INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL, POPULAR Y SOLIDARIA

TECNOLOGÍA SUPERIOR EN GESTIÓN DE LAS FINANZAS POPULARES Y SOLIDARIAS

Título del trabajo de integración curricular

EMPRENDIMIENTO ASOCIATIVO DEDICADO A LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS AGROECOLÓGICOS EN LA PARROQUIA CHICÁN SECTOR COPZHAL, CANTÓN PAUTE

Trabajo de integración curricular como requisito previo para optar al Título de Tecnóloga en Gestión de las Finanzas Populares y Solidarias

AUTORES: TAPIA MACAS ZOILA ESTHER

ZAMBRANO SANMARTIN DANIELA FABIANA

TUTOR: JUAN BERNARDO ALBUJA

Cuenca, septiembre 2025

DERECHO DE AUTOR

Yo, Tapia Macas Zoila Esther y Zambrano Sanmartín Daniela Fabiana, en calidad de autores y de titulares de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación, bajo la opción de trabajo de integración curricular, EMPRENDIMIENTO ASOCIATIVO DEDICADO A LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS AGROECOLÓGICOS EN LA PARROQUIA CHICÁN SECTOR COPZHAL, CANTÓN PAUTE, de conformidad con el Art.114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN, concedo a favor del Instituto Superior Tecnológico de la Economía Social, Popular y Solidaria una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Asimismo, autorizamos al Instituto Superior Tecnológico de la Economía Social, Popular y Solidaria para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de integración curricular en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.



Tapia Macas Zoila Esther

CC: 0104979455

Email: ze.tapia@isteps.edu.ec



Zambrano Sanmartín Daniela Fabiana

CC: 0106476294

Email: d.zambrano@isteps.edu.ec

DECLARACION DE AUDITORIA Y AUTENCIDAD

Yo, Tapia Macas Zoila Esther y Zambrano Sanmartín Daniela Fabiana, declaramos que el presente trabajo de titulación, bajo la opción proyecto de integración curricular, es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros; con lo cual asumimos cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y se libera a la Instituto Superior Tecnológico de la Economía Social, Popular y Solidaria de toda responsabilidad.



Tapia Macas Zoila Esther

CC: 0104979455

Email: ze.tapia@isteps.edu.ec



Zambrano Sanmartín Daniela Fabiana

CC: 0106476294

Email: d.zambrano@isteps.edu.ec

APROBACION DEL TUTOR

Yo, Albuja Yáñez Juan Bernardo, en calidad de tutor del trabajo de titulación, bajo la opción proyecto de integración curricular "EMPRENDIMIENTO ASOCIATIVO DEDICADO A LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS AGROECOLÓGICOS EN LA PARROQUIA CHICÁN SECTOR COPZHAL, CANTÓN PAUTE", elaborado por las estudiantes Tapia Macas Zoila Esther y Zambrano Sanmartín Daniela Fabiana de la Tecnología en Finanzas Populares y Solidarias ,considero que el mismo reúne los requisitos y méritos necesarios en los campos técnicos y metodológicos para ser sometido a la evaluación por parte del jurado examinador que se designe , por lo que lo apruebo, a fin de que el trabajo de titulación sea habilitada para continuar con el debido proceso determinado por el Instituto Superior Tecnológico de la Economía Popular y Solidaria.

En la ciudad de Cuenca a los 28 días del mes de septiembre del año 2025.

Firmado electrónicamente por:
JUAN BERNARDO ALBUJA YANEZ
Validar únicamente con FirmaEC

Albuja Yáñez Juan Bernardo
C. C. 1718824210
j.albuja@isteps.edu.ec

DEDICATORIA

Dedicamos este trabajo con profundo cariño a nuestras familias, en especial a nuestros esposos, hijos, y a nuestros padres quienes han sido el motor y la inspiración para alcanzar la meta que hoy se concreta en nuestras vidas, que este logro sea ejemplo de que con dedicación y perseverancia todo es posible.

De igual manera, dedicamos al Instituto Superior Tecnológico de la Economía Social, Popular y Solidaria por abrirnos sus puertas y recibido para la formación académica que ha sido fundamental para nuestra preparación profesional, siempre encaminados con los valores cooperativos que nos permite fortalecer el tejido social.

Finalmente, dedicamos este proyecto al GAD de Paute, por la apertura de incentivar a los pequeños productores a la producción agroecológica, que beneficia a los habitantes del cantón Paute y contribuyendo al progreso local de la Economía Solidaria.

Tapia Macas Zoila Esther

Zambrano Sanmartín Daniela Fabiana

AGRADECIMIENTO

Nuestro agradecimiento a Dios por brindarnos el don de la sabiduría, fortaleza y perseverancia durante este proceso académico, lo que nos permite la culminación exitosa de este aprendizaje.

Agradecemos a nuestras familias por ser el pilar fundamental de este proceso académico, por el apoyo incondicional que nos brindaron durante estos años de formación.

Agradecemos de manera especial a nuestro tutor de tesis por su orientación constante, sabiduría, paciencia y aportes valiosos que hizo posible este proyecto.

Finalmente, agradecemos a todos los docentes del ISTEPS de la carrera de Gestión de Finanzas, quienes compartieron sus conocimientos y experiencias en el trayecto de nuestra formación profesional.

Tapia Macas Zoila Esther

Zambrano Sanmartín Daniela Fabiana

Contenido

1. INTRODUCCIÓN 10
1.1. Problema 12
1.2. Justificación 12
1.3. Objetivos 13
1.4. Metodología 14
1.4.1. Tipo y Enfoque de Investigación 14
1.4.2. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Información 14
1.4.3. Proceso Metodológico por Etapas 15
1.4.4. Población y Muestra 16
1.4.5. Procesamiento y Análisis de Datos 16
1.5. Propósito y motivación del emprendimiento 16
1.6. Estructura del trabajo 17
2. MARCO TEÓRICO 18
2.1. La agroecología como alternativa 19
2.2. La economía popular y solidaria en los emprendimientos agroecológicos 20
3. PROPUESTA DE PLAN DE NEGOCIO 23
3.1. Modelo de Negocio 23
1. Propuesta de Valor 24
2. Segmentos de Clientes 24
3. Canales de Distribución 24
4. Relación con los Clientes 24
5. Fuentes de Ingresos 24
6. Recursos Clave 25
7. Actividades Clave 25
8. Socios Clave 25

9. Estructura de Costos 25
3.2. Oportunidad en números 26
a) Identificación del cliente y demanda 26
b) Análisis de la Oferta y Competencia 33
c) Estructura de Costos 34
3.3. El Entorno y sus riesgos 44
3.3.1. El equipo y aspectos legales 47
4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 55
Referencias 56

Índice de Gráficos

Gráfico 1: Modelo de Negocio Canvas 23
Gráfico 2: Fórmula de la muestra 26
Gráfico 3: Compra productos agroecológicos para consumo 27
Gráfico 4: Frecuencia de compra de productos agroecológicos 28
Gráfico 5: Motivación para comprar productos agroecológicos 29
Gráfico 6: Dificultades para comprar productos agroecológicos. 30
Gráfico 7: Compraría en su lugar de trabajo 30
Gráfico 8: Tipo de productos agroecológicos que prefiere 31
Gráfico 9: Forma de pago en la compra de productos agroecológicos 32
Gráfico 10: Estructuras organizacionales 47
Gráfico 11: Estructura de la operación 48
Gráfico 12: Organigrama 48

Índice de Tablas

Tabla 1: Costos Activos Fijos y Depreciaciones 35
Tabla 2: Costos por Unidad 37
Tabla 3: Sueldos y Salarios 38
Tabla 4: Costos de servicios y suministros 39
Tabla 5: Costos de Producción 40

Tabla 6: Costo unitario 41
Tabla 7: Flujo de Caja 41
Tabla 8: Fuentes de Financiamiento 43
Tabla 9: Matriz de análisis FODA 44
Tabla 10: Matriz de formalización 50
Tabla 11: Proceso de Permiso de funcionamiento GAD, Agrocalidad 52

1. INTRODUCCIÓN

El presente proyecto propone la creación de un emprendimiento asociativo para la comercialización de productos agroecológicos en la parroquia Chicán, sector Copzhal del cantón Paute. Esta iniciativa nace como respuesta a dos realidades convergentes: por un lado, la creciente demanda de alimentos limpios, libres de químicos y producidos de manera sostenible; y por otra, la necesidad de que personas de la pequeña agricultora local accedan a mercados justos que valoren su trabajo adecuado y compromiso con prácticas agrícolas.

> La agroecología potencia la diversificación para conseguir dietas sostenibles y saludables y seguridad alimentaria y nutricional. Los sistemas alimentarios agroecológicos han demostrado, en muchos contextos locales, ser proveedores ejemplares de dietas nutritivas, saludables y adecuadas de alta calidad, preservando y promoviendo las tradiciones alimentarias locales y los conocimientos tradicionales" (FAO, 2018).

"El acceso a mercados diferenciados y justos permite a los pequeños productores obtener precios más equitativos, mejorar sus condiciones de vida y reforzar sus capacidades organizativas." (Altieri & Nicholls, 2020).

Frente a este escenario, la creación de un emprendimiento asociativo agroecológico representa una estrategia concreta de transformación y se convierte en una plataforma para visibilizar el trabajo de los agricultores, compartir saberes ancestrales, y recuperar la soberanía alimentaria en las comunidades.

> La motivación hacia el emprendimiento asociativo es una herramienta importante para el desarrollo en comunidades de alta vulnerabilidad socioeconómica, porque los proyectos generados son producto de las necesidades colectivas, que favorecen el tejido social y fortalecen las redes de cooperación entre las personas garantizando sostenibilidad y estimulando la generación de empleo. a (Rodríguez Valbuena, 2007, pág. 85).

La pregunta que motiva este proyecto es: ¿Cómo podemos generar oportunidades económicas sostenibles para los agricultores locales, al tiempo que promovemos una alimentación consciente y saludable en nuestra comunidad?

En el contexto actual, donde los impactos del cambio climático, la inseguridad alimentaria y el uso excesivo de agroquímicos amenazan tanto la salud de las personas como la biodiversidad, este proyecto cobra una importancia vital. No solo busca dinamizar la economía rural mediante la asociatividad, sino también construir una red de comercio justo, consciente entre productores y consumidores, la protección del ecosistema y el fortalecimiento del tejido social, que promueve la cooperación, la equidad, el cuidado de la naturaleza y la centralidad del ser humano por sobre el lucro.

El proyecto tiene una dimensión ética que va más allá del interés económico, empoderando a las familias productoras a construir un modelo de desarrollo local que sea sostenible, justo e inclusivo.

"La soberanía alimentaria es el derecho de los pueblos a alimentos saludables y culturalmente apropiados, producidos con métodos sostenibles y su derecho a definir sus propios sistemas alimentarios." Declaración de Nyéléni, Foro Mundial por la Soberanía Alimentaria (Declaración de Nyéléni, 2007).

En el presente proyecto, uno de los ejes estratégicos será el fortalecimiento organizativo y formativo de agricultores, brindándoles herramientas para la planificación, el trabajo en equipo, contabilidad básica, comercialización y gestión de emprendimientos rurales.

A su vez, se plantea desarrollar acciones de sensibilización dirigidas a consumidores, para que reconozcan el valor de los productos agroecológicos, valoren el esfuerzo que hay detrás de ellos, y decidan apoyar este tipo de iniciativas a través de su consumo. "El uso indiscriminado de agroquímicos en la agricultura industrial ha generado impactos negativos en la salud humana, la contaminación del agua y la pérdida de biodiversidad." (Soler & Martínez, 2005).

En conclusión, este proyecto no solo representa una alternativa viable de generación de ingresos para los pequeños productores, sino también una propuesta transformadora que responde a múltiples desafíos contemporáneos: desde la necesidad de alimentos saludables, hasta la urgencia de proteger el medio ambiente y reconstruir el vínculo entre campo y ciudad.

A través del emprendimiento asociativo agroecológico se espera generar un impacto positivo a nivel económico, social y ecológico, contribuyendo a una vida digna para las y los agricultores, una alimentación consciente para las familias consumidoras y un futuro sostenible para el territorio.

1.1. Problema

Para el desarrollo de esta investigación se identificaron los siguientes elementos:

Vulnerabilidad económica de los pequeños productores: Los agricultores locales sufren dificultades para comercializar sus productos a precios justos, debido a la intermediación en los canales de distribución, lo que disminuye considerablemente sus márgenes de ganancia y limita sus oportunidades de desarrollo económico (Altieri & Nicholls, 2020).

Deterioro ambiental: La expansión de prácticas agrícolas convencionales ha provocado impactos negativos en los ecosistemas, como la erosión del suelo, la contaminación de fuentes hídricas y la pérdida de biodiversidad. El uso indiscriminado de agroquímicos ha sido especialmente perjudicial, afectando tanto la salud humana como la integridad del entorno natural (Soler & Martínez, 2005).

Demanda insatisfecha de productos saludables: Existe un número creciente de consumidores que buscan alimentos saludables, sostenibles y libres de agroquímicos. Sin embargo, la oferta de productos agroecológicos sigue siendo limitada y de difícil acceso, lo que evidencia una brecha entre la producción agroecológica local y el consumo consciente (FAO , 2018).

Pérdida de conocimientos y culturas ancestrales: El avance de modelos agroindustriales ha desplazado paulatinamente los saberes tradicionales vinculados a la agricultura, poniendo en riesgo la transmisión intergeneracional de conocimientos sobre cultivos nativos, técnicas sostenibles y valores culturales relacionados con la relación armoniosa entre las comunidades y la naturaleza (Loyola, 2017).

1.2. Justificación

La propuesta de crear un Emprendimiento Asociativo dedicado a la comercialización de productos Agroecológicos en la parroquia Chicán sector Copzhal, cantón Paute

surge a partir de la necesidad de contar con una propuesta que permita dinamizar la economía local y ofertar a moradores del cantón Paute de productos agroecológicos que aporten a su salud.

Este emprendimiento busca transformar estas problemáticas en oportunidades, mediante la implementación de un modelo asociativo que valore la producción agroecológica local, recupere y potencie los saberes ancestrales, y establezca canales de comercialización directa que beneficien tanto a productores como a consumidores.

Pretende que a mediano plazo se incremente la producción y de manera directa pueda comercializar con consumidores, con productos diversificados y frescos, con estándares de calidad que garanticen que lo que se compra, responda a sus expectativas.
Desde la propuesta de la economía popular y solidaria, pretende generar un espacio horizontal, que brinde espacios de trabajo a personas de la zona, especialmente mujeres jefas de familia, con un salario de acuerdo con la ley y respetando los derechos laborales consagrados en las leyes y la Constitución de la República del Ecuador.

El modelo propuesto permite:

- Fortalecer el capital social y organizativo de las comunidades rurales mediante procesos colectivos de aprendizaje, innovación y comercialización. (Rodríguez Valbuena, 2007).

Beneficiarios

- **Directos**: Socios que conforman la organización.
- **Indirectos**: Familias de los socios que conforman la asociación

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Diseñar un plan de negocio para un emprendimiento asociativo dedicada a la comercialización de productos agroecológicos en la parroquia Chicán, del cantón Paute, en provincia del Azuay en el año 2025**.**

1.3.2. Objetivos específicos

1.3.2.1. Diagnosticar el mercado de los productos agroecológicos del cantón Paute.

1.3.2.2. Definir los aspectos que debe tener el emprendimiento asociativo para la comercialización de productos agroecológicos en el cantón Paute.

1.3.2.3. Analizar la factibilidad financiera del plan de negocio para la comercialización de productos agroecológicos en el cantón Paute.

1.4. Metodología

Para el desarrollo de esta propuesta, es necesario identificar las características del sector de Copzhal, parroquia Chicán, del cantón Paute, cuyas características económicas se centran en la agricultura, lo que permite implementar un emprendimiento agroecológico.

1.4.1. Tipo y Enfoque de Investigación

Para la elaboración de la propuesta se utilizó una metodología prospectiva o proyectiva definida como: "una herramienta de observación del entorno a largo plazo que tiene como objetivo la identificación temprana de aquellos aspectos que pueden tener una gran impacto social, tecnológico y económico en el futuro" (LISA Institute, 2025).

Para el levantamiento de información, se combinó se utilizó una metodología mixta es decir cuantitativas y cualitativas de manera que se sustente la propuesta a ser desarrollada.

1.4.2. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Información

Las técnicas metodológicas utilizadas en este proceso son:

1. Revisión bibliográfica: a través de esta técnica se exploró información de fuentes secundarias, es decir textos, documentos científicos, experiencias de emprendimientos, lo que brindó una ruta clara para la elaboración de los instrumentos como entrevistas, herramientas contables desde los principios y aportes de la agroecología y la economía popular y solidaria.
2. Entrevistas semiestructuradas: comprendida como una herramienta que permite el levantamiento de información primaria, es decir las percepciones y comprensión de la realidad de fuente directa de las personas que son parte de la investigación.
3. Encuesta: para el levantamiento de información cuantitativa, se utilizó la herramienta de encuesta con un cuestionario que permitió conocer las necesidades y demandas de las personas potencialmente clientes del emprendimiento propuesto.

1.4.3. Proceso Metodológico por Etapas

Etapa 1: Diagnóstico del Contexto Local

Para esta etapa se elaboró una revisión de información previa sobre el cantón, la problemática y las potencialidades, a través de una entrevista y de revisión documental, lo que aportó a tener un panorama y establecer si existe condiciones para la implementación de un emprendimiento agroecológico.

Etapa 2: Análisis de Mercado

En esta fase, se elaboró un estudio de mercado, así como las condiciones que permitan conocer cuáles serían las propuestas para facilitar la compra de los productos que se producirán en los huertos del proyecto propuesto.

Etapa 3: Diseño del Modelo de Negocio

El Modelo de Negocio incorpora los aportes tanto del diagnóstico, como la información del análisis de mercado para considerar todas las necesidades y las condiciones que requiere el emprendimiento para dar respuesta.

Así mismo se estableció una proyección del valor del emprendimiento, la población beneficiaria directa, clientes, fuentes de ingresos, actividades principales, alianzas estratégicas.

Etapa 4: Propuesta Técnica y Operativa

Esta etapa permite la definición del tipo de productos a comercializar, la infraestructura necesaria, los materiales y suministros, la energía que requiere, la mano de obra.

También pone énfasis en otros rubros que deben ser considerados como: materiales de limpieza, combustible para maquinaria, etc.

Etapa 5: Evaluación Financiera

Finalmente la propuesta incorpora un análisis económico-financiero y proyecta estos valores, los indicadores de rentabilidad (VAN, TIR) y los puntos de equilibrio.

Así mismo, se incorpora una estimación de la inversión inicial requerida, costos operativos, proyección de ventas y fuentes de financiamiento potenciales.

1.4.4. Población y Muestra

La población objetivo de este estudio son las personas de la comunidad Copzhal de la parroquia Chicán, del cantón Paute que se dedican a la actividad agropecuaria como fuente de ingresos.

1.4.5. Procesamiento y Análisis de Datos

Para el procesamiento de información se utilizaron diferentes técnicas:

- La información cuantitativa recolectada a través de encuestas se analizó aplicando técnicas de estadística.
- En el caso de los datos cualitativos obtenidos a través de entrevistas, se procesaron en función de categorías como: agroecología, economía popular y solidaria, salud, acceso a mercados.
- Las conclusiones y recomendaciones surgieron de la información recolectada tanto de agricultores como de posibles consumidores frente a los planteamientos recolectados en la bibliografía.

1.5. Propósito y motivación del emprendimiento

El presente proyecto propone la creación de un emprendimiento asociativo para la comercialización de productos agroecológicos en la parroquia Chicán, sector Copzhal del cantón Paute.

De acuerdo con la (FAO , 2018, pág. 12), *"la agroecología se presenta como una alternativa sostenible que promueve sistemas alimentarios saludables, resilientes y culturalmente apropiados, basados en el conocimiento local y sin el uso de insumos químicos externos"*. En este sentido, el emprendimiento busca satisfacer una necesidad concreta: garantizar la disponibilidad de alimentos dignos y contribuir al bienestar de las familias campesinas que producen bajo un enfoque agroecológico.

Los beneficiarios directos serán las y los agricultores asociados, quienes encontrarán una plataforma de comercialización que les permita mejorar sus ingresos y condiciones de vida. De manera indirecta, la comunidad en general será favorecida, ya que accederá a alimentos saludables y contribuirá al fortalecimiento de la soberanía alimentaria local.

La motivación central de este proyecto radica en la convicción de que la producción y el consumo de alimentos deben orientarse hacia el cuidado de la salud, la equidad social y

la protección ambiental. Frente al uso indiscriminado de agroquímicos que, como afirman (Soler & Martínez, 2005, pág. 88)*"ha generado impactos negativos en la salud humana, la contaminación del agua y la pérdida de biodiversidad"*, el emprendimiento agroecológico constituye una alternativa ética y sostenible.

Asimismo, el carácter asociativo del proyecto permitirá fortalecer el capital social de la comunidad, ya que la organización colectiva potencia procesos de innovación, comercialización y aprendizaje compartido. En este sentido, señalan que *"el emprendimiento asociativo fortalece el capital social de las comunidades rurales y facilita procesos colectivos de comercialización, innovación y aprendizaje"* (Rodríguez Valbuena, 2007).

La diferencia principal de este emprendimiento con respecto a otras iniciativas radica en su enfoque integral. No se limita únicamente a la venta de productos, sino que incorpora procesos de formación para los agricultores, acciones de sensibilización hacia los consumidores y la construcción de una red de comercio justo.

La visión que impulsa este proyecto es contribuir a la construcción de un sistema local más justo, sano y sostenible, donde la agroecología se adiciona y valorada como enfoque productivo que armoniza la prosperidad económica con la preservación ambiental y el bienestar social.

1.6. Estructura del trabajo

El presente trabajo de titulación, denominado " Emprendimiento Asociativo dedicado a la comercialización de productos Agroecológicos en la parroquia Chicán sector Copzhal, cantón Paute, está organizado en cuatro capítulos: el primero permite contextualizar la realidad local y establecer una justificación de la propuesta; el segundo plantea el Marco Conceptual que guía el análisis y elaboración del Plan de Emprendimiento; el tercero se centra en la propuesta detallada del Plan de Negocio y el cuarto capítulo establece las conclusiones y recomendaciones que deben ser analizadas en todo el proceso de implementación del Plan de Negocio.

2. MARCO TEÓRICO

El sistema de económico actual tiene como objetivo la acumulación del capital a costa de la vida misma, a través del extractivismo, la tala indiscriminada, la contaminación, la producción agrícola a base de agroquímicos y semillas modificadas genéticamente, el monocultivo, entre otras acciones. Estas estrategias generadas por el capitalismo para maximizar la producción, en el que los avances científicos han aportado, impacta en la vida y salud de las personas y de los ecosistemas.

> si bien se generaron tecnologías que lograron aumentar la productividad y aparentemente la rentabilidad en la agricultura, este modelo no puede sostenerse en el tiempo. Por varios motivos, porque degrada el ambiente contaminando suelo, aire, alimentos, así como a las familias productoras y consumidoras; porque las malezas e insectos adquieren cada vez mayor resistencia a los agroquímicos; porque son tecnologías costosas que sólo se adaptan a grandes producciones y, finalmente, porque acelera el cambio climático al ser altamente dependiente de insumos que provienen del petróleo, con alta utilización de energía (ALER, 2016, pág. 203).

Las consecuencias no se hacen esperar, la producción agroindustrial afecta a la tenencia de los pequeños productores, debido a que esta forma de cultivo requiere grandes cantidades de tierra, despojando a personas y comunidades que permanecieron por años en estos territorios, según Álvaro Cálix, “La concentración y el acaparamiento de los recursos productivos son rasgos históricos de los procesos de acumulación en la región. La novedad está en que se han intensificado al cabo de las últimas décadas” (Nueva sociedad, 2018).

Los cultivos a base de químicos agrícolas han impactado en la salud de las personas y en las economías locales de pequeños productores:

> Los promotores de este modelo son las grandes corporaciones multinacionales aliadas a las élites rentistas locales. Son, de hecho, quienes condicionan las políticas públicas de los Estados nacionales al vaivén de sus intereses. Mientras tanto, este sistema productivo sigue deteriorando los ecosistemas, provoca la pérdida de biodiversidad, la expansión de la frontera agrícola, la descampenización (Nueva sociedad, 2018).

2.1. La agroecología como alternativa

Las comunidades a lo largo del mundo han mantenido tradiciones y conocimientos sobre la agricultura, como la protección de semillas nativas, fechas de siembra, deshierbe y cosecha, prácticas comunitarias de crianza de animales, entre otras; mismas que fusionadas con investigaciones técnicas dieron luz a lo que se denomina agroecología:

> Definimos a la agroecología como una propuesta de producción de alimentos que respeta la naturaleza, que reemplaza el uso de agroquímicos con prácticas naturales de manejo de suelos y control de plagas a través de la diversidad de cultivo (ALER, 2016, pág. 206).

Otras definiciones incluyen:

> fortalecer sistemas de producción de alimentos que ponen en el centro la agricultura local, la producción nacional de alimentos por campesinos y familias rurales y urbanas, con base en la innovación socioecológica sustentable, los recursos locales y la energía solar (Nueva sociedad, 2018).

Existen sellos y certificaciones para determinar si los productos son agroecológicos, pero si no se cuenta con esta certificación, se puede consultar a las y los agroproductores en al menos los siguientes aspectos:

- ¿Qué tipo de productos se utilizó para el control de plagas?, la práctica agroecológica usa bioinsumos y control biológico de plagas.
- ¿Los huertos cuentan con cortinas forestales para crear diversidad en la producción?
- ¿Existe protección a las semillas nativas y prácticas de cultivo locales tradicionales?

La agroecología presenta varias ventajas para el territorio, lo que influye en la salud de las personas de la zona rural:

> 1. Sostenibilidad del suelo: El uso de cultivos de cobertura y la rotación de cultivos mejoran la salud del suelo, evitando la erosión y promoviendo la fertilidad a largo plazo.

2. Reducción del uso de agroquímicos: La agroecología busca minimizar el uso de insumos sintéticos a través de técnicas naturales que fortalecen la resistencia de los cultivos a plagas y enfermedades.

3. Conservación del agua: Las prácticas agroecológicas mejoran la retención de agua en el suelo y reducen la contaminación de fuentes hídricas por escorrentía de fertilizantes y pesticidas.

4. Mayor biodiversidad: Este enfoque fomenta la presencia de polinizadores, microorganismos beneficiosos y otras especies que contribuyen a un ecosistema agrícola equilibrado.

5. Resiliencia ante el cambio climático: Los sistemas agroecológicos tienden a ser más resistentes a eventos climáticos extremos, como sequías o lluvias intensas, debido a su diversidad y manejo integrado de cultivos (AgroSpray, 2025).

2.2. La economía popular y solidaria en los emprendimientos agroecológicos

De acuerdo con la Constitución de la República del Ecuador define a la economía popular y solidaria como:

> Art. 283.- El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir (CRE, 2008).

Desde esta perspectiva al poner a las personas al centro y no al capital, busca el bienestar colectivo con procesos económicos solidarios:

> La Economía Popular y Solidaria (EPS) es producto, en palabras de Coraggio (2010), del «entrecruzamiento» de los conceptos de Economía Popular y de Economía Solidaria, dando como resultado una articulación de actores y recursos de la economía mixta (empresarial capitalista, pública y popular) en el que prima la racionalidad reproductiva a fin de asegurar corresponsablemente el sustento de todos los miembros de una sociedad (Alava, 2019, pág. 82).

La Economía Popular y solidaria como alternativa a la visión tradicional del comercio, se rige por algunos principios que permitan garantizar que las acciones y decisiones apunte a un bienestar colectivo:

a. Búsqueda del Buen Vivir y del bien común;

b. Prelación del trabajo sobre el capital y de los intereses colectivos sobre los individuales;

c. Comercio justo y consumo ético y responsable;

d. Equidad de género;

e. Respeto a la identidad cultural;

f. Autogestión;

g. Responsabilidad social y ambiental, la solidaridad y rendición de cuentas;

h. Distribución equitativa y solidaria de excedentes (LOEPS, 2011).

Con estos elementos se destaca que los modelos de negocio desde a visión de la EPS se basan en el respeto a los derechos laborales y la generación de relaciones más horizontales:

> la EPS nacen de la base comunitaria y se fundamentan en relaciones de solidaridad a través de la asociaciones, organizaciones comunitarias en beneficio del sustento familiar, objetivos, que van más allá, de la producción, comercialización y emprendimiento individual, transformándose en un verdadero engranaje de cooperación entre sus miembros generando Sostenibilidad de Organizaciones Agroecológicas que apoyan el fomento de la Economía Popular y Solidaria (Alava, 2019, pág. 88).

De algunas experiencias de emprendimientos agroecológicos se sugiere considerar recomendaciones para la sostenibilidad y corresponsabilidad ambiental, económica y social:

- Priorizamos la venta directa sin intermediarios; porque nos permite comunicarnos de forma directa con quien consume nuestros productos.

- El equilibrio entre calidad y precio; no queremos convertir nuestros productos en algo accesible solo para las élites, alejándonos de la accesibilidad popular.
- Además de vender nuestros productos, hacemos una labor de sensibilización; para que se valore el trabajo del campo, con el propósito que se dignifique y se reconozca.
- Hacemos una labor de divulgación de alimentación sana, y de recuperación de prácticas y conocimientos ancestrales.
- Tenemos un claro compromiso ambiental en cuanto a la huella ecológica, que pueda dejar nuestro emprendimiento; para lo que hemos hecho nuestro esfuerzo en la recuperación y cuidado de la cuenca del río que abastece la finca, hemos establecido un sistema de goteo para el uso eficiente del agua y no usamos envases plásticos ni bolsas para entregar nuestros productos.
- Queremos brindar un espacio a las y los jóvenes … en el que puedan desarrollarse de forma plena (FUNDESYRAM, 2022, pág. 8).

La generación de una propuesta que considere estos elementos a más de los económicos permitirá que el emprendimiento impulse los principios de la economía popular y solidaria.

3. PROPUESTA DE PLAN DE NEGOCIO

Este proyecto nace del compromiso con el desarrollo comunitario y de la convicción de que es posible producir y consumir de una manera diferente, más justa y responsable. La propuesta se diferencia de otras iniciativas por su base asociativa, su enfoque agroecológico y la conexión directa entre productor y consumidor, eliminando intermediarios y generando un mayor valor para ambas partes (Altieri & Nicholls, 2020).

En este sentido, la agroecología no solo se plantea como una alternativa técnica de producción, sino como un enfoque ético, político y cultural que apunta a la soberanía alimentaria y al fortalecimiento del tejido social de las comunidades rurales (Declaración de Nyéléni, 2007).

3.1. Modelo de Negocio

El modelo de negocio del emprendimiento asociativo de productos agroecológicos en Copzhal se fundamenta en principios de economía solidaria y comercio justo, estableciendo un sistema que genera valor para todos los participantes de la cadena productiva y comercial.

El Modelo de Negocio CANVAS: permite visualizar, diseñar y analizar modelos de negocio de manera integral y sistemática. Se presenta como un lienzo dividido en 9 bloques interconectados que cubren los aspectos fundamentales de cualquier empresa.

Gráfico 1: Modelo de Negocio Canvas

<table>
<tr><th colspan="5">MODELO CANVAS</th></tr>
<tr><th>Socios clave</th><th>Actividades claves</th><th>Propuestas de valor + Impacto Social</th><th>Relaciones con clientes</th><th>Segmentos de cliente</th></tr>
<tr><td rowspan="2">Gobiernos autonomas GADS de Paaute.
Instituciones publicas y privadas.
Redes productoras.</td><td>Produccion, acopio, clasificacion, promocion, coordinacion, capacitacion, entregas en las oficinas del GAD de Paute.</td><td rowspan="2">Ofrecer prooductos de agricolas en modalidad de canastas agroecologicas.</td><td>Se prioriza mantner una relacion cercana y tranparente, basadas en informacion veras y oportuna. Se cumple con los plazos y pedidos solicitados.</td><td rowspan="2">Funcionarios publicos del GAD de paute/ primera etapa.
Hogares interesados en una alimentacion saludable.</td></tr>
<tr><td>Recursos clave
Tierra, conocimiento, equipos, mano de obra, organización legal y financiera, relaciones publicas.</td><td>Canales de Venta
Entrega en las Oficinas del GAD, previo pedidos por canales directos</td></tr>
<tr><td colspan="2">Estructura de costos
Directos: Mano de obra, insumos agricolas, empaque, etc.
Indirectos: transporte, administracion, administracion operativa , servicios de capacitacion, servicios basicos.</td><td colspan="3">Fuentes de ingresos
Venta de las canastas agroecologicas de acuerdo con la periosidad y modalida de venta.</td></tr>
</table>

Fuente y elaboración: Propia

1. Propuesta de Valor

El emprendimiento ofrece productos agrícolas cultivados bajo principios agroecológicos, garantizando alimentos sanos, sin uso de agroquímicos, y provenientes de prácticas responsables con el medio ambiente. La propuesta se basa en entregar productos frescos y de calidad directamente desde las fincas de los asociados hasta los consumidores mediante canastas agroecológicas, promoviendo el comercio justo y fortaleciendo la economía local.

2. Segmentos de Clientes

El proyecto se orienta a:

- Funcionarios públicos del GAD de Paute en una primera etapa;
- Hogares interesados en una alimentación saludable, especialmente en la zona urbana de la parroquia matriz del cantón Paute.

3. Canales de Distribución

La comercialización se realizará mediante:

- Entregas en las oficinas del GAD de Paute;
- Entregas a domicilio mediante pedidos por canales electrónicos directos;
- Redes sociales como Facebook e Instagram para promoción y contacto con los clientes.

4. Relación con los Clientes

Se prioriza una relación cercana y transparente. La confianza se construye mediante la entrega directa de productos, el cumplimiento en los tiempos de entrega y la constante comunicación con los clientes. Se utilizarán medios digitales para mantener informados a los consumidores sobre los productos disponibles, el origen de los cultivos y las prácticas agrícolas utilizadas. Además, se fomentará la fidelización a través de promociones especiales, encuestas de satisfacción y actividades comunitarias.

5. Fuentes de Ingresos

Los ingresos del emprendimiento provendrán de:

- Canastas agroecológicas por suscripción semanal o quincenal.

- Posibles convenios con entidades públicas o privadas interesadas en compras responsables o institucionales.

6. Recursos Clave

Los principales recursos para el funcionamiento del emprendimiento son:

- La tierra cultivable y el conocimiento técnico de los productores asociados.
- Equipos e insumos para la producción agroecológica.
- Infraestructura básica para empaque, almacenamiento y transporte.
- Organización legal y operativa de la asociación.
- Relaciones con actores institucionales y aliados estratégicos.

7. Actividades Clave

Las actividades esenciales incluyen:

- Producción agroecológica en fincas familiares o comunitarias.
- Clasificación, empaque y distribución de productos.
- Promoción del emprendimiento a través de medios físicos y digitales.
- Coordinación interna de los asociados, planificación productiva y control de calidad.
- Capacitación constante en buenas prácticas agrícolas y gestión comercial.

8. Socios Clave

El proyecto se articula con:

- El GAD Parroquial de Chicán y el GAD Municipal de Paute, como aliados locales.
- Instituciones como el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), Agrocalidad o el IEPS.
- Redes de productores agroecológicos y organizaciones de apoyo técnico o comercial.

9. Estructura de Costos

Los costos más relevantes contemplan:

- Insumos agrícolas orgánicos, semillas y herramientas.
- Mano de obra directa e indirecta.
- Transporte de productos desde las unidades productivas hasta los puntos de venta.
- Empaque, rotulado y materiales promocionales.
- Servicios de capacitación y acompañamiento técnico.
- Administración operativa y logística del emprendimiento

3.2. Oportunidad en números

La identificación de la demanda es clave para conocer la viabilidad del proyecto. En este caso, se tomó como referencia a los funcionarios del GAD de Paute, donde actualmente trabajan 233 personas. Para obtener datos confiables se calculó una muestra de 126 encuestas, lo que permitió analizar la demanda potencial de canastas agroecológicas y la presencia de competencia en el mercado.

a) Identificación del cliente y demanda

Para la definición de la demanda se consideró a los funcionarios del GAD de Paute, tomando en consideración la sugerencia brindada el Ing. Galo Vélez, responsable de la Dirección de Producción de esta dependencia.

Una vez realizada la investigación se pudo identificar que actualmente trabajan 233 personas.

Para poder realizar un levantamiento de información adecuado se empleó realizó una encuesta previa la definición de una muestra.

Gráfico 2: Fórmula de la muestra

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

Donde:

n = tamaño de la muestra

N = tamaño de la población

Z = valor z correspondiente al nivel de confianza (1.645 para 90%)

p = probabilidad de éxito (0.5)

q = probabilidad de fracaso (1 - p = 0.5)

e = margen de error (0.05)

Sustituyendo los valores en la fórmula:

$$n = \frac{233 \cdot (1.645)^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}{(233-1) \cdot (0.05)^2 + (1.645)^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}$$

$$n \approx \frac{233 \cdot 2.706 \cdot 0.25}{232 \cdot 0.0025 + 2.706 \cdot 0.25}$$

$$n \approx \frac{157.845}{0.58 + 0.6765} \approx \frac{157.845}{1.2565} \approx 125.6$$

Tamaño de la muestra: 126 personas

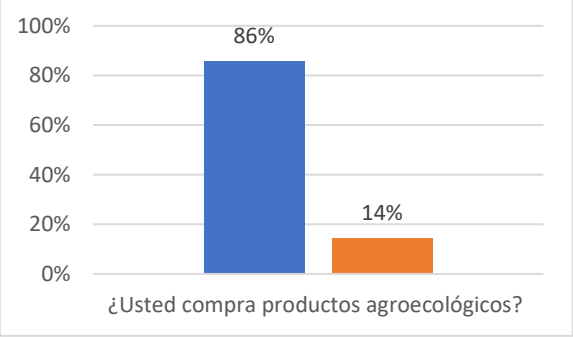
Por tanto, una vez definida el tamaño de la muestra y contando con el aval docente se procedió a elaborar y levantar una encuesta para estructurar la demanda potencial de canastas agroecológicas y la competencia existente

Con el objetivo de contar con información suficiente para la elaboración de este Plan de negocios, se realizó un cuestionario que permita identificar si existe consumo de productos agroecológicos, el tipo y la frecuencia, de manera que la propuesta sea integral e identifique posibles compradores, así como las cantidades.

Estudio de Mercado

Pregunta 2: ¿Usted compra productos agroecológicos?

Gráfico 3: Compra productos agroecológicos para consumo



Fuente: Encuestas

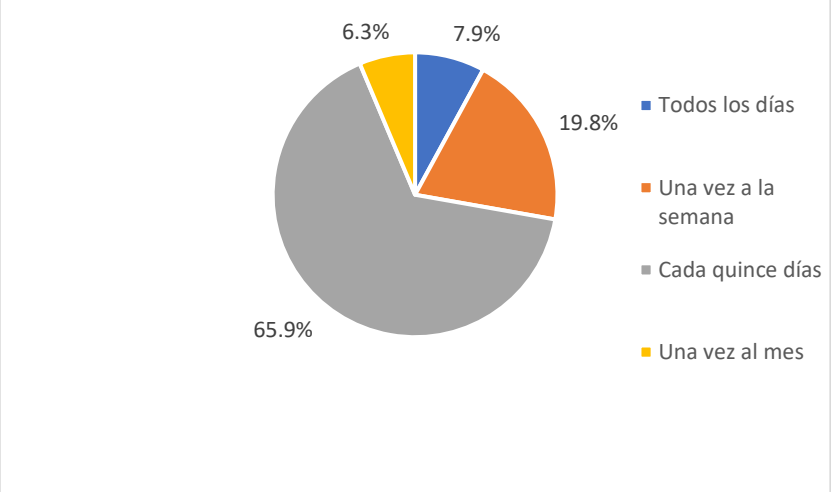
Elaboración: Propia

Análisis e interpretación:

En relación con el gráfico Nro.1 Los datos revelan una marcada tendencia en el comportamiento de consumo de productos agroecológicos entre los encuestados. Un 86% de los servidores públicos del GAD Paute manifestó que SÍ compra productos agroecológicos, mientras que únicamente el 14% indicó que NO los adquiere para su consumo.

Pregunta 3: Frecuencia de compra de productos agroecológicos

Gráfico 4: Frecuencia de compra de productos agroecológicos



Fuente: Encuestas
Elaboración: Propia

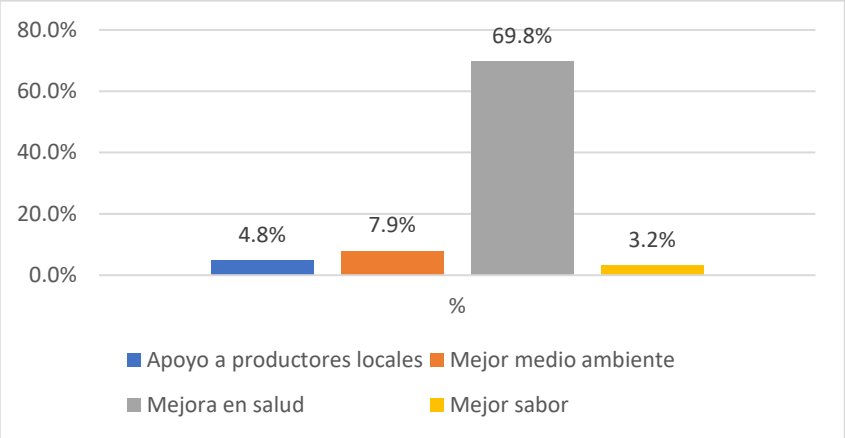
Análisis e interpretación:

En relación con el gráfico Nro.2 Respecto de la frecuencia, el 65,9% mencionó que lo hace cada quince días, seguido por un 19,8% que lo hace cada semana, un 7,9% todos los días y un 6,3% una vez al mes.

Los datos revelan un patrón de compra claramente definido entre los consumidores de productos agroecológicos, esta frecuencia sugiere un equilibrio óptimo entre la necesidad de productos frescos, la gestión económica familiar y el compromiso con el consumo responsable.

Pregunta 4: ¿Cuál es la principal motivación para comprar productos agroecológicos?

Gráfico 5: Motivación para comprar productos agroecológicos



Fuente: Encuestas

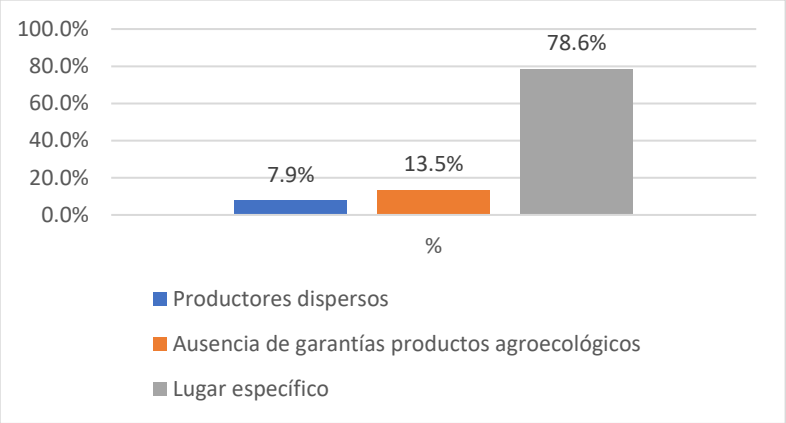
Elaboración: Propia

Análisis e interpretación:

En relación con el gráfico Nro.3 En el caso de la motivación para comprar, el 69,8% de personas, señaló que su principal razón es la salud, seguido por un 7,9% por mejorar el medio ambiente, les sigue el apoyo a productores locales y finalmente con un 3,2% porque los alimentos tienen mejor sabor.

Pregunta 5: ¿Cuál es el mayor problema que usted tiene para comprar productos agroecológicos?

Gráfico 6: Dificultades para comprar productos agroecológicos.



Fuente: Encuestas

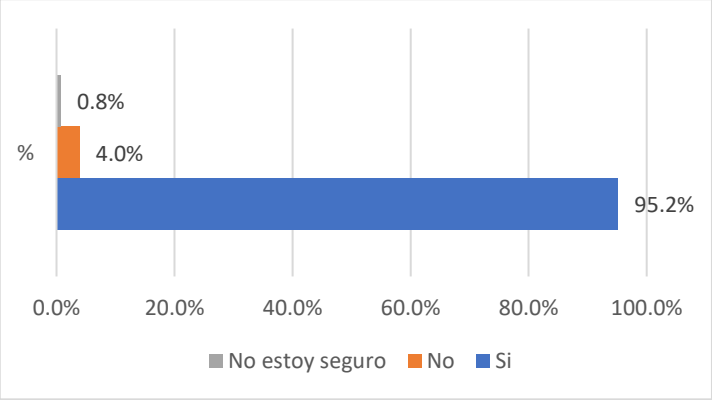
Elaboración: Propia

Análisis e interpretación:

En relación con el gráfico Nro.4 Se consultó de igual manera sobre las dificultades que enfrentan las personas encuestadas para comprar productos agroecológicos. El 78,6% de personas mencionaron que su principal problema para comprar productos agroecológicos es que no se cuenta con un lugar específico, seguido por un 13,5% que existe ausencia de garantías de que los productos sean agroecológicos y un 7,9% que considera que las y los productores están dispersos.

Pregunta 6: Si a usted le diesen la opción de poder adquirir de productos agroecológicos en su lugar de trabajo ¿Estaría interesado en hacerlo?

Gráfico 7: Compraría en su lugar de trabajo



Fuente: Encuestas

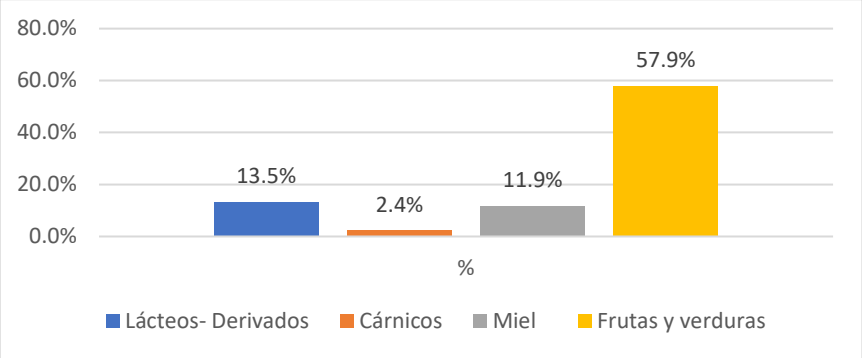
Elaboración: Propia

Análisis e interpretación:

En relación con el gráfico Nro.5 Como una alternativa, se consultó si contaran con la opción de adquirir productos agroecológicos en su lugar de trabajo, el 95% respondió que sí, frente a un 4% que dijo no y un 0,8% que mencionó que no está seguro.

Pregunta 7: ¿Qué tipo de productos prefiere?

Gráfico 8: Tipo de productos agroecológicos que prefiere



Fuente: Encuestas

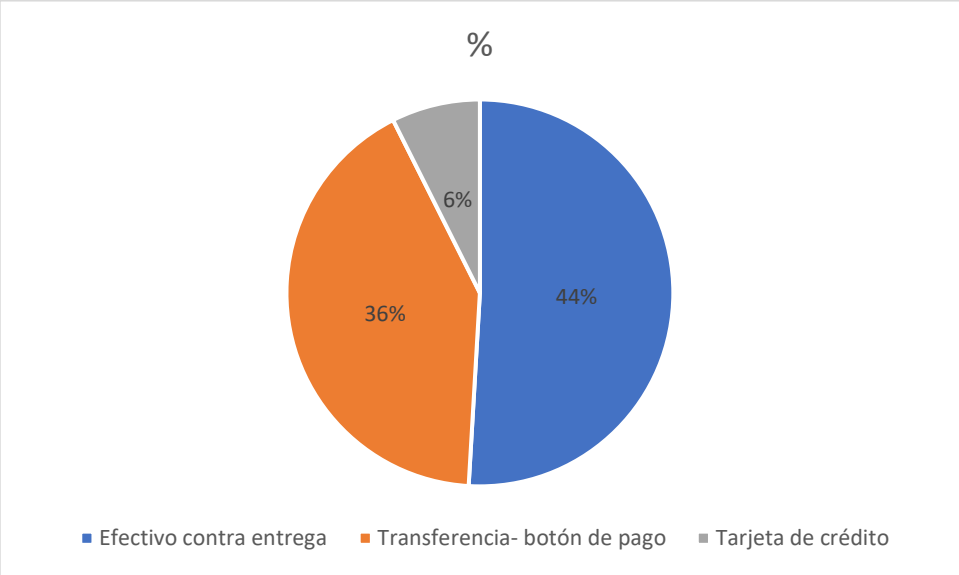
Elaboración: Propia

Análisis e interpretación:

En relación con el gráfico Nro. 6 En el caso de desee que se entregue productos en el lugar de trabajo, Qué tipo de productos preferiría si se te entregase en tu lugar de trabajo, el 57,9% prefiere frutas y verduras, el 13,5% lácteos y derivados, el 11,9% miel, y el 2,4% cárnicos.

Pregunta 8: ¿Cuál sería su forma de pago?

Gráfico 9: Forma de pago en la compra de productos agroecológicos



Fuente: Encuestas

Elaboración: Propia

Análisis e interpretación:

En relación con el gráfico Nro.7 Finalmente, en el tema del pago, el 44% de personas manifiestan que pagarían en efectivo; el 36% con transferencia o botón de pago y un 6% con tarjeta de crédito.

De los datos con los que se cuenta se deduce que:

Existe una demanda potencia de canastas quincenales para el GAD de Paute, lo que llevado al tamaño real sería el 85% podría consumir este producto, lo que representa 198 canastas agroecológicas.

Además, es importante señalar que se evidencia que no existe competencia directa, pues los productores no realizan este tipo de productos con valor agregado, sino que realizan comercialización de forma aislada.

A continuación, ha estimado el número de canastas que podría entregar al GAD:

- 198 canastas cada 15 días
- 396 canastas mensuales
- 4.752 canastas al año

Actualmente no existe competencia directa, ya que los productores agroecológicos comercializan sus productos de manera aislada y sin valor agregado. La propuesta de canastas organizadas y entregadas directamente en el lugar de trabajo representa una innovación con alta aceptación potencial.

b) Análisis de la Oferta y Competencia

Con referencia a la encuesta levantada en el punto anterior, se evidenció que actualmente no existen competidores directos que ofrezcan canastas agroecológicas, y menos que realicen entregas periódicas a instituciones públicas, privadas u hogares.

Los productores agroecológicos de la zona venden sus productos de manera aislada e informal, sin valor agregado, lo que limita la accesibilidad para el consumidor.

Por otra parte, los competidores indirectos como son: mercados locales y ferias agroecológicas: ofrecen frutas, verduras y algunos derivados, pero requieren que el consumidor se traslade hasta el lugar de venta. Adicional, las tiendas y supermercados convencionales disponen de productos agrícolas y procesados, no necesariamente agroecológicos, pero satisfacen la necesidad de alimentación.

De la misma forma los pequeños intermediarios o comerciantes que compran productos de productores dispersos y los revenden, aunque sin certificación ni diferenciación en calidad.

En el marco de la presente propuesta se ha identificado las principales ventajas competitivas del proyecto como son:

- *Accesibilidad*: entrega directa en el lugar de trabajo (GAD Paute), eliminando uno de los problemas identificados: la falta de un lugar específico de compra.
- *Organización del producto*: a través de canastas quincenales que contengan frutas, verduras y otros complementos, facilitando la planificación de consumo.
- *Salud y sostenibilidad*: respuesta a la principal motivación de compra (63,8% de encuestados lo valoran porque aporta a mejorar la salud).
- *Apoyo comunitario*: compra directa a productores locales fortaleciendo la economía solidaria.
- *Comodidad en el pago*: varias modalidades de pago (efectivo, transferencia, tarjeta), adaptadas a las preferencias de los clientes.

- *Valor agregado*: selección, clasificación, empaque y entrega personalizada de los productos.

Un factor clave que va de la mano de la calidad es el precio, para ello se elaboró un cuadro comparativo de los precios de la competencia frente a los precios de la propuesta:

- Mercados locales: precios más bajos en productos individuales, pero requieren tiempo y desplazamiento del comprador.
- Supermercados: precios más altos, especialmente en productos etiquetados como "orgánicos".
- Propuesta de canastas agroecológicas: precio competitivo, justificado por:
    - La conveniencia de la entrega en el lugar de trabajo.
    - La regularidad de la oferta (cada 15 días).
    - El valor agregado en empaque, selección y variedad de productos.

Esto posiciona al servicio no solo como una opción de compra, sino como una solución integral al problema de acceso a productos agroecológicos.

c) Estructura de Costos

Costos Fijos- Los costos fijos son aquellos gastos en los que incurre una empresa de manera constante, independientemente del nivel de producción o de las ventas que se realicen durante un periodo determinado.

Tabla 1: Costos Activos Fijos y Depreciaciones

Descripción	Valor	% de Depreciación	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Infraestructura	$30.000,00	0,05	$1.500,00	$1.500,00	$1.500,00	$1.500,00	$1.500,00
Maquinaria							
Refrigeradores	$1.000,00	0,1	$100,00	$100,00	$100,00	$100,00	$100,00
Balanza Digital	$70,00	0,1	$7,00	$7,00	$7,00	$7,00	$7,00
Mesa de Acero y repisas	$700,00	0,1	$70,00	$70,00	$70,00	$70,00	$70,00
Mantenimiento Maquinaria	$105,00						
Vehículo	$25.000,00	0,2	$5.000,00	$5.000,00	$5.000,00	$5.000,00	$5.000,00
Equipos de Oficina							
Computador	$800,00	0,33	$264,00	$264,00	$264,00		
Computador 2	$900,00	0,33				$297,00	$297,00
Impresora	$200,00	0,33	$66,00	$66,00	$66,00		
Impresora 2	$250,00	0,33				$82,50	$82,50
POS	$700,00	0,33	$231,00	$231,00	$231,00		
POS 2	$750,00					$247,50	$247,50

Muebles de Oficina							
Escritorio	$350,00	0,1	$35,00	$35,00	$35,00	$35,00	$35,00
Archivadores	$150,00	0,1	$15,00	$15,00	$15,00	$15,00	$15,00
Sillas (4)	$300,00	0,1	$30,00	$30,00	$30,00	$30,00	$30,00

Fuente: Costos proyectados del mercado y servicios básicos en Paute

Elaboración: Propia

Costos Variables- Los costos variables son aquellos que cambian de manera proporcional al nivel de actividad o volumen de producción de una empresa. Estos costos están directamente relacionados con la operación del negocio e incluyen, entre otros, materias primas, comisiones de ventas y costos de empaque (Horngren, Datar, & Rajan, 2015).

Tabla 2: Costos por Unidad

Producto Orgánico	Costo por Unidad	Cantidad	Total, por Producto	Costo mensual	Costo anual 1
Manzanas	$0,25	5	$1,25	$495,00	$5.940,00
Coliflor	$0,25	1	$0,25	$99,00	$1.188,00
Zanahorias (unidades)	$0,05	10	$0,45	$178,20	$2.138,40
Frutilla (libra)	$0,75	1	$0,75	$297,00	$3.564,00
Tomate de árbol	$0,15	5	$0,75	$297,00	$3.564,00
Brócoli	$0,35	1	$0,35	$138,60	$1.663,20
Lechuga	$0,40	1	$0,40	$158,40	$1.900,80
Rábano (atado)	$0,50	1	$0,50	$198,00	$2.376,00
Remolacha (unidades)	$0,05	10	$0,50	$198,00	$2.376,00
Papa (libras)	$0,41	6	$2,46	$974,16	$11.689,92
Pepino (unidades)	$0,40	1	$0,40	$158,40	$1.900,80
Cilantro y cebollín (atado)	$0,40	1	$0,40	$158,40	$1.900,80
			Costo Total		$40.201,92

Fuente: Costos proyectados del mercado Paute

Elaboración: Propia

Tabla 3: Sueldos y Salarios

Colaboradores	Sueldos	13ero.	14to.	Aporte Patronal	Fondos de reserva	Vacaciones (mensual)	Año 1	Año 2	Año3	Año 4	Año 5
Administrador operario	$500,00	$41,67	$31,25	$62,50	$41,50	$16,67	$7.825,00	$8.323,00	$8.739,15	$9.176,11	$9.634,91
Administrador operario	$500,00	$41,67	$31,25	$62,50	$41,50	$16,67	$7.825,00	$8.323,00	$8.739,15	$9.176,11	$9.634,91

Fuente: Costos proyectados del sueldo básicos más beneficios de ley

Elaboración: Propia

Tabla 4: Costos de servicios y suministros

Servicios/ Suministros	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Energía Eléctrica	$360,00	$378,00	$396,90	$416,75	$437,58
Agua Potable	$120,00	$126,00	$132,30	$138,92	$145,86
Teléfono	$120,00	$126,00	$132,30	$138,92	$145,86
Internet	$300,00	$315,00	$330,75	$347,29	$364,65
Suministros de Oficina	$214,60	$225,33	$236,60	$248,43	$260,85
Materiales de Limpieza	$36,00	$37,80	$39,69	$41,67	$43,76
Fundas	$512,00	$527,36	$543,18	$559,48	$576,26
Materiales Indirectos					
Uniformes (2)	$80,00	$84,00	$88,20	$92,61	$97,24
Gavetas (25KG)	$210,00	$220,50	$231,53	$243,10	$255,26

Fuente: Costos proyectados del mercado y servicios básicos en Paute

Elaboración: Propia

Costo de Producción- Son todas las erogaciones de dinero necesarios para transformar materias primas en productos terminados.

> Los costos de producción (también llamados costos de operación) son los gastos necesarios para mantener un proyecto, línea de procesamiento o un equipo en funcionamiento. En una compañía estándar, la diferencia entre el ingreso (por ventas y otras entradas) y el costo de producción indica el beneficio bruto (FAO, 1992).

Tabla 5: Costos de Producción

1.- COSTOS PRODUCCIÓN	Año 1		
	Valor	**Costo Fijo**	**Costo Variable**
Directos			
Materia Prima	$40.201,92		$40.201,92
Materiales y Suministros	$246,00		$246,00
Energía	$360,00		$360,00
Mano de Obra	$7.825,00		$7.825,00
Indirectos			
Agua Potable	$120,00		$120,00
Materiales de Limpieza	$36,00		$36,00
Depreciación de Edificios	$1.500,00	$1.500,00	
Depreciación de Maquinaria	$177,00	$177,00	
Depreciación Vehículo	$5.000,00		
Mantenimiento de Maquinaria y combustible	$1.365,00		$1.365,00
Gasto de Administración			
Suministros de oficina	$0,00		$0,00
Depreciación equipos de Com.	$561,00	$0,00	
Depreciación Muebles y Enseres	$80,00	$80,00	
Comunicación y Publicidad	$200,00		$200,00
Gastos Financieros			
Financiamiento	$3.000,00		
Costo Total	**$60.671,92**	**$1.757,00**	**$50.353,92**

Fuente: Costos proyectados del mercado y servicios básicos en Paute

Elaboración: Propia

Para el cálculo del costo unitario se realiza en función del número de canastas proyectada, siendo la cantidad de canastas: 4.752

Tabla 6: Costo unitario

Costo total unitario	$12,77

d) Determinación del precio

El precio fijado para las canastas agroecológicas estándar, es decir aquellas que contienen lo detallado en los costos de producción tendrán un valor unitario de $15,51. Este valor contiene un porcentaje de utilidad o ganancia que busca brindar la sostenibilidad necesaria para la propuesta.

e) Pronóstico de ventas

A continuación, se detalle la proyección estimada de ventas para los siguientes cinco años que analiza la propuesta.

Tabla 7: Flujo de Caja

	AÑO					
ÍTEM	0	1	2	3	4	5
INGRESOS	$0,00	$73.728,00	$78.218,04	$82.981,51	$88.035,09	$93.396,42

Fuente: Proyección con Precios del mercado local
Elaboración: Propia

f) Punto de equilibrio:

El punto de equilibrio es el nivel de producción y ventas en el cual una empresa o proyecto no obtiene ganancias ni pérdidas. Es el momento donde los ingresos totales igualan exactamente a los costos totales, resultando en un beneficio neto de cero.

Fórmula:

$$\mathrm{PE} = \frac{CF}{PVU - CVU}$$

Donde:

CF = Costo Fijo

PE = Precio de Venta Unitario

CVu = Costo Variable Unitario

P−CVu= Margen de Contribución Unitario

Para la presente propuesta se identificó que el Punto de Equilibrio es:

Costo Fijo= $1757.00

PvUnitario= $15.14

Costo Variable Unitario= $0.369

$$PE = \frac{1,757.00}{15.14 - 0.369739057}$$

$$PE = \frac{1,757.00}{14.77026094}$$

$$PE \approx 119.00 \text{ canastas}$$

PE=119 canastas

g) Proyección de utilidades

VAN= 29.560.66

TIR= 30.99%

Para el cálculo de los indicadores financieros se tomó como referencia una tasa descuento del 15%, esto debido a factores que inciden en la economía nacional como son: Riesgo País, inflación acumulada y adicionalmente la tasa activa.

VAN= (Valor Actual Neto): mide la rentabilidad de un proyecto calculando cuánto valor genera en el presente después de recuperar la inversión inicial; si es positivo, el proyecto es viable.

Con una tasa de descuento del **15%**, el cálculo arrojó un **VAN de $29.560,66**, lo que indica que la propuesta es **financieramente viable**, ya que el valor generado supera la inversión inicial y aporta un beneficio adicional.

TIR= (Tasa Interna de Retorno): es la rentabilidad real del proyecto expresada en porcentaje; si es mayor a la tasa de descuento, el proyecto es rentable.

El cálculo determinó una **TIR del 30,99%**, que es significativamente superior a la tasa de descuento utilizada (15%). Esto confirma que la inversión en el proyecto es **atractiva y sostenible**, ya que la rentabilidad esperada duplica la tasa mínima exigida.

h) Necesidades de financiamiento

Identificar las necesidades de financiamiento implica analizar cuánto dinero se requiere, en qué momento, y por cuánto tiempo, con el objetivo de planificar cómo obtenerlo de manera eficiente, ya sea mediante recursos propios, préstamos, aportes de socios o financiamiento externo.

Tabla 8: Fuentes de Financiamiento

Rubro General	Detalle de inversión	Valor (USD)	Fuente de financiamiento	Monto (USD)	%
Infraestructura	Construcción/adecuación	$30,000.00	Crédito	$30,000.00	100%
Maquinaria	Refrigeradores	$1,000.00	Socios	$1,000.00	3.3%
	Balanza digital	$70.00	Socios	$70.00	0.23 %
	Mesa de acero y repisas	$700.00	Socios	$700.00	2.3%
	Mantenimiento maquinaria	$105.00	Socios	$105.00	0.35 %
	Vehículo	$25,000.00	ONG	$25,000.00	100%
Equipos de oficina	Computador	$800.00	Socios	$800.00	2.67 %
	Computador 2	$900.00	Socios	$900.00	3.00 %
	Impresora	$200.00	Socios	$200.00	0.67 %
	Impresora 2	$250.00	Socios	$250.00	0.83 %
	POS	$700.00	Socios	$700.00	2.33 %
	POS 2	$750.00	Socios	$750.00	2.50 %

Muebles de oficina	Escritorio	$350.00	Socios	$350.00	1.17 %
	Archivadores	$150.00	Socios	$150.00	0.50 %
	Sillas (4)	$300.00	Socios	$300.00	1.00 %

3.3. El Entorno y sus riesgos

Para conocer tanto los elementos internos como externos, se elaboraron dos herramientas que aportan al análisis y a la generación de la estrategia para enfrentar riesgos internos como externos con relación al plan de negocio de producción agroecológica.

En el caso del análisis FODA, los resultados construidos con personas dedicadas a la actividad de producción agroecológica son:

Tabla 9: Matriz de análisis FODA

Fortalezas (F)	**Oportunidades (O)**
• Experiencia práctica en técnicas agroecológicas tradicionales. • Tierra fértil y clima favorable para cultivos diversos. • Organización comunitaria y disposición al trabajo asociativo. • Compromiso con la sostenibilidad y producción sin agroquímicos.	• Creciente demanda de alimentos saludables y sostenibles en mercados urbanos y rurales. • Apoyo de instituciones públicas y ONGs a emprendimientos agroecológicos. • Establecer convenios con el GAD de Paute y alianzas con ferias y mercados ecológicos. • Uso de redes sociales y plataformas digitales para comercialización directa.
Debilidades (D)	**Amenazas (A)**
• Falta de conocimientos técnicos en marketing, contabilidad y logística.	• Competencia de productos convencionales más baratos en supermercados y ferias.

Fortalezas (F)	Oportunidades (O)
• Limitado acceso a capital inicial e infraestructura para transporte y empaque. • Escasa visibilidad en el mercado más allá del ámbito local. • Necesidad de capacitación en normas sanitarias y registros legales.	• Cambios climáticos que afectan la producción agrícola (sequías, lluvias intensas). • Obstáculos burocráticos y requisitos legales que retrasan la comercialización. • Inestabilidad económica que reduce el poder adquisitivo del consumidor.

Es importante destacar que las oportunidades serán herramientas para contrarrestar los efectos de posibles amenazas, permitiendo establecer estrategias efectivas. En el caso de las Fortalezas y debilidades, una vez identificadas, es necesario plantear herramientas en el primer caso para potenciarlas y en el segundo para minimizarlas.

En relación con las debilidades sobre todo las referentes a capacitación se buscará alianzas estratégicas con Universidades e Institutos Tecnológicos a través de cursos de formación continua o diplomados ajustados a la necesidad de la organización y con ello cubrir estos vacíos.

Otra herramienta útil para este proyecto es el Análisis PESTEL, que permite examinar de manera sistemática los factores del macroentorno que pueden influir significativamente en el desarrollo y éxito del emprendimiento, con este instrumento se ha identificado por ejes los potenciales y riesgos que se puede enfrentar en la implementación, como herramienta para generar acciones que por un lado aproveche las ventajas o plantee alternativas para reducir las dificultades.

Análisis PESTEL

El análisis realizado con personas que realizan la actividad de la agroecología es:

Político

- Potencial apoyo del GAD de Paute y de programas nacionales hacia la producción agroecológica.
- Existencia de políticas de fomento a pequeños productores, aunque con riesgo de cambios en la administración pública.

Económico

- Limitado poder adquisitivo de algunos consumidores locales restringe la fijación de precios.
- Posible impacto de la inflación y del encarecimiento de insumos, aunque la producción agroecológica depende menos de químicos externos.
- Oportunidad de captar ingresos estables mediante contratos o convenios institucionales con el sector público.

Social

- Creciente conciencia ciudadana sobre salud, medio ambiente y consumo responsable.
- Preferencia de ciertos grupos sociales por precios bajos, lo que puede favorecer a la producción convencional.
- Valoración de la producción comunitaria y del consumo local como aporte al desarrollo territorial.

Tecnológico

- Limitaciones en el acceso a herramientas digitales en comunidades rurales, aunque con potencial de crecimiento.
- Disponibilidad de capacitaciones virtuales y herramientas tecnológicas para mejorar la comercialización directa (apps, redes sociales, pagos electrónicos).

Ecológico

- Prácticas productivas amigables con el medio ambiente, alineadas a la sostenibilidad.
- Vulnerabilidad ante eventos climáticos extremos y plagas difíciles de controlar sin agroquímicos.
- Contribución positiva a la conservación de la biodiversidad local.

Legal

- Necesidad de cumplir con registros, permisos sanitarios y normativa de inocuidad alimentaria.

- Oportunidad de acceder a certificaciones agroecológicas, orgánicas o de comercio justo que otorguen ventaja competitiva.
- Regulaciones municipales y nacionales que pueden convertirse en barreras si no se cumplen oportunamente.

3.3.1. El equipo y aspectos legales

Estructuras organizacionales

El emprendimiento asociativo está estructurado de manera que permite una gestión democrática, eficiente y participativa, que garantiza la viabilidad del negocio como la inclusión de todos los miembros en la toma de decisiones relevantes.

Gráfico 10: Estructuras organizacionales

Órganos de gobierno	Junta Directiva	Comité de Vigilancia
Asamblea General de Socios Conformada por todos los productores asociados Máxima de toma de decisiones estratégicas Se reúne cada tres meses y extraordinarios cuando se requiera. Presupuestos anuales y financieros Elige a los miembros de la Junta Directiva	Conformada por presidente, vicepresidente, secretario, Tesorero y Vocal Electa por la Asamblea para un período de dos años Responsable de la dirección y supervisión de la organización Se reúne mensualmente para evaluar el avance de las actividades	Tres miembros elegidos por la Asamblea Control de aspectos administrativos y financieros Garantiza transparencia en la gestión de recursos

Fuente: (RLOEPS, 2019)

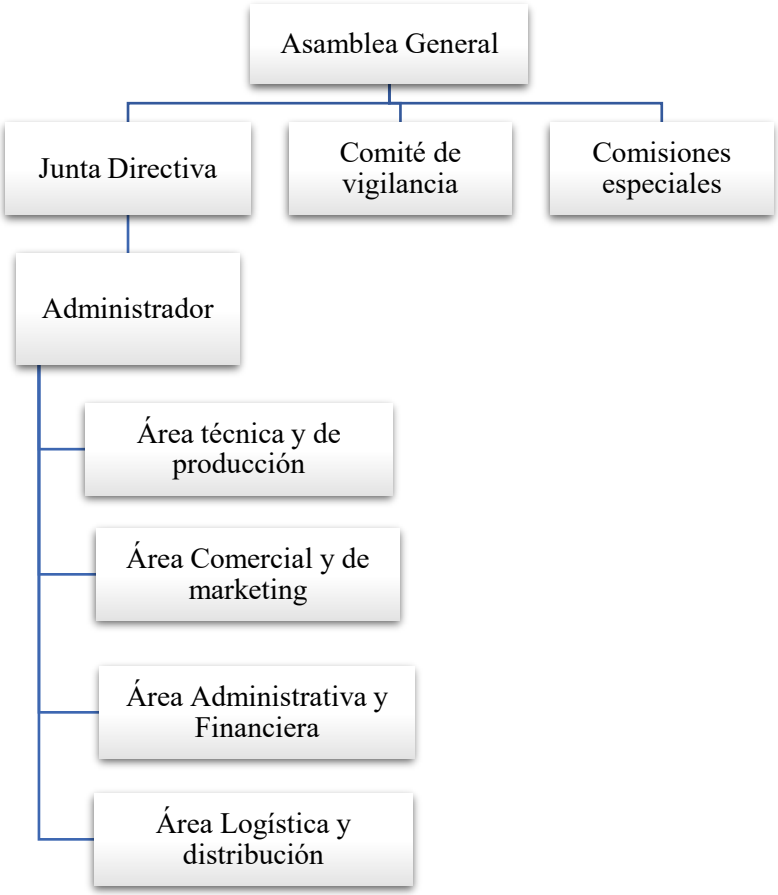
Estructura de la operación

Gráfico 11: Estructura de la operación

Coordinación General	Área Técnica y de Producción	Área de Comercialización y Marketing	Área Administrativa y Financiera
Responsable de la gestión diaria del emprendimiento Implementan las decisiones de la Asamblea y la Junta Coordina las diferentes áreas operativas	Brinda técnica de asistencia a productores Coordinación de la planificación de las cosechas. Gestiona sistema de garantía participativa (certificación) Asegura calidad de los productos	Gestiona canales de venta Desarrolla estrategias de promoción y posicionamiento Mantiene relación con clientes institucionales Administra plataforma digital de ventas	Administraciones económicas Gestiona y reportes financieros Maneja personal y aspectos logísticos Coordinación de procesos de capacitación

Fuente: (RLOEPS, 2019)

Gráfico 12: Organigrama



Estructura jurídica

La forma elegida jurídica para el emprendimiento es una "Asociación de Producción Agrícola" bajo la marca de la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria (LOEPS) del Ecuador, por las siguientes razones:

Ventajas de esta figura legal:

Concordancia con los principios de la economía solidaria que sustentan el proyecto
Exoneraciones tributarias y facilidades para acceder a programas de fomento productivo
Estructura democrática y participativa que favorece la inclusión
Posibilidad de realizar actividades económicas a la producción
Requisitos para la constitución:
Mínimo 10 socios fundadores
Acta de los miembros fundadores
Estatuto social por la asamblea
Certificado de depósito del aporte inicial al capital social
Estudio técnico, económico y financiero que demuestra la viabilidad del proyecto

Fuente: (RLOEPS, 2019)

Proceso y cronograma de formalización o legalización

La formalización de una organización requiere de una planificación estructurada que asegure la participación de sus integrantes y el cumplimiento de los requisitos legales establecidos. Este proceso permite dar legalidad a la iniciativa, garantizar su funcionamiento bajo normativas vigentes y generar confianza en socios, clientes e instituciones de apoyo.

Tabla 10: Matriz de formalización

Etapa	Actividad	Tiempo	Responsable
1	Reuniones de socialización y formación del grupo inicial	1 mes	Comité promotor
2	Elaboración participativa	1 mes	Comité promotor con asesoría legal
3	Asamblea y firma de acta	1 día	Todos los socios fundadores
4	Apertura de cuenta y depósito de capital inicial	1 semana	Se trata de la Junta
5	Preparación de documentación para el registro	2 semanas	Directiva provisional con asesoría
6	Solicitud de registro en SEPS	1 día	Representante provisional
7	Trámite de aprobación (tiempo de espera)	1-2 meses	SEPS
8	Obtención de RUC	1 semana	la entidad jurídica
9	Permisos municipales y sanitarios	1 mes	la entidad jurídica
	Total, tiempo para legalización completa	**4-5 meses**	

Fuente: (RLOEPS, 2019)

Cronograma

Etapa	Actividad	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4
1	Reuniones de socialización y formación del grupo inicial	x			

2	Elaboración participativa	x			
3	Asamblea y firma de acta		x		
4	Apertura de cuenta y depósito de capital inicial	x			
5	Preparación de documentación para el registro	x			
6	Solicitud de registro en SEPS	x			
7	Trámite de aprobación (tiempo de espera)		x		
8	Obtención de RUC			x	
9	Permisos municipales y sanitarios				x
	Total, tiempo para legalización completa				x

Elaboración: Propia

Obligaciones legales y fiscales

Presentación de informes económicos y sociales anuales a la SEPS
Actualización del registro de socios
Declaraciones de acuerdo al régimen de economía popular y solidaria
Cumplimiento de las normativas para la manipulación de alimentos
Permisos municipales de funcionamiento
Actualización de permisos ambientales
Acuerdos básicos entre socios

Fuente: (LOEPS, 2011)

Elaboración: Propia

Tabla 11: Proceso de Permiso de funcionamiento GAD, Agrocalidad

Obligación	Descripción	Autoridad / Entidad Responsable
Permiso de funcionamiento municipal	Obtener y mantener vigente el permiso para operar legalmente dentro del cantón o parroquia.	Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) local
Permiso sanitario Agrocalidad	Cumplir con los requisitos fitosanitarios y de control sanitario para producción agropecuaria y alimentos.	Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria Agrocalidad
Presentación de informes económicos y sociales	Entregar anualmente estados financieros, reportes de actividades y cumplimiento de objetivos sociales.	Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS)
Actualización del registro de socios	Registrar altas, bajas o cambios en la información de los miembros.	SEPS / Junta directiva interna
Declaraciones fiscales según régimen	Cumplir con obligaciones tributarias específicas del régimen de economía popular y solidaria.	Servicio de Rentas Internas (SRI) / SEPS
Cumplimiento de normativas de manipulación de alimentos	Aplicar medidas de higiene y seguridad en la producción, almacenamiento y venta de alimentos.	Ministerio de Salud Pública / Agrocalidad
Actualización de permisos ambientales	Mantener vigentes permisos relacionados con impacto ambiental de la actividad productiva.	Autoridad Ambiental Nacional o Local
Acuerdos básicos entre socios	Formalizar convenios sobre participación, aportes, distribución de utilidades y resolución de conflictos.	Asamblea General de socios / Junta Directiva

Fuente: (AGROCALIDAD, 2025)

Las siguientes empresas establecen las bases de la relación asociativa:

Compromisos de producción:

- Aplicación estricta de prácticas agroecológicas verificables
- Planificación de la búsqueda de la demanda
- Calidad requerida mínima para cada producto
- Porcentaje mínimo de producción destinada a la comercialización asociativa
- Distribución de beneficios:
    - 70% retorno directo a productores según volumen y calidad aportada
    - 15% de fondo de reinversión para crecimiento del emprendimiento
    - 10% de fondo de contingencias y estabilización de precios
    - 5% de porcentaje social para beneficio comunitario

Toma de decisiones:

- Decisiones: por consenso en Asamblea General
- Decisiones en sesión plenaria: mayoría simple en Junta Directiva
- Medidas: por equipo técnico con aprobación de Coordinación
- Ingreso y salida de socios:
    - Período de prueba de 6 meses para nuevos socios.
    - Proceso de capacitación en agroecología y asociación.
    - Aporte económico inicial al equivalente medio de los socios actuales.
    - Procedimiento para salida voluntaria con devolución de aportes.

Resolución de conflictos:

- Mediación interna como primera instancia.
- Comité de Ética elegida por la Asamblea para los casos complejos.
- Mediación externa con apoyo de SEPS en última instancia.

Fuente: (LOEPS, 2011)

Esta estructura organizacional y legal proporciona el marco necesario para que el emprendimiento opere de manera eficiente, democrática y sostenible, asegurando tanto el éxito comercial como el cumplimiento de su misión social y ambiental.

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Sobre el diagnóstico el mercado de los productos agroecológicos del cantón Paute.

Conclusiones:

1.- El mercado del cantón Paute para productos agroecológicos se limita a una feria inclusiva de productores individuales, por tanto existe una oportunidad para desarrollar una propuesta asociativa que permita satisfacer la demanda creciente de productos agroecológicos con valor agregado

2. El emprendimiento asociativo debe basarse en principios de economía solidaria, estableciendo compromisos claros de producción agroecológica, distribución equitativa de beneficios, toma de decisiones democrática y mecanismos de resolución de conflictos, lo que permitirá consolidar la confianza entre los socios y garantizar la sostenibilidad de la comercialización.

3. El plan de negocio para la comercialización asociativa de productos agroecológicos es financieramente viable, considerando los costos de producción, inversión inicial y la demanda potencial identificada, lo que evidencia que el emprendimiento puede generar utilidades sostenibles y reinvertir en su crecimiento.

Recomendaciones:

Generar articulaciones comerciales, y de fomento con el GAD, y representantes de la academia provincial para fomentar el consumo de productos agroecológicos.

Diseñar e implementar manuales internos de operación y protocolos de asociación, capacitaciones en agroecología y gestión asociativa, y mecanismos de seguimiento para asegurar el cumplimiento de los compromisos establecidos por la asociación.

Establecer un control financiero riguroso, con seguimiento de ingresos, costos y distribución de beneficios, y explorar fuentes de financiamiento adicionales como programas de fomento productivo del GAD, ONG locales o líneas de crédito preferenciales para emprendimientos asociativos.

El plan de negocio para el emprendimiento asociativo agroecológico en la parroquia Chicán, sector Copzhal, presenta una propuesta integral y viable que combina rentabilidad económica con impacto social y ambiental.

Referencias

AGROCALIDAD. (2025). Obtenido de Solicitud de permiso de importación de muestras sin valor comercial de fertilizantes, enmiendas de suelo y productos afines de uso agrícola: https://www.gob.ec/arcfz/tramites/solicitud-permiso-importacion-muestras-valor-comercial-fertilizantes-enmiendas-suelo-productos-afines-uso-agricola#:~:text=%C2%BFC%C3%B3mo%20hago%20el%20tr%C3%A1mite?&text=Completar%20el%20formulario%20Solicitud%20de,por%

AgroSpray. (2025). Obtenido de Agroecología: La clave para una agricultura más verde y eficiente: https://agrospray.com.ar/blog/agroecologia-beneficios-sostenibilidad/#:~:text=4.,a%20un%20ecosistema%20agr%C3%ADcola%20equilibrado.

Alava, G. (2019). *Sostenibilidad de organizaciones agroecológicas que apoyan al fomento.* Obtenido de https://docta.ucm.es/rest/api/core/bitstreams/5c7a7b78-2e40-4732-b357-89561c3b1d03/content

ALER. (2016). *Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica.* Obtenido de Siembras del buen vivir. Entre utopías y dilemas posibles: https://archivo.aler.org/s/FPhxWg92sE6Gjay#

Altieri, M. A., & Nicholls, C. (2020). *Agroecología y resiliencia al cambio climático: Principios y consideraciones metodológicas. .* California: Universidad de California.

CRE. (2008). *Constitución de la Republica del Ecuador.* Montecristi.

Declaración de Nyéléni. (2007). *Foro Mundial por la Soberanía Alimentaria.* Malí.

FAO . (2018). *Una vía para el logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.* Roma, Italia.

FAO. (1992). *Costos de Producción.* Obtenido de Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura: https://www.fao.org/4/v8490s/v8490s06.htm#4.1%20flujo%20de%20caja%20y%20costo%20de%20producci%C3%B3n

FAO. (2018). *Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y Agricultura.* Obtenido de La agroecología y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS): https://www.fao.org/agroecology/overview/agroecology-and-the-sustainable-development-goals/es/

FUNDESYRAM. (2022). *FUNDACIÓN PARA EL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO Y RESTAURACIÓN.* Obtenido de Transformación Y Emprendedurismo Agroecológicos: https://fundesyram.info/wp-content/uploads/2022/01/TRANSFORMACI%C3%93N-Y-EMPRENDEDURISMO-AGROECOL%C3%93GICOS-OCTUBRE-2022-2.pdf

Horngren, C. T., Datar, S. M., & Rajan, M. V. (2015). Contabilidad de costos: un enfoque gerencial (15.ª ed.). Pearson Education.

LISA Institute. (2025). Obtenido de Qué es la Prospectiva y el Análisis Prospectivo: cómo pronosticar el futuro: https://www.lisainstitute.com/blogs/blog/prospectiva-y-analisis-prospectivo

LOEPS. (2011). *Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria.* Obtenido de https://docta.ucm.es/rest/api/core/bitstreams/5c7a7b78-2e40-4732-b357-89561c3b1d03/content

Loyola, J. (2017). Conocimientos y prácticas ancestrales y tradicionales fortalecen la sustentabilidad de los sistemas hortícolas de la parroquia de San Joaquín. doi: https://doi.org/http://dx.doi.org/10.17163/lgr.n24.2016.03

Nueva sociedad. (2018). Obtenido de El papel de la agroecología frente a la agroindustria hegemónica: https://nuso.org/articulo/el-papel-de-la-agroecologia-frente-la-agroindustria-hegemonica/#:~:text=Frente%20a%20la%20agroindustria%20hegem%C3%B3nica%2C%20la%20agroecolog%C3%ADa%20busca%20superar%20la,el%20centro%20la%20agricultura%20local.

RLOEPS. (2019). *Reglamento General a la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria.* Ecuador.

Rodríguez Valbuena, L. F. (2007). *Emprendimiento y asociatividad como herramienta de desarrollo social para la educación media.* Obtenido de https://www.redalyc.org/pdf/4096/409634347005.pdf

Soler, C., & Martínez, A. (2005). *El ecologismo de los pobres. Conflictos ambientales y lenguas de valores.* Barcelona: Icaria.