta realizará el proceso de acopio y de producción necesario para la entrega de un producto óptimo en el mercado. La Asociación de Trabajadores Autónomos Monseñor Leónidas Proaño Troje Chico se enmarca en una empresa de economía popular y solidaria, siendo una pequeña empresa.

#### **3.3.8.2 Capacidad del proyecto**

La capacidad del proyecto está estimada por los recursos y los requerimientos en el mercado, se empleará en el proceso de producción cuatro personas que van desde el encargado de dicha área, para la comercialización se debe contratar a dos personas que se encarguen de difundir y entregar los productos en el mercado generando recursos económicos para la asociación.

En base a las proyecciones financieras se estima una producción inicial de 94800 unidades que podrían incrementarse a medida que las ventas, en base a la maquinaria y equipo de producción se podría producir 395 unidades diarias llegando anualmente a 132.720 unidades, se espera inicialmente emplear 71.42%

#### **3.3.8.3 Localización**

**Tabla 33 - 3: Localización**

<b>Provincia</b>	Chimborazo
------------------	------------

<b>Cantón</b>	Colta
<b>Parroquia</b>	Columbe
<b>Comunidad</b>	Troje el chico
<b>Infraestructura</b>	Asociación de Trabajadores Autónomos Monseñor Leónidas Proaño Troje Chico

**Fuente:** Investigación propia  
**Elaborado por:** Betún J (2021)

#### 3.3.8.4 *Producto*

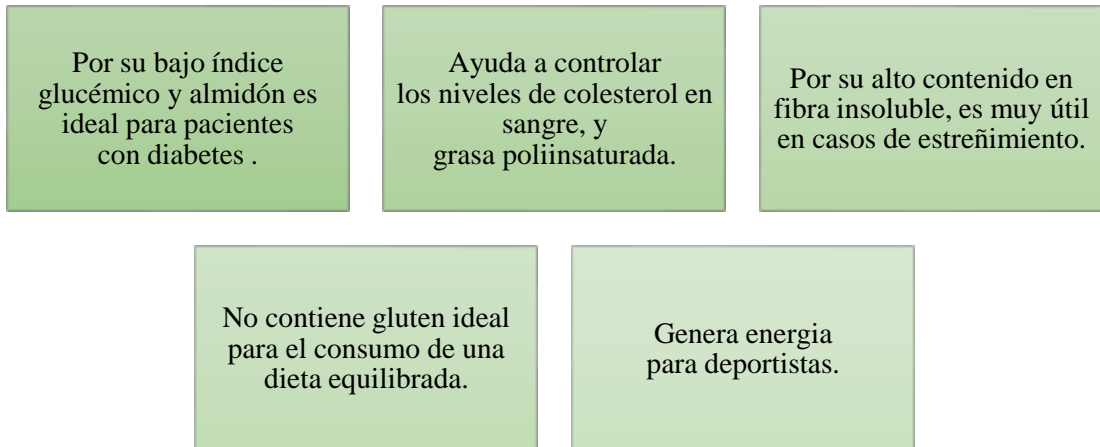
Para la comercialización se ha considerado a la quinua por su relevancia y aceptación en el mercado, la presentación sería de una libra pues la mayoría de las personas encuestadas prefieren esta cantidad para su consumo.

Quinua es un producto propio de la región interandina, conocida por su alto valor nutricional y beneficios para la salud de las personas que lo consumen de manera habitual.

**Tabla 34 - 3: Valor nutricional**

Energía (kcal)	306
Proteína	13.8
Grasas	5.5
Carbohidratos	49.2
Fibra dietética	7.9
Calcio	148.7
Hierro	13.2
Magnesio	249.6
Fósforo	383.7
Potasio	926.7
Zinc	4.4

**Fuente:** Investigación propia  
**Elaborado por:** Betún J (2021)



**Figura 8 - 3:** Beneficios del consumo de la quinua

Fuente: Investigación propia

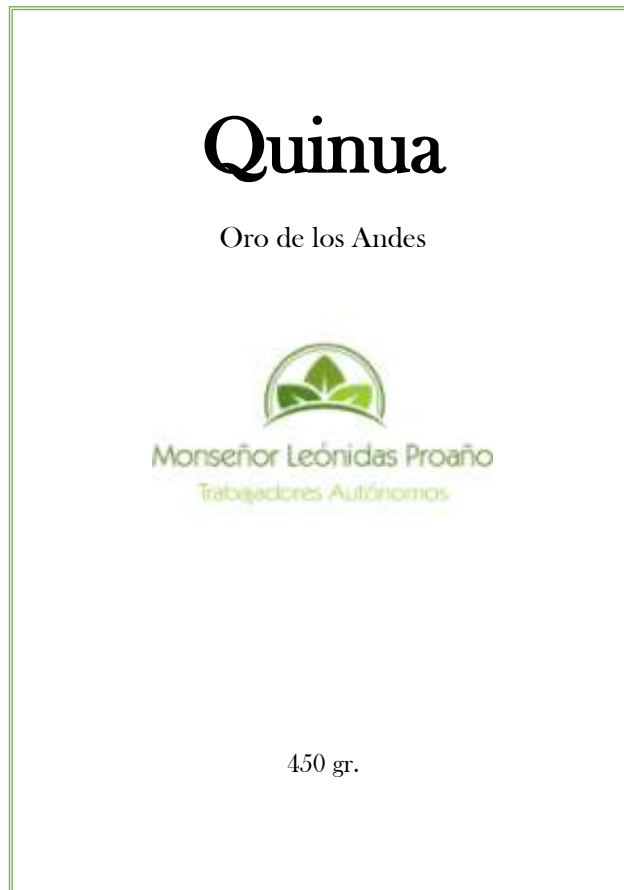
Elaborado por: Betún J (2021)



**Figura 6 - 3:** Logotipo de la Asociación

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Betún J (2021)

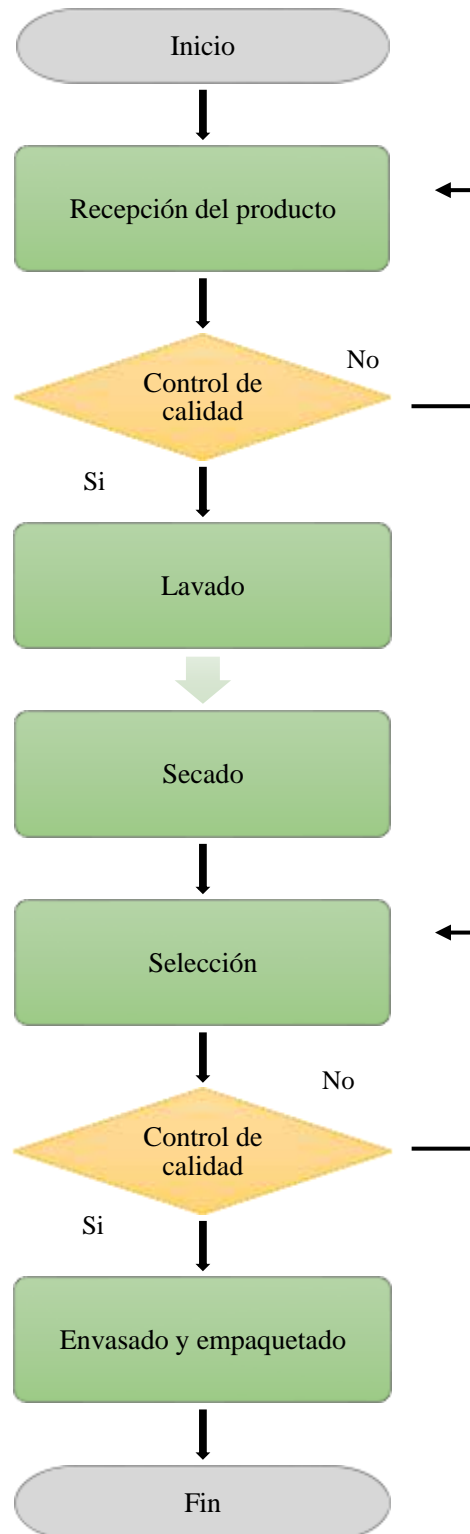


**Figura 7 - 3:** Presentación de la quinua  
**Fuente:** Investigación propia  
**Elaborado por:** Betún J (2021)

#### 3.3.8.5 *Beneficiarios del proyecto*

Los beneficiarios del proyecto serían los socios quienes pertenecen a la asociación, por la realización de las actividades se reciben recursos provenientes del emprendimiento, también los productores de quinua de este sector, pueden direccionar los productos evitando el proceso de transporte y teniendo un cliente permanente, mientras que los consumidores podrán recibir un producto limpio, sano que genera las condiciones nutricionales necesarias para su salud.

3.3.8.6 *Proceso de producción*



**Figura 8 - 3:** Proceso de producción  
Fuente: Investigación propia

**Tabla 35 - 3: Proceso de producción**

<b>Responsables</b>	<b>Actividades</b>	<b>Observación</b>
Jefe de producción	Recepción del producto que proviene de los socios.	Debe ser entregado en quintales con envases adecuados para garantizar que no se pierda.
Jefe de producción	En este punto se verifica si el producto entregado cuenta con las condiciones para su admisión, convirtiéndose en un punto de control de calidad	No solo basta con que el producto sea entregado por el socio debe cumplir con las características definidas por el técnico responsable del proceso.
Obreros	Una vez recibido el producto se procede a lavarlo con la finalidad de librarlos de las principales impurezas existentes.	Se realiza el proceso con cuidado de que se pierda la quinua en esta actividad.
Obreros	Secado mediante maquinaria para que la quinua no se dañe y pierda sus características básicas.	Se deberá cumplir con el proceso según las especificaciones técnicas de cada maquinaria y equipo ocupado.
Obreros	En este punto se procede a la selección nuevamente para evitar la entrega de impurezas que afecta a la calidad del producto.	Se eliminará las impurezas que se puedan observar en el proceso.
Jefe de producción	Control de calidad para garantizar que el producto cumpla con las características pactadas.	Se verificará que cumplan con las características pactadas para el comercio.
Obreros	Envasado y empaquetado en las presentaciones que son comercializadas en el mercado.	Los envases acordes al producto donde se incluya el



		nombre del mismo, peso y valor nutricional.
--	--	---

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Betún J (2021)

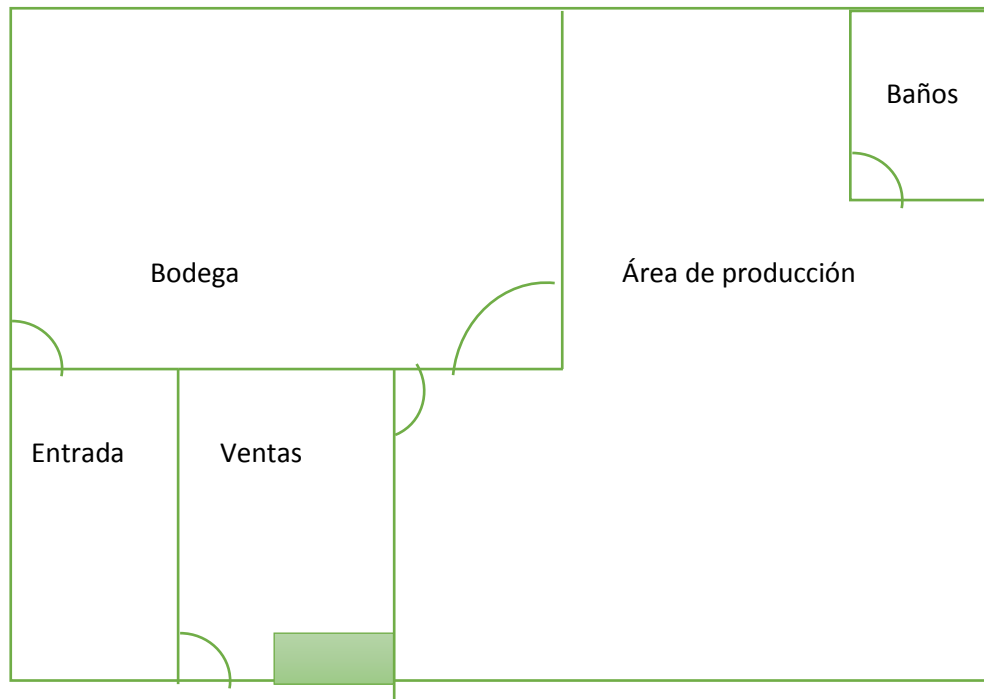
3.3.8.7 *Funciones del personal a ser contratado*

**Tabla 36 - 3: Funciones de las áreas contratadas**

<b>Producción</b>	Se realiza la planificación del proceso de producción con la finalidad de cumplir con los pedidos realizados por los clientes.
	Recepción de la materia prima e insumos verificando el cumplimiento de las características pactadas, con la finalidad de que estos aporten a la producción de calidad.
	Aplicación del proceso de producción considerando que todos los pasos se han realizado satisfactoriamente, procurando genera un producto confiable para el consumidor.
	Realizar los procesos de mantenimiento de los equipos y maquinaria que están a su cargo para evitar daños permanentes.
	Constatación física de los inventarios que están a su cargo para evitar las pérdidas y desperdicios por dejar de lado los materiales para su producción.
	Emitir informes de producción para la toma de decisiones de las personas responsables de la Asociación.
	Elaboración de órdenes de compra si existen necesidades para mantener la operación de las actividades productivas.
	Realizar las órdenes de producción donde se definan las unidades elaboradas y los elementos de costos aplicados en cada uno de los pasos del proceso de producción.
<b>Comercialización</b>	Elaborar un plan de marketing donde se definan las acciones a tomar para alcanzar el posicionamiento en el mercado y la aceptación de los productos de la asociación en el mercado objetivo.
	Definir las políticas de comercialización que serán aplicadas para generar recursos para la asociación.
	Determinación de las metas para las personas que laboran en el área de comercialización para su posterior evaluación.
	Contratar a los medios de comunicación para la difusión de la marca ante el mercado objetivo.
	Realizar el proceso de negociación ante los clientes procurando las mejores condiciones para la organización.
	Efectuar el proceso de cobranza de los clientes que realizan las compras a crédito.

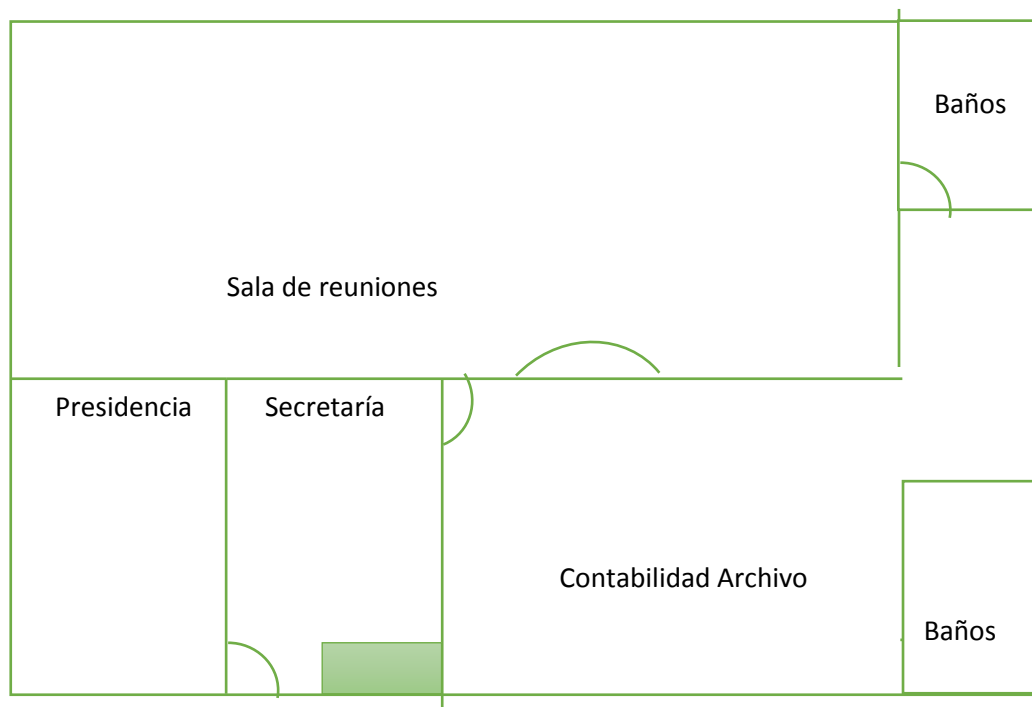
**Fuente:** Investigación propia  
**Elaborado por:** Betún J (2021)

### 3.3.8.8 Distribución de la planta de producción



**Figura 9 - 3:** Distribución de la planta primer piso

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Betún J (2021)



**Figura 9 - 3:** Distribución de la planta segundo piso

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Betún J (2021)

### 3.3.8.9 Políticas de comercialización

**Tabla 37 - 3: Políticas de comercialización**

<b>Negociación</b>	La negociación es responsabilidad directa de la Presidencia por estatuto, pero el podrá delegar parte de su responsabilidad a los encargados del proceso de comercialización en montos definidos en un documento de conocimiento de la Asamblea General de Socios y del Directorio.
<b>Producción</b>	Se trabaja en base a los pedidos hechos por los clientes procurando la colocación de la totalidad de la producción de la quinua entregada de los socios a efecto de que no exista desperdicio y minimizar las pérdidas.
<b>Existencias</b>	Se considera las existencias para el proceso de comercialización, solicitando información al bodeguero para la realización de la negociación con los clientes.
<b>Promoción y publicidad</b>	La publicidad y promoción será acorde a la constitución dada por el estatuto sin que exista un perjuicio a la imagen de la asociación, esta será contratada para alcanzar las metas de venta y consolidarse en el mercado objetivo.
<b>Contratación de personal</b>	Se solicitará que el personal contratado cumpla con el perfil necesario para que puedan comercializar la producción del centro de acopio.
<b>Metas de venta</b>	Se definen las metas y los objetivos para el personal del área de comercialización mediante la aplicación de indicadores y verificación de los procesos internos.
<b>Satisfacción de cliente</b>	Para medir la satisfacción de los clientes se aplicarán sondeos de opinión.

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Betún J (2021)

3.3.8.10 Factores Ambientales

**Tabla 38 - 3: Factores Ambientales**

Componente	Factor	Definición	Afectaciones previstas
Ambiental	Ambiental		
ABIÓTICO	Calidad del aire	El aire dentro de la planta debe cumplir con las condiciones para la supervivencia.	No se espera generar efectos negativos en la calidad del aire.
	Calidad del agua	No se deben generar elementos que afecten la calidad del agua o puedan causar daños irreversibles a los cultivos.	Se emplearán filtros de agua para evitar efectos negativos, también se pueden usar procesos definidos por el organismo regulador.
	Calidad del suelo	Es el conjunto de elementos que permiten tener un suelo apto para el cultivo.	Se evitará el uso de técnicas que afecten la calidad del suelo, se incluyen mecanismo de limpieza y cuidado ambiental.
	Calidad de vida	Bienestar de quienes integran dentro de la organización.	No solo se generan acciones para mejorar la calidad de vida económicamente sino también generar acciones de cuidado medioambiental.
	Economía de la población	Se generan recursos económicos desde su actividad conjunta.	Incentivar a los socios con la generación de recursos económicos que pueden ayudar a su sustento.
BIOTICO	Flora Nativa	No se generen afectaciones a la flora del sector.	No se busca alterar la flora pues no se realizarán acciones que puedan dañar los suelos de cultivo.
	Fauna Nativa	No se den alteraciones a la fauna nativa del sector.	Se limitan las acciones a fin de evitar daños a las especies propias del sector.

Fuente: Investigación propia  
 Elaborado por: Betún J (2021)

**Tabla 39 - 3: Factores Ambientales Puntuación**

<b>IMPACTOS</b>	<b>Signo</b>	<b>Acumulación</b>	<b>Extensión</b>	<b>Intensidad</b>	<b>Persistencia</b>	<b>Reversibilidad I</b>	<b>Recuperabilidad Rc</b>	<b>Valoración I Im</b>
Limpieza de la planta productora	-	5	1	4	1	2	1	<b>-14</b>
Mantenimiento de la bodega para el almacenamiento	-	5	1	3	1	2	1	<b>-13</b>
Proceso de manejo de residuos	-	5	2	4	1	2	1	<b>-15</b>

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Betún J (2021)

### 3.3.8.11 Estratégias de comercialización

**Tabla 40 - 3: Estratégias de comercialización**

<b>Objetivos estratégicos</b>	<b>Estrategias</b>	<b>Actividades</b>
Crear un centro de acopia que permita la captación de los productos para la comercialización.	Creación de un centro de acopio de los productos que generan los socios de la Asociación de Trabajadores Autónomos Monseñor Leónidas Proaño Troje Chico.	Definición legal del centro de acopio para su funcionamiento según la normativa aplicable. Se realizan los procesos necesarios para la apertura sin que existan infracciones.
Definir los procesos internos que permita el correcto direccionamiento de los recursos.	Definir los procesos administrativos, operativos y financieros que regulen y direccionen el uso de los recursos que posee la asociación.	Mediante entrevistas conozcan cómo se realizan los procesos internos para ser plasmados en diagramas de flujo. Socializar al personal sobre los procesos internos.

		Verificar periódicamente la aplicación de los procesos interno.
Adquisición de activos fijos que permitan el proceso productivo y comercialización de los productos de la asociación.	Adquisición de activos fijos para el acopio, envasado y comercialización de quinua en el mercado de la ciudad de Riobamba.	Se realizará un análisis de los activos fijos que se requiere contratar considerando el tipo de producción y el volumen. Establecer los mejores proveedores y las condiciones adecuadas para este proceso. Se debe conocer si existen repuestos, garantías y procesos de mantenimiento que aseguren la inversión.
Comercializar los productos en el mercado objetivo para la generación de la rentabilidad necesaria de la organización.	Definición del producto que debe ser comercializado en el mercado considerando las nuevas condiciones del mercado.	Determinar los canales de comercialización a ser aplicados para el producto determinado. Definir las metas de ventas para cada uno de los empleados de esta área. Se aplicarán las estrategias propias del plan de marketing.
	Aplicación de nuevas estrategias de difusión para la comercialización.	Contratar al medio de comunicación con mayor aceptación en el mercado objetivo. En diferentes momentos aplicar sondeos de opinión para conocer si el producto tiene acogida en el mercado. Aplicar indicadores para conocer si han sido efectivas las estrategias de comercialización.

**Fuente:** Investigación propia  
**Elaborado por:** Betún J (2021)

### 3.3.9 Factibilidad financiera

Para la factibilidad financiera se consideraron los siguientes supuestos financieros:

- Se considerará dentro de la inversión inicial los valores para la producción del primer año incluyendo la adquisición de los activos fijos.
- Para el financiamiento se tomará en cuenta la tabla de amortización de un crédito de asociación de una institución financiera, la tasa de interés será considerada tasa de descuento para el cálculo del VAN y el TIR:
- En lo referente a la materia prima se estimará un crecimiento en el precio y el volumen según la demanda que se ha proyectado en el estudio de mercado.
- El personal de la producción se divide en dos aspectos, el que se encarga directamente del proceso productivo y el que apoya o supervisa las actividades, recibirán una remuneración mensual del valor de sueldo básico, con un incremento proyectado del 2.5%.
- Los costos indirectos incluyen envase y cajas para su trasportación, los insumos necesarios para aplicar el proceso de producción, los valores correspondientes a la energía eléctrica, agua potable, teléfono y servicio de internet.
- En los gastos se incluyen el área administrativa, comercial y finanzas, es este último se incluye el pago de los intereses del préstamo solicitado a una institución financiera.
- Las ventas se incrementarán según las condiciones del mercado tanto en precio como en volumen.
- La inflación proyectada para el año 2021 según el banco central es de 1.40% para este documento se consideró el 1.50%.

#### 3.3.9.1 Inversión inicial

**Tabla 41 - 3: Inversión inicial**

<b>Activos fijos</b>	<b>24820,00</b>
<b>Remuneraciones por seis meses</b>	29565,16
<b>Gastos generales</b>	2729,31
<b>Total</b>	<b>57114,47</b>

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Betún J (2021)

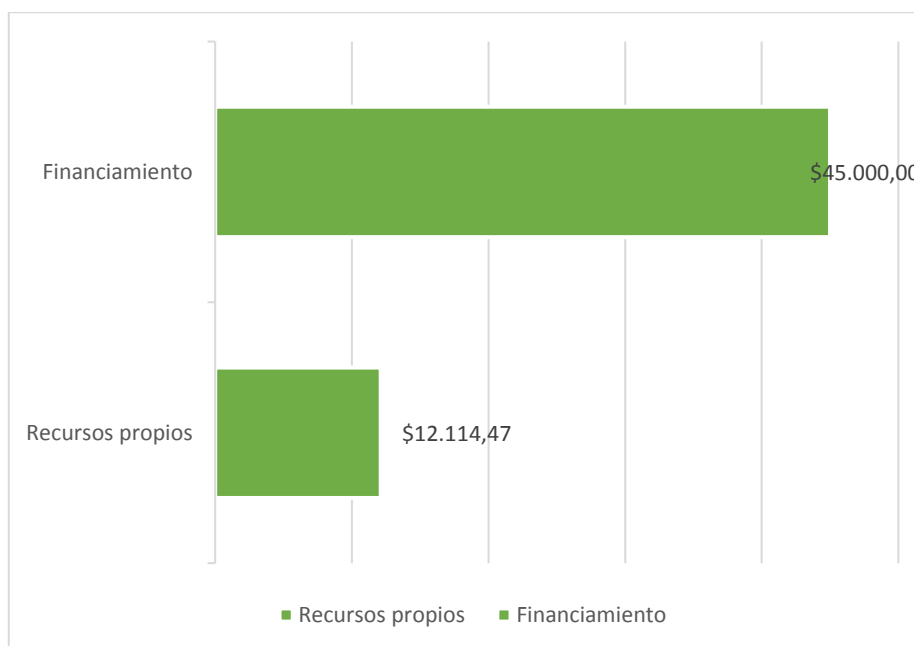


En la inversión inicial se consideran los activos fijos que se requieren para la puesta en marcha del centro de acopio, se ha proyectado la remuneración de los seis primeros meses que cubren el inicio de las actividades productivas, se estimó un valor para cubrir los gastos iniciales principalmente de trámites ante las autoridades pertinentes.

**Tabla 42 - 3: Procedencia de recursos**

<b>Recursos propios</b>	<b>12114.47</b>
<b>Financiamiento</b>	<b>45000.00</b>
<b>Total</b>	<b>57114,47</b>

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Betún J (2021)



**Gráfico 14 – 3: Procedencia de recurso**

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Betún J (2021)

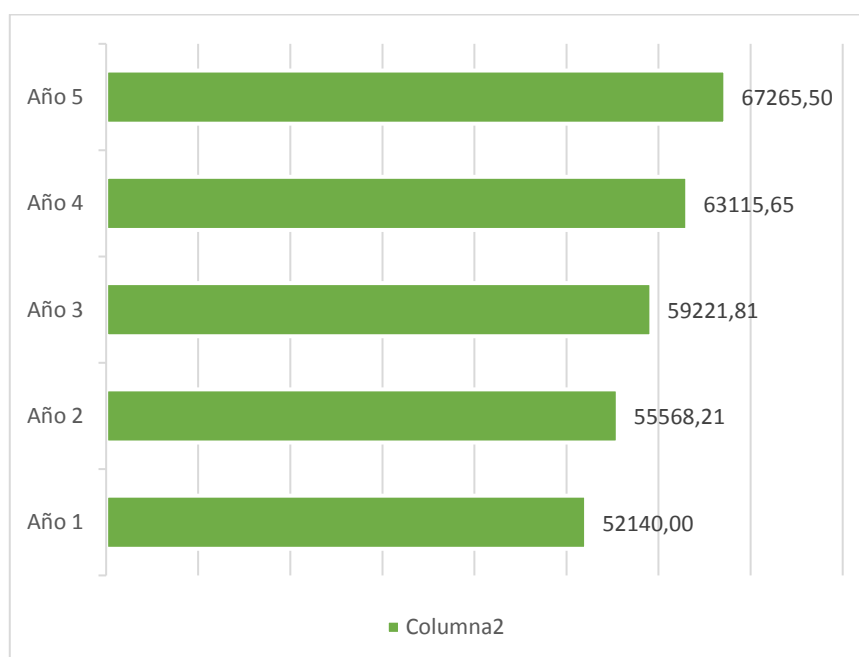
Se ha definido nuevos tipos de créditos para la reactivación económica, el banco del Pacífico a oposito a consideración de la ciudadanía el crédito de reactivación denomina reactivate Ecuador con montos que van desde los 500.00 dólares hasta los 500.000.00 dólares, para la asociación se espera con seguir mediante esta modalidad 45000.00 dólares.

### 3.3.9.2 Proyección de costos y gastos

**Tabla 42 - 3: Materia prima directa**

<b>Año</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Total</b>
<b>1</b>	94800,00	0,55	52140,00
<b>2</b>	99540,00	0,56	55568,21
<b>3</b>	104517,00	0,57	59221,81
<b>4</b>	109742,85	0,58	63115,65
<b>5</b>	115229,99	0,58	67265,50

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Betún J (2021)



**Gráfico 15 – 3: Materia prima directa**

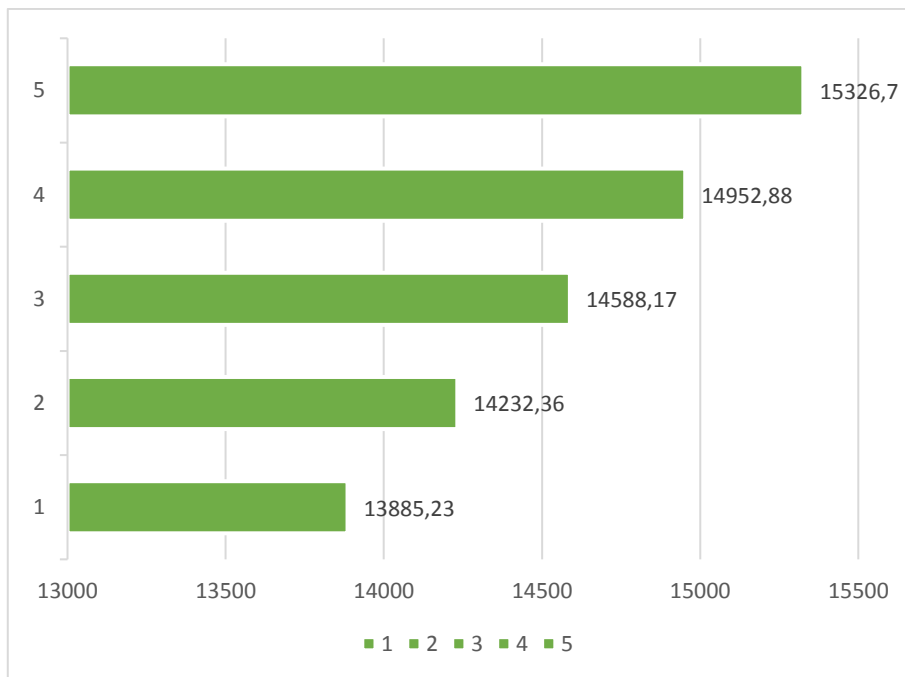
Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Betún J (2021)

En lo referente a la materia prima directa se considera a la quinua que es entregada por los socios de la asociación en el centro de acopio para su proceso de producción y envase para su posterior comercialización, se estima un incremento en las unidades del 5% por efectos de las estrategias de comercialización y el costo unitario del 0.55 por cada libra de quinua.

**Tabla 43 - 3: Mano de obra directa**

Año	Total
1	13885,23
2	14232,36
3	14588,17
4	14952,88
5	15326,70

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Betún J (2021)



**Gráfico 16 – 3: mano de obra directa**

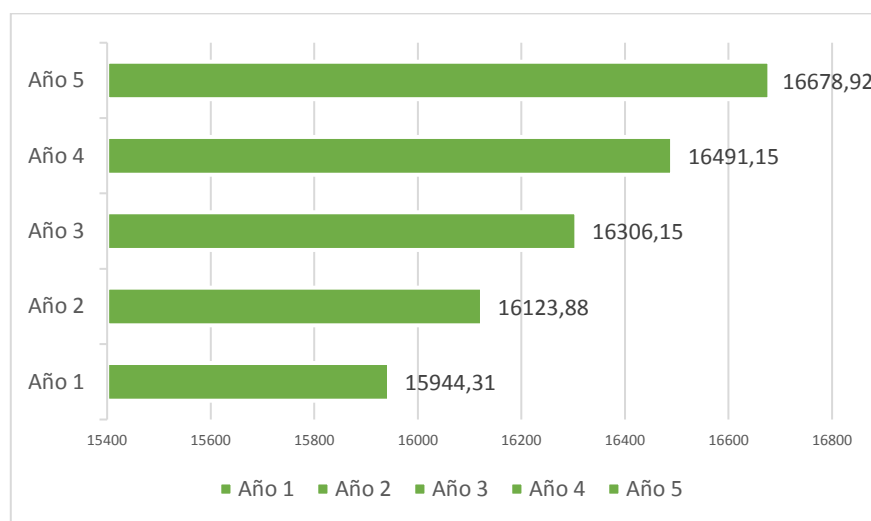
Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Betún J (2021)

En lo referente a la mano de obra se consideró al personal que trabajo directamente en el proceso de producción y que su trabajo se ve reflejado en la producción, en el cálculo se estimó el cumplimiento de todos los beneficios de ley que tiene derecho y las obligaciones con el IESS, en el primer año se definió un valor de 13.885.23 dólares mientras que para el quinto año sería de 15326.70, existiendo un incremento anual del 2.50% proyectado.

**Tabla 44 - 3: Costos Generales de Fabricación**

Costos indirectos de producción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Luz	768,00	779,52	791,21	803,08	815,13
Agua	192,00	194,88	197,80	200,77	203,78
Gasolina	288,00	292,32	296,70	301,16	305,67
Gasto de combustible y Mantenimiento	960,00	974,40	989,02	1003,85	1018,91
Depreciación	3972,75	3972,75	3972,75	3972,75	3972,75
Materia prima indirecta	189,60	192,44	195,33	198,26	201,23
Imprevistos	397,28	403,23	409,28	415,42	421,65
Mano de obra indirecta	9176,68	9314,33	9454,05	9595,86	9739,79
<b>Total costos indirectos</b>	<b>15944,31</b>	<b>16123,88</b>	<b>16306,15</b>	<b>16491,15</b>	<b>16678,92</b>

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Betún J (2021)



**Gráfico 17 – 3: Costos indirectos**

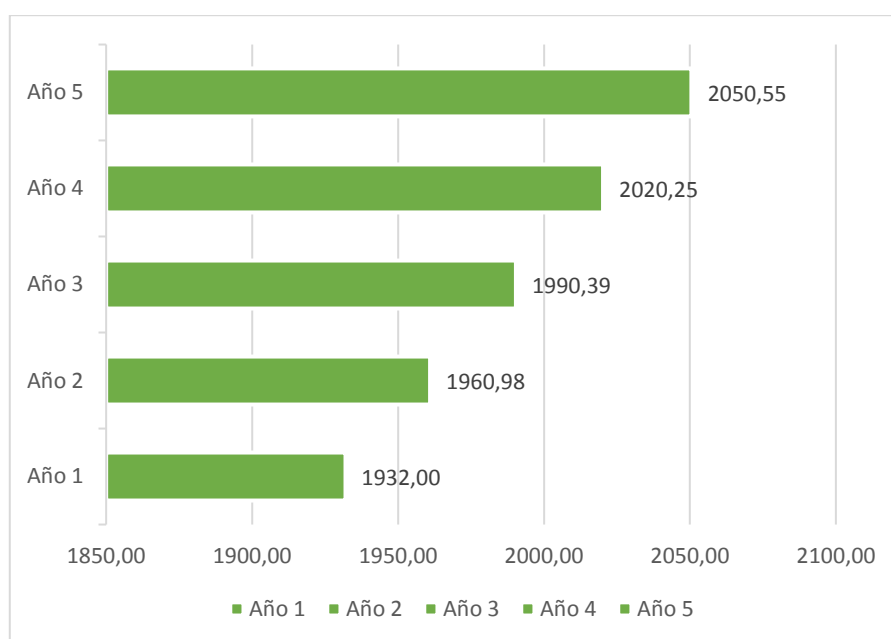
Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Betún J (2021)

Dentro de los costos indirectos tenemos la mano de obra indirecta, es el jefe de producción que se encarga de coordinar los procesos dentro de esta área, los materiales indirectos donde se registró las fundas de envase con la marca del producto, y de más gastos que se debieron a sumar para la elaboración del producto.

**Tabla 10 - 3: Gastos generales**

<b>Gastos administración</b>					
<b>Teléfono</b>	420,00	426,30	432,69	439,18	445,77
<b>Luz</b>	192,00	194,88	197,80	200,77	203,78
<b>Agua</b>	48,00	48,72	49,45	50,19	50,95
<b>Internet</b>	360,00	365,40	370,88	376,44	382,09
<b>Gasolina</b>	912,00	925,68	939,57	953,66	967,96
<b>Gasto de combustible y Mantenimiento</b>	-60,00	-60,90	-61,81	-62,74	-63,68
<b>Insumos de oficina</b>	60,00	60,90	61,81	62,74	63,68
<b>Total</b>	1932,00	1960,98	1990,39	2020,25	2050,55

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Betún J (2021)



**Gráfico 18 – 3: Gastos**

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Betún J (2021)

Son los gastos necesarios para el desarrollo de las actividades del departamento administrativo y comercial, también se incluyen los gastos financieros o pago de intereses que se cancelan a la institución financiera, suman un valor de 1932.00 con un crecimiento del 1.50% llegando a ser en el quinto año de 2050.55 dólares, cabe destacar que no se incluyó en este rubro las remuneraciones del personal.

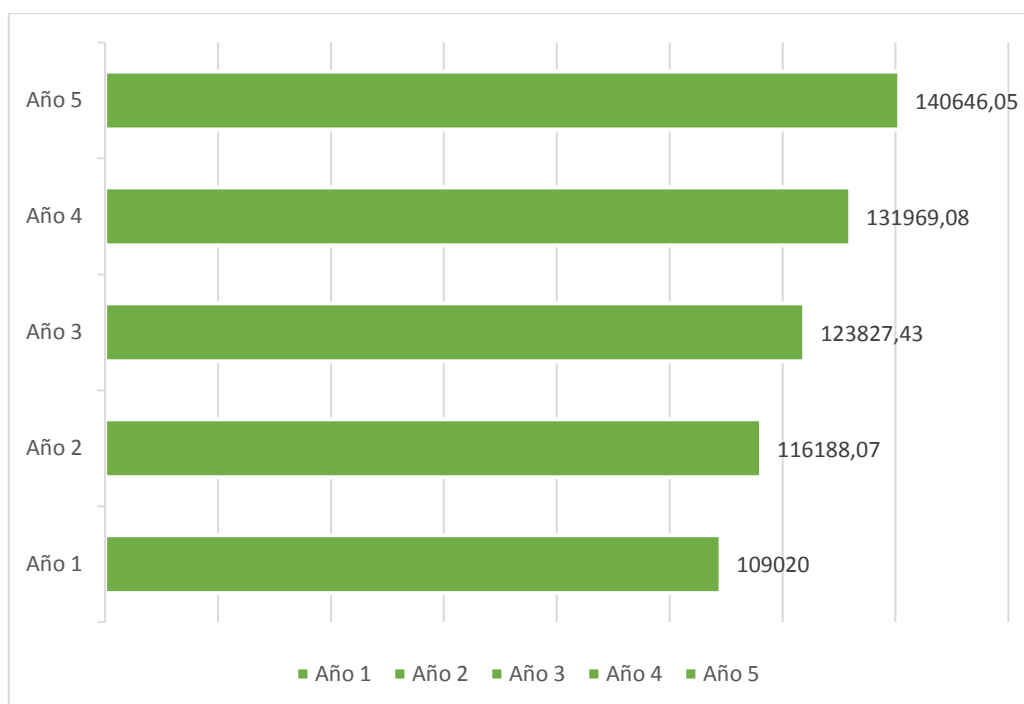
### 3.3.9.3 Proyección de ventas

**Tabla 11 - 3: Ventas proyectadas**

Año	Cantidad	Precio	Total
1	94800,00	1,15	109020,00
2	99540,00	1,17	116188,07
3	104517,00	1,18	123827,43
4	109742,85	1,20	131969,08
5	115229,99	1,22	140646,05

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Betún J (2021)



**Gráfico 19 – 3: Ventas proyectadas**

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Betún J (2021)

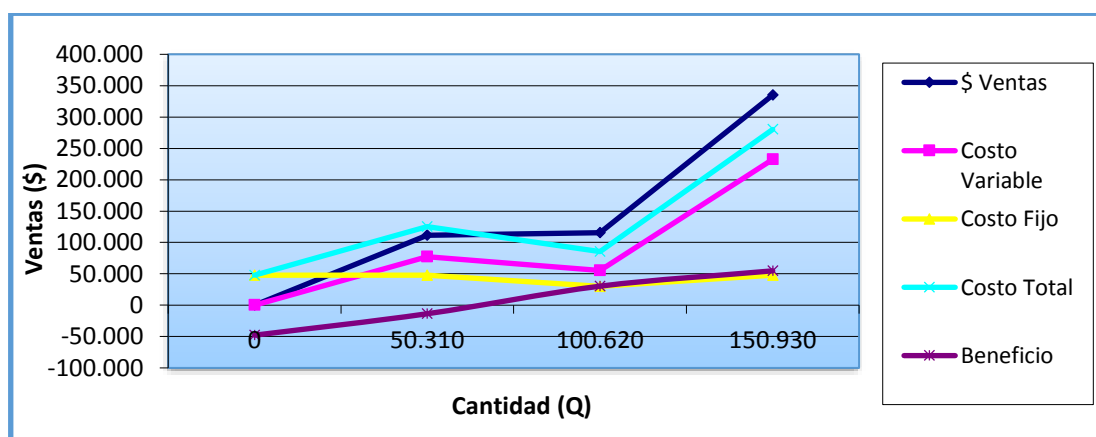
Se estima que la totalidad de la producción se debe comercializar para lo cual se aplicarán diferentes estrategias diseñadas por el personal del área y que se encuentran plasmadas en la Tabla 43 - 3: (Estrategias de comercialización), llegando a ser en el primer año de 109.020.00 dólares mientras que en el quinto año es de 140.646.05 dólares.

### 3.3.9.4 Punto de equilibrio

**Tabla 47 - 3: Punto de equilibrio**

<b>\$ Ventas</b>	<b>109.020.00</b>
<b>Costo Variable</b>	55.341.00
<b>Costo Fijo</b>	30.037
<b>Costo Total</b>	<b>85.378.00</b>
<b>Punto de equilibrio</b>	<b>23.642.00</b>

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Betún J (2021)



Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Betún J (2021)

Se estima que el punto de equilibrio se encuentra fijo en 23.642.00 dólares, en este punto se puede cubrir los costos fijos; es decir, que no existe pérdida ni ganancias.

### 3.3.9.5 Análisis del riesgo

**Tabla 48 - 3: VAN**

Inversión inicial	<b>-45000,00</b>					
Flujo de Caja		12.120,47	13.808,28	15.630,20	17.595,60	19.814,28
Tipo de descuento	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%
$(1+r)^n$	1	1,05	1,1025	1,157625	1,21550625	1,27628156
$1/(1+r)^n$	1	0,95238095	0,90702947	0,86383759	0,82270247	0,78352616
Flujo de caja descontado	-45000,00	11.543,30	12524,52	12859,01	14475,94	15525,01
VAN		21.927,78				

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Betún J (2021)

**Tabla 49 - 3: Tasa interna de retorno**

Año	Datos
0	-45000,00
1	11.543,30
2	12524,52
3	12859,01
4	14475,94
5	15525,01
<b>TIR</b>	14%

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Betún J (2021)

$$\text{Costos / beneficio } \frac{109020.00}{85378.00} = 1.28$$

Para el análisis del riesgo con una inversión inicial de 45000.00 con una tasa de descuento del 5% generará transcurrido los cinco años un VAN de 21.927,78 dólares, con una tasa interna de retorno del 14%, los valores son optimistas si se obtiene el financiamiento del crédito de reactivación del Banco del Pacífico. En lo referente al costo beneficio es de 1.28 siendo adecuado. Se recuperará la inversión en tres años, once meses y veinticuatro días si se generara la utilidad prevista en el primer año.



## CONCLUSIONES

- La Asociación de Trabajadores Autónomos Monseñor Leónidas Proaño de la Comunidad Troje Chico, es una organización de la Economía Popular y Solidaria que buscan la generación de recursos que le permita mejorar la calidad de vida de sus integrantes, también es un punto de desarrollo económico que impulsa el crecimiento del cantón Colta, sin embargo, no han cumplido con los objetivos fijados en su estatuto por varios inconvenientes internos de la organización.
- El mercado de la ciudad de Riobamba consume en un 97% quinua y sus derivados, por ser un producto tradicional del cantón cuenta con la aceptación popular, aunque no todos conozcan los beneficios de su consumo. El producto se oferta en: tiendas, supermercados y mercados de la ciudad, pero por las restricciones a consecuencias del COVID – 19 es necesario que sean envasados en origen para un consumo seguro.
- El análisis financiero permite identificar la viabilidad del proyecto, a través de los diferentes métodos de evaluación financiera, para el caso se ha considerado los siguientes: Valor actual Neto (VAN) de \$21927,78, Tasa Interna de Retorno (TIR) de 14%, inversión que se podrá recuperar en 3 años y 11 meses, se cuenta con un costo/beneficio de \$ 1,28; entonces los resultados obtenidos nos muestran que el proyecto es factible y aceptable para poner en marcha.
- Es importante destacar que se elaboró una matriz de evaluación de impactos ambientales ya que esto significa que estaría cuidando el medio ambiente, así como: la flora y la fauna del sector sin emitir ninguna contaminación o causando algún desastre

## RECOMENDACIONES

- La Asociación de Trabajadores Autónomos Monseñor Leónidas Proaño de la Comunidad Troje Chico, deberá socializar a la totalidad de integrantes la normativa y las políticas fijadas dentro de este documento para garantizar su aplicación con la finalidad de cumplir con el fin social para el cual se constituyó.
- Aplicar las estrategias de comercialización que deben ser enfocadas a las características actuales que tienen la ciudad de Riobamba, con la finalidad de presentar la imagen de la organización y el producto para su consumo habitual, dejando en claro que se cumple con las disposiciones emitidas por los organismos de control.
- Cumplir con las proyecciones principalmente de ventas, ya que si estas no son elevadas no se generarán los recursos necesarios para cubrir el financiamiento recibido del Banco del Pacífico.
- Efectuar y aplicar la matriz de evaluación de impactos ambientales, ya que de esa manera podrá cuidarse adecuadamente el medio ambiente, así mismo la flora y la fauna del sector.

## GLOSARIO

**Centro de acopio:** Los centros de acopio son el punto de concentración y almacenamiento para los alimentos y mermas que las diferentes industrias alimentarias. (Definición MX, 2017)

**Quinoa:** Es un cereal de grano entero que cuenta con una composición que hace que sea nutritiva, fácil de cocinar y sabrosa. (Quaker, 2018)

**Proyecto:** Es una planificación o concreción de un conjunto de acciones que se van a llevar a cabo y un conjunto de recursos que se van a usar para conseguir un fin determinado, unos objetivos concretos. (Pérez, 2021)

**Factibilidad:** Es aquella que dispone de los recursos que se utilizarán para poder realizar los objetivos y metas de un proyecto planteado. (Economipedia, 2022)

**Rentabilidad:** La rentabilidad es la capacidad que tiene el negocio para aprovechar sus recursos y generar utilidades. (Pranagroup, 2020)

**Producto:** Un producto es una cosa o un objeto producido o fabricado, algo material que se elabora de manera natural o industrial mediante un proceso, para el consumo. (Significados.com, 2019)

**Secado:** Secar o desecar es la eliminación de agua de un sólido, líquido o gas. El secado o la desecación es la operación que consiste en separar mediante procedimientos no mecánicos un líquido de un sólido que lo retiene físicamente. (UB; 2018)

**Envasado:** El envasado es un método para conservar los alimentos consiste en calentarlos a una temperatura que destruya los posibles microorganismos presentes. (INAC, 2021)

**Mano de obra directa:** Es el esfuerzo humano requerido para realizar operaciones ESPECÍFICAS de la producción. (UV.MX, 2017)

**Materia prima directa:** La materia prima directa responde a aquellos materiales que pueden medirse fácilmente y rastrear hasta la fabricación de un producto. (Centraldefondos.com, 2022)

**Beneficio costo:** El costo-beneficio (B/C) también es conocido como índice neto de rentabilidad y su valor se obtiene al dividir el Valor Actual de los Ingresos Totales Netos o beneficios netos entre el Valor Actual de los Costos de inversión o costos totales. (blog.huspost, 2021)

**Proyección ventas:** Una proyección de ventas es un cálculo estimado, utilizando técnicas estadísticas, que permite conocer la previsión de ventas de una empresa. (Economipedia, 2022)

**Punto de equilibrio:** El punto de equilibrio, punto muerto o umbral de rentabilidad, es aquel nivel de ventas mínimo que iguala los costes totales a los ingresos. (Economipedia, 2022)

**Análisis VAN:** El valor actual neto (VAN) es un criterio de inversión que consiste en actualizar los cobros y pagos de un proyecto o inversión para conocer cuánto se va a ganar o perder con esa inversión. (Economipedia, 2022)

**Tasa interna de retorno:** La tasa interna de retorno (TIR) es la rentabilidad que ofrece una inversión. Es decir, es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto. (Economipedia, 2022)

**Abiótico:** Los factores abióticos son todos aquellos elementos de naturaleza física o química que intervienen en la caracterización de un biotopo o ecosistema determinado. (Ondarse, 2022)

**Biótico:** Biótico es el medio en donde existe vida y, por ende organismos vivos o relacionado con ellos. (Significados.com, 2019)

**Calidad:** La calidad se refiere a la capacidad que posee un objeto para satisfacer necesidades implícitas o explícitas según un parámetro, un cumplimiento determinado. (significados.com, 2022)

**Precio:** El precio es la cantidad necesaria para adquirir un bien, un servicio u otro objetivo. (Economipedia, 2022)

**Know how:** Conjunto de conocimientos técnicos y administrativos que son imprescindibles para llevar a cabo un proceso comercial y que no están protegidos por una patente. (Significados.com, 2022)

## **BIBLIOGRAFIA.**

- Alzaga, J. (29 de Abril de 2014). *Las 5 fases en la Gestión de Proyectos*. Obtenido de <https://www.eoi.es/blogs/embacon/2014/04/29/las-5-fases-en-gestion-de-proyectos/>
- ANDRADE, & ARMENDARIZ. (2018). METODO INDUCTIVO Y SU REFUTACION DEDUCTIVISTA. *UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL*.
- Burneo, Delgado, & Vèrez. (2016). Estudio de Fasctibilidad en el sistema de dirección por proyectos de inversión. *Ingenieria Industrial*, 305 - 306.
- Cadena-Iñiguez, P., Rendón-Medel, R., Aguilar-Ávila, J., & Salinas-Cruz, . E. (2017). METODOS CUANTITATIVOS, METODOS CUALITATIVOS O SU COMBINACION EN LA INVESTIGACION: UN ACERCAMIENTO EN LAS CIENCIAS. *REVISTA MEXICANA DE CIENCIASS*.
- Calduch, R. (2014). METODOS Y TECNICAS DE INVESTIGACION INTERNACIONAL.
- CARLESSI, H., REYES, C., & MEJIA, K. (2018). MANUAL DE TERMINOS EN INVESTIGACION CIENTIFICA, TECNOLOGICA Y HUMANISTICA. *UNIVERSIDAD RICARDO PALMA*.
- Ciribeli, J., & Miquelito, S. (2015). La segmentación del mercado por el criterio psicográfico: un ensayo teórico sobre los principañes enfoques psicográficos y su relación con los criterios de comportamiento. *Visión del futuro*, 35 - 36.
- Facultad de Administración de Empresas ESPOCH. (2020). *Instructivo proyecto de investigación* . Riobamba.
- García, J. M., & Valencia, M. (2018). IMPACTO QUE GENERA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS EN LA TOMA DE DECISIONES POR LA GERENCIA. *ECA Sinergia*.
- Garzón, Á. (12 de Julio de 2018). *Estudio de factibilidad para un centro de producción piscicola de especies amazónicas, para el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Taracoa, perteneciente al cantón Francisco de Orellana, provincia de Orellana, periodo - 2017*. Obtenido de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/13406>
- INEC. (2020). *Población proyectada por cantones*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>

- Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria. (2020). *Fomento Productivo*. Obtenido de <https://www.economiasolidaria.gob.ec/fomento-productivo/>
- Naranjo, W. (2015). *Proyecto de factibilidad para la creación de un centro de acopio e industrialización de hortalizas, en el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de San Luis, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo, año 2014*. Obtenido de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/12176>
- NEIL, D. A., & CORTEZ SUAREZ, L. (2017). PROCESOS Y FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACION CIENTIFICA.
- PACKER, M. (2018). LA CIENCIA DE LA INVESTIGACION CUALITATIVA. COLOMBIA: UNIANDES.
- Parrales , C. (26 de Marzo de 2019). *Proyecto de factibilidad para la implementación de una planta procesadora de harina de plátano en la parroquia rural Ávila Huiruno, periodo 2018*. Obtenido de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/13609>
- Pérez, A. (2021). *Tipos de proyectos y sus principales características* . Obtenido de <https://www.obsbusiness.school/blog/tipos-de-proyectos-y-sus-principales-caracteristica>
- Universidad Mailitar de Granada. (2016). *El proyecto de investigación*. Obtenido de [http://virtual.umng.edu.co/distancia/ecosistema/odin/odin\\_desktop.php?path=Li4vb3Zhcy9hZG1pbmlzdHJhY2lubl9lbXBvZXNhcy9zZW1pbmFyaW9fZGVfZ3JhZG8vdW5pZGFkXzEv#slide\\_3](http://virtual.umng.edu.co/distancia/ecosistema/odin/odin_desktop.php?path=Li4vb3Zhcy9hZG1pbmlzdHJhY2lubl9lbXBvZXNhcy9zZW1pbmFyaW9fZGVfZ3JhZG8vdW5pZGFkXzEv#slide_3)
- Yáñez, D. (2018). INVESTIGACION EXPLICATIVA: CARACTERISTICAS, TECNICAS Y EJEMPLOS.
- Zapata, V., Camacho, P., Álvarez, M., & Barros, J. (2019). El emprendimiento como componente social al proceso de enseñanza aprendizaje. *Ciencia e investigación* , 102.

## ANEXOS

### ANEXO A: INTEGRANTES DE LA ORGANIZACIÓN

2.- Que la Junta General reunida el día 28 del mes de Febrero del año 2019 en el cual fueron elegidos en calidad de vocales los siguientes asociados:

#### VOCALES DE LA JUNTA DIRECTIVA

CARGO	APELLIDOS Y NOMBRES	No. CÉDULA	PERÍODO (AÑOS / MESES)
VOCAL PRINCIPAL 1	Betún Chicaiza Manuel	060255864-5	2019-2020
VOCAL PRINCIPAL 2	Miranda Inguillay Pedro	060099400-8	2019-2020
VOCAL PRINCIPAL 3	Yuquilema Yautibug Eduardo	060103277-4	2019-2020
VOCAL SUPLENTE 1	Yuquilema Ochoa Carlos Alberto	060115301-8	2019-2020
VOCAL SUPLENTE 2	Yumisaca Cepeda Agustín	060117302-4	2019-2020
VOCAL SUPLENTE 4	Yupanqui Sayay José Manuel	060384234-5	2019-2020

Que en la mencionada sesión de Junta General fueron elegidos en calidad de vocales los siguientes asociados:

#### VOCALES DE LA JUNTA DE VIGILANCIA

CARGO	APELLIDOS Y NOMBRES	No. CÉDULA	PERÍODO (AÑOS / MESES)
VOCAL PRINCIPAL 1	Yumisca Betún Manuel	060185200-7	2019-2020
VOCAL PRINCIPAL 2	Yupanqui Vaquilema Carlos	060097459-6	2019-2020
VOCAL PRINCIPAL 3	Yupanqui Betún Rosendo	060091030-1	2019-2020
VOCAL SUPLENTE 1	Cepeda Cepeda Lorenza	060134728-9	2019-2020
VOCAL SUPLENTE 2	Yuquilema Guapi Mariano	060103284-0	2019-2020
VOCAL SUPLENTE 3	Yuquilema Guapi José	060191204-1	2019-2020

3.- Que en la Sesión de la Junta General, efectuada el día 28 del mes de Febrero del año 2019, fueron elegidas las siguientes personas como directivos:

CARGO	APELLIDOS Y NOMBRES	No. CÉDULA	PERÍODO (AÑOS / MESES)
PRESIDENTE	Miranda Inguillay Pedro	060099400-8	2019-2020
ADMINISTRADOR	Yuquilema Ochoa José Eduardo	060114992-5	2019-2020
SECRETARIO	Yumisaca Betún Manuel	060185200-7	2019-2020

#### Datos del Representante Legal

##### Datos de Contacto

Email: [jyuquilemaochoa@gmail.com](mailto:jyuquilemaochoa@gmail.com)

Celular: 0991727305

**ANEXO B: ENTREVISTA A LOS SOCIOS DE LA ASOCIACIÓN DE  
TRABAJADORES MONS. LEÓNIDAS PROAÑO**



**ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA  
INGENIERIA EN FINANZAS**

**Objetivo:**

Determinar la viabilidad de un proyecto de fomento productivo para la Asociación de Trabajadores Autónomos Monseñor Leónidas Proaño de la Comunidad Troje Chico mediante la aplicación de una encuesta dirigida a los miembros activos.

**Instructivo:**

- Lea con atención las preguntas.
- Coloque su respuesta única para cada pregunta.

11. ¿La Asociación de Trabajadores Autónomos Monseñor Leónidas Proaño de la Comunidad Troje Chico está debidamente constituida para realizar sus operaciones?

Si	
No	

12. ¿Cómo calificaría usted la gestión administrativa que se desarrollan dentro de la asociación?



Excelente	
Muy bueno	
Bueno	
Regular	
Malo	

**13. ¿Se han fijado metas que permitan la generación de los recursos económicos para la asociación y los integrantes?**

Si	
No	

**14. ¿Considera necesario la creación de actividades alternativas que generen recursos para los integrantes de la asociación?**

Si	
No	

**15. ¿A su criterio existiría el apoyo para el desarrollo de actividades productivas?**

Si	
No	

**16. ¿Se ha realizado un estudio de mercado para conocer las tendencias de consumo de los mismos?**

Si	
No	

**17. ¿Cree que la Asociación cuentan con la producción necesaria para la creación de un centro de acopio?**

Siempre	
Casi Siempre	
Neutro	
Casi Nunca	
Nunca	

**18. ¿Se han realizado estudios financieros para medir el impacto de las operaciones en la generación de utilidad?**

Si	
No	

**19. ¿Se ha registrado la rentabilidad en las operaciones que se desarrollan dentro de la Asociación?**

Si	
No	

**20. ¿Considera usted necesario la creación de un centro de acopia que permita el fomento productivo se los integrantes de la asociación?**

Si	
No	

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

**ANEXO C: ENCUESTA A LA POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DE  
CANTÓN RIOBAMBA**



**ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA  
INGENIERIA EN FINANZAS**

**Objetivo:**

Establecer las tendencias de consumo en el mercado de la ciudad de Riobamba mediante la aplicación de una encuesta dirigida a la muestra estadística definida con este fin.

**Instructivo:**

- Lea con atención las preguntas.
- Coloque su respuesta única para cada pregunta.

**Edad**

Menos de 19 años	
20 a 24 años	
35 a 49 años	
Más de 65 años	

**Genero**

Masculino	
Femenino	

**Parroquia**

--	--

11. ¿Usted consume quinua?

En caso de no argumente su respuesta

Si	
No	
Otros	

12. ¿En dónde lo adquiere la quinua para su consumo

Supermercados	
Tiendas	
Mercados	

13. ¿Conoce usted los beneficios de consumir quinua?

Si	
No	

14. ¿Adquiere la quinua de una marca determinada?

Camari	
Marca comercial	
Otros	

15. ¿Cuántas libras de quinua usted consume al mes?

Una libra	
Dos libras	

Tres libras	
Más de cuatro libras	

**16. ¿Cuánto paga por cada libra de quinua?**

Menos de 0.99 centavos	
1.00 a 1.50	
1.51 a 2.00	
Más de 2.00	

**17. ¿En qué presentación consume usted la quinua?**

En galletas	
Cereales	
Harina	
Bebidas	
Otros	

**18. ¿Mediante qué medios de comunicación le gustaría recibir la información?**

Radio	
Prensa	
Televisión	
Redes sociales	

**19. ¿Cuál es el momento del día que usted destina para revisar el medio de comunicación?**

En la mañana	
Al medio día	
Al finalizar la tarde	

En la noche	
Otros	

**20. ¿Usted prefiere la publicidad?**

Visual	
Audio	
Audio visual	

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

**ANEXO D: ESTADOS FINANCIEROS**

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>	<b>Valor Residual</b>	<b>Porcentaje de depreciación</b>	<b>Valor de depreciación</b>	<b>Costos indirectos</b>	<b>Gastos de administración</b>
Vehículos								
camioneta Jac 2020	1	18000,00	18000,00	1800,00	20%	3240,00	1620,00	1620,00
Muebles y enseres								
silla de cuero giratoria	3	45,00	135,00	13,50	10%	12,15	8,10	4,05
escritorio recto tres cajones	3	110,00	330,00	33,00	10%	29,70	19,80	9,90
perchas de aluminio de 5 pisos	6	85,00	510,00	51,00	10%	45,90	30,60	15,30
tachos de almacenamiento metal	4	25,00	100,00	10,00	10%	9,00	6,00	3,00
Archivador Metálico de cuatro cajones	2	75,00	150,00	15,00	10%	13,50	6,75	6,75
silla de espera	6	15,00	90,00	9,00	10%	8,10	4,05	4,05
Bandejas	8	35,00	280,00	28,00	10%	25,20	25,20	
Cernidero de lavado de quinua	2	75,00	150,00	15,00	10%	13,50	13,50	
Equipo de Computo								
computadora de escritorio	2	450,00	900,00	90,00	33%	267,30		267,30
Impresora matricial EPSON	1	250,00	250,00	25,00	33%	74,25		74,25
Impresoras EPSON multifunciones	1	300,00	300,00	30,00	33%	89,10		89,10
Maquinaria y equipo								
Balanza digital de profesional de 15Kg	1	25,00	25,00	2,50	10%	2,25	2,25	

Balanza Electrónica Digital 100kg Profesional	2	150,00	300,00	30,00	10%	27,00	27,00	
Horno secador de quinua	1	1500,00	1500,00	150,00	10%	135,00	135,00	
Envasadora y selladora	1	1800,00	1800,00	180,00	10%	162,00	162,00	
Edificios								
edificio de 2 pisos de 11.70*7.62	1	85000,00	85000,00	8500,00	5%	3825,00	1912,50	1912,50
			109820,00	10982,00		7978,95	3972,75	4006,20



<b>Cargo</b>	<b>Remuneración</b>	<b>Total, ingresos</b>	<b>Aporte personal</b>	<b>Total egresos</b>
Administrador	7800,00	7800,00	737,10	737,10
Contador	6000,00	6000,00	567,00	567,00
Jefe de producción	6600,00	6600,00	623,70	623,70
Obrero 1	4920,00	4920,00	464,94	464,94
Obrero 2	4920,00	4920,00	464,94	464,94
Bodeguero	4920,00	4920,00	464,94	464,94
Vendedor	7200,00	7200,00	680,40	680,40

<b>Cargo</b>	<b>Aporte patronal</b>	<b>Décimo tercero</b>	<b>Décimo cuarto</b>	<b>Vacaciones</b>	<b>Fondo de reserva</b>	<b>Total Provisiones</b>	<b>Total Rol de pagos</b>
Administrador	947,70	650,00	400,00	325,00	649,74	2972,44	10772,44
Contador	729,00	500,00	400,00	250,00	499,80	2378,80	8378,80
Jefe de producción	801,90	550,00	400,00	275,00	549,78	2576,68	9176,68
Obrero 1	597,78	410,00	400,00	205,00	409,84	2022,62	6942,62
Obrero 2	597,78	410,00	400,00	205,00	409,84	2022,62	6942,62
Bodeguero	597,78	410,00	400,00	205,00	409,84	2022,616	6942,62
Vendedor	874,80	600,00	400,00	300,00	599,76	2774,56	9974,56

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mano de obra directa	13885,23	14232,36	14588,17	14952,88	15326,70
Mano de obra indirecta	9176,68	9406,10	9641,25	9882,28	10129,34
Gastos de administración	19151,24	19630,02	20120,77	20623,79	21139,39

<b>Plazo (Meses)</b>	<b>Saldo</b>	<b>Pago mensual</b>	<b>Capital</b>	<b>Intereses</b>	<b>Seguro</b>
1	\$44.170,99	\$1.046,51	\$829,01	187,50	30,00
2	\$43.337,97	\$1.046,51	\$833,02	184,05	29,45
3	\$42.500,93	\$1.046,51	\$837,04	180,57	28,89
4	\$41.659,83	\$1.046,51	\$841,09	177,09	28,33
5	\$40.814,68	\$1.046,51	\$845,16	173,58	27,77
6	\$39.965,44	\$1.046,51	\$849,24	170,06	27,21
7	\$39.112,09	\$1.046,51	\$853,35	166,52	26,64
8	\$38.254,62	\$1.046,51	\$857,47	162,97	26,07
9	\$37.393,01	\$1.046,51	\$861,61	159,39	25,50
10	\$36.527,23	\$1.046,51	\$865,78	155,80	24,93
11	\$35.657,27	\$1.046,51	\$869,96	152,20	24,35
12	\$34.783,10	\$1.046,51	\$874,17	148,57	23,77
13	\$33.904,71	\$1.046,51	\$878,39	144,93	23,19
14	\$33.022,07	\$1.046,51	\$882,64	141,27	22,60
15	\$32.135,16	\$1.046,51	\$886,90	137,59	22,01
16	\$31.243,97	\$1.046,51	\$891,19	133,90	21,42
17	\$30.348,47	\$1.046,51	\$895,50	130,18	20,83
18	\$29.448,64	\$1.046,51	\$899,83	126,45	20,23
19	\$28.544,47	\$1.046,51	\$904,18	122,70	19,63
20	\$27.635,92	\$1.046,51	\$908,55	118,94	19,03
21	\$26.722,98	\$1.046,51	\$912,94	115,15	18,42
22	\$25.805,63	\$1.046,51	\$917,35	111,35	17,82
23	\$24.883,85	\$1.046,51	\$921,78	107,52	17,20
24	\$23.957,61	\$1.046,51	\$926,24	103,68	16,59
25	\$23.026,89	\$1.046,51	\$930,72	99,82	15,97
26	\$22.091,68	\$1.046,51	\$935,21	95,95	15,35
27	\$21.151,94	\$1.046,51	\$939,74	92,05	14,73
28	\$20.207,66	\$1.046,51	\$944,28	88,13	14,10
29	\$19.258,82	\$1.046,51	\$948,84	84,20	13,47
30	\$18.305,39	\$1.046,51	\$953,43	80,25	12,84
31	\$17.347,36	\$1.046,51	\$958,04	76,27	12,20
32	\$16.384,69	\$1.046,51	\$962,67	72,28	11,56

33	\$15.417,37	\$1.046,51	\$967,32	68,27	10,92
34	\$14.445,38	\$1.046,51	\$971,99	64,24	10,28
35	\$13.468,69	\$1.046,51	\$976,69	60,19	9,63
36	\$12.487,27	\$1.046,51	\$981,41	56,12	8,98
37	\$11.501,12	\$1.046,51	\$986,16	52,03	8,32
38	\$10.510,20	\$1.046,51	\$990,92	47,92	7,67
39	\$9.514,48	\$1.046,51	\$995,71	43,79	7,01
40	\$8.513,96	\$1.046,51	\$1.000,52	39,64	6,34
41	\$7.508,60	\$1.046,51	\$1.005,36	35,47	5,68
42	\$6.498,38	\$1.046,51	\$1.010,22	31,29	5,01
43	\$5.483,27	\$1.046,51	\$1.015,10	27,08	4,33
44	\$4.463,26	\$1.046,51	\$1.020,01	22,85	3,66
45	\$3.438,33	\$1.046,51	\$1.024,94	18,60	2,98
46	\$2.408,43	\$1.046,51	\$1.029,89	14,33	2,29
47	\$1.373,56	\$1.046,51	\$1.034,87	10,04	1,61
48	\$333,69	\$1.046,51	\$1.039,87	5,72	0,92

VENTAS	109020,00	116188,07	123827,43
COSTOS DE VENTAS	81969,54	85924,45	90116,13
UTILIDAD OPERATIVA	27050,46	30263,62	33711,30
GASTOS OPERATIVOS	44024,92	44430,97	44828,74
Gastos remuneraciones Administración	19151,24	19630,02	20120,77
Gastos de servicios básicos	1932,00	1960,98	1990,39
Gastos financieros	2018,31	1493,66	937,76
Gastos Depreciación	4006,20	4006,20	4006,20
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	16974,46	14167,35	11117,44



epoch

Dirección de Bibliotecas y  
Recursos del Aprendizaje

**UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS Y ANÁLISIS BIBLIOGRÁFICO Y  
DOCUMENTAL**

**REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA**

**Fecha de entrega:** 05 / 09 / 2022

<b>INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)</b>
<b>Nombres – Apellidos:</b> JOSE FRANCISCO BETUN YUQUILEMA
<b>INFORMACIÓN INSTITUCIONAL</b>
<b>Facultad:</b> ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
<b>Carrera:</b> FINANZAS
<b>Título a optar:</b> INGENIERO EN FINANZAS
<b>f. Analista de Biblioteca responsable:</b> Ing. CPA. Jhonatan Rodrigo Parreño Uquillas. MBA.

  
DIRECCION DE BIBLIOTECAS  
Y RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE  
Y LA INVESTIGACION  
Ing. Jhonatan Parreño Uquillas MBA  
ANALISTA DE BIBLIOTECA 1  
1707-DBRA-UTP-2022