

Julio 2019 - ISSN: 1696-8352

ESTUDIO ECONÓMICO: CREACIÓN DE UN CENTRO DE CAPACITACIÓN Y ASESORÍA FINANCIERA PARA MICROEMPREENDEDORES UBICADO EN EL SECTOR LA FLORIDA NORTE, PARROQUIA TARQUI DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.

Chiquito Chele Kerly Katherine

Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil
Carrera de Economía
kerlichiquito2012@gmail.com

Econ. Holger Álava Martínez MSC.

Catedrático de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil
Carrera de Economía, Economista/MSC. en educación superior
halavam@ulvr.edu.ec

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Chiquito Chele Kerly Katherine y Holger Álava Martínez (2019): "Estudio económico: creación de un centro de capacitación y asesoría financiera para microemprendedores ubicado en el sector La Florida norte, parroquia Tarqui de la ciudad de Guayaquil", Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana (julio 2019). En línea:

<https://www.eumed.net/rev/oel/2019/07/creacion-centro-capacitacion.html>

Resumen

El proyecto está enfocado en la creación de un centro de capacitación y asesoría financiera dirigido a los micro empresarios del sector de Florida Norte de la ciudad de Guayaquil. Su finalidad es hacer que este sector netamente comercial tenga las bases sólidas por parte de los propietarios para que el desarrollo de su comercio sea eficiente, colaborando así al crecimiento económico de cada uno de ellos beneficiando directa e indirectamente a esta población. El centro tendrá sede dentro de los perímetros de la Florida norte, en el mismo se dictarán las charlas y capacitaciones a los ciudadanos que pasen a formar parte como socios del centro. Los servicios ofrecidos comprenden análisis del modelo de negocio, factibilidad financiera, optimización del flujo de efectivo, valuación de la empresa o negocio, asesoría estratégica financiera y análisis del mercado. Para la realización de este proyecto se estima la inversión inicial de nueve mil dólares americanos. Así también se pretende que la administración general sea realizada por parte del autor de dicho proyecto en compañía de un gerente administrativo. La marca tiene el nombre de CONSULIUM nombre que hace referencia del latín consejo. El slogan a implementar es: Construyendo negocios con pasión, pasión por las finanzas y los comercios de nuestro público objetivo, los micro empresarios. Se contempla el centro tenga la cantidad de clientes superior al punto de equilibrio y de esta manera poder solventar los costos de operación marginando un porcentaje de utilidad, convirtiendo a este proyecto en un proyecto rentable y auto sustentable.

Palabras claves: Emprendimiento - Capacitación - Financiamiento - Economía – Factibilidad

Abstract

The project is focused on the creation of a training and financial advisory center aimed at micro entrepreneurs in the North Florida sector of the city of Guayaquil. Its purpose is to make this purely commercial sector have solid foundations on the part of the owners so that the development of their trade is efficient, thus contributing to the economic growth of each of them directly and indirectly benefiting this population. The center will be located within the perimeters of North Florida, where the talks and trainings will be given to citizens who become part of the center. The services offered include analysis of the business model, financial feasibility, optimization of cash flow, valuation of the company or business, strategic financial advice and market analysis. For the realization of this project the initial investment of nine thousand American dollars is estimated. It is also intended that the general administration be carried out by the author of said project in the company of an administrative manager. The brand has the name of CONSULIUM name that refers to the Latin advice. The slogan to be implemented is: Building businesses with passion, passion for finance and the businesses of our target audience, micro entrepreneurs. The center is considered to have the number of clients above the equilibrium point and in this way to be able to pay operating costs marginalizing a percentage of profit, turning this project into a profitable and self-sustaining project.

Keywords: Entrepreneurship - Training - Financing - Economy - Feasibility

1 INTRODUCCIÓN

El proyecto está enfocado en la creación de un centro de capacitación y asesoría financiera dirigido a los micro empresarios del sector de Florida Norte de la ciudad de Guayaquil. Su finalidad es hacer que este sector netamente comercial tenga las bases sólidas por parte de los propietarios para que el desarrollo de su comercio sea eficiente, colaborando así al crecimiento económico de cada uno de ellos beneficiando directa e indirectamente a esta población. El centro tendrá sede dentro de los perímetros de la Florida norte, en el mismo se dictarán las charlas y capacitaciones a los ciudadanos que pasen a formar parte como socios del centro. En Ecuador según estudios realizados (Cámara de comercio de Guayaquil, 2018) sobre la alta demanda del comercio informal 69% en zona rural y 39,3% zona urbana, se basa en la falta de preparación académica implicado por distintos factores; los mismos que conllevan a no gozar de un empleo y salario digno. Actualmente la Florida Norte es un sector que necesita la creación de un centro de capacitación, con el fin de mejorar la economía de los comerciantes; logrando el bienestar de las familias que necesiten capacitarse para lograr obtener mejores ingresos de manera digna incluso podrán crear nuevas fuentes de trabajo.

El centro de capacitación se basará en una modalidad pedagógica donde contará con una enseñanza práctica y participativa con estrategias y técnicas para un buen desarrollo económico, administrativo y financiero. El capacitarte en distintas áreas permitirá a las personas contar con ideas innovadoras y aprovechar el máximo de los recursos necesarios de manera óptima; los mismos que les ayudará a disminuir costos operativos y propiciar a trabajar en un modelo de producción rentable donde se pueda observar beneficios, alta producción y sobre todo eficiencia económica. Las personas tendrán la satisfacción de contar con una mejor planificación, producción y una excelente administración de trabajo. Los beneficiarios indirectos de este centro de capacitación serán todas las personas que a futuro ingresen al centro de capacitación. Es de mucho interés para todas las personas que viven a los alrededores del sector la Florida norte ya que creándose este centro de capacitación asistirían y contarían con ayuda profesional y a su vez tendrían otra perspectiva de ver la vida preparándose, animándose unos con otros para tener un mejor estilo de vida y gozar de un trabajo digno.

Los servicios ofrecidos comprenden análisis del modelo de negocio, factibilidad financiera, optimización del flujo de efectivo, valuación de la empresa o negocio, asesoría estratégica financiera y análisis del mercado. Para la realización de este proyecto se estima la inversión inicial de nueve mil dólares americanos. Así también se pretende que la administración general sea realizada por parte del autor de dicho proyecto en compañía de un gerente administrativo. La marca tiene el nombre de CONSULIUM nombre que hace referencia del latín consejo. El

slogan a implementar es: Construyendo negocios con pasión, pasión por las finanzas y los comercios de nuestro público objetivo, los micro empresarios. Se contempla el centro tenga la cantidad de clientes superior al punto de equilibrio y de esta manera poder solventar los costos de operación marginando un porcentaje de utilidad, convirtiendo a este proyecto en un proyecto rentable y auto sustentable.

2 MÉTODO

Para el presente proyecto de investigación se figura conveniente establecer el método, las fuentes, el tipo, el enfoque y las técnicas que se utilizarán en el desarrollo de este trabajo de investigación, el cual deberá seguir los lineamientos inmersos en los capítulos anteriores. Sampieri, (2014) “la investigación es un conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno o problema.” (p. 4) Cada uno de los aspectos del proceso de investigación se establecieron bajo el criterio del investigador con relación a la problemática planteada. El diseño de la investigación está compuesto por los siguientes aspectos, lo cuales fundamentarán el proceso investigativo a ejecutarse. Se resalta el método deductivo por su característica que parte de lo general a lo particular, cuya condición es acertada para lo establecido en los objetivos de investigación. Gómez, (2012) refiere que, “El método deductivo es el procedimiento racional que va de lo general a lo particular.” (p. 85). Gracias a este método se podrá inferir acerca del tema planteado y comprender las realidades de los micro emprendedores del sector de la Florida Norte, ubicado en la Parroquia Tarqui de la ciudad de Guayaquil.

El tipo de investigación a emplearse será la investigación descriptiva porque con este tipo de investigación se obtendrán datos numéricos y estadísticos que ayudarán a determinar los factores esenciales sobre el servicio, sobre la competencia y el nivel de aceptación que tendría la propuesta. Pilco & Ruiz, (2015) describe que “La investigación descriptiva presenta de forma detallada y porcentualmente cómo suceden los fenómenos y los hechos que son percibidos y se encuentran en análisis en la mente de los clientes.” (p. 69) Este tipo de investigación descriptiva es valiosa porque permite obtener una serie de datos que posteriormente serán información de primera mano para el tema estudiado y siendo confiable debido a que la obtención fue a través de las fuentes primarias. Es importante destacar que, en el desarrollo del trabajo también se utilizarán fuentes secundarias, con la finalidad de que sirvan como guía o referencia al momento de la elaboración de la propuesta.

Dentro de la investigación también se consideró oportuno los estudios exploratorios, ya que permite tener un acercamiento directo con los participantes del estudio investigativo y percibir de mejor manera el entorno, como lo mencionan Sampieri, (2014) “Los estudios exploratorios se emplean cuando el objetivo consiste en examinar un tema poco estudiado o novedoso.” (p. 91). En este caso realizar la investigación en el punto geográfico escogido ha sido poco abordado, y las referencias que se tienen fueron aplicadas en otras ciudades. Sampieri, (2014) enfatizan en que, “Los estudios exploratorios sirven para familiarizarse con fenómenos relativamente desconocidos.” (p. 91). Por esta razón se podrá estar más inmersos en la problemática y conocer las variables necesarias para plantear una resolución al problema.

En el caso particular para realizar la presente investigación se empleará el enfoque cuantitativo, con este enfoque se pretende obtener mediciones empleando métodos estadísticos. Sampieri, (2014) “el enfoque cuantitativo: utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías”. En la investigación se pretende obtener datos por medio de las fuentes primarias, de los cuales después de ser analizados se obtendrán los resultados pertinentes para emitir las conclusiones del trabajo de investigación. La encuesta es una herramienta que permite recolectar datos que pueden ser medibles. Según Gómez, (2014) menciona que, “Una encuesta suele utilizarse como una alternativa a las restricciones que presenta la observación. Se basa en la realización de ciertas preguntas encaminadas a obtener determinados datos”. (p. 82) De acuerdo al presente proyecto de investigación la técnica a utilizar es la encuesta, se vio necesario utilizarla debido al método de investigación que se planteó ya que ésta será aplicada en el exploratorio, con la finalidad de recolectar una información relevante y precisa de acuerdo a los objetivos del proyecto.

Un cuestionario permite estructurar diferentes tipos de preguntas que ayudan a conocer las percepciones de los participantes con referencia a las variables de la investigación. Sampieri, (2014) indica que, “Un cuestionario es un conjunto de preguntas respecto de una o más variables que se van a medir”. (p. 217) Como se procederá a utilizar la técnica de la encuesta, la herramienta o instrumento que se considero es un cuestionario de 15 preguntas, las cuales estarán elaboradas mediante escalamiento de Likert, Sampieri, (2014) “Conjunto de ítems que se presentan en forma de afirmación para medir la reacción del sujeto en tres, cinco o siete categorías.” (p. 238) y preguntas cerradas, Sampieri, (2014) “Son aquellas que contienen opiniones de respuesta previamente delimitadas.” (p. 217) Donde se podrá conocer necesidades, inquietudes y preferencias destacables de los participantes en la administración de sus negocios en la parroquia Tarqui, sector Florida Norte. (Anexo I, p. 81)

3 POBLACIÓN Y MUESTRA

La población es un grupo o conjunto de individuos que presentan características, rasgos, cualidades y preferencias similares u homogéneas. Según Sampieri, (2014) menciona que, “Población o universo es un conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones”. (p. 174) De acuerdo con el presente proyecto de investigación la población objetivo que se determino es finita, esto es debido a que se conoce la totalidad de su segmento o grupo de estudio con características homogéneas. Según el Directorio de empresas y establecimientos, (2016) indica que, figuran en 843.745 empresas a nivel nacional, de las cuales 763.636 son microempresas representado un 90,51% del total de la población. El levantamiento de información se enfocará en Microempresas de la ciudad de Guayaquil, parroquia Tarqui, sector Florida Norte, en donde se pretende identificar las causas del aumento comercial que se esta dando en el sector Florida Norte, también esta el conocer las necesidades e inquietudes que pueden manifestar los encuestados en la administración de sus negocios y por último es el analizar su nivel de preferencia que posean acerca de el servicio de capacitación y asesoría financiera. Se debe resaltar que las Microempresas según Directorio de empresas y establecimientos, (2016) menciona que, “estos grupos están definidos mediante ingresos no mayores a USD\$ 100.000,00 y contar entre el rango de 1 a 9 empleados en sus instalaciones”.

Para el desarrollo de la población objetivo se consideraron los datos del Directorio empresarial, donde se menciona cifras estadísticas de la estructura de las empresas según la provincia, siendo Guayas una de los cinco principales en poseer empresas con un porcentaje del 19,1%. Por otra parte se determino la cantidad de empresas tanto para la ciudad de Guayaquil, la parroquia Tarqui y el sector Florida Norte mediante el calculo por cada 10.000 habitantes, para esto se consulto fuentes del INEC, (2010) y del Centro de Estudios e Investigación Estadísticos ICM-ESPOL, (2012) permitiendo de esta manera conocer la población de habitantes, arrojaron un resultado de 1.307 empresas y por último el tamaño de la empresa (Microempresas) según fuente del Directorio Empresarial del 90,5% para lo cual se obtuvo una cantidad final de 1.184 Microempresas en el sector Florida Norte reflejadas en un 0,14% de la población total.

La muestra es la representación del total de individuos que se le realizara la recolección de datos, también se define como la cantidad de encuestas a realizar para el estudio de investigación. Sampieri, (2014) menciona que, “La muestra es un subgrupo de la población y puede probabilístico o no probabilístico”. (p. 191). “Subgrupo del universo o población del cual se recolectan los datos y que debe ser representativo de está”. (p. 173). En el presente proyecto de investigación se estableció una muestra conociendo a la población objetivo en función a la consulta de datos de Microempresas en el sector Florida Norte, por esta razón se aplico la formula finita detallada a continuación:

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

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,50 \cdot 0,50 \cdot x \cdot 1.184}{0,05^2(1.184 - 1) + 1,96^2 \cdot 0,50 \cdot 0,50}$$

$$n = 290$$

La muestra determinada del estudio arrojó mediante la fórmula finita un total de 290 microempresas.

4 TRATAMIENTO A LA INFORMACIÓN, PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS

4.1 Encuesta

Pregunta 1.- ¿Podría indicar su edad?

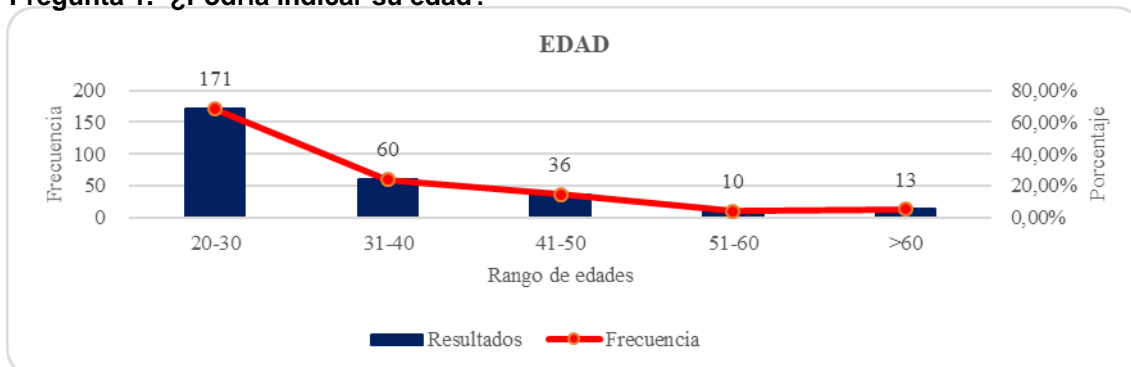


Figura 1. Edad

Elaborada por: Chiquito K, (2019)

De acuerdo a la pregunta 1 de las encuestas realizadas se indicó que el 58,97% están dentro de un rango de edad entre los 20 a 30 años, los mismos corresponden a un total de 171 personas de la muestra. Luego el segundo porcentaje con mayor participación está en el rango de 31 a 40 años muy seguido con un 12,41% el rango de 41 a 50 años, y el valor con menos porcentaje es del de las edades con más de 60 años de edad.

Pregunta 2.- ¿Usted es el dueño del establecimiento?



Figura 2. Propietario

Elaborada por: Chiquito K, (2019)

Se observó que, el 95,9% de las personas son propietarios de negocios, lo cual hace factible llegar directamente a los propietarios para la oferta de los servicios del centro de asesoría, no obstante, el 4,14% de los encuestados son o trabajadores o familiares de los dueños.

Pregunta 3.- ¿Cuáles son los inconvenientes que presentan en la administración de su establecimiento?

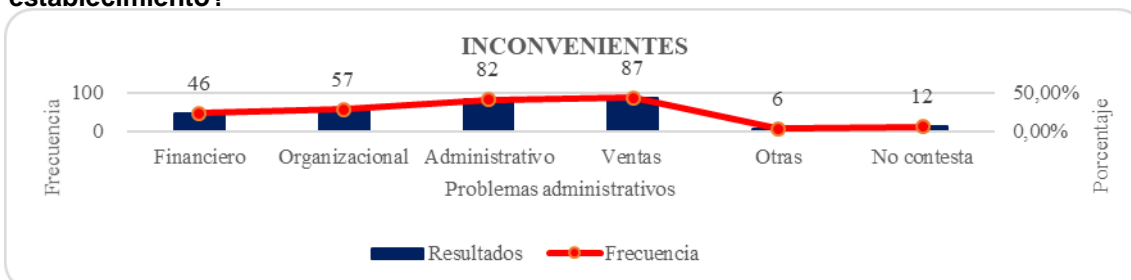


Figura 3. Inconvenientes

Elaborada por: Chiquito K, (2019)

Se observó que los inconvenientes presentados en los microempresarios son las Ventas con un 30% seguido de problemas Administrativos con un 28,28% así se evidencian los problemas a resolver. No así se evidencia que los encuestados presentan menos problemas o inconvenientes con otros tipos de problemas que se presentan en sus negocios, y enfocándose en tema financiero sólo 46 participantes indican tener inconvenientes.

Pregunta 4.- ¿Usted a recibido alguna charla o asesoría en educación financiera?

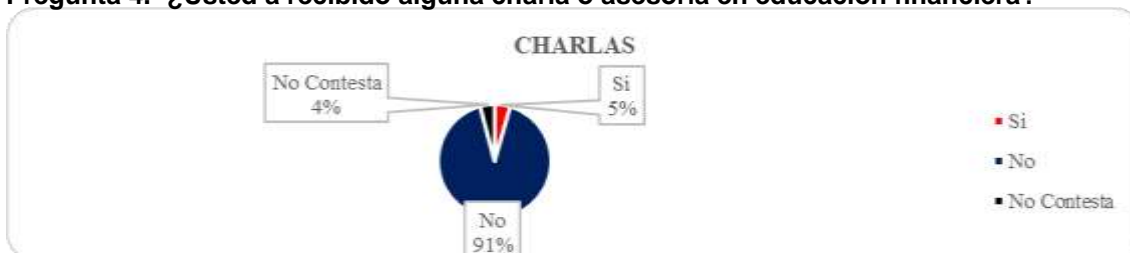


Figura 4. Charlas

Elaborada por: Chiquito K, (2019)

El 91,38% de los encuestados no han recibido charla o capacitación alguna sobre temas financieros, ya que el 4,48% de los mismos que corresponden a un total de 13 encuestados indican haber tenido una capacitación sobre este tema.

Pregunta 5.- ¿Que nivel considera usted que posee para llevar el control de sus finanzas?



Figura 5. Nivel financiero

Elaborada por: Chiquito K, (2019)

El resultado de esta pregunta indica que el nivel financiero que posee el público objetivo es básico, esto indica que el centro de capacitación financiera podría captar a este segmento comprendido por un 92,41% de la población que son 259 personas.

Pregunta 6.- ¿Cree usted que los microempresarios de la zona necesitan asesoría en temas financieros?

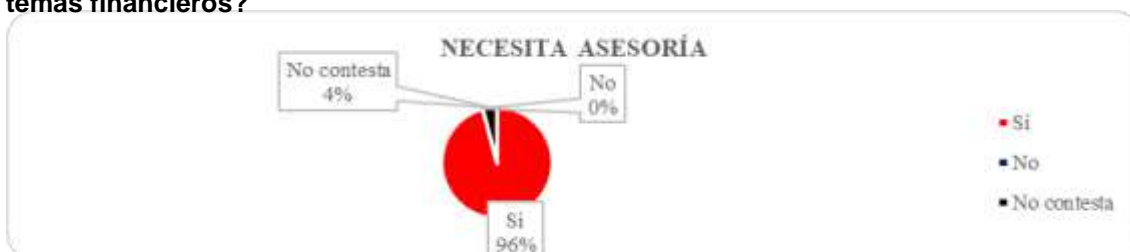


Figura 6. Necesita Asesoría

Elaborada por: Chiquito K, (2019)

Los resultados obtenidos en esta pregunta, se indica el porcentaje de personas que si necesitan una asesoría financiera para el desarrollo de su negocio. Porcentaje del 95,68 % de la población acepta necesitar una asesoría.

Pregunta 7.- ¿En qué medida usted considera importante el contar con asesoría financiera?



Figura 7. Importancia

Elaborada por: Chiquito K, (2019)

El 90,69% de la población indica que, es importante tener conocimientos financieros para el desarrollo de sus negocios, para fines de esta encuesta 263 personas estarían dispuestas a utilizar los servicios del centro de capacitación.

Pregunta 8.- ¿Cree que un centro de asesoría a micro empresarios ayudaría el desarrollo del sector?



Figura 8. Desarrollo

Elaborada por: Chiquito K, (2019)

Gran parte de la muestra indican que es necesario tener un desarrollo para el bienestar de sus emprendimientos, esto lo sustenta en un 75,17% de los encuestados y en segundo lugar indican que es sumamente necesario, sin embargo, el 0% opina sobre este tema que sea innecesario para su desarrollo.

Pregunta 9.- ¿Le gustaría contar con un centro de asesoría que le ayuden con sus dudas sobre temas específicos en su establecimiento?



Figura 9. Adquirir el servicio

Elaborada por: Chiquito K, (2019)

En esta pregunta podemos evidenciar que el 95,9% de los encuestados si adquirirá el servicio mientras que el 4,1% de los encuestados no son renuentes al mismo, sino que se abstienen de contestar la pregunta.

Pregunta 10.- ¿Cuántas veces al año ha participado usted en alguna capacitación?



Figura 10. Frecuencia

Elaborada por: Chiquito K, (2019)

Los resultados de esta pregunta se indica la cantidad de veces que los encuestados estarían dispuestos a recibir o asistir a las capacitaciones, siendo esta el 94,14% de los encuestados que optan por sesiones de 1 a 2 veces por año

Pregunta 11.- ¿Cuál sería el horario idóneo en base a sus necesidades para asistir a una capacitación y asesoría financiera?



Figura 11. Horario

Elaborada por: Chiquito K, (2019)

Los resultados de esta pregunta indica que los usuarios optan por un horario comprendido en la media tarde para recibir la asesoría financiera, con un 62,07% mientras que el horario menos opcionados es el de la noche con un 2,07%, sin embargo, se evidencia también un horario alternativo de la tarde ya que obtuvo un 13,10% de las respuestas favorables de esta encuesta permitiendo así realizar una jornada desde la tarde como inicio hasta la media tarde como cierre.

Pregunta 12.- ¿Cuánto le gustaría que costara contratar los servicios de un centro de capacitación y asesoría financiera mensual?



Figura 12. Precio

Elaborada por: Chiquito K, (2019)

En esta pregunta se consulta a los encuestados el valor por el cual estarían dispuestos a pagar por los servicios de consultoría, el mismo nos da como resultado con un 93,10 % de resultados un valor entre \$45 a \$65.

Pregunta 13.- ¿Qué método de pago utilizaría para acceder a los servicios de capacitación y asesoría financiera?



Figura 13. Método de pago

Elaborada por: Chiquito K, (2019)

En esta pregunta se considera el método de pago de los usuarios por los servicios de asesoramiento financiero, el cuál indica que el 54,83% de los encuestados prefieren hacerlo en efectivo, no así el 6,21% de los mismos indican realizar el pago con tarjeta de crédito o débito, pero aun así se evidencia que un porcentaje del 23,10% de los encuestados prefieren hacer uso de las transferencias para la realización de pagos.

Pregunta 14.- ¿Qué nombre considera usted se ajuste más a los servicios que ofrecemos?



Figura 14. Nombre

Elaborada por: Chiquito K, (2019)

Se sometió a encuesta el posible nombre del centro de asesoría para el cuál el 81,72% de los encuestados decidió por otro nombre, sin embargo, el que más obtuvo votación fue el de Consilium con un 12,41% de aceptación.

Pregunta 15.- ¿Qué tipo de plataforma virtuales maneja usualmente?

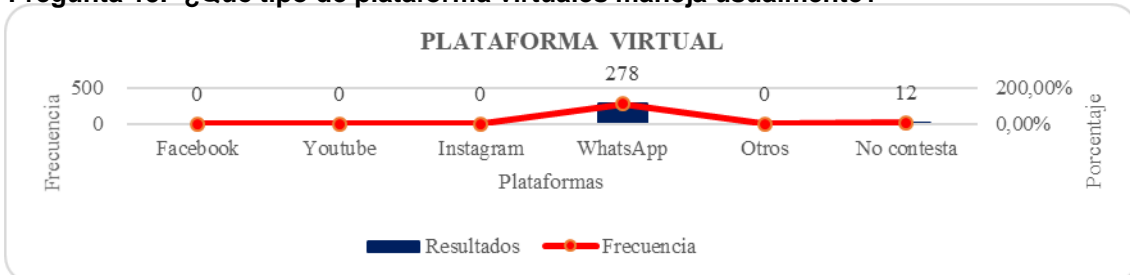


Figura 15. Plataforma virtual

Elaborada por: Chiquito K, (2019)

El medio digital que obtuvo más voto por parte de los encuestados es el de WhatsApp con un 95,86% ya que argumentan que al tenerlo disponible en sus dispositivos móviles les resulta más sencillo el poder acceder a información de manera inmediata.

5 CONCLUSIONES

- Dentro del planteamiento de los objetivos, se puede evidenciar que una de las causas del incremento del comercio es por la necesidad que presentan los moradores en generar ingresos para su economía, directamente e indirectamente para el beneficio y mejor por venir de sus familias.
- En el análisis de la oferta de servicios de capacitación y asesoría financiera dirigida a los micro empresarios es viable, ya que con el levantamiento de información el 91% de los encuestados indican no haber recibido ningún tipo de asesoría financiera y por ende se determina que esta es una necesidad y se considera una ayuda en el desarrollo de sus comercios.
- En la evaluación del desarrollo o alcance de los resultados se puede determinar que existe una demanda latente en el sector Florida Norte para la implementación de un centro de capacitación y asesoría financiera, la misma es considerada como un medio importante para poder desarrollar correctamente los diferentes modelos de negocios que son implementados en el sector, en su mayoría los dueños son las personas que están al frente y se determina que la factibilidad de formar parte del centro de asesoría es positivo.
- Para la determinación de la factibilidad del proyecto se han contemplado todas las variables que inciden en la puesta en marcha del centro de capacitación y asesoría financiera, los valores que arroja este análisis son satisfactoriamente viables e indican que el retorno de esta inversión es del 43% y un TIR del 42%, haciendo factible el proyecto.

6 RECOMENDACIONES

- Se deben realizar campañas por las cuales se logre captar a nuevos clientes, estas campañas deben estar enfocadas en presentarles métodos para incrementar las ganancias no solo en ventas sino también mediante el control administrativo que se debe para las operaciones del establecimiento.
- Aprovechar en un gran porcentaje la demanda insatisfecha que incide en el sector de la Florida Norte, ya que al ser pionero se controla una gran parte del mercado, la baja competencia es una oportunidad muy grande al momento de ejercer un negocio, pero esta tiene un tiempo muy corto por lo cual se debe posicionar rápidamente.
- Es importante que se considere a futuro el uso de la tecnología para realizar asesorías digitales mediante dispositivos móviles, esto generaría una flexibilidad en los horarios de los micro emprendedores ya que en su gran mayoría mencionaron que manejaban cuentas sociales y por estar a cargo de un negocio en crecimiento contaban con poco tiempo para acudir siempre a capacitaciones.
- Se recomienda mejorar los costos que se están dando al ofertar el servicio de asesoría y capacitación financiera, ya que de esta forma se puede marcar una diferencia a futuras competencias que ingresen al mercado, esto se debe lograr perfeccionando las estrategias ya establecidas y controlar los gastos innecesarios del negocio.

BIBLIOGRAFÍA

- Centro de estudios e investigación Estadístico ICM- ESPOL. (1 de Enero de 2012). *ICM- ESPOL*. Obtenido de https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/14779/43/2_SECTORES%20MUNICIPALES.pdf
- Chandler. (1 de Septiembre de 1962). *www.omnimediastudio.com*. Obtenido de Gestión efectiva de emprendimiento sociales: <http://www.omnimediastudio.com/demo/itesm/CGR/pdfs/gestion-efectiva.pdf>

- Constitución de la república del Ecuador. (s.f.). *Constitución de la República del Ecuador*. Obtenido de Constitución de la República del Ecuador: https://www.oas.org/juridico/mla/sp/ecu/sp_ecu-int-text-const.pdf
- Cámara de comercio de Guayaquil. (9 de JULIO de 2018). *Estadísticas macroeconómicas del Ecuador*. Obtenido de Estadísticas macroeconómicas del Ecuador : <file:///C:/Users/admin/Downloads/Entorno-economico-ccg.pdf>
- Directorio de empresas y establecimientos. (1 de Enero de 2016). *INEC*. Obtenido de [ecuadorencifras: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/Directorio_Empresas_2016/Principales_ResuItados_DIEE_2016.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/Directorio_Empresas_2016/Principales_ResuItados_DIEE_2016.pdf)
- Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo. (SEPTIEMBRE de 2017). *ECUADOR EN CIFRAS*. Obtenido de ECUADOR EN CIFRAS: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2018/Septiembre-2018/092018_Mercado%20Laboral.pdf
- Gómez. (2012). *Metodología de la investigación*. México: Red Tercer Millenio.
- Hansen; Mowen & Maryanne. (2017). *Administración de Costos*. México: Cengage Learning.
- Hoselitz. (1 de Enero de 196). *files.gerenciadeproyectosctc.webnode.es*. Obtenido de Los emprendedores evolucionan el concepto: <http://files.gerenciadeproyectosctc.webnode.es/200000012-8e0ad8f050/1%20Evoluci%C3%B3n%20conceptual%20del%20emprendimiento.pdf>
- INEC. (Marzo de 2018). *www.ecuadorencifras.gob.ec*. Obtenido de Reporte de economía legal : http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2018/Marzo-2018/Informe_Economia_laboral-mar18.pdf
- Imbaquingo & Eliécer. (1 de Mayo de 2011). <https://dspace.ups.edu.ec>. Obtenido de Proyecto de factibilidad para la creación de un centro de capacitación en gestión fiscal y tributaria para personas naturales y microempresas ubicadas en la ciudad de Quito.: <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/4724>
- MYPINES. (1 de Enero de 2012). *www.sunat.gob.pe*. Obtenido de Sunat: <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/define-microPequenaEmpresa.html>
- Ministerio de educación . (26 de Noviembre de 2018). *educacion.gob.ec*. Obtenido de Ministerio de educación : <https://educacion.gob.ec/marcelo-jaramillo-es-designado-como-ministro-de-educacion-encargado/>
- Parking. (2010). *Micoeconomía*. México: Pearson .
- Pilco & Ruiz. (2015). *La investigación de mercados como una disciplina estratégica*. Riobamba: AvlaESPOCH.
- Plan nacional de desarrollo. (1 de Enero de 2017-2021). *Plan nacional de desarrollo "Toda una vida"*. Obtenido de www.planificacion.gob.ec: <http://www.planificacion.gob.ec/plan-nacional-de-desarrollo-2017-2021-toda-una-vida/>
- Ramírez. (2016). *Fundamentos de Administración*. México: Pearson.
- Rodríguez. (2011). *El emprendedor de éxito*. México: MCGRAWHILL.
- Sampieri. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: MCGRAW-HILL.
- Schumpeter. (1 de Enero de 1932). *claseinnovacion.blogspot.com*. Obtenido de Innovación : <http://claseinnovacion.blogspot.com/2008/11/final-la-innovacin-y-schumpeter.html>
- Van Horne; James; Wachowicz; Jr & John. (2012). *Fundamentos de Administración financiera*. México: PEARSON.

Zavala. (2002). *Fundamentos de economía*. México: Pearson.