



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA

FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

**ESTUDIO DE MERCADO PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DE
CAPACITACIONES FINANCIERAS EN LA PARROQUIA ANCONCITO,
AÑO 2026**

TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTOR:

Angie Teresa Florencio Suarez.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2026

Aprobación del profesor tutor

En mi calidad de Profesor Tutor del trabajo de titulación, **“Estudio de mercado para la creación de una empresa de capacitaciones financieras en la parroquia Anconcito, año 2026”**, elaborado por la **Srta. Angie Teresa Florencio Suarez** egresada de la Carrera de Administración de Empresa, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de **Licenciada en Administración de Empresas**, declaro que luego de haber asesorado científica y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, este cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual apruebo en todas sus partes

Atentamente,

Ing. Linda Amarilis Núñez Guale, MBA

Profesor tutor

Autoría del trabajo

El presente Trabajo de Titulación denominado "Estudio de mercado para la creación de una empresa de capacitaciones financieras en la parroquia Anconcito, año 2025", constituye en requisito previo a la obtención del título de Licenciada en Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Yo, Angie Teresa Florencio Suarez con cédula de identidad numero 0928018233 declaro que la investigación es absolutamente original, autentica y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad; el patrimonio intelectual del mismo pertenece a la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Atentamente



Angie Teresa Florencio Suarez

C.C. No: 0928018233

Dedicatoria

Dedico este trabajo a Dios, por darme la fortaleza, la salud y la guía necesarias para superar cada obstáculo en este camino académico, y por poner en mi vida a las personas correctas que me impulsaron a seguir adelante.

Dedico este trabajo a mis padres, Mónica Suarez y César Florencio quienes, con su amor, su paciencia, su comprensión han velado por mí, por mi bienestar, y me han acompañado a lo largo de este proceso; a mis hermanos de igual manera, Mabel y Douglas por creer en mí y en mis habilidades, por estar siempre al tanto en todo momento.

De manera especial, también a Josué, mi mejor amigo de colegio, por su paciencia infinita, por escuchar mis dudas existenciales a altas horas de la noche y por ser mi refugio en los momentos de mayor estrés e incertidumbre. Gracias por creer en mi cuando yo misma dudaba.

A mis amigos de la universidad, Geomaira, Cinthya, Jennifer, Tyronne y Jordy, desde que coincidimos en quinto semestre, no solo compartimos aulas o proyectos, sino un apoyo incondicional que hizo posible llegar juntos hasta aquí, Gracias por su amistad tan sincera, por las risas compartidas que aligeraron la carga y por ser el mejor equipo que la vida universitaria me pudo regalar.

Angie Teresa Florencio Suarez

Agradecimiento

En primer lugar, agradezco a la Universidad Estatal Península de Santa Elena por abrirme las puertas a una formación profesional de calidad y por ser el espacio donde crecí no solo como estudiante, sino como persona.

A mi tutora de tesis, la Ing. Linda Núñez. MBA por su valiosa guía, su paciencia infinita y por compartir sus conocimientos conmigo para orientar este trabajo de investigación con éxito. A todos los docentes que formaron parte de mi camino, gracias por sembrar en mí la curiosidad científica. De igual manera al docente Ing. José Villao. Mgt quien me ayudó con revisión y sugerencias en mi tema de titulación.

Angie Teresa Florencio Suarez

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Lic. José Xavier Tomalá Uribe, MSc.
DIRECTOR DE LA CARRERA

Ing. José Fabián Villao Viteri, MSc.
PROFESOR ESPECIALISTA

Ing. Linda Núñez Guale, MBA.
PROFESOR TUTOR

Ing. Sabina Villón, MBA.
PROFESOR GUÍA DE LA UIC

Lic. Julissa González González. MSc.
SECRETARIA DE LA CARRERA

Índice de contenidos

Resumen	11
Abstract	12
Planteamiento de problema.....	15
Formulación del problema.....	16
Sistematización del problema	16
Objetivo general.....	16
Objetivos específicos:.....	16
Justificación	16
Idea a defender	18
Capítulo I.....	20
Revisión de literatura.....	20
Desarrollo de teorías y conceptos	23
Fundamentos legales	29
Capítulo II.....	33
Diseño de la investigación.....	33
Métodos de la investigación	34
Población y muestra	35
Población	35
Muestra	36
Recolección y procesamiento de datos.....	38
Técnicas de investigación.....	38
Instrumentos.....	38
Entrevistas.....	38
Encuestas	38
Capítulo III	40
Resultados y Discusión	40
Análisis de los resultados de la entrevista	40
Análisis de los resultados de las encuestas aplicado en la PEA de Anconcito.	48
Discusión	63
Diseño de la propuesta de FinanCap Anconcito S.A.S.	65
Concepto de negocio	65
Justificación de la propuesta.....	65

Relación con los objetivos de la investigación	65
Evidencia empírica que sustenta el diseño	66
Evidencia cualitativa de las entrevistas	68
Propuesta de valor	69
Mercado objetivo y segmentación	69
Portafolio de programas de capacitación.....	70
Estructura metodológica común	71
Criterios para la certificación.....	72
Modelo de prestación del servicio	72
Horarios	73
Política de precios y descuentos	73
Estrategia comercial y de captación.....	74
Embudo de matrícula.....	74
Modelo operativo y procesos.....	75
Política de apertura de cohortes	76
Estructura organizacional por etapas	76
Herramientas administrativas y control.....	77
Modelo financiero propuesto.....	77
Supuestos técnicos de cálculo	77
Inversión inicial de caja recomendada	78
Costos centrales mensuales.....	79
Contribución y punto de equilibrio por modalidad	79
Plan anual base de 30 cohortes	80
Análisis de sensibilidad	81
Interpretación financiera.....	81
Modelo complementario de alianzas y patrocinio	82
Plan de implementación	82
Cronograma comercial de referencia	83
Matriz de riesgos y medidas de control.....	84
Indicadores de seguimiento	85
Conclusiones.....	86
Recomendaciones	87
Referencias	89

Apéndice 1. Matriz de Consistencia	94
Apéndice 2. Formato de entrevista	95
Apéndice 3. Formato de encuestas.....	97
Apéndice 3. Validación de instrumentos – Entrevista.....	101
Apéndice 3. Validación de instrumentos – Encuesta	102
Apéndice 4. Certificado de validación de instrumentos.....	103
Apéndice 5. Base de datos.....	104
Apéndice 6. Certificado de Antiplagio	105
Apéndice 7. Cronograma.....	106
Apéndice 8. Ficha de control de tutorías	107
Apéndice 9. Evidencia de encuestas	110
Apéndice 10. Reglas operativas que deben respetarse para conservar la viabilidad	111
Apéndice 11. Fórmulas financieras utilizadas	112

Índice de Figuras

Figura 1.....	48
Figura 2.....	49
Figura 3.....	50
Figura 4.....	51
Figura 5.....	52
Figura 6.....	53
Figura 7.....	54
Figura 8.....	55
Figura 9.....	56
Figura 10.....	57
Figura 11	58
Figura 12.....	59
Figura 13.....	60
Figura 14.....	61
Figura 15.....	62

Índice de tablas

Tabla 1	36
Tabla 2	36
Tabla 3	37
Tabla 4	48
Tabla 5	49
Tabla 6	50

Tabla 7	51
Tabla 8	52
Tabla 9	53
Tabla 10	54
Tabla 11	55
Tabla 12	56
Tabla 13	57
Tabla 14	58
Tabla 15	59
Tabla 16	60
Tabla 17	61
Tabla 18	62
Tabla 19	65
Tabla 20	66
Tabla 21	68
Tabla 22	69
Tabla 23	70
Tabla 24	71
Tabla 25	72
Tabla 26	73
Tabla 27	74
Tabla 28	75
Tabla 29	76
Tabla 30	77
Tabla 31	77
Tabla 32	78
Tabla 33	79
Tabla 34	79
Tabla 35	80
Tabla 36	81
Tabla 37	82
Tabla 38	83
Tabla 39	84
Tabla 40	85



Estudio de mercado para la creación de una empresa de capacitaciones financieras en la parroquia Anconcito, año 2025

Autor:

Angie Teresa Florencio Suarez

Tutor:

Ing. Linda Núñez Guale, MBA.

Resumen

La presente investigación titulada Estudio de mercado para la creación de una empresa de capacitaciones financieras en la parroquia Anconcito, año 2025 abarca la problemática de la escasez de conocimiento en el ámbito financiero y la ausencia de competencias administrativas que presionan y limitan el desarrollo económico de la comunidad y microemprendimientos en los sectores rurales. En la parroquia Anconcito, predomina la actividad económica basada en la pesca artesanal y el comercio autónomo e informal, dónde los trabajadores gestionan sus recursos económicos de manera empírica, arriesgándose a los sobreendeudamientos informales y sobrellevando las temporadas de veda o baja producción. El objetivo general del estudio se basó en establecer un estudio de mercado para proponer la creación de una empresa de capacitaciones financieras en la parroquia Anconcito durante el año 2025.

La metodología implementada se basó en un diseño no experimental y transversal con un enfoque mixto, es decir, cuantitativo y cualitativo, de alcance descriptivo, aplicando los métodos analítico e inductivo. Se trabajó con una población económicamente activa (PEA) de la parroquia, la cual se extrajo una muestra probabilística aleatoria simple para la aplicación de encuestas tabuladas en SPSS, complementadas con 3 entrevistas dirigidas a pescadores y una emprendedora local. Finalmente, la investigación concluye y valida la viabilidad comercial, técnica y social de la empresa, estructurando la propuesta bajo el nombre de "FinanCap Anconcito", un modelo de negocio con un alto impacto social enfocado en mitigar el estancamiento económico de la comunidad.

Palabras claves: Estudio de mercado, educación financiera, capacitaciones, plan de negocios, Anconcito.



Market study for the creation of a financial training company in the Anconcito parish, year 2025

Author:

Angie Teresa Florencio Suárez

Tutor:

Ing. Linda Núñez Guale, MBA

Abstract

This research, titled "Market Study for the Creation of a Financial Training Company in Anconcito Parish (2025)," addresses the issues of limited financial knowledge and a lack of administrative skills—factors that constrain the economic development of the community and micro-enterprises in rural areas. Economic activity in Anconcito Parish is dominated by artisanal fishing and independent, informal trade; workers manage their financial resources empirically, exposing themselves to the risk of informal over-indebtedness while struggling to cope with closed fishing seasons or periods of low productivity. The study's primary objective was to conduct a market analysis to propose the establishment of a financial training company in Anconcito Parish in 2025.

The methodology employed a non-experimental, cross-sectional design with a mixed-methods approach (combining quantitative and qualitative data) and a descriptive scope, utilizing analytical and inductive methods. The study focused on the parish's economically active population (EAP), from which a simple random probability sample was drawn for surveys—tabulated using SPSS—complemented by three interviews with fishermen and a local female entrepreneur. Ultimately, the research confirms the commercial, technical, and social viability of the venture, structuring the proposal under the name "FinanCap Anconcito"—a business model with significant social impact aimed at alleviating the community's economic stagnation.

Keywords: Market study, financial education, training, business plan, Anconcito.

Introducción

A nivel global, el Banco de Desarrollo de América Latina y el Caribe (CAF) ha destacado que la deficiencia de conocimientos financieros limita el futuro crecimiento económico de un sector, incrementa la vulnerabilidad que existe en las familias y reduce las oportunidades de inversión, especialmente en lugares donde abunda el desconocimiento económico. En sectores como América Latina existe una gran variedad de discrepancias sociales y económicas, el Banco Central en el año 2021 demostró que el 40% de la población no cuenta con el conocimiento necesario de productos financieros lo que limita el desarrollo sostenible del sector.

En la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) se realizó una encuesta Internacional de Alfabetización Financiera de Adultos en el año 2023 (IAFA) donde se evidencia que los adultos obtienen una puntuación alta en alfabetización financiera, es decir, aquellos poseen más habilidades para administrar sus recursos, también pueden afrontar situaciones y tomar decisiones de manera responsable y entienden los conceptos como el ahorro, el endeudamiento y la inversión. Sin embargo, estos resultados también evidencian que aún existen desafíos en la aplicación práctica de estos conocimientos en la vida cotidiana, especialmente en temas relacionados con la planificación financiera y el sobreendeudamiento.

Dentro de la investigación se añadió más datos como la comprensión de cuestiones monetarias de estudiantes de 15 años en 20 economías, se realizó una encuesta y los resultaron reflejaron que, en promedio, en los 14 países participantes de la OCDE, el 11 % de los estudiantes obtuvo el mejor rendimiento en alfabetización financiera, en comparación con el 18 % de los de bajo rendimiento. Los estudiantes con mejor rendimiento pueden analizar productos financieros complejos y resolver problemas financieros no rutinarios, mientras que los de bajo rendimiento pueden distinguir entre necesidades y deseos, tomar decisiones sencillas sobre el gasto diario y comprender la finalidad de documentos financieros cotidianos, como una factura.

En un contexto más cercano, según Ulloa-Méndez et al. (2018), afirma que la educación financiera es una herramienta esencial para alcanzar una gestión eficiente de los recursos económicos, a nivel personal o familiar, incluso profesional. En este sentido, el cantón La Maná, ubicado en la provincia de Cotopaxi, Ecuador, la implementación de programas educativos enfocados en la alfabetización financiera y la promoción de hábitos de ahorro entre

los estudiantes puede contribuir en la adecuada administración de ingresos y gastos, de la misma manera fomentar una cultura económica sostenible y responsable.

A pesar de la importancia sobre la educación financiera por ser esencial para el desarrollo, existen limitaciones, por ejemplo, en sectores rurales donde el acceso a la información y los servicios financieros es aún escaso. El Banco Central del Ecuador considera que la educación financiera es fundamental para tener acceso al sistema bancario y a cómo usarlo correctamente por ello articula espacios como foros para el dialogo, su finalidad es ayudar a los emprendimientos a seguir existiendo en un mercado competitivo, mejorando su inversión. La Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (SCVS) desarrollo capacitaciones financieras dirigidas a más de 50 estudiantes de la carrera de Administración de empresas en la universidad Politécnica Salesiana con la finalidad de fortalecer los conocimientos adquiridos sobre las finanzas digitales y los riesgos de la misma, se abordaron más temas en el ámbito financiero para corroborar su compromiso con los jóvenes de manera que impulsa un cultura de prevención de riesgos y una inversión responsable.

En este contexto, la parroquia Anconcito, ubicada en el cantón Salinas, presenta una oportunidad significativa para fomentar el conocimiento financiero a través de programas de capacitación especializados, su creciente actividad económica se vincula principalmente a la pesca, el comercio y pequeños emprendimientos. Sin embargo, los habitantes carecen de conocimientos financieros adecuados que les permitan administrar de manera eficiente sus ingresos, acceder a financiamiento o planificar el crecimiento de sus negocios.

Esta situación evidencia una oportunidad para la creación de una empresa de capacitaciones o educación financiera que contribuya al fortalecimiento de las capacidades económicas de los habitantes. Por ello, el presente proyecto tiene como finalidad elaborar un estudio de mercado para la implementación de este tipo de servicio en el año 2025, para identificar la demanda potencial, los intereses que tenga la comunidad, así como las condiciones económicas y sociales que influyen en la implementación de este tipo de empresa. Finalmente, esta investigación busca generar un impacto positivo en la población local, promoviendo una cultura de responsabilidad financiera que contribuya al crecimiento, personal y colectivo de la comunidad.

Planteamiento de problema

En un contexto global, el programa gubernamental Estrategia Nacional de Educación Financiera (ENEF) implementada en Ecuador, México y Chile tiene como objetivo enseñar a las personas a administrar sus recursos económicos de forma adecuada, comparando sus productos bancarios y evitando el endeudamiento excesivo, ayudando a que grupos vulnerables como los jóvenes y mujeres puedan acceder al sistema bancario con los conocimientos previos. Sin embargo, este programa deja otras necesidades de educación financiera en otros grupos que no se encuentran dentro del sistema educativo ni constan el sistema financiero formal, destacan los 2.1 millones de ecuatorianos mayores de 15 años que no forman parte aun del sistema financiero, es decir, el 17% son excluidos. Además, destacaron la metodología utilizada para trabajar con migrantes, jóvenes, mujeres y la población rural. (2024)

En Ecuador, la problemática relacionada con el escaso conocimiento financiero continúa siendo evidente en distintos sectores de la sociedad. Muchas personas presentan dificultades para administrar correctamente sus ingresos y gastos, así como para desarrollar hábitos de ahorro y planificación económica. Además, se promulgó una nueva ley denominada Ley Orgánica de Educación Financiera que está en vigencia desde el 4 de junio del 2026, su finalidad es incorporar y regular la educación financiera en los sistemas de educación inicial, básica, bachillerato y educación superior, promoviendo una cultura financiera responsable en los habitantes de la población, en el diario expreso se menciona que los ciudadanos tienen altos niveles de endeudamiento mediante el uso de tarjetas de crédito con sobreendeudamiento al no tener conocimiento sobre el uso debido del crédito. (2026)

En la parroquia Anconcito, perteneciente al cantón Salinas, presenta una economía basada principalmente en actividades como la pesca, el comercio y pequeños emprendimientos existentes. Sin embargo, muchos de estos presentan carencias de conocimientos financieros básicos, lo que limita la capacidad para gestionar adecuadamente sus recursos, acceder a financiamiento y lograr la sostenibilidad de sus negocios en los habitantes comprometidos con la economía.

Además, se evidencia la ausencia de organizaciones especializadas en capacitación financiera que atiendan las necesidades específicas de la población, lo cual limita el desarrollo de habilidades económicas y la mejora en la calidad de vida de los habitantes. Esta situación genera como consecuencia la mala administración de ingresos, el escaso hábito de ahorro y el bajo crecimiento de los emprendimientos locales. En este contexto, surge la necesidad de

proponer la creación de una empresa de capacitaciones financieras en la parroquia Anconcito durante el año 2025.

Formulación del problema

¿De qué manera un estudio de mercado incide a la creación de una empresa de capacitaciones financieras en la Parroquia de Anconcito?

Sistematización del problema

- ¿Cuál es la situación actual del mercado a investigar en el contexto financiero en la parroquia Anconcito?
- ¿Cuáles son las necesidades en el ámbito financiero de los habitantes de la parroquia Anconcito?
- ¿Qué impacto tendría la creación de la empresa de capacitaciones en la parroquia Anconcito?

Objetivo general

Realizar un estudio de mercado para proponer la creación de una empresa de capacitaciones financieras en la parroquia Anconcito.

Objetivos específicos:

- 1.- Diagnosticar la situación actual del mercado a investigar en el contexto financiero en la parroquia Anconcito.
- 2.- Identificar las necesidades de los habitantes para que decidan participar en las capacitaciones financieras.
- 3.- Proponer la creación de una empresa de capacitación financiera a partir del estudio de mercado.

Justificación

Justificación Teórica

La presente investigación se basa en varios fundamentos teóricos sobre el estudio de mercado, la educación financiera y el emprendimiento, los cuales ayudan a validar la importancia de la propuesta planteada.

Según Kotler y Armstrong (2012), indica que el estudio de mercado es una herramienta importante que permite conocer acerca de las necesidades, el comportamiento y las características del público objetivo y, por lo tanto, tomar decisiones más razonables con mínima

probabilidad de fracaso en el mercado. Además, es útil para comprender si un nuevo negocio es viable, debido a que la incertidumbre es la más alta en términos de lanzar nuevos productos o servicios.

Según Salesforce (2024), nos indica que un estudio de mercado es un análisis sistemático y abarca las condiciones, tendencias y características de un determinado mercado. Con esta herramienta se busca obtener una percepción valiosa sobre el ambiente competitivo, las necesidades de los consumidores, las oportunidades de negocios y las posibles amenazas. Este proceso involucra la recogida e interpretación de datos relevantes, permitiendo que las empresas comprendan mejor a su público objetivo. En esencia, un estudio de mercado es una herramienta estratégica fundamental para orientar el desarrollo y el éxito de un negocio.

De igual manera, investigaciones realizadas por la CAF - Banco de Desarrollo de América Latina y el Caribe en los años 2017, 2020 y 2024 evidencian que, en muchas comunidades rurales de América Latina, los programas de formación financiera aún presentan limitaciones en términos de accesibilidad y adaptación a las necesidades reales de la población. Entre estos estudios destacan "Determinantes socioeconómicos para la educación financiera" (2017), Determinantes del bienestar financiero evidencia para América Latina (2020) y diversos programas de inclusión y educación financiera impulsados por la institución en 2024. Estas investigaciones fortalecen la importancia de desarrollar modelos de negocio enfocados en la capacitación financiera especializada y accesible para la comunidad

En el caso de Ecuador, la educación financiera ha adquirido relevancia en los últimos años debido a la necesidad de fortalecer la inclusión económica y reducir las brechas sociales. Estudios señalan que el conocimiento financiero influye directamente en la capacidad de los individuos para gestionar sus ingresos, planificar sus gastos y desarrollar emprendimientos sostenibles. Asimismo, se ha evidenciado que la educación financiera contribuye a la reducción de la pobreza y al fortalecimiento de la cultura de ahorro, siendo un factor determinante en el desarrollo personal, familiar y empresarial.

A pesar de los avances, persisten limitaciones en el nivel de educación financiera de la población, lo que genera la necesidad de implementar programas de capacitación adaptados a las realidades locales. La realización de un estudio de mercado no solo ayudará a evaluar la viabilidad comercial de la propuesta, sino que también justificará la demanda urgente de un servicio destinado a mejorar la alfabetización financiera en la parroquia.

Justificación Practica

Esta investigación resulta ser bastante útil y de gran importancia para los habitantes de la parroquia Anconcito, en el cantón Salinas. El objetivo es proponer la creación de una empresa que brinde talleres sobre finanzas a los residentes. En esta localidad, muchas personas trabajan por su cuenta en como la pesca, la venta de productos y el turismo, sin embargo, existe limitado conocimiento sobre el manejo responsable de su ingreso, egresos en la inversión.

A través de la realización de un estudio de mercado, se podrá identificar y entender las necesidades de los habitantes, reconocer el nivel de interés y el nivel de disposición para acceder a este tipo de enseñanza. Esto nos ayudará a diseñar una propuesta de empresa que se ajuste a la realidad económica y social de la parroquia. Este proyecto no solo podría dar trabajo a algunas personas, sino también ayudar a que las familias mejoren su situación económica al saber administrar mejor su dinero.

Del mismo modo, las conclusiones obtenidas del análisis facilitarán el desarrollo de programas de capacitaciones funcionales, accesibles y relevantes, que impulsen el ahorro y la iniciativa empresarial. Así mismo, esta optimización de la instrucción financiera disminuirá el endeudamiento excesivo, incrementará la destreza inversora de las familias y, a futuro, mejorar la calidad de vida de los habitantes de Anconcito.

Por consiguiente, este estudio no solo ofrecerá información valiosa para la resolución de determinar la viabilidad de la creación de una empresa de capacitaciones, sino, además, aportará herramientas para fortalecer el desarrollo económico de la comunidad y respaldará el progreso económico del entorno.

Finalmente, un estudio de mercado es una oportunidad que contribuye a la economía local, en consideración a lo antes mencionado se plantea la idea a defender de la investigación: El estudio de mercado contribuirá en la creación de una empresa de capacitaciones financieras en la parroquia Anconcito. En este sentido, la variable independiente corresponde al estudio de mercado, por tanto, la variable dependiente es la creación de empresa de capacitaciones financieras.

Idea a defender

El estudio de mercado contribuye en la creación de una empresa de capacitaciones financieras en la parroquia Anconcito.

En el **mapeo**, la Introducción brinda una visión general de la investigación y describe temas importantes como la problemática que existe a nivel global sobre los niveles de conocimientos de educación financiera, asimismo de manera nacional y de manera local, identificando la problemática de una parroquia del cantón Salinas en específico, seguido de la formulación y sistematización en base a preguntas que guiaran de manera adecuada la búsqueda de respuestas durante la investigación, se establecen los objetivos definiendo con claridad que se pretende resolver, también incluye la justificación práctica y teórica que fundamentan y resaltan la importancia del estudio en contextos reales y por último se plantea la idea a defender acompañado de la descripción de todos los capítulos.

En el **capítulo I** denominado marco referencial se detalla la revisión literaria dando énfasis a tesis similares y artículos científicos relacionados a estudio de mercado o estudio de factibilidad para la creación de una empresa, asimismo, se especifica teorías y conceptos que se relacionan con las variables, dimensiones y sus indicadores.

El **capítulo II** denominada metodología que se ha usado durante la investigación los cuales son: el enfoque, las técnicas de recolección de datos, la población y muestra aplicada, la validación de instrumentos y los recursos para recolección de datos los mismos que serán de mucha relevancia para el desarrollo del presente trabajo investigativo basado en el estudio de mercado y la creación de empresas. Es fundamental sustentar nuestra idea con un marco legal detallando normativas como: la Constitución de la República de Ecuador, Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación.

Finalmente, el **capítulo III** denominado resultados obtenidos de las encuestas y entrevistas que se realizarán, además de la discusión donde se resalta la viabilidad del proyecto, y por último se presentan las conclusiones y recomendaciones, finalizando con las referencias bibliográficas que respaldan la investigación.

Capítulo I

Revisión de literatura

En el contexto del marco referencial son importantes los trabajos internacionales y nacionales, varios estudios ayudan en la investigación contenga bases teóricas solidas con relación al tema de estudio. Diversos estudios realizados en la Universidad de Costa Rica como el articulo 'Fundamentos teórico-metodológicos de la educación financiera: un análisis de las entidades reguladas en Costa Rica' que sostienen que la educación financiera influye en la rentabilidad de los emprendimientos o negocios. Un estudio similar indicó que la mayoría de las personas que empiezan en negocios carecen en conocimientos de educación financiera, la correcta administración del recurso monetario, fijación de los precios, lo cual afecta al crecimiento de su emprendimiento.

De acuerdo con Ramos, Medina y Ruiz (2012) realizaron la investigación titulada "Determinants of Hotels and Restaurant Entrepreneurship: A study Using GEM Data" cuya finalidad fue analizar los factores que afectan a los emprendimientos en varios países. Esta investigación realizó un enfoque cuantitativo desarrollado en más de 33.000 personas y los resultados resaltaron que el desconocimiento empresarial y financiero afecta significativamente en el desarrollo de los emprendimientos. Los autores concluyeron que para iniciar un negocio en el sector se necesita como factor determinante las habilidades emprendedoras de los dueños, los contactos y las relaciones con otros dueños son importantes para poder reducir la incertidumbre y facilitar el acceso a información como también de recursos. Este estudio aporta por su parte la importancia de fortalecer las capacidades financieras en las personas.

En otro estudio denominado "Determinants of the Propensity for Innovation among entrepreneurs in the Tourism Industry", escrito por Montanes y Medina (2020), cuyo objetivo fue identificar los factores que ayudan a la innovación en el ámbito turístico. Esta investigación se desarrolló de la misma manera que la anterior, en varios países. La metodología utilizada fue cuantitativa y se realizó a emprendedores internacionales, los resultados de esta investigación resaltando que la educación y la capacitación influyen en estos temas. Los resultados de este estudio evidenciaron que la innovación en los negocios turísticos está muy relacionada con las características y capacidades que tenga el emprendedor, además, la identificación de oportunidades en los negocios es fundamental para el desarrollo de las ideas innovadoras contribuyendo en la mejoría en la competitividad y sostenibilidad en las

organizaciones turísticas. Este estudio tiene relación con el presente ya que evidencia la importancia del fortalecimiento de negocios.

Según Medina, Buenestado y Molina (2023) en el estudio titulado "Financial Literacy as a Key to Entrepreneurship Education: A Multi-Case Study Exploring Diversity and Inclusion", realizado en cinco ciudades de México, a jóvenes de entre 17 y 24 años de edad, cuyo objetivo es analizar los conocimientos, comportamientos y actitudes financieras de los jóvenes para comprender como la educación financiera influye en el desarrollo de competencias relacionadas con el emprendimiento. La metodología utilizada es un enfoque mixto donde se centró en grupos focales con cuestionarios para evaluar la alfabetización financiera. Los resultados evidenciaron que el pensamiento crítico y la educación financiera están estrechamente relacionada con los comportamientos y actitudes financieras, favoreciendo la toma de decisiones y promoviendo las capacidades emprendedoras en la población.

En Ecuador, Sánchez y Valarezo (2024) realizaron el estudio denominado "El papel de la educación financiera en los emprendimientos de estudiantes de la Escuela Politécnica Agropecuaria de Manabí", se desarrolló en la provincia de Manabí, el objetivo de este estudio fue analizar la importancia de la educación financiera en los emprendimientos de estudiantes. La metodología aplicada fue con un enfoque descriptivo y mixto, además fue una investigación de tipo exploratoria, por medio de encuestas a 75 estudiantes de la carrera de Administración de Empresas, aquellos resultados evidenciaron que existen deficiencias en el manejo y entendimiento de conceptos financieros, algunos estudiantes presentaron hábitos como el ahorro y conocimientos básicos sobre las tasas de interés, sin embargo, una muestra de los encuestados tienen dificultades con conceptos de planificación de ahorro, gestión de crédito y la administración eficiente de los recursos financieros.

Los autores concluyeron que existen deficiencias sobre los conocimientos de educación financieras en los estudiantes emprendedores, lo que influye significativamente en el desarrollo de los emprendimientos, además, indican que las limitaciones se relacionan con los insuficientes recursos para la formación financiera con priorización en implementarla en la formación académica. Esta investigación se relaciona con la actual ya que resalta la necesidad de fortalecer el conocimiento financiero en Ecuador.

De acuerdo con Casal Rodríguez, Coello Ordoñez y Herrera Bodadilla (2025), desarrollaron la investigación denominada "La educación financiera como base para el desarrollo de emprendimientos y organizaciones de economía popular y solidaria en Daule"

este estudio se desarrolló en la provincia del Guayas, específicamente en el cantón Daule, tuvo como objetivo analizar la influencia de la educación financiera en el desarrollo de los emprendimientos de manera local, en esta investigación se utilizó la metodología descriptiva, con un enfoque cualitativo, se recopilaron datos de una encuesta dirigida a emprendedores y miembros de las empresas de Economía Popular y Solidaria (EPS). Los resultados obtenidos llegaron a la conclusión de que las capacitaciones financieras mejoran la resiliencia empresarial en los habitantes y ayuda a la toma de decisiones, también se evidenció que muchos de los individuos encuestados toman decisiones de manera emocional, de hecho, el 57% de ellos indicó que las emociones influyen en sus decisiones relacionadas con recursos económicos.

Los autores concluyen que la educación financiera constituye una herramienta importante para el desarrollo de los emprendimientos locales, ya que fortalece la planificación estratégica, contribuye a la administración de recursos y favorece el crecimiento económico sostenible. Este estudio se relaciona con la presente ya que respalda la idea de implementación de capacitaciones financieras en comunidades rurales y sectores muy productivos en el Ecuador.

Finalmente, Echeverría Guzmán et al (2025), desarrollaron el estudio titulado "Educación financiera para emprendedores: Análisis de una intervención formativa", este estudio se desarrolló en Guayaquil, cuyo objetivo es analizar el impacto de una intervención de capacitación en educación financiera sobre los conocimientos financieros de emprendedores perteneciente a diversos sectores económicos. La metodología utilizada tuvo un enfoque cuantitativo, con diseño descriptivo y no experimental, donde se aplicó un programa de capacitación centrado en el modelo ADDIE (análisis, diseño, desarrollo, implementación y evaluación) a 146 personas emprendedoras con un cuestionario con escala Likert.

Los resultados evidenciaron que los participantes mejoraron en su mayoría sobre los conocimientos y demostraron actitudes más favorables con relación a la gestión económica, sin embargo, los cambios en los comportamientos financieros fueron de menor impacto, demostrando la necesidad de programas de capacitación y seguimiento continuo. Los autores llegaron a la conclusión que la educación financiera fortalece las capacidades empresariales y contribuye a la mejoría de gestión en los emprendimientos.

Desarrollo de teorías y conceptos

Variable independiente: Estudio de mercado

En el libro titulado Investigación de mercado de Naresh K. Malhotra (2008) indica que es la identificación, recopilación, análisis, difusión y uso sistemático y objetivo de la información con el propósito de mejorar la toma de decisiones relacionadas con la identificación y solución de problemas y oportunidades, es decir, sirve para identificar las características de un mercado en específico y comprender como este funciona, permite conocer las expectativas, necesidades y tendencias además logra determinar los cambios que tendrá la industria de forma oportuna para poder adaptarse a ellos.

1. Oferta

1.1. Producto

El escritor Arellano Cuevas (2010) en su libro 'Marketing Enfoque América Latina' indica que el producto es aquello que la organización hace o fabrica para ofrecer al mercado y satisfacer las necesidades de los consumidores. Por lo tanto, un producto es cualquier bien, que se ofrece en el mercado para satisfacer una necesidad o expectativas de los usuarios., y este puede tomar muchas formas más allá de objeto físico.

1.2. Servicio

Según el Editorial Etecé (2026), los servicios son un conjunto de actividades económicas destinadas a satisfacer las necesidades de los consumidores y de otros actores económicos. En ese aspecto, son similares a los bienes, pero se distinguen de ellos en que no son tangibles ni contables, sino actividades o procesos de distinta naturaleza. Es decir, los servicios son todos los elementos no físicos que no se pueden ver, pero pueden proporcionar ventajas y satisfacción a aquellos usuarios que eligen obtenerlos para cumplir con sus requisitos.

1.3. Precios

Según García Helena (2024), el precio es el valor monetario que se le asigna a un producto o servicio en el mercado. Es un componente esencial en las transacciones comerciales y juega un papel crucial en la asignación de recursos y en la toma de decisiones tanto de los consumidores como de las empresas. Lo que nos quiere decir, es que el costo es el valor del dinero, los artículos o el trabajo que se negocia por un producto o servicio. Es el valor financiero que un comprador está listo para ofrecer y un proveedor está listo para tomar un producto o servicio en un momento y ubicación específicos.

2. Demanda

2.1. Preferencias o interés

Según Vélez (2020), la preferencia del consumidor es un factor clave en la demanda efectiva. Se refiere a esos elementos subjetivos que llevan a las personas a elegir ciertos bienes y servicios que desean adquirir. Para analizar esto, se deben considerar dos aspectos: la cantidad de dinero disponible para un período de consumo y los precios de los bienes o servicios que se quieren comprar, lo cual se refleja en la escala de preferencias. Hay varios factores que influyen en la preferencia del consumidor, como los gustos, necesidades y caprichos, que ayudan a lograr satisfacción y utilidad durante un tiempo determinado.

Una preferencia se puede entender como la inclinación o el agrado que una persona siente por una opción en lugar de otra, o por un grupo de opciones. Es una elección que se basa en el gusto o en una evaluación personal. Por otro lado, un interés se refiere a una inclinación o tendencia que dirige la atención y la motivación hacia una actividad o un objeto.

2.2. Competencia

Según Reyes (2022), la competencia se define por los precios que establecen cada uno de los competidores, lo que nos permite analizar cómo nos estamos posicionando en el mercado. Es una de las variables más complicadas de manejar, ya que el mercado regula los precios, lo que puede dificultar la entrada de nuevos productos. Los competidores se organizan en sectores según el tipo de producto o mercado que ofrecen. Cada empresa busca volverse más competitiva mediante tácticas que la hagan destacar, como reducir costos y, por ende, el precio de sus productos, para mantenerse en el sector a través de estrategias innovadoras.

La competencia se refiere a la dinámica en un mercado donde varias empresas o individuos luchan por captar la atención, el favor y los recursos de los mismos clientes o consumidores. Su meta es vender sus productos o servicios para conseguir una parte del mercado.

2.3 Nivel de satisfacción

Según Ros Galvez (2016), nos indica que el modelo cognitivo de la satisfacción propone que la satisfacción es una evaluación que hace el usuario, basándose en un estándar de comparación, sobre distintos aspectos de un producto o servicio. La teoría de la desconfirmación de expectativas es su referencia más relevante.

Por otro lado, el modelo afectivo de la satisfacción se centra menos en la evaluación y más en cómo los sentimientos y emociones influyen en los juicios de satisfacción de los usuarios. Finalmente, el modelo cognitivo-afectivo combina ambas teorías y ve la satisfacción del usuario como el resultado de procesos tanto cognitivos como emocionales.

El nivel de satisfacción es una medida que refleja hasta qué punto las expectativas de una persona han sido cumplidas o incluso superadas por un producto, servicio, experiencia o situación. En esencia, se trata de la evaluación subjetiva que un individuo realiza sobre lo que ha recibido en comparación con lo que esperaba.

3. Segmento de mercado

En el libro de Romero y Artigas (2008) indica que la segmentación de mercado es uno de los elementos decisivos en el mercadeo en las organizaciones, ya es importante conocer y diferenciar los tipos de mercados o clientes a los cuales va dirigido un producto o un servicio que ofrezca la empresa. Es decir, es el proceso de separar un mercado extenso en pequeños grupos homogéneos de usuarios con necesidades y características en común, como la edad, el tipo de ingreso, los intereses, o el comportamiento. Su finalidad es poder optimizar los recursos o esfuerzos de publicidad y ventas.

3.1. Posicionamiento

Según Mir Julia en su libro "Posicionarse o desaparecer" (2017) menciona que el posicionamiento es clave para la rentabilidad de un negocio, ya que es el camino básico para conseguir la diferenciación importante. No se trata de un espacio físico, sino de un lugar conceptual que reside en la memoria y las asociaciones del público objetivo. Es el espacio que una marca ocupa en la mente del cliente cuando piensa en una categoría de producto o en una necesidad específica que tenga.

3.2. Diversificación

Según Medina (2011), la estrategia de diversificación implica aumentar la cantidad de sectores industriales en los que una empresa está activa o participa. En otras palabras, a través de esta estrategia, se busca que una empresa crezca desarrollando negocios en diferentes áreas industriales. La diversificación significa que la empresa se adentra en un sector diferente al que normalmente opera.

Es una estrategia fundamental que consiste en repartir recursos o esfuerzos entre varias opciones para reducir el riesgo y/o maximizar las oportunidades de éxito o crecimiento. La idea principal es "no poner todos los huevos en la misma canasta". Si una opción no funciona, el impacto negativo se reduce porque los recursos o esfuerzos restantes están en otras áreas que podrían no verse afectadas o incluso tener éxito.

3.3 Actividad económica

Según García (2023), nos indica que el crecimiento sostenido de la actividad económica es fundamental para quienes diseñan políticas económicas. En términos simples, se refiere al aumento constante en la producción de bienes y servicios finales en un país, lo cual, a su vez, tiende a mejorar el bienestar de la población.

La actividad económica abarca cualquier proceso que implique la producción, distribución, intercambio o consumo de bienes y servicios, todo con el objetivo de satisfacer las necesidades y deseos de la sociedad. Es el conjunto de acciones que se llevan a cabo para generar riqueza y bienes.

Variable dependiente: Creación de empresa

1. Análisis Administrativo

1.1 Recursos humanos

Según Chiavenato (2002), indica que los recursos humanos están distribuidos en el nivel institucional de la organización (dirección), en el nivel intermedio (gerencia y asesoría) y en el nivel operacional (técnicos, auxiliares y operarios, además de los supervisores de primera línea). El recurso humano es el único recurso vivo y dinámico de la organización y decide el manejo de los demás, que son físicos o materiales. Las personas aportan a la organización sus habilidades, conocimientos, actitudes, comportamientos, percepciones, etc. Sin importar el cargo que ocupen director, gerente, supervisor, operario o técnico-, las personas cumplen diversos roles dentro de la jerarquía de autoridad y responsabilidad existente en la organización. Además, las personas difieren entre sí y constituyen un recurso muy diversificado, en virtud de las diferencias individuales de personalidad, experiencia, motivación, etc. En realidad, la palabra recurso representa un concepto muy estrecho para abarcar a las personas, puesto que más que un recurso, ellas son participantes de la organización.

1.2 Orgánico funcional

Según Robbins y Coulter (2005) comenta que la estructura organizacional es la distribución formal de los empleos dentro de una organización. Cuando los gerentes desarrollan o cambian la estructura, participan en el diseño organizacional, proceso que involucra decisiones sobre seis elementos clave: especialización del trabajo, departamentalización, cadena de mando, amplitud de control, centralización y descentralización, y formalización. El orgánico funcional es un instrumento en que se agrupa a los trabajadores por su especialidad y define las responsabilidades y funciones de manera que forma la jerarquía en un departamento dentro de una organización.

2. Análisis técnico

2.1 Disponibilidad de talento humano

Según Acosta Salazar et al (2018) menciona que la Gestión de Talento Humano es un sistema que sitúa al hombre dentro del ámbito laboral como un ente decisivo en su crecimiento. Considerado tan importante como los recursos financieros, tecnológicos o económicos. El ser humano tiene el poder de producir, innovar o estancarse, de aquí la importancia de conocerlos y encaminarlo para construir una empresa inteligente y competitiva. Es decir, es importante tener personas especializadas para que se encarguen del reclutamiento, selección, capacitación y evaluación de los futuros profesionales en la organización.

2.2 Capacidad operativa

Como lo menciona Mora Murillo y García Zambrano en su tesis (2024), la capacidad operativa y organizacional se refiere a la capacidad de una empresa para llevar a cabo eficientemente sus operaciones diarias y para organizar sus recursos y procesos de manera efectiva. Capacidad Operativa: La capacidad operativa se relaciona con la habilidad de la empresa para realizar sus funciones y actividades cotidianas de manera eficiente. Incluye la eficacia en la producción, entrega de productos o servicios, gestión de inventarios, atención al cliente y otras operaciones esenciales. Implica la optimización de procesos, el uso eficiente de recursos, la implementación de tecnologías adecuadas y la capacidad de adaptarse a cambios en el entorno empresarial.

2.3 Recursos y materiales

Como lo menciona Quiroa Myriam (2024) los recursos materiales son elementos esenciales en la producción de una empresa. Sin embargo, son limitados, por lo que es crucial

gestionarlos bien para asegurar que se cumplen los requisitos de calidad y cantidad necesarios. Si se administran correctamente, estos recursos permiten a la empresa producir de manera rápida, eficiente y al menor costo posible, optimizando el proceso productivo y mejorando la competitividad.

3. Análisis financiero

3.1 Inversiones

Según Sevilla Arias (2025) una inversión es una actividad que consiste en dedicar recursos con el objetivo de obtener un beneficio futuro. Puede ser económico, como ganar dinero, o no económico, como mejorar tu educación o salud. Se suele confundir con el ahorro. Pero el ahorro consiste en guardar dinero sin buscar una rentabilidad significativa, mientras que la inversión implica asumir cierto riesgo para intentar multiplicar esos recursos.

3.2 Presupuesto

Un presupuesto es aquel plan financiero que organiza los ingresos y los gastos durante un tiempo ya estimado, sirve para poder controlar los recursos económicos, evitar las deudas y ayuda a tomar decisiones correctas. Así mismo como lo mencionan Dima et al (2010) el presupuesto puede convertirse en un instrumento de correlación de gestión adecuada entre ingresos y gastos. La presupuestación es una práctica económica que involucra el desarrollo de un proceso de asignar los recursos financieros guiados al alcance de los objetivos ya establecidos. Por ello, en el proyecto actual, se estima varios presupuestos que ayudaran a tener más claro los gastos necesarios ya sea para la creación de la empresa física, para los profesionales que laboraran en ella y los ingresos que esta generara una vez ya establecida.

3.3 Rentabilidad

Como lo indica Growing Science, Canada (2021) la rentabilidad es una medida relativa que indaga en la capacidad de poder generar ganancias. Para ello existen dos conceptos para la medición de la rentabilidad en las organizaciones: la rentabilidad basada en ingresos y aquella basada en las inversiones hechas. Es decir, es una relación entre un resultado y la inversión realizada para lograrlo, ayuda a medir si un proyecto es viable y controla si se está invirtiendo de manera correcta.

Dentro del contexto del proyecto, ayuda a verificar si la idea de establecer una empresa de capacitaciones va a tener la acogida de los usuarios y por ende a tener los ingresos necesarios para su rentabilidad.

Fundamentos legales

En el presente estudio se basa en un conjunto de disposiciones legales que ayudan a la creación de empresas, los emprendimientos y la capacitación en Ecuador. Las normas proporcionan un marco jurídico necesario para analizar la viabilidad de la creación de la empresa de capacitaciones financieras en la parroquia Anconcito, garantizando que su funcionamiento esté relacionado con los principios constitucionales, comerciales y educativos actuales. Se consideran los artículos más importantes de la Constitución de la Republica del Ecuador, el Código de comercio, el código orgánico de la intercultural (LOEI), el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI), por su relación con el desarrollo empresarial, la prestación de servicios de capacitación y fortalecimiento de competencias financieras.

Constitución de la Republica del Ecuador 2008

Capítulo sexto

Derechos de libertad

Art. 66.- Se reconoce y garantizará a las personas: **Numeral 15.** El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental. (Constitución de la Republica del Ecuador, 2008)

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. El sistema económico se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, y las demás que la Constitución determine. La economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios. (Constitución de la Republica del Ecuador, 2008)

Art. 319.- Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas. (Constitución de la Republica del Ecuador, 2008)

Código de comercio 2019

Título Preliminar

Disposiciones preliminares

Art. 1.- El Código de Comercio rige las obligaciones de los comerciantes en sus operaciones mercantiles, y los actos y contratos de comercio, aunque sean ejecutados por no comerciantes. (Código de comercio, 2019)

Art. 7.- Se entiende por actividades mercantiles a todos los actos u operaciones que implican necesariamente el desarrollo continuado o habitual de una actividad de producción, intercambio de bienes o prestación de servicios en un determinado mercado, ejecutados con sentido económico, aludidos en este Código; así como los actos en los que intervienen empresarios o comerciantes, cuando el propósito con el que intervenga por lo menos uno de los sujetos mencionados sea el de generar un beneficio económico. (Código de comercio, 2019)

Ley de compañías 1999

Sección I

Disposiciones Generales

Art. 1.- Las compañías se constituyen por contrato, entre dos o más personas naturales o jurídicas que unen sus capitales, trabajo o conocimiento para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades, o por acto unilateral, por una sola persona natural o jurídica que destina aportes de capital para emprender en operaciones mercantiles de manera individual y participar de sus utilidades. (Ley de compañías , 1999)

Art. 2.- Sin perjuicio de lo previsto en normas especiales, hay seis especies de sociedades mercantiles, a saber: La compañía en nombre colectivo; La compañía en comandita simple y dividida por acciones; La compañía de responsabilidad limitada; La compañía anónima; La compañía de economía mixta. (Ley de compañías , 1999)

Art. 143.- La compañía anónima es una persona jurídica cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. La compañía anónima se podrá constituir a través de contrato o mediante acto unilateral. Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas. Salvo que, en sede judicial, o arbitral se hubiere desestimado la personalidad jurídica de la sociedad anónima, el

o los accionistas no serán responsables por las obligaciones laborales, tributarias, o de cualquier otra naturaleza en las que incurra la compañía. (Ley de compañías , 1999)

Código orgánico de la Producción Comercio e Inversiones (COPCI) 2010

Del Objetivo y Ámbito de Aplicación

Art. 2.- Actividad Productiva. - Se considerará actividad productiva al proceso mediante el cual la actividad humana transforma insumos en bienes y servicios lícitos, socialmente necesarios y ambientalmente sustentables, incluyendo actividades comerciales y otras que generen valor agregado. (Código orgánico de la Producción Comercio e Inversiones , 2010)

Art. 11.- Sistema de Innovación, Capacitación y Emprendimiento. - El Consejo Sectorial de la Producción, anualmente, diseñará un plan de capacitación técnica, que servirá como insumo vinculante para la planificación y priorización del sistema de innovación, capacitación y emprendimiento, en función de la Agenda de Transformación Productiva y del Plan Nacional de Desarrollo. Este sistema articulará la labor de varias instituciones públicas y privadas en sus diferentes fases de desarrollo y sus diferentes instrumentos, en una sola ventanilla de atención virtual, desconcentrada y descentralizada para la difusión de: capacitación para la generación de competencias emprendedoras, instrumentos de financiamiento, de capital de riesgo, banca de desarrollo orientada al financiamiento de emprendimientos, y fondo nacional de garantías; asistencia técnica y articulación con los gobiernos autónomos descentralizados, organizaciones sin fines de lucro, empresas, universidades, incubadoras, entre otros. (Código orgánico de la Producción Comercio e Inversiones , 2010)

Ley Orgánica de Educación Intercultural (LOEI) 2011

Capítulo Único del ámbito, principios y fines

Art. 2.- Principios. - La actividad educativa se desarrolla atendiendo a los siguientes principios generales, que son los fundamentos filosóficos, conceptuales y constitucionales que sustentan, definen y rigen las decisiones y actividades en el ámbito educativo: **b.** Educación para el cambio. - La educación constituye instrumento de transformación de la sociedad; contribuye a la construcción del país, de los proyectos de vida y de la libertad de sus habitantes, pueblos y nacionalidades; reconoce a las y los seres humanos, en particular a las niñas, niños y adolescentes, como centro del proceso de aprendizajes y sujetos de derecho; y se organiza

sobre la base de los principios constitucionales. (Ley Orgánica de Educación Intercultural, 2011)

Art. 3.- Fines de la educación. - Son fines de la educación: **b.** El desarrollo de capacidades de análisis y conciencia crítica para que las personas se inserten en el mundo como sujetos activos con vocación transformadora y de construcción de una sociedad justa, equitativa y libre. (Ley Orgánica de Educación Intercultural, 2011)

Capítulo II

Metodología

Diseño de la investigación

El diseño usado para el presente proyecto es **no experimental** por lo que Arias Gonzales José (2021) nos indica que este diseño no hay condiciones experimentales a las se sugiera tomar en cuenta las variables, donde los sujetos de estudio del proyecto son evaluados de manera natural, es decir, no se altera en situaciones propuestas, por lo tanto, no se manipula ninguna variable en el estudio.

El uso del diseño no experimental tiene la finalidad de definir los criterios importantes de la investigación como la realidad de la educación financiera en la parroquia Anconcito, mediante las entrevistas y encuestas, se reconoció la oferta, demanda, precios y el perfil de los usuarios de la comunidad, lo cual facilitó la creación de la empresa de capacitaciones financieras.

Según Arias Gonzales José (2021), un **estudio transversal** recoge los datos en un determinado tiempo y solo una vez, este lo relaciona con una fotografía tomada para luego ser descrita, es decir, que no influye con las demás variables, se puede describir varias características a la vez.

El uso del diseño transversal ayudó a la recolección de datos que se obtiene mediante la encuesta en los habitantes que se realizó en un momento en específico, determinando la visualización actual del mercado y las oportunidades que existen dentro de ellas, también se enfoca en las competencias presentes en la creación y viabilidad de la empresa. La combinación del diseño no experimental y transversal es más adecuada para la finalidad del estudio de mercado de la investigación.

De acuerdo con Medina et al. (2023), el **enfoque mixto** es la combinación de los métodos cuantitativo y cualitativo, este enfoque busca explorar las fortalezas de ambos métodos para obtener una mejor comprensión de los temas estudiados. Cuenta con características claves como son la integración de datos, la triangulación que implica la comparación de los resultados obtenidos de diferentes fuentes para verificar y comprender a profundidad el objeto de estudio, también este método busca complementar los acontecimientos de los enfoques cualitativos y cuantitativos, buscando la unión de estos para la mejor comprensión de los resultados.

El diseño de la investigación está planteado junto a un proceso que puntualizó los factores sobre lo que se desea crear, los alcances de la propuesta planteada y la forma en que el mismo se pueda ejecutar. De esta manera, se realizó entrevistas a habitantes de interés y las encuestas, en la población económicamente activa de la parroquia Anconcito, estos datos fueron procesados, luego calculados en Spss, una vez obtenido aquello se realizó las discusiones y comparaciones para determinar si existe viabilidad y/o rentabilidad en la creación de la empresa, de manera que también se presentará los desafíos actuales en la misma.

La investigación de **alcance descriptivo**, según Arias Gonzales (2021) especifica las características de un grupo o comunidad, se recolectan datos y estos se miden, no existe la manipulación de las variables en cuestión, es decir, recolecta información de manera independiente o de variables referentes al tema, pero sin llegar a relacionarlas. Por lo tanto, permitió observar el motivo de estudio y recolecta información para definir las características o tendencias en los perfiles de usuarios o el grupo de la comunidad que se va a analizar en la presente investigación.

Este alcance ayudó a la obtención de información valiosa para conocer el contexto actual del entorno de la parroquia y así, conocer la posible ubicación estratégica de la empresa, se crea de igual manera perfiles de usuarios para la empresa y esta información sirve para evaluar cada problemático o desafío que surge en el momento, por ende, contribuye en las medidas de adaptación a las condiciones cambiantes del mercado para responder de manera adecuada las necesidades de los habitantes.

Métodos de la investigación

De acuerdo con Lopera et al. (2010) el **método analítico** es un camino que para llegar al resultado hay que descomponer un fenómeno en sus elementos, es decir, analiza de lo más general hasta lo más específico. Se describe los fenómenos y se relaciona las causas entre ellas para que después de la recolección y evaluación de los datos, estas fuentes aprueban y apoyen una idea. El método analítico es un modelo propuesto por el método científico porque es muy útil en campos novedosos e inexplorados, ya que implica herramientas que ayudan a encontrar características esenciales de su objeto de estudio, también permite aprender de los logros y errores realizados en la investigación.

De acuerdo con Arbulu Jurado (2023) el **método inductivo** es aquel razonamiento que se basa en la observación y la experimentación de un fenómeno para llegar a una conclusión general centrada en pequeños casos en específicos, es útil para elaborar ideas examinando

temas novedosos identificando las causas, patrones y secuencias de eventos para luego ser comprobadas y aplicadas en diferentes contextos.

Se utilizó el método analítico en la investigación para descomponer el objeto de estudio, es decir, las necesidades de capacitación financiera, en sus diferentes variables e indicadores económicos, sociales y formativos, analizando de manera individual cada factor que influye en la participación de los habitantes

Con base de este método, la investigación actual recolectó datos como el interés y preferencias de los usuarios ya que se identifica los patrones para adaptar los servicios de capacitaciones financieras satisfaciendo las necesidades económicas de los habitantes, también permite tener una proyección del lugar estratégico para la ubicación de la empresa.

De igual manera, se empleó el método inductivo al recolectar datos empíricos directamente de los habitantes mediante la aplicación de herramientas de campo, lo que permitirá identificar patrones comunes y extraer conclusiones generales sobre sus requerimientos específicos de capacitación. El uso de ambos métodos mencionados anteriormente en la investigación es fundamental para el desarrollo de esta ya que permitió recolectar información más clara sobre la realidad que presenta la parroquia Anconcito en el ámbito financiero, es decir, se conoce y separa las causas y efectos determinando así la problemática de la investigación.

Población y muestra

Población

De acuerdo con Arias et al. (2016) la población es un conjunto de individuos o casos accesibles que luego fueron ser el referente para la selección de la muestra, este cumple con varios características similares y comunes entre sí, es decir, es la totalidad de elementos de estudio. Debido a que no es posible analizar a todos los individuos que conforman una población, los investigadores seleccionan una muestra representativa y debidamente delimitada, a la cual se aplican las encuestas con el propósito de obtener resultados confiables y viables. En el censo realizado en el año 2022, la parroquia Anconcito contaba con 15.052 habitantes de los cuales se dividió en la población económicamente activa de la parroquia por hombres y mujeres en el rango de edad de 15 a 74 años, en la que se refiere 9,805 habitantes según los datos de la INEC.

Tabla 1*Población*

<i>Población total Parroquia Anconcito (15.052)</i>	
<i>Edad</i>	<i>15 – 74 años</i>
<i>Hombres</i>	<i>4.929</i>
<i>Mujeres</i>	<i>4.876</i>
<i>Población económicamente activa</i>	<i>9.805</i>

*Nota: Población, Base de datos obtenidos de la INEC**Elaboración propia***Muestra**

Según Bolaños Rodríguez (2012) la muestra es una pequeña parte del total de habitantes de un sector, es decir, es un subgrupo considerado una parte representativa de la población o universo para analizar los rasgos necesarios en la investigación.

Para determinar la muestra se aplicará el muestreo tipo probabilístico que conlleva el método aleatorio simple, se tomará en cuenta la matriz de tamaños muestrales para diferentes márgenes de error y niveles de confianza.

Tabla 2*Tamaños muestrales*

<i>Matriz de Tamaños muestrales para un universo de 9805 con una p de 0,5</i>										
<i>Nivel de Confianza</i>	<i>d</i>	<i>Error</i>	<i>máximo</i>	<i>De</i>	<i>Estimación</i>					
	<i>10,0%</i>	<i>9,0%</i>	<i>8,0%</i>	<i>7,0%</i>	<i>6,0%</i>	<i>5,0%</i>	<i>4,0%</i>	<i>3,0%</i>	<i>2,0%</i>	<i>1,0%</i>
<i>90%</i>	67	82	104	135	183	262	403	694	1.435	3.989
<i>95%</i>	95	117	148	192	260	370	566	962	1.929	4.852
<i>97%</i>	116	143	181	235	316	449	684	1.154	2.264	5.349
<i>99%</i>	164	201	253	328	441	623	940	1.556	2.921	6.170

*Nota: Matriz de tamaños muestrales***Datos****n:** Tamaño de la muestra**N:** Tamaño de la población = 9,805**p:** Probabilidad del éxito = 95%**q:** Probabilidad de fracaso = 10%**z:** Nivel de confianza = 95% (1,96)**e:** Margen de error = 5%

Cálculo realizado en Excel de manera manual:

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

$$n = \frac{(1,96)^2(0,95)(0,05)(9.805)}{(0,05)^2(9.805 - 1) + (1,96)^2(0,95)(0,05)}$$

$$n = 370$$

El resultado de la fórmula aplicada es de 370 personas como muestra para la investigación, es decir, 370 encuestas se realizarán a la población económicamente activa de la parroquia Anconcito.

Esta muestra está clasificada en dos grupos de interés, en base a los dos instrumentos que se aplicaran.

Tabla 3

Muestra Total

	<i>Instrumentos</i>	<i>Cantidad</i>
<i>PEA parroquia Anconcito</i>	<i>Encuesta</i>	<i>370</i>
<i>Pescadores</i>	<i>Entrevista</i>	<i>2</i>
<i>Emprendedor</i>	<i>Entrevista</i>	<i>1</i>
<i>Total</i>		<i>373</i>

Nota. Muestra total

Para la presente investigación se aplicó un muestreo de tipo mixto, ya que para la aplicación de las encuestas dirigidas a la PEA de la parroquia Anconcito, es decir los 370 encuestados, se utilizó un **muestreo aleatorio simple**, garantizando que los elegidos sean al azar. Por otro lado, para la aplicación de las 3 entrevistas dirigidas a un emprendedor y 2 pescadores con prácticas diferentes, se empleó un **muestreo no probabilístico por conveniencia**, seleccionando a los participantes con los criterios, conocimientos y relevancia en el sector.

Recolección y procesamiento de datos

Técnicas de investigación

De acuerdo con Medina Romero et al. (2023) las técnicas de investigación son conjuntos de herramientas y procedimientos utilizados para el análisis, la recopilación de información, el análisis, la clasificación y la medición con el objetivo de resolver alguna problemática. Permite verificar ideas o hipótesis planteadas garantizando la veracidad de los resultados.

Instrumentos

Los instrumentos son de gran ayuda Medina Romero et al. (2023) indica que es una herramienta utilizada por el investigador para la recopilar, medir y analizar datos de la información en el proceso de investigación. Existen varias herramientas de manera cuantitativa como son los cuestionarios, preguntas cerradas o abierta en opción múltiple, así como la escala de Likert, la tabla de indicadores o Checklist y las fichas de registro. De igual manera, las herramientas cualitativas, las guías de entrevistas y observación que pueden ser estructuradas, semiestructurada o abierta, los diarios de campo, o las guías de grupos focales para una discusión grupal.

En esta investigación las herramientas utilizadas serán las encuestas con diferentes escalas y dos guías de entrevistas.

Entrevistas

De acuerdo con Feria Ávila et al (2020), la entrevista es el método basado en la comunicación establecida entre un investigador y uno o varios sujetos de estudio la obtención respuestas significativas a las interrogantes de la problemática, aportando así los conocimientos que posee del tema. La entrevista contiene ventajas ya que el investigador puede explicar de manera clara el propósito del estudio, aclarando alguna duda en el entrevistado y obteniendo de manera correcta sus respuestas.

En esta investigación se elaboró una guía de entrevista dirigida a los pescadores y una dirigida a una emprendedora de la parroquia Anconcito, de manera que se obtuvo respuestas mucha más cercana a la realidad de la comunidad.

Encuestas

De acuerdo con Feria Ávila et al (2020), es considerada un método de investigación para recopilar datos, a diferencia de la entrevista aquí el dialogo es establecido consigo mismo, la consideran un método empírico de manera física o digital en donde se obtienen respuestas

sobre la problemática planteada y que los encuestados respondieron aportando su información. Una de las ventajas de la encuesta es que se puede recopilar más información en un determinado tiempo, también permite tabular y analizar las opiniones recibidas.

Para la actual investigación se elaboró una encuesta dirigida a la población económicamente activa de la parroquia Anconcito, en una muestra determinada de 370 personas, esta encuesta incluye preguntas cerradas para obtener de mejor manera datos cuantitativos. Para la formulación y aplicación de la encuesta se utilizó Google Forms y para la tabulación se utilizó el programa Spss que permitirá realizar el análisis y la creación de los gráficos.

Validación de instrumentos

Los instrumentos guía de entrevista y el cuestionario de encuestas fueron validadas por la Ing. Carola Alejandro Lindao, que antes ayudó a la corrección de las incógnitas.

Capítulo III

Resultados y Discusión

Análisis de los datos

Las entrevistas fueron realizadas a dos personas que realizan distintas prácticas pesqueras y a una emprendedora muy conocida en el sector, esto con el propósito de ver las perspectivas de personas en la que varía mucho su estado financiero dependiendo de sus conocimientos en ese ámbito.

Análisis de los resultados de la entrevista

Entrevista para Pescadores Artesanales

Nombre: Lucio Clemente / Pesca de bajura

Nombre: Luciano Mero / Pesca de altura

1. ¿Cómo se organiza económicamente antes de salir a una faena de pesca? ¿Cómo calcula cuánto dinero necesita invertir en combustible, hielo, víveres y carnada?

Los entrevistados evidencian una estructura de costos y gastos debido a que alternan entre dos tipos de captura, es decir, la pesca de altura y la de bajura. Para las faenas de altura, que son aproximadamente de una semana, la inversión inicial requerida es de \$1000 a \$1500 debido al volumen necesario y suficiente de combustible, víveres para la tripulación y la carnada. Por lo contrario, en la pesca de bajura, aunque se necesita los mismos insumos, las raciones y tiempo de navegación son menores, reduciendo también el presupuesto operativo a unos \$500 por salida. La aproximación de los montos dados varía en función de los días previstos en el mar.

2. Sabemos que la pesca varía mucho según la temporada. En los meses donde la captura es baja o hay veda, ¿qué estrategias financieras utiliza para que los ingresos de los meses buenos le alcancen para cubrir sus gastos diarios?

En el momento de evaluar la adaptación ante la estacionalidad de la demanda, ambos entrevistados aplican la misma estrategia de diversificación de la captura para reducir el impacto de las vedas o temporadas bajas de producción. Los pescadores no suspenden sus operaciones, sino que redirigen su capacidad de trabajo hacia la pesca de especies alternas que no se encuentren restringidas en el momento por las normativas ambientales.

Esta alternativa de trabajo permite que ellos mantengan un flujo de ingreso constante para cubrir los gastos básicos de su hogar durante todo el año.

3. Cuando regresa del mar con la producción, ¿cómo determina el precio al que va a vender el pescado? ¿De qué manera influyen los intermediarios o el mercado de la playa en sus ganancias reales?

Los resultados demuestran que el margen de rentabilidad del pescador varía drásticamente según su comercialización. Cuando ejercen su actividad de manera independiente, ellos mismo fijan y negocian un precio justo de su producto en el puerto para proteger la ganancia, debido a que los intermediarios alteran los precios del mercado ya que al adquirir el pescado a bajo costo y revenderlo a alto costo. Al contrario, cuando se opera bajo una asociación con jefes comerciales preestablecidos, ellos se someten a tarifas fijas desfavorables lo cual son pérdidas para el pescador artesanal.

4. Una vez que vende el pescado y recupera lo invertido, ¿cómo reparte las ganancias entre el dueño de la embarcación, el motor y los tripulantes? ¿Le resulta fácil llevar cuentas claras de este proceso?

En una asociación o corporativo, el proceso de cuentas recae en el jefe de la embarcación, él retiene un porcentaje del dinero como fondo de reserva para garantizar los insumos del siguiente viaje al mar. Así mismo el será el que comercialice el producto y distribuyendo una fracción pequeña, como parte de pago de servicios, a los tripulantes. Por otro lado, al ser un trabajador independiente es más fácil llevar las cuentas de la comercialización del producto y las ganancias para el hogar.

5. Si se creara una empresa en Anconcito que ofrezca capacitaciones financieras diseñadas especialmente para el sector pesquero, ¿qué temas o problemas de su día a día le gustaría que le enseñaran a resolver?

Al investigar sobre las preferencias de intereses para posibles capacitaciones en la parroquia Anconcito, los pescadores identificaron dos intereses. En el ámbito operativo, existe la necesidad de realizar talleres de artes de pesca, así como la elaboración de nudos y armado de redes especializados, con el fin de transferir estos conocimientos a nuevas generaciones, es decir, a sus hijos. Por otra parte, en el ámbito financiero el interés es sobre la metodología de inversión inteligente y gestión de costos y gastos, esto les permite optimizar el capital el capital invertido en cada faena marítima.

6. Los imprevistos en el mar (daños en el motor, pérdida de redes) son costosos. ¿Cuenta actualmente con algún fondo de emergencia o ahorro programado para cubrir estos gastos sin tener que endeudarse?

Los pescadores demostraron que tienen previsión financiera al mantener un fondo reservado o ahorro programado para enfrentar las contingencias costosas en la navegación, tales como las averías en el motor o la pérdida de redes de arrastre. Sin embargo, los hallazgos revelan que frente las emergencias mucho más grandes que sobrepasan dicho fondo, los pescadores al pasar dichas situaciones recurren a mecanismos de financiamiento informal en la comunidad.

7. Cuando necesita financiamiento para mejorar su embarcación o comprar herramientas de trabajo, ¿acude a bancos/cooperativas o prefiere financiamiento informal (comerciantes/intermediarios)? ¿Por qué toma esa decisión?

Los pescadores que son vinculados con asociaciones delegan la gestión de financiamiento y mejoramiento de embarcaciones y motores, por otro lado, en el trabajo independiente, los pescadores reconocen una preferencia por el financiamiento informal por los intermediarios locales, esto debido a la inmediatez de efectivo a pesar de que se reconoce los riesgos económicos y personales que este conlleva.

8. Debido a los horarios y los días que pasa en el mar, ¿cómo tendría que ser el formato de un curso (días, horarios, duración) para que usted o sus compañeros pescadores puedan asistir sin perder días de trabajo?

Las salidas del mar están determinadas por factores climáticos y ciclos astronómicos, como es el estado de la luna o las mareas. Por lo tanto, para que el programa de capacitaciones sea viable y no genere lucro cesante, los entrevistados sugieren que los cursos tengan una estructura flexible y dinámico, y que este enfocado en el intercambio de experiencias en días específicos en donde la mayoría de los trabajadores tengan disponibilidad de tiempo.

9. ¿Qué preferiría usted: un taller grupal en un aula con otros pescadores de la zona o una asesoría rápida y directa en el puerto o asociación pesquera a la que pertenece?

Los usuarios tienen preferencia por los talleres de manera grupal con sus compañeros, fomentando el aprendizaje colectivo. Sin embargo, las jornadas de navegación de las embarcaciones de práctica de pesca de altura y las faenas de la pesca de bajura, se puede determinar para que sea de manera rotativo. Sugieren que los programas formativos sean en las inmediaciones del puerto pesquero para optimizar el factor tiempo.

10. Si decidiera invertir su tiempo en asistir a estas capacitaciones de administración financiera, ¿qué cambio positivo e inmediato esperaría ver en la economía de su hogar o de su actividad pesquera para sentir que valió la pena?

Finalmente, los pescadores asocian una buena administración financiera con las capacitaciones que el programa les brinda ya que enseñan a mitigar los imprevistos que surgen en el mar, también se desarrolla una cultura de ahorro con el propósito de mejorar la calidad de vida de los habitantes asegurando los recursos necesarios para la salud y la educación.

8. Si una capacitación le garantizara que va a aprender a reducir pérdidas y organizar mejor sus inventarios, ¿cuánto consideraría usted que es un valor justo y alcanzable para pagar por ese servicio aquí en la parroquia?

La propietaria demuestra un nivel de madurez comercial ya que reconoce el valor económico y el retorno de inversión que conlleva los conocimientos para disminuir la pérdida física y económica de las existencias o materias primas de un negocio, comenta que tiene capacidad de pago para el servicio. Sin embargo, también comenta sobre una realidad de la parroquia, existe una barrera cultural en la demanda local, caracterizada por una baja disposición con el pago de los servicios brindado.

9. Actualmente, muchos clientes prefieren pagar con transferencias o aplicaciones móviles. ¿Cómo ha sido su experiencia implementando estos métodos de cobro digitales en su tienda? ¿Ha recibido alguna guía para manejarlos correctamente?

El negocio tiene una postura de rechazo con la adopción de nuevas tecnologías financieras esto motivado por el entrono delictivo. En la actualidad el emprendimiento restringe el uso de transferencias bancarias o cobros de manera digitales, esto como medida de control interno hacia el fraude y la falsificación de comprobantes de pago, es decir, las capturas de pantalla modificadas. En la parroquia Anconcito, la percepción de inseguridad tecnológica opera como obstáculo para la modernización de los canales de pago en los emprendimientos, prefiriendo la liquidez física para su rentabilidad diaria.

10. Por último, si usted decidiera invertir tiempo y dinero en una capacitación financiera, ¿qué tendría que pasar en su negocio a las pocas semanas para que usted diga: "Valió totalmente la pena"?

Para evaluar el nivel de satisfacción y el impacto real de las capacitaciones, la propietaria comenta dos indicadores fundamentales a corto plazo. El primer indicador es lograr la

optimización del flujo de caja diario para cumplir con las obligaciones que conlleva los proveedores de manera que no exista desajustes en la fecha de pago. El segundo indicador es de carácter administrativo, ya que sería la reducción de la dependencia de asistencia externa, en su caso de su hija con los conocimientos contables. De cumplirse los ambos indicadores, se verificaría la transferencia de los conocimientos de la empresa.

Entrevista para Dueña de Tiendas de Víveres

Nombre: Ximena Burgos

Tienda 'Su vecino'

Tiempo del establecimiento: 8 años en el mercado.

1. Cómo fue que decidió iniciar con su tienda y qué método o herramienta le ha funcionado mejor hasta hoy para llevar las cuentas de lo que vende y gasta diariamente?

El emprendimiento emergió al inicio de la pandemia, con una estructura mínima de una mesita en el exterior de su hogar, y logró consolidarse en el mercado con su inversión cada mes. A pesar de contar con un mercado competitivo, el emprendimiento se mantuvo firme y con una posición significativa en el mismo. El negocio cuenta con un alto grado de formalidad de manera interna ya que el registro de los movimientos diarios realizados dentro es gestionado por una profesional contable, como lo es su hija. Además, este soporte administrativo permite tener una contabilidad clara tanto como para la tienda como también para su otro emprendimiento, que es un ciber, ayudando a tomar las decisiones más adecuadas y necesarias para ambas actividades comerciales.

2. El "fiado" es una práctica muy común en las comunidades. En su caso, ¿cómo maneja el crédito de palabra con sus clientes y de qué manera afecta esto al dinero que necesita para resurtir la tienda?

Al inicio de su negocio, el negocio optaba por creer en la palabra de los habitantes de la parroquia. Sin embargo, la propietaria identificó que esta decisión generaba un aspecto negativo para su emprendimiento ya que los clientes con una deuda considerable con el negocio dejaban de asistir para evitar el cobro de esta, esto disminuía las ventas. La falta de movimiento en la caja era obstáculo para poder resurtir el inventario de los productos, esto provoca contratiempos con los proveedores al momento de pago. Ante ese suceso de riesgo en la

rentabilidad del negocio, por ello en la actualidad tomó la decisión de no creerle a nadie para evitarse inconvenientes futuros con la capacidad del negocio frente a la competencia.

3. Con tantas tiendas en la parroquia, ¿cómo hace usted para fijar los precios de sus productos de modo que los clientes lo elijan a usted, pero sin perder su margen de ganancia?

Para no perder su margen de ganancias, el propietario opta por comercializar los productos respetando el precio sugerido que el proveedor le facilita a la tienda, sin embargo, en ciertas ocasiones opta por implementar una estrategia de margen cruzado, que consiste en reducir la ganancia en productos de primera necesidad para atraer clientela y la recompensa con demás productos de mayor rentabilidad. También implementa promociones como combos en productos fijados, esto estimula la salida del producto al mercado, acelerando la rotación del capital y evita las posibles pérdidas en productos por caducar.

4. Cuando tiene que pagar a los proveedores o mayoristas, ¿cómo se organiza para que el dinero de la tienda no se mezcle con los gastos diarios de su hogar o familia?

Dentro del análisis administrativo y financiero, el negocio cuenta con una disciplina alta en la separación de los ingresos década emprendimiento. En el control financiero ejecutado por la hija de la propietaria, ayuda a mantener las cuentas claras de los proveedores, asimismo, existe una política familiar estricta de no combinar los ingresos de las dos actividades comerciales garantizando que los recursos de un emprendimiento no financie la otra, reservando ese ahorro de capital para situaciones de fuerza mayor si fuera una emergencia imprevista que surge durante los años.

5. Si se creara una empresa local en Anconcito que ofrezca asesorías o talleres financieros diseñados exclusivamente para tiendas, ¿cuáles son los temas que le gustaría que le enseñaran a resolver?

Respecto a las preferencias y necesidades de los habitantes, la propietaria identificó dos caminos sin manejo de manera que son temas a abordar si decidiera asistir a una capacitación, sería en primer lugar, el diseño de las técnicas o estrategias para fijar de precios que aseguren un margen de rentabilidad frente a los cambios significativos del mercado, y en segunda estancia, la implementación y manejo de plataformas tecnológicas de contabilidad que facilite el registro de manera ágil y que se adapte mejor a la realidad de los emprendimientos locales.

6.Sabemos que atender una tienda exige estar presente desde muy temprano hasta la noche. Si usted decidiera capacitarse, ¿cómo tendría que ser el formato, los días o los horarios para que pueda asistir sin tener que cerrar su negocio o perder ventas?

El establecimiento tiene una actividad comercial ininterrumpida de lunes a domingo, es decir, todos los días de la semana, sin embargo, nos comentó que existen horas 'muertas' en donde la afluencia de los comensales es muy baja y es durante el rango de 2pm y 6pm, por lo que el formato de capacitaciones sería viable si se realiza en la jornada vespertina ya que los emprendedores pueden recibir la formación sin tener la necesidad de suspender la atención a los usuarios y tampoco afectaría a las ventas diarias.

7.Para un negocio como el suyo, ¿qué le resultaría más útil: asistir a clases con otros comerciantes de la zona para compartir experiencias, ¿o recibir a un asesor directamente aquí en su tienda que revise sus cuentas de forma personalizada?

Con respecto a los indicadores de diversificación del servicio y los canales de entrega de este, la propietaria manifiesta su preferencia por la modalidad de asesoría personalizada en su negocio, esta decisión fue tomada por dos principales factores, como lo es la restricción de tiempo debido a la doble jornada que tiene, es decir, su gestión del negocio y las responsabilidades que conlleva su hogar, y como segundo factor es el nivel de inseguridad que se vive en la parroquia. Aunque la entrevistada reconoce el valor de intercambiar experiencias con demás emprendedores para el desarrollo comunitario concluye que sería más viable su participación si el formato sea de consultoría individualizada por los factores ya mencionados.

8.Si una capacitación le garantizara que va a aprender a reducir pérdidas y organizar mejor sus inventarios, ¿cuánto consideraría usted que es un valor justo y alcanzable para pagar por ese servicio aquí en la parroquia?

La propietaria demuestra un nivel de madurez comercial ya que reconoce el valor económico y el retorno de inversión que conlleva los conocimientos para disminuir la pérdida física y económica de las existencias o materias primas de un negocio, comenta que tiene capacidad de pago para el servicio. Sin embargo, también comenta sobre una realidad de la parroquia, existe una barrera cultural en la demanda local, caracterizada por una baja disposición con el pago de los servicios brindado.

9.Actualmente, muchos clientes prefieren pagar con transferencias o aplicaciones móviles. ¿Cómo ha sido su experiencia implementando estos métodos de cobro digitales en su tienda? ¿Ha recibido alguna guía para manejarlos correctamente?

El negocio tiene una postura de rechazo con la adopción de nuevas tecnologías financieras esto motivado por el entrono delictivo. En la actualidad el emprendimiento restringe el uso de trasferencias bancarias o cobros de manera digitales, esto como medida de control interno hacia el fraude y la falsificación de comprobantes de pago, es decir, las capturas de pantalla modificadas. En la parroquia Anconcito, la percepción de inseguridad tecnológica opera como obstáculo para la modernización de los canales de pago en los emprendimientos, prefiriendo la liquidez física para su rentabilidad diaria.

10.Por último, si usted decidiera invertir tiempo y dinero en una capacitación financiera, ¿qué tendría que pasar en su negocio a las pocas semanas para que usted diga: "Valió totalmente la pena"?

Para evaluar el nivel de satisfacción y el impacto real de las capacitaciones, la propietaria comenta dos indicadores fundamentales a corto plazo. El primer indicador es lograr la optimización del flujo de caja diario para cumplir con las obligaciones que conlleva los proveedores de manera que no exista desajustes en la fecha de pago. El segundo indicador es de carácter administrativo, ya que sería la reducción de la dependencia de asistencia externa, en su caso de su hija con los conocimientos contables. De cumplirse los ambos indicadores, se verificaría la transferencia de los conocimientos de la empresa.

Análisis de los resultados de las encuestas aplicado en la PEA de Anconcito.

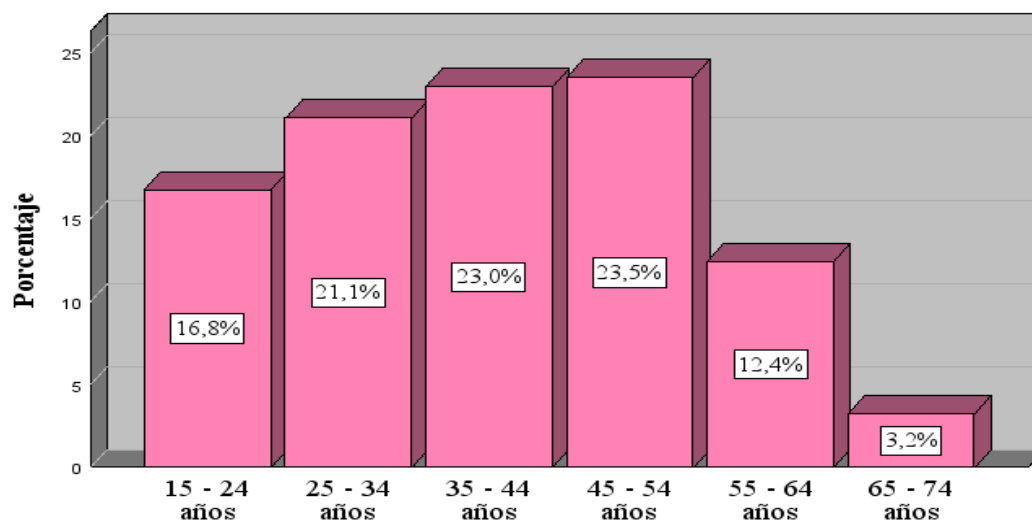
Tabla 4

Edad

Edad		
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
15 - 24 años	62	16,8%
25 - 34 años	78	21,1%
35 - 44 años	85	23%
45 - 54 años	87	23,5%
55 - 64 años	46	12,4%
65 - 74 años	12	3,2%
Total	370	100

Nota: Datos generales del encuestado

Figura 1



*Nota:
Datos*

generales del encuestado

Los resultados obtenidos revelan que la muestra de población se encuentra constituida en su mayoría por adultos en etapa laboral productiva y activa. Aquí abarcan a un nuevo rango de edad donde comienza a los veinticinco años hasta los cincuenta y cuatro, consolidándose como el núcleo predominante del estudio. Por el contrario, en las extremidades de la gráfica constan de menor porcentaje, se observa una población joven que inicia su vida económica activa. Por otro lado, se muestra una minoría al superar los cincuenta y cinco años. En

conclusión, el perfil de consumidores generalmente pertenece a un grupo con responsabilidades económicas vigentes.

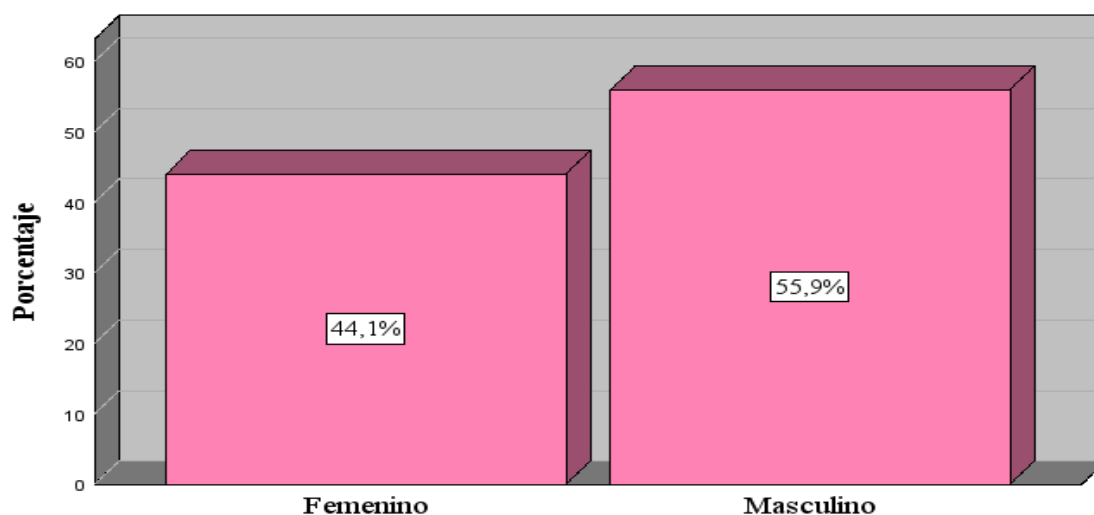
Tabla 5

Sexo

Sexo		
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	163	44,1%
Masculino	207	55,9%
Total	370	100

Nota: Datos generales del encuestado

Figura 2

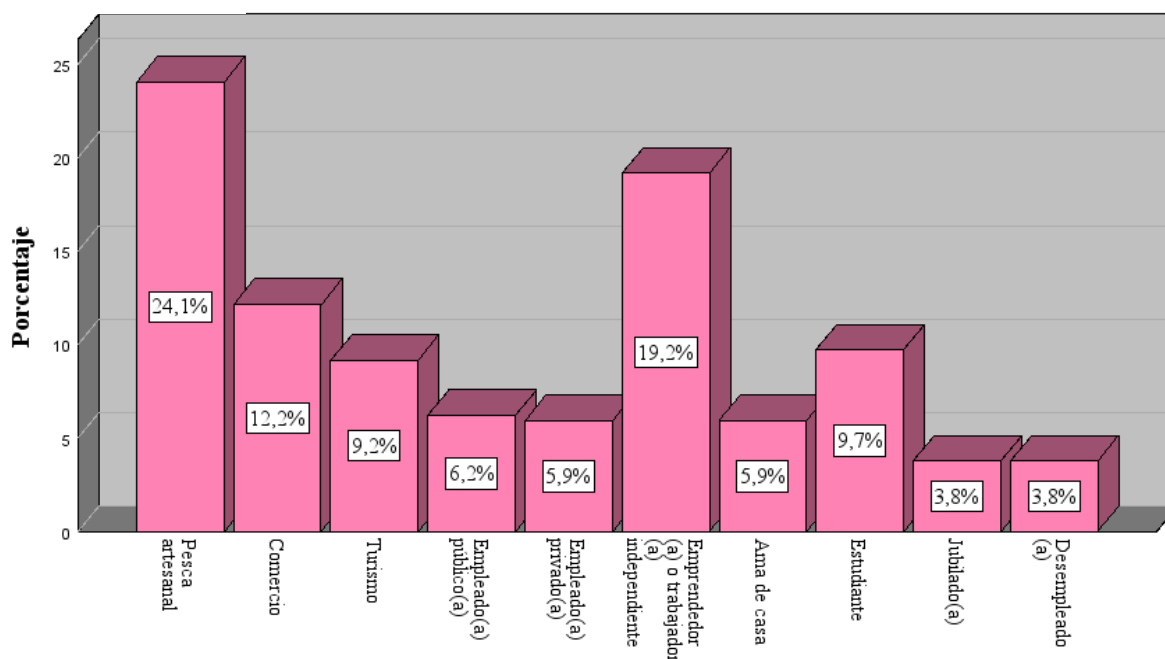


Nota: Datos generales del encuestado

Los resultados reflejan un panorama relativamente equilibrado y balanceado, obteniendo así un significativo de ambas perspectivas dentro de la investigación. Se observa una ligera mayoría en el género masculino, sin embargo, el segmento femenino tiene una participación competitiva, lo que demuestra un rol activo en la dinámico social, familiar y comercial de la parroquia Anconcito. Esta distribución valida el interés y la necesidad de recibir herramientas tanto a hombres y mujeres en el entorno analizado.

Tabla 6*Actividad económica*

¿Cuál es su principal actividad económica?		
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Pesca artesanal	89	24,1%
Comercio	45	12,2%
Turismo	34	9,2%
Empleado(a) público(a)	23	6,2%
Empleado(a) privado(a)	22	5,9%
Emprendedor(a) o trabajador(a) independiente	71	19,2%
Ama de casa	22	5,9%
Estudiante	36	9,7%
Jubilado(a)	14	3,8%
Desempleado(a)	14	3,8%
Total	370	100,0%

*Nota: Datos generales del encuestado***Figura 3***Nota: Datos generales del encuestado*

Los datos reflejan una economía local con la dependencia en el sector primario y trabajo autónomo. La pesca artesanal se fortalece como la principal fuente de sustento y motor de financiación de la población estudiada, lo que sugiere que es un entorno geográfico costero donde esta actividad se mantiene de manera prioritaria. Por otro, también existe una iniciativa privada y autoempleo, se evidencia de manera significativa que los habitantes generan sus ingresos de forma autónoma superando ampliamente a los empleos formales bajo relación de

dependencia tanto público como privado. Finalmente, el segmento de la población que no participa en el mercado representa una carga moderada, aunque destaca el grupo de los estudiantes ya que es una población joven que tiempo después se incorporará y transformará el panorama económico actual de las oportunidades que tiene el mercado aparte de las actividades tradicionales de la comunidad.

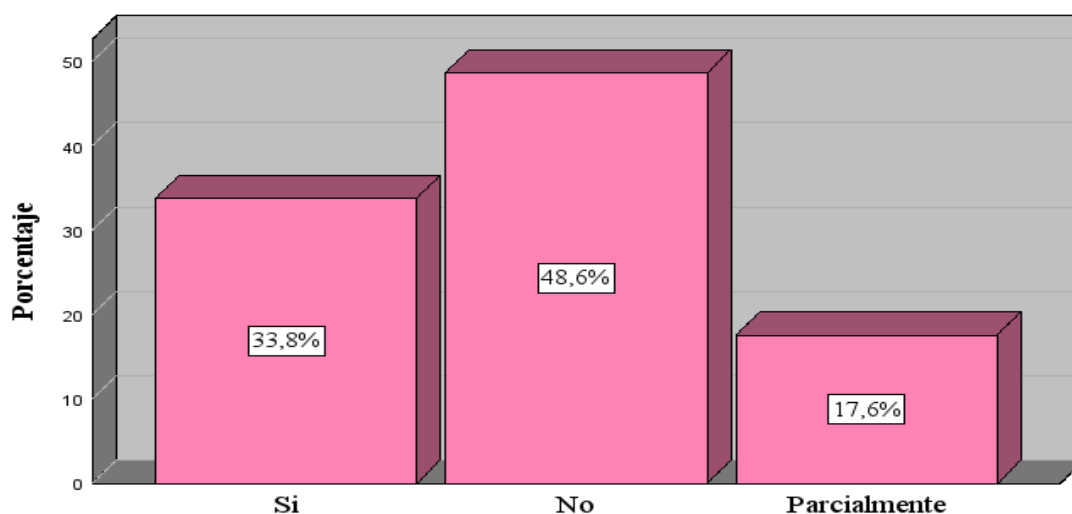
Tabla 7

Participación en capacitaciones

¿Ha participado alguna vez en cursos o capacitaciones sobre finanzas personales, ahorro o gestión de negocios?		
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	125	33,8%
No	180	48,6%
Parcialmente	65	17,6%
Total	370	100,0%

Nota: Encuesta realizada a la PEA

Figura 4



Nota: Encuesta realizada a la PEA

Los resultados de la encuesta revelan una significativa carencia en la formación técnica y financiera de la población encuestada. Un poco más de la mitad de los encuestados afirma no haber participado en ninguna capacitación en el área financiero, ni abordados temas de ahorro o gestión de negocios, lo cual llega a representar una tendencia dominante en la muestra. Aunque existe una parte de la población que afirma haber tenido al menos una capacitación de forma parcial se demuestra que la gran mayoría de la comunidad carece de instrumentos óptimos para administrar de manera eficaz sus recursos económicos. Lo que sugiere que el acceso a programas de educación financiera en la parroquia es limitado, poco difundido o que

no se percibe accesible en los encuestados por lo que está claro la necesidad urgente de implementar cursos y programas o talleres comunitarios orientados al desarrollo de habilidades administrativas en la población.

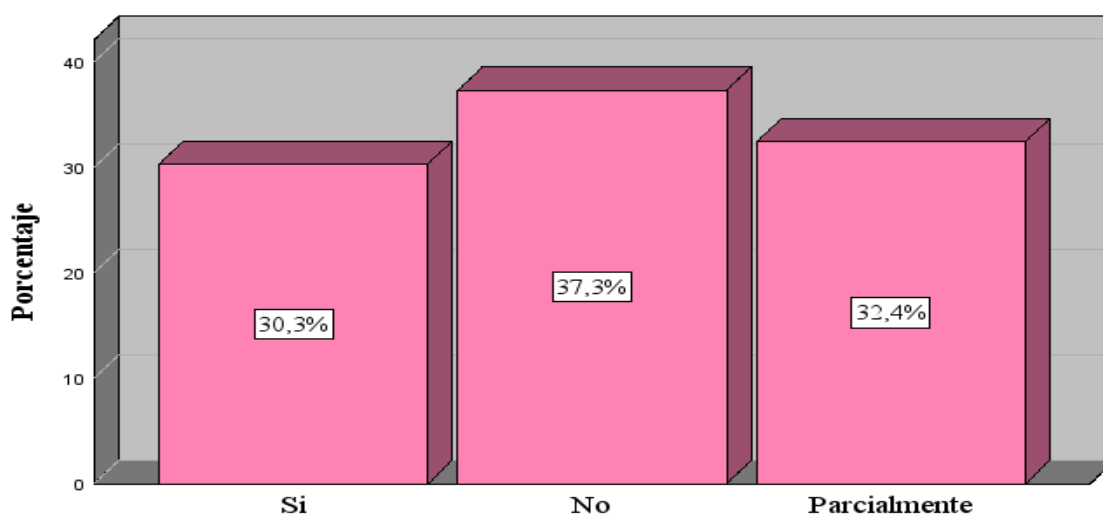
Tabla 8

Conocimientos necesarios

¿Considera que posee conocimientos necesarios para administrar adecuadamente sus finanzas personales?		
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	112	30,3%
No	138	37,3%
Parcialmente	120	32,4%
Total	370	100,0%

Nota: Encuesta realizada a la PEA

Figura 5



Nota: Encuesta realizada a la PEA

Los resultados muestran una fragmentación uniforme en tres posturas respecto a su capacidad de los habitantes sobre la gestión del dinero. Esto por su parte evidencia que no existe un consenso claro ni una base sólida en materia de educación financiera. Por un lado, la opción con mayor puntaje, aunque solo por estrecho margen, reconoce que los habitantes carecen de herramientas necesarias para tomar decisiones financieras óptimas.

Por otro lado, existe otro grupo que afirma tener los conocimientos necesarios de manera parcial, lo que demuestra que en su mayoría experimenta un grado de inseguridad al momento de administrar sus finanzas personales o familiares, lo que confirma una vulnerabilidad implícita en la comunidad sobre la gestión diaria de los recursos. Esta división

asegura la urgencia de equiparar las competencias mediante cursos formativos, ya que el alto porcentajes de respuestas negativas generan la necesidad de asesoramiento y alfabetización financiera.

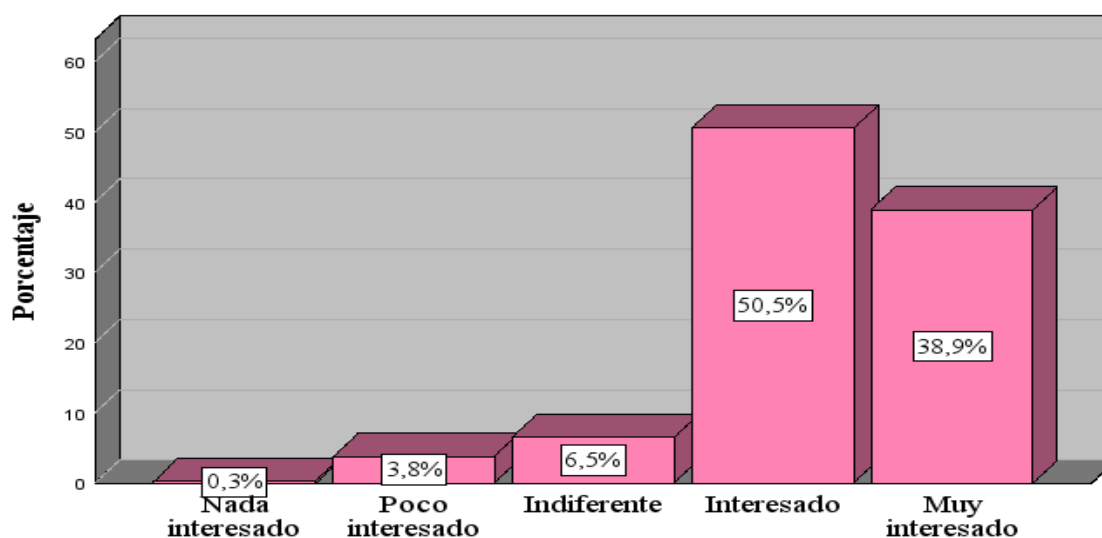
Tabla 9

Interés en las capacitaciones

¿Qué tan interesado estaría en recibir capacitaciones financieras para mejorar la administración de sus ingresos o de su negocio?		
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Nada interesado	1	0,3%
Poco interesado	14	3,8%
Indiferente	24	6,5%
Interesado	187	50,5%
Muy interesado	144	38,9%
Total	370	100,0%

Nota: Encuesta realizada a la PEA

Figura 6



Nota: Encuesta realizada a la PEA

Los resultados muestran una actitud receptiva por parte de los habitantes, la gran mayoría manifiesta una disposición para participar en programas formativos guiados a optimizar la administración de sus ingresos o en ocasiones en sus emprendimientos. Se observa el grupo que manifiesta estar interesados es casi en su totalidad de la muestra encuestada, esto argumenta que, a pesar de las carencias detectadas en las incógnitas anteriores, existe una elevada consciencia colectiva sobre los conocimientos de educación financiera como impulsor de avanzar de manera personal y comercial. La parroquia reconoce las limitaciones en el manejo de recursos y también busca los medios para corregirlas, por el contrario, existe una

pequeña diferencia, pero es insignificante a comparación de las personas interesadas. Este escenario aprueba el diseñar e implementar talleres, cursos o capacitaciones en la comunidad, garantizando una aceptación en la convocatoria y un impacto positivo en el desarrollo socioeconómico.

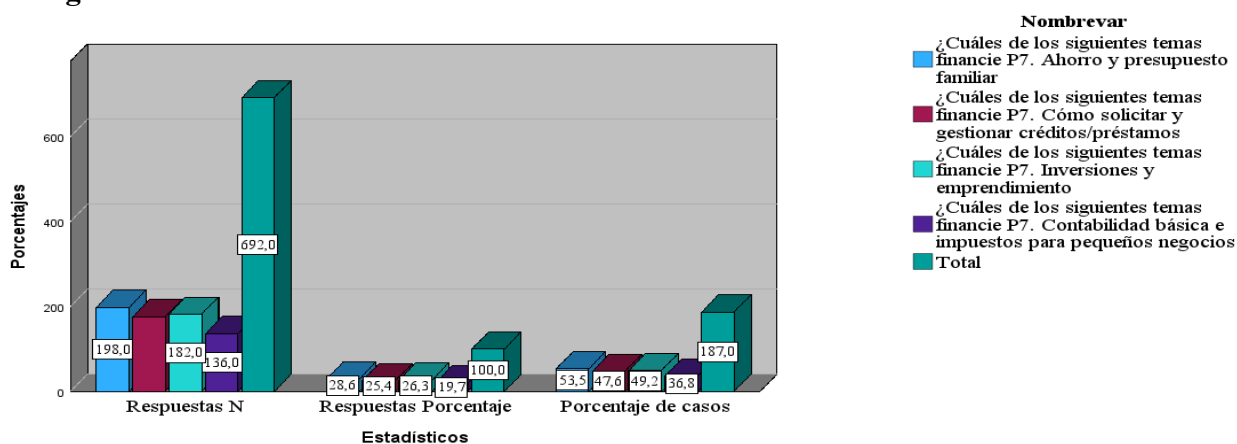
Tabla 10

Temas financieros

¿Cuáles de los siguientes temas financieros le llamaría más la atención aprender? (Seleccione un máximo de dos)			
Opciones	Respuestas N	Porcentaje	Porcentaje de casos
P7. Ahorro y presupuesto familiar	198	28,6%	53,5%
P7. Cómo solicitar y gestionar créditos/préstamos	176	25,4%	47,6%
P7. Inversiones y emprendimiento	182	26,3%	49,2%
P7. Contabilidad básica e impuestos para pequeños negocios	136	19,7%	36,8%
Total	692	100,0%	187,0%

Nota: Encuesta realizada a la PEA

Figura 7



Nota: Encuesta realizada a la PEA

Los resultados en esta incógnita donde los encuestados poseían la libertad de seleccionar múltiples opciones reflejan una demanda de conocimientos equilibrada y diversificada. Se observa una necesidad integral de alfabetización financiera en el ámbito doméstico como comercial, dado que el interés abarca en su totalidad a las 4 temáticas expuestas. La temática más elegida por los encuestados son el ahorro y la estructuración del presupuesto familiar, lo que evidencia una preocupación en la comunidad por estabilizar la economía interna en sus hogares y así disminuir la incertidumbre del día a día. Así mismo, las alternativas de inversión y el emprendimiento, seguido por el aprendizaje sobre la solicitud y

gestión responsable de crédito y préstamos, tienen una representación casi idéntica a la anterior, demostrando cada vez más, que la comunidad busca administrar los recursos que poseen y aparte persiguen de manera activa los mecanismos de crecimiento y financiamiento para sus negocios. Por último, la alternativa de contabilidad básica e impuestos para los pequeños negocios posee una frecuencia leve, lo que sugiere que la comunidad es consciente de la formalización y legalidad para la sostenibilidad de las actividades comerciales a largo plazo. Como conclusión, una intervención educativa en la zona debe estructurarse con un enfoque integral sin descuidar ninguna alternativa dada.

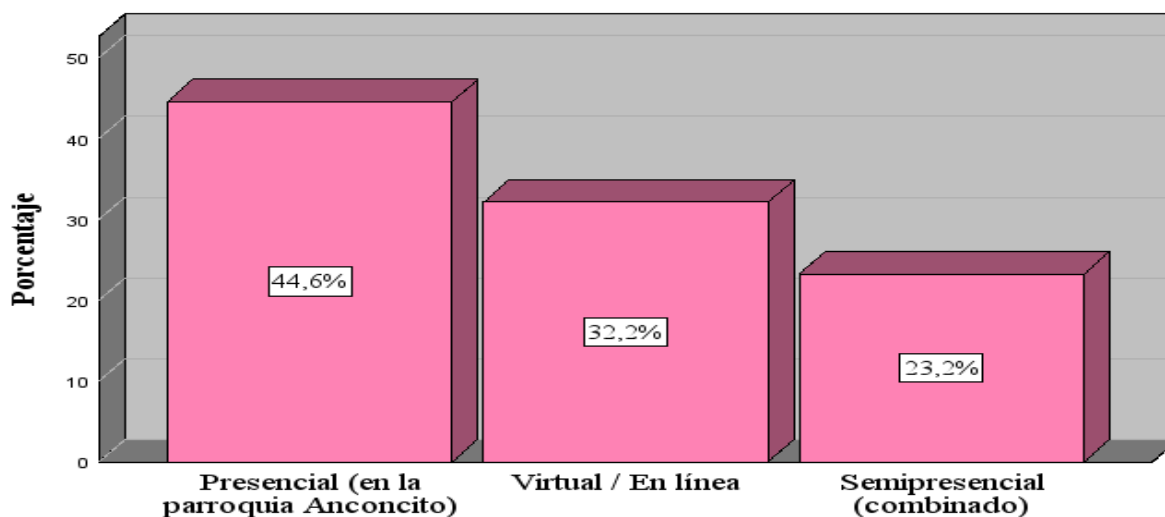
Tabla 11

Modalidad de capacitaciones

¿A través de qué modalidad preferiría asistir a estas capacitaciones financieras?		
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Presencial (en la parroquia Anconcito)	165	44,6%
Virtual / En línea	119	32,2%
Semipresencial (combinado)	86	23,2%
Total	370	100,0%

Nota: Encuesta realizada a la PEA

Figura 8



Nota: Encuesta realizada a la PEA

Los resultados se muestra una inclinación hacia la metodología tradicional de manera presencial en el territorio de la parroquia Anconcito. Los encuestados prefieren el contacto directo con los instructores, el aprendizaje comunitario en espacios familiares y donde se refleja dinámicas donde la presencialidad facilita la participación por delante de las barreras tecnológicas existentes en la zona. Sin embargo, se observa un respaldo significativo en la

modalidad virtual, destacando en segundo lugar el formato en línea y en menor medida, la opción combinado o semipresencial. Esta parte de la comunidad cuenta con acceso a herramientas digitales y cuenta con flexibilidad en los horarios y desplazamientos que brinda el aprendizaje remoto. En conclusión, los resultados sugieren una estrategia efectiva que tendría el enfoque híbrido o diversificado.

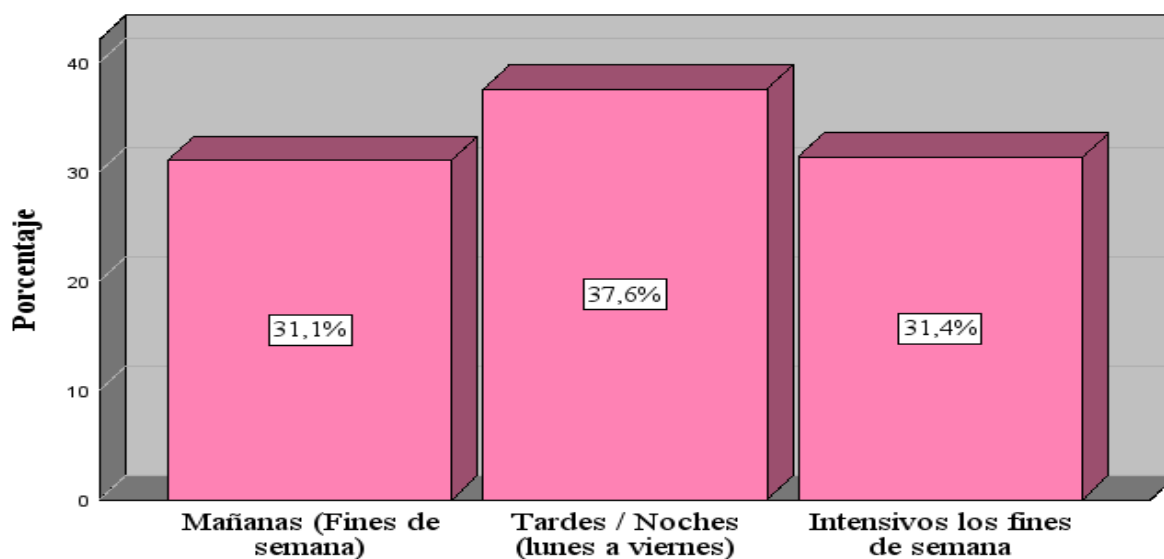
Tabla 12

Horarios de capacitaciones

¿Qué horarios se ajustarían mejor a su disponibilidad para asistir a un curso?		
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Mañanas (Fines de semana)	115	31,1%
Tardes / Noches (lunes a viernes)	139	37,6%
Intensivos los fines de semana	116	31,4%
Total	370	100,0%

Nota: Encuesta realizada a la PEA

Figura 9



Nota: Encuesta realizada a la PEA

Los resultados obtenidos sobre la disposición horaria en los encuestados se diferencian en tres bloques de tiempo, a simple vista la opción más destacada es en las jornadas vespertinas o nocturnas de lunes a viernes, lo que muestra un segmento importante de la población que aprovecha los horarios posteriores a las jornadas laborales diarias. Al unificar las alternativas de los fines de semana y las sesiones intensivas, se entiende que la mayoría de la parroquia opta por concentrar su aprendizaje en los días que son seleccionados a descansos. En

conclusión, los resultados demuestran que una oferta de capacitación rígida detendría un porcentaje significativo en los habitantes interesados. Por ello, es indispensable estructurar una oferta que sea flexible y diversificado, que contengan dos opciones: un grupo de nocturno entre semana para quienes trabajan en oficinas y otro grupo sabatino enfocado en trabajadores autónomos o pescadores.

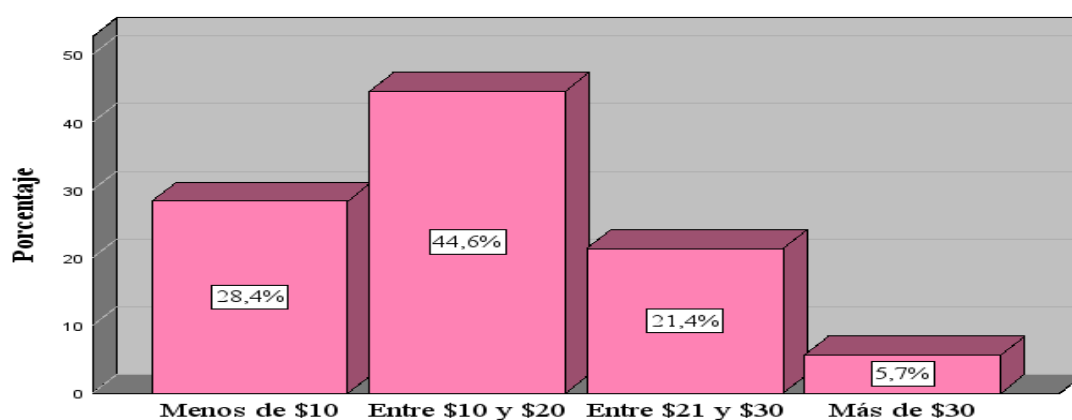
Tabla 13

Disposición de pago

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un taller o curso de capacitación financiera de 12 a 15 horas de duración?		
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Menos de \$10	105	28,4%
Entre \$10 y \$20	165	44,6%
Entre \$21 y \$30	79	21,4%
Más de \$30	21	5,7%
Total	370	100,0%

Nota: Encuesta realizada a la PEA

Figura 10



Nota: Encuesta realizada a la PEA

La población muestra una preferencia por tarifas moderadas o bajas, lo que evidencia que la capacidad de gasto hacia la educación complementaria es limitada en la zona. Se observa que la gran mayoría de la parroquia sitúa su disposición de pago de un máximo de veinte dólares. La opción predominante es el rango de diez a veinte dólares como punto de equilibrio ideal para tarifa de autofinanciamiento para el curso. Existe una sensibilidad económica dentro de la comunidad ya que cuenta con un grupo que acepta la tarifa inferior a diez dólares.

Por el contrario, las opciones más marginadas y minoritarias es la que superan los veinte dólares. En este contexto, se afirma que el perfil de la economía local en base de la pesca artesanal y comercio autónomo donde el flujo de recurso es variado.

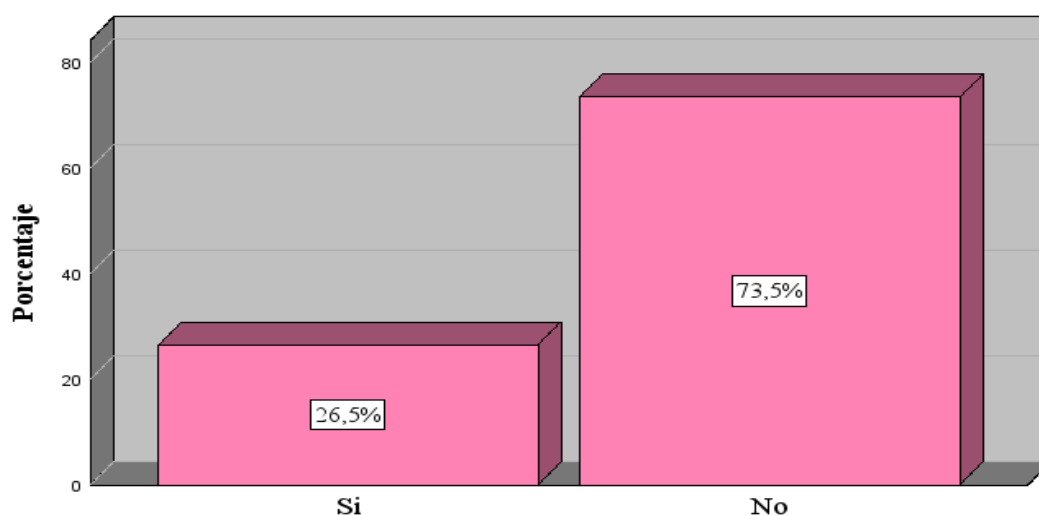
Tabla 14

Institución financiera

¿Conoce alguna empresa o institución que actualmente ofrezca capacitaciones financieras dentro de la parroquia Anconcito?		
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	98	26,5%
No	272	73,5%
Total	370	100,0%

Nota: Encuesta realizada a la PEA

Figura 11



Nota: Encuesta realizada a la PEA

Los resultados de esta variable demuestran una brecha de información y una limitada visibilidad institucionales en la zona. La opción negativa es la tendencia dominante de la muestra, considerando que las tres cuartas parte de esta desconocen por completo la existencia de organizaciones que brinde este tipo de servicios en la parroquia Anconcito. En este contexto, se revela que existe un vacío en las ofertas académicas de la zona, o si las iniciativas aún vigentes padecen de severas carencias en sus canales de comunicación y estrategias de difusión masiva. Esto se vincula con los resultados previos al estudio, donde se identificó una población con intenciones de capacitarse, pero con niveles mínimos de asistencia a cursos en el pasado.

Por otro lado, la opción positiva consta de una minoría en la zona. En conclusión, la parroquia Anconcito es un territorio con un mercado desatendido, pero también fértil para una intervención de la empresa futura. Para la propuesta de empresa se deberá incluir una campaña fuerte como estrategia de publicidad comunitaria para evitar la desinformación, ya que se cuenta con una escasa competencia o difusión visible y con una demanda garantizada.

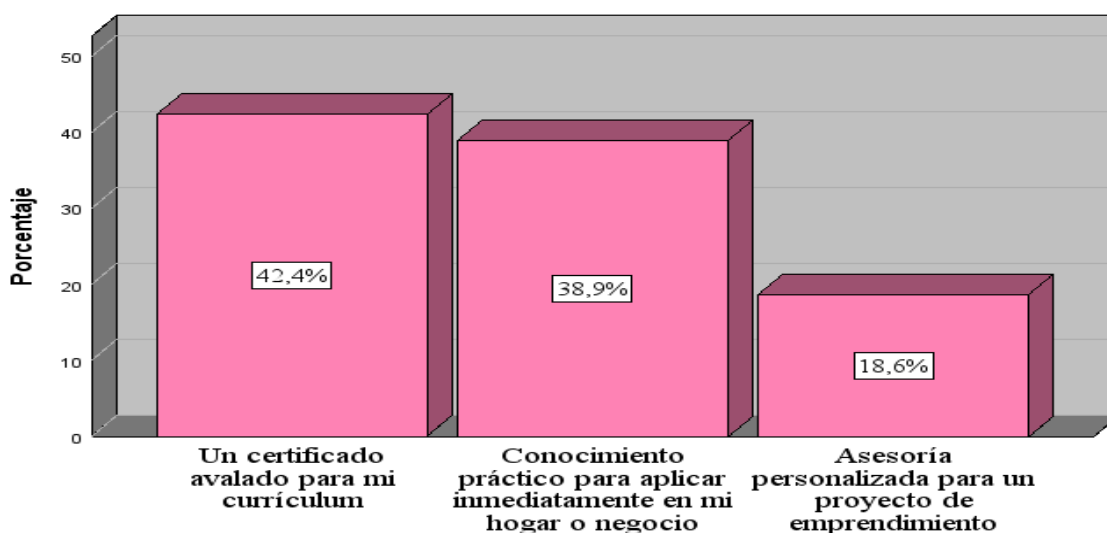
Tabla 15

Beneficio principal

¿Qué beneficio principal esperarías obtener al finalizar una capacitación de este tipo?		
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Un certificado avalado para mi currículum	157	42,4%
Conocimiento práctico para aplicar inmediatamente en mi hogar o negocio	144	38,9%
Asesoría personalizada para un proyecto de emprendimiento	69	18,6%
Total	370	100,0%

Nota: Encuesta realizada a la PEA

Figura 12



Nota: Encuesta realizada a la PEA

Los resultados revelan que las motivaciones primordiales se centran en dos opciones que se vinculan entre sí: la validación formal y la utilidad práctica del aprendizaje. La opción con mayor preferencia es la de obtención de un certificado avalado para el currículum, demostrando que los habitantes buscan adquirir habilidades individuales y un respaldo institucional validado para mejorar su empleabilidad, así acreditar las competencias a futuras oportunidades fortaleciendo su perfil dentro del mercado laboral de la comunidad. En segundo lugar, la opción de conocimiento práctico de aplicación inmediata en el hogar o negocio, lo que

muestra que los habitantes exigen metodologías funcionales, dinámicas y cercas de la realidad económica. Para la población estudiada donde los ejes importantes son el autoempleo y el comercio local, el tiempo a invertir en las aulas debe ser rápido con estrategias que optimicen los ingresos y reduzcan los costos.

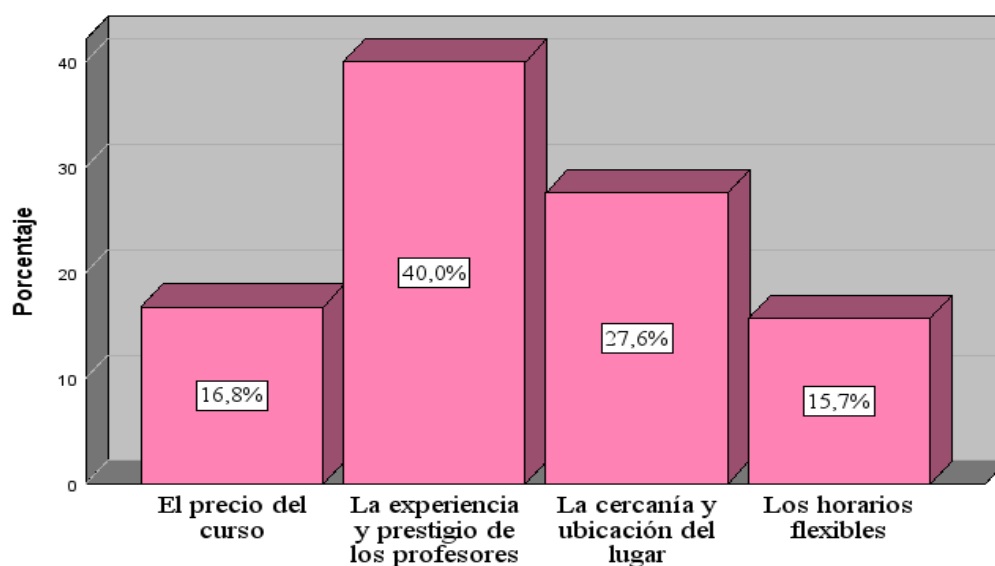
Tabla 16

Factor importante

¿Qué factor considera más importante al elegir un centro de capacitación?		
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
El precio del curso	62	16,8%
La experiencia y prestigio de los profesores	148	40,0%
La cercanía y ubicación del lugar	102	27,6%
Los horarios flexibles	58	15,7%
Total	370	100,0%

Nota: Encuesta realizada a la PEA

Figura 13



Nota: Encuesta realizada a la PEA

Los resultados muestran con claridad las prioridades de la parroquia al seleccionar una entidad académica. El factor predominante y con mayor importancia es de experiencia y prestigio de los profesores, esto refleja una población exigente que prioriza el nivel de educación que se imparte y la reputación de los docentes, considerando que se vincula de manera directa la calidad del instructor con el valor real y el impacto que tendrá los talleres en sus negocios o vidas cotidiana. En segundo lugar, se posiciona la cercanía y ubicación del lugar, esto reafirma que para los habitantes es importante que las actividades o talleres se desarrollen

dentro de su entorno geográfico, de manera que se facilita el traslado y reduciendo las barreras de movilización que puedan obstaculizar la asistencia de los interesados. Aunque las demás alternativas son los escalones más bajos, demuestran que los habitantes cuentan con predisposición de ajustar su economía y reorganizar sus horarios con la condición de que se verifique y garantice que los instructores estén altamente capacitados y que los talleres se lleven a cabo en la localidad.

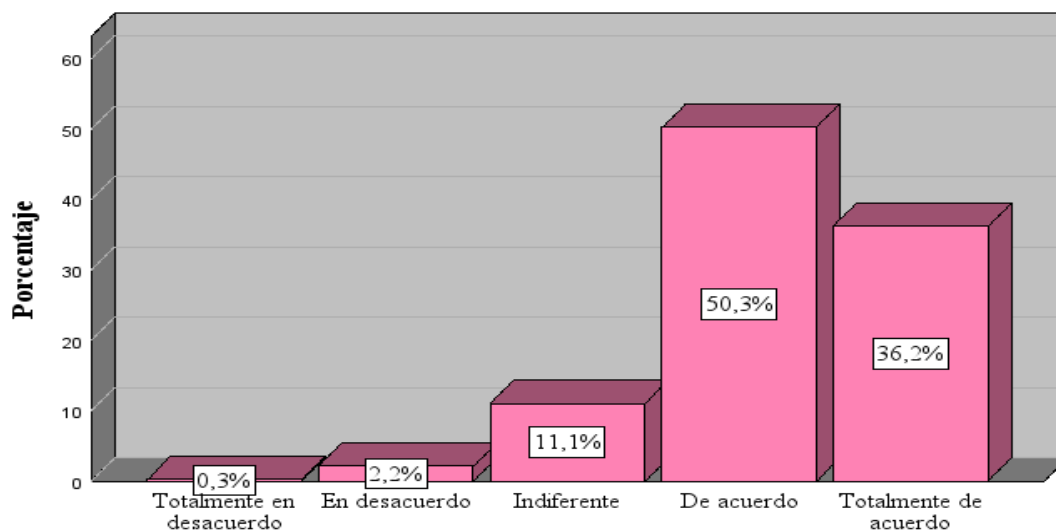
Tabla 17

Ausencia de capacitación

¿Considera que la falta de educación financiera afecta el crecimiento económico de los habitantes y negocios en Anconcito?		
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	0,3%
En desacuerdo	8	2,2%
Indiferente	41	11,1%
De acuerdo	186	50,3%
Totalmente de acuerdo	134	36,2%
Total	370	100,0%

Nota: Encuesta realizada a la PEA

Figura 14



Nota: Encuesta realizada a la PEA

Los resultados muestran que los encuestados reconocen la carencia de competencias administrativas limita el desarrollo local, la mayoría de ellos coincide que la escasez de educación financiera actúa como un obstáculo directo ya que detiene el posible crecimiento económico de los habitantes de la comunidad. Al unificar las respuestas positivas se observa una enorme tendencia y demuestra que los habitantes son conscientes de su vulnerabilidad

también identifica los problemas económicos y la causa interna que está vinculada con la escasez de capacitaciones técnicas para administrar el recurso monetario. En este caso los resultados justifican el presente proyecto ya que existe una zona completamente lista para la implementación de estrategias educativas, garantizando que los talleres sean un impulso a la prosperidad y sostenibilidad de los negocios y familias.

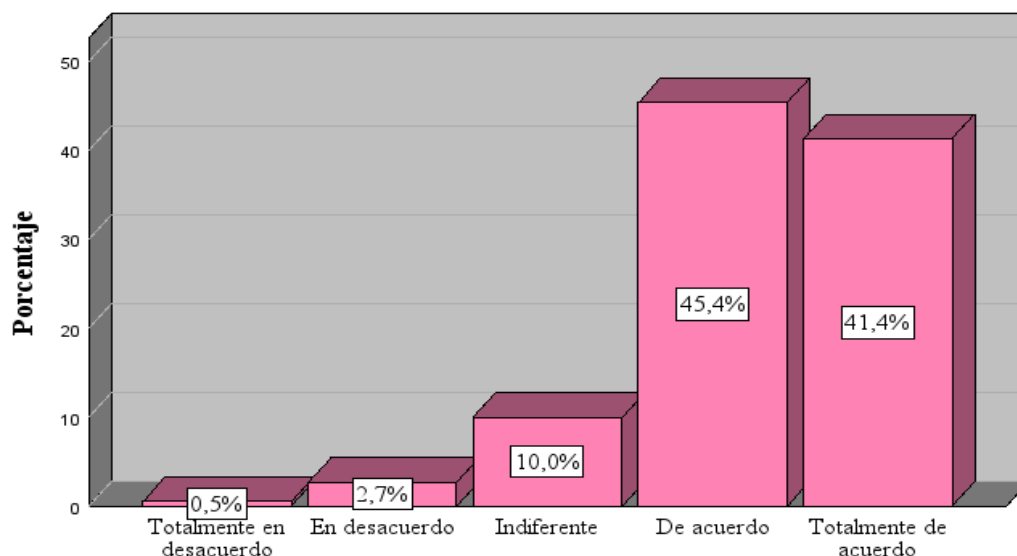
Tabla 18

Desarrollo económico

¿Considera que la creación de una empresa de capacitaciones financieras contribuiría al desarrollo económico de los habitantes de Anconcito?		
Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	2	0,5%
En desacuerdo	10	2,7%
Indiferente	37	10,0%
De acuerdo	168	45,4%
Totalmente de acuerdo	153	41,4%
Total	370	100,0%

Nota: Encuesta realizada a la PEA

Figura 15



Nota: Encuesta realizada a la PEA

Los resultados obtenidos en esta incógnita respaldan la propuesta de establecer una empresa de formación financiera en la parroquia Anconcito. Los encuestados muestran un comportamiento receptivo con la implementación de crear una entidad con enfoque en el ámbito financiero representaría un aporte funcional para el desarrollo socioeconómico de la comunidad. Al unificar las opciones de aprobación se obtiene un valor estratégico para el

estudio por que actúa como indicador favorable de mercado, es decir, el proyecto de creación de empresa cuenta la legitimidad comunitaria y con una población potencial que percibe el beneficio que esta posee. Por el contrario, las opciones de desacuerdo cuentan con una minoría de los encuestados. En conclusión, estos resultandos validan la viabilidad con respecto a la demanda, la parroquia Anconcito aprueba de manera explícita la creación de una empresa especializada como medio de solución a esta carencia

Discusión

Tomando en cuenta y haciendo énfasis en la incógnita sobre la limitación financiera y su influencia de manera negativa en el crecimiento de los habitantes y de los emprendimientos existentes en la parroquia Anconcito, se concluye que uno de los factores principales y detonante hacia el estancamiento económico local se debe en gran medida a la falta de competencias financieras y administrativa en el manejo de recursos económicos. Al comparar este resultado con un estudio realizado por Bolívar y Poveda (2022), se evidencia que la limitación de herramientas en contabilidad y presupuestos básicos afectan a la capacidad de supervivencia de los emprendimientos del sector, presionándolos a operar bajo un sistema empírico, es decir, se basan en el aprendizaje concentrada en la observación y el método de prueba y error, desamparándolos ante el endeudamiento informal.

Así mismo, en la incógnita que detalla los factores más relevantes al momento de elegir un centro de programas de capacitación se demostró que la experiencia y el prestigio de docentes, junto con la cercanía y ubicación del lugar, son las alternativas determinantes para los habitantes dejando de lado la parte operativa, como los precios y la flexibilidad en el horario. En un estudio realizado por González Ramírez (2020) titulado Fortalecimiento de la inclusión financiera para pequeñas y medianas empresas en la provincia de Santa Elena, se analizan las dinámicas emitidas por las entidades públicas y privadas en la península, demuestra que para mejorar las actividades productivas es esencial tener las herramientas financieras y contar con un respaldo formativo que genere confianza en los emprendedores. De la misma manera se comprobó la viabilidad de proyectos formativos al demostrar que las comunidades semirurales valoran la legitimidad y calidad del facilitador como garantía de que su inversión de tiempo y dinero se traducirá en beneficios reales. Asimismo, se destaca que la territorialidad disminuye las barreras geográficas de movilidad, lo cual es indispensable e importante para asegurar la asistencia de trabajadores independientes y comerciantes en la localidad.

Los resultados de la incógnita vinculada con la viabilidad de crear una empresa de capacitaciones financieras y el formato más escogido por la comunidad demuestran que la presencialidad, los fines de semana y las tarifas de bajo costo son importantes para asegurar un resultado favorable del proyecto formativo. Comparando la investigación con un estudio realizado por Calero Zurita (2024) titulado "La Educación financiera, Caso de estudio, grupo de ahora y crédito los negociantes en minga, Cantón La Libertad, Año 2020-2022-", se evidenció la importancia de adaptar estrategias de formación a las realidades de la vida comercial. También se analizó el diseño operativo para los pequeños productores pesqueros, donde los programas de formación deben adaptarse de manera estricta a los ciclos dinámicos de trabajo del sector informal. Su investigación culminó determinando que los talleres presenciales incrementan la fidelización de los estudiantes y garantizan que las microempresas sean sostenibles y operativas a largo plazo en contextos comunitarios similar

Diseño de la propuesta de FinanCap Anconcito S.A.S.

Concepto de negocio

FinanCap Anconcito S.A.S. se concibe como una empresa de gestión administrativa digital y prestación multimodal de capacitación financiera aplicada. La virtualidad corresponde principalmente a los procesos de inscripción, atención, registro, seguimiento, emisión de documentos y a una parte de la oferta académica. La prestación del servicio se ejecutará de forma presencial, virtual o híbrida según el público y la demanda de cada cohorte.

Justificación de la propuesta

La presente propuesta constituye el resultado aplicado del estudio de mercado realizado para determinar las condiciones de creación de una empresa de capacitaciones financieras en la parroquia Anconcito. Su estructura se formula a partir de los datos cuantitativos obtenidos mediante 370 encuestas aplicadas a la población económicamente activa (PEA) y de la evidencia cualitativa derivada de entrevistas aplicadas en pobladores de sector. En consecuencia, las decisiones sobre contenidos, modalidad, horarios, precio, localización, canales de comercialización y criterios de calidad se vinculan expresamente con los hallazgos del estudio.

Relación con los objetivos de la investigación

Tabla 19

Objetivos de la propuesta

Objetivo	Contenido	Respuesta de la propuesta
Objetivo general	Realizar un estudio de mercado para proponer la creación de una empresa de capacitaciones financieras en la parroquia Anconcito.	Conversión de los hallazgos del mercado en un modelo operativo, comercial y financiero de FinanCap Anconcito S.A.S.
Objetivo específico 1	Diagnosticar la situación actual del mercado en el contexto financiero de la parroquia Anconcito.	Se utiliza el diagnóstico de experiencia previa, nivel de conocimientos, actividad económica, oferta conocida y percepción de impacto de la educación financiera.

Objetivo específico 2	Identificar las necesidades de los habitantes para que decidan participar en las capacitaciones financieras.	Se incorporan temas demandados, modalidades, horarios, precios, certificado, experiencia docente y cercanía.
Objetivo específico 3	Proponer la creación de una empresa de capacitación financiera a partir del estudio de mercado.	Se define cartera de servicios, operación, estructura organizacional, precios, costos, punto de equilibrio, implementación, riesgos y control.

Evidencia empírica que sustenta el diseño

La propuesta no parte de una oferta genérica de cursos, sino de un conjunto de decisiones vinculadas a los resultados de la investigación. La siguiente matriz resume los hallazgos cuantitativos y la decisión empresarial que se deriva de cada uno.

Tabla 20

Hallazgos

Hallazgo	Resultado del estudio	Decisión de diseño
Perfil etario	25–54 años concentra 67,6 % de la muestra; 45–54 es el grupo individual más numeroso con 23,5 %.	La edad se utiliza para adaptar lenguaje y casos, pero no como criterio principal de creación de productos, porque la encuesta no cruzó edad con tema de interés.
Actividad económica	Pesca artesanal 24,1 %; emprendedor/trabajador independiente 19,2 %; comercio 12,2 %; turismo 9,2 %.	Segmentación prioritaria por actividad y necesidad financiera. Se crea una línea específica para pescadores y otra para emprendedores/comerciantes.
Experiencia previa	48,6 % no ha participado en capacitación financiera y 17,6 % lo ha hecho parcialmente.	Los cursos deben partir de conceptos aplicados y no asumir dominio técnico previo.
Conocimientos financieros	37,3 % considera que no posee conocimientos suficientes y 32,4 % solo parcialmente.	Se priorizan herramientas prácticas: presupuesto, ahorro, crédito, flujo de caja, costos y registro básico.

Interés	50,5 % interesado y 38,9 % muy interesado; total positivo 89,4 %.	Existe demanda potencial favorable. No se interpreta como demanda efectiva; la empresa valida cada cohorte mediante matrícula pagada.
	Ahorro/presupuesto 53,5 % de casos; inversiones/emprendimiento 49,2 %; créditos 47,6 %; contabilidad/impuestos 36,8 %.	Se estructuran cuatro líneas de formación que cubren estos cuatro campos.
Temas		
Modalidad	Presencial 44,6 %; virtual 32,2 %; semipresencial 23,2 %.	Modelo multimodal. La administración puede ser digital, pero la prestación no será exclusivamente virtual.
Horarios	Tardes/noches 37,6 %; intensivos de fin de semana 31,4 %; mañanas de fin de semana 31,1 %.	Se programan franjas nocturnas y sabatinas/intensivas; no se adopta un horario único rígido.
Disposición de pago	Menos de USD 10: 28,4 %; USD 10–20: 44,6 %; USD 21–30: 21,4 %; más de USD 30: 5,7 %.	El precio individual se mantiene dentro de USD 15–20. Los descuentos se financian con patrocinio o convenios, no reduciendo el margen sin respaldo.
Oferta conocida	73,5 % no conoce una empresa o institución que ofrezca capacitaciones financieras dentro de Anconcito.	Se justifica una estrategia de comunicación comunitaria intensa y presencia territorial.
Beneficio esperado	Certificado avalado 42,4 %; conocimiento práctico 38,9 %; asesoría 18,6 %.	La propuesta combina evidencia de aprendizaje con certificado; el término “avalado” solo se utilizará cuando exista un convenio formal de respaldo.
Factor de elección	Experiencia/prestigio docente 40,0 %; cercanía 27,6 %; precio 16,8 %; flexibilidad 15,7 %.	Selección rigurosa de facilitadores y realización presencial dentro de la

		parroquia o cerca de los sectores productivos.
Efecto de la falta de educación financiera	86,5 % está de acuerdo o totalmente de acuerdo con que la falta de educación financiera afecta el crecimiento económico.	La propuesta incorpora indicadores de aplicación práctica, no solo asistencia.
Percepción de impacto de la empresa	86,8 % está de acuerdo o totalmente de acuerdo con que la empresa contribuiría al desarrollo económico.	Existe legitimidad social de la idea; se mantiene un enfoque de impacto local y sostenibilidad económica.

Evidencia cualitativa de las entrevistas

Tabla 21

Aplicación

Evidencia cualitativa	Hallazgo	Aplicación en FinanCap
Pescadores: estructura de costos	Las faenas de altura pueden requerir aproximadamente USD 1.000–1.500 y las de bajura alrededor de USD 500, según duración e insumos.	El curso para pescadores debe enseñar costeo por faena, presupuesto de salida, recuperación de inversión y margen.
Pescadores: financiamiento	Se reporta recurrencia al financiamiento informal cuando los fondos de emergencia no cubren contingencias mayores.	Incluir comparación de alternativas de crédito, costo financiero, riesgo y criterios de endeudamiento.
Pescadores: horarios y ubicación	Las mareas, clima y jornadas de navegación exigen flexibilidad; se prefieren talleres grupales y cercanos al puerto o asociaciones.	Programación rotativa y uso de espacios próximos al sector pesquero; evitar horarios que generen pérdida de jornada.
Emprendimiento: pagos digitales	La entrevistada reporta desconfianza frente a	Los pagos digitales se verifican contra la transacción real; una

	comprobantes digitales por captura de pantalla no constituye riesgo de fraude.	confirmación de pago.
Emprendimiento: resultado esperado	La entrevistada identifica como mejoras deseadas el flujo de caja y menor dependencia de terceros para llevar cuentas.	Los programas incluyen productos aplicados y seguimiento posterior para medir transferencia del aprendizaje.

Propuesta de valor

- Capacitación financiera de bajo costo, con precios individuales entre USD 15 y USD 20, alineados con la mayor disposición de pago observada.
- Contenidos directamente vinculados con la economía local: hogar, emprendimiento, comercio y pesca artesanal.
- Facilitadores con experiencia verificable, atendiendo al factor de elección más importante de la encuesta (40,0 %).
- Modalidad flexible y territorial: presencial en Anconcito, virtual y semipresencial.
- Productos de aprendizaje aplicables de inmediato: presupuesto, hoja de costos, flujo de caja, plan de deuda o plan financiero.
- Certificación al finalizar; el aval externo se comunicará únicamente cuando exista respaldo institucional formal.

Mercado objetivo y segmentación

La segmentación comercial prioritaria se realizará por necesidad y actividad económica.

Tabla 22

Mercado objetivo

Segmento	Necesidad observada	Programa recomendado
Hogares y población económicamente activa	Personas que requieren mejorar administración de ingresos, ahorro y deuda.	Finanzas personales, ahorro y crédito responsable.
Emprendedores, comerciantes y trabajadores independientes	Necesidad de flujo de caja, inversión, crédito, costos y formalización.	Finanzas para emprendedores y pequeños negocios.

Pescadores artesanales y asociaciones	Costeo por faena, estacionalidad, contingencias, financiamiento y distribución de ingresos.	Finanzas y costos para la actividad pesquera.
Pequeños negocios con mayor formalización	Necesidad de registros, costos, impuestos y control financiero.	Contabilidad, costos e impuestos para pequeños negocios.

Portafolio de programas de capacitación

Cada programa tendrá una duración estándar de 12 horas. La duración conserva el supuesto de la propuesta preliminar y se encuentra dentro del rango de 12 a 15 horas utilizado en la pregunta de disposición de pago de la encuesta. Cada curso debe culminar con un producto verificable que demuestre aplicación práctica.

Tabla 23

Programas

Programa	Público	Contenido central	Producto final	Modalidad
P1. Finanzas personales, ahorro y crédito responsable	Población general, familias, trabajadores y jóvenes económicamente activos	Presupuesto y metas financieras; ahorro y fondo de emergencia; crédito responsable y costo de la deuda; prevención de fraude y seguridad financiera.	Presupuesto mensual y plan de ahorro/deuda de 90 días.	Virtual, híbrida o presencial.
P2. Finanzas para emprendedores y comerciantes	Emprendedores, comerciantes, trabajadores independientes y turismo	Separación de finanzas personales y del negocio; flujo de caja; capital de trabajo; crédito e	Flujo de caja de 30 días y plan financiero inicial del negocio.	Híbrida o presencial; virtual cuando el grupo lo solicite.

		inversión; fijación básica de precios y control de gastos.		
		Presupuesto por faena; costeo de combustible, hielo, víveres y carnada; recuperación de inversión y distribución de ingresos; fondo de emergencia; financiamiento formal e informal; planificación para veda o baja captura.		
P3. Finanzas y costos para pescadores de Anconcito	Pescadores de bajura, altura, tripulantes y asociaciones		Hoja de costo por faena y fondo de contingencia pesquera.	Presencial preferente cerca del puerto; híbrida según disponibilidad.
P4. Contabilidad, costos e impuestos para pequeños negocios	Negocios que requieren mayor control y formalización		Registro de ingresos y gastos; costos fijos y variables; punto de equilibrio; inventarios básicos; flujo de caja; obligaciones tributarias explicadas a nivel introductorio.	Hoja de costos, registro mensual y punto de equilibrio del negocio.
				Presencial o híbrida.

Estructura metodológica común

Tabla 24

Estructura

Componente	Peso/tiempo	Aplicación
------------	-------------	------------

Diagnóstico inicial	10–15 minutos	Breve evaluación de conocimientos y problema financiero principal del participante.
Conceptos mínimos	20–25 % del tiempo	Explicaciones simples, evitando exceso de teoría.
Aplicación guiada	40–50 % del tiempo	Casos de Anconcito, ejercicios, plantillas y simulaciones.
Trabajo sobre situación propia	20–30 % del tiempo	El participante construye un producto aplicable a su hogar, negocio o faena.
Cierre y evaluación	Última sesión	Verificación del producto, aprendizaje y plan de aplicación a 30 días.

Criterios para la certificación

- Asistencia mínima propuesta: 80 % de las horas programadas.
- Entrega del producto final definido para el curso.
- Calificación mínima propuesta de 70/100 en la evaluación final o rúbrica práctica.
- El certificado será emitido por FinanCap. Si se obtiene una alianza de respaldo institucional, el documento deberá identificar de manera expresa a la entidad que avala y el alcance del aval.

Modelo de prestación del servicio

Tabla 25

Prestación de servicios

Modalidad	Preferencia encuesta	Precio individual	Ejecución	Capacidad
Presencial	44,6 %	USD 20	Anconcito; espacios comunitarios o alquilados por jornada; para P3 cerca del puerto/asociaciones.	Máximo técnico propuesto: 30 participantes.
Virtual	32,2 %	USD 15	Videoconferencia y materiales digitales.	Máximo técnico propuesto: 30 participantes.

Híbrida	23,2 %	USD 18	6 horas virtuales + 6 horas presenciales, ajustables sin cambiar las 12 horas totales.	Máximo técnico propuesto: 30 participantes.
---------	--------	--------	--	---

Horarios

- Grupo nocturno entre semana: destinado a trabajadores dependientes y personas disponibles después de la jornada laboral.
- Grupo sabatino o intensivo de fin de semana: destinado a trabajadores autónomos, comerciantes y participantes que concentran su disponibilidad en días de descanso.
- Sector pesquero: cronograma confirmado con representantes del grupo antes de la apertura, considerando mareas, faenas y disponibilidad; se evita fijar una sola jornada permanente para todos los pescadores.

Política de precios y descuentos

La tarifa se define por modalidad. esto simplifica la comunicación comercial y mantiene los precios dentro del rango aceptado por la mayor proporción de encuestados.

Tabla 26

Precios

Modalidad	Precio regular	Justificación
Virtual	USD 15	Precio de acceso más bajo por ausencia de alquiler de aula.
Híbrida	USD 18	Equilibra flexibilidad con acompañamiento presencial.
Presencial	USD 20	Máximo regular alineado con el rango de mayor preferencia de pago.

- No se aplicarán descuentos permanentes que coloquen una cohorte por debajo de su punto de equilibrio.
- Las becas o tarifas sociales se ofrecerán únicamente cuando un tercero financie la diferencia o cuando el presupuesto de la cohorte demuestre margen suficiente.
- Los convenios con asociaciones, GAD u organizaciones locales podrán financiar espacios, becas o una parte del costo del curso, permitiendo preservar la accesibilidad del precio individual.

Estrategia comercial y de captación

El 73,5 % de la muestra manifestó no conocer una organización que ofrezca capacitaciones financieras dentro de la parroquia. Por ello, la comercialización debe ser territorial y no depender exclusivamente de redes sociales.

Tabla 27

Estrategia de captación

Canal	Función	Forma de uso
WhatsApp comunitario	Difusión por listas, grupos y contactos de asociaciones.	Enlace directo a preinscripción y comprobación de cupos.
Asociaciones pesqueras y dirigentes	Convocatoria de grupos P3 y negociación de espacios.	Visitas y acuerdos por cohorte.
GAD y organizaciones locales	Convenios para uso de espacios, difusión o becas.	Gestión institucional del gerente/promotor.
Redes sociales	Promoción de fechas, testimonios y productos prácticos.	Contenido simple, geolocalizado a Anconcito.
Página web/formulario	Información oficial, matrícula y políticas.	Formulario de preinscripción y registro de pagos.
Promoción comunitaria física	Afiches o material en puntos de alta circulación.	Uso focalizado, no masivo, para controlar costos.

Embudo de matrícula

1. Interesado recibe información y completa preinscripción.
2. FinanCap confirma programa, modalidad, horario, precio y condición de apertura.
3. El participante realiza el pago por el medio habilitado.
4. La empresa verifica la transacción real; una imagen de comprobante por sí sola no constituye pago confirmado.
5. La matrícula pasa a estado “pagada”.
6. La cohorte se abre únicamente cuando alcanza el umbral financiero correspondiente.
7. Si no alcanza el umbral en la fecha límite, el participante elige reprogramación o devolución según la política publicada.

Modelo operativo y procesos

Tabla 28

Modelo de procesos

Proceso	Actividad	Responsable	Salida
Planificación mensual	Revisar demanda, convenios, disponibilidad de facilitadores y calendario.	Gerente/promotor	Calendario tentativo.
Preinscripción	Capturar datos del interesado sin comprometer la apertura.	Coordinación administrativa	Base de preinscritos.
Validación financiera	Calcular umbral de apertura según modalidad y número de cohortes del mes.	Gerencia/contador	Presupuesto de cohorte.
Cobro y confirmación	Registrar únicamente pagos verificados.	Coordinación	Matrícula pagada.
Apertura/cierre de cupos	Confirmar curso cuando se alcanza el mínimo; máximo 30.	Gerencia	Cohorte confirmada.
Ejecución	Impartir 12 horas y acompañar producto final.	Facilitador	Registro de asistencia y evidencias.
Evaluación/certificación	Verificar asistencia, producto y resultado.	Facilitador + coordinación	Certificado y registro.
Seguimiento	Consultar aplicación a 30 días y satisfacción.	Coordinación	Indicadores de impacto.
Cierre financiero	Conciliar ingresos, comisión, costos y margen real.	Contador/gerencia	Estado de cohorte.

Política de apertura de cohortes

La apertura de un curso no se decidirá por número de preinscritos, sino por matrículas pagadas. El umbral depende de la modalidad y del número de cohortes activas en el mes porque los costos fijos centrales se distribuyen entre ellas. Esta regla impide iniciar cursos que generen pérdida por insuficiencia de participantes.

Estructura organizacional por etapas

En la fase inicial, la gestión se realiza con estructura emprendedora y contratación externa limitada. La incorporación de puestos permanentes ocurre únicamente después de demostrar demanda efectiva suficiente.

Tabla 29

Etapas

Etapas	Periodo	Estructura	Criterio
Fase 1: piloto y validación	Meses 1–6	Promotor/gerente sin nómina fija; contador externo; facilitadores por cohorte; apoyo administrativo asumido por gestión del promotor.	Reducir riesgo de costos fijos antes de validar ventas.
Fase 2: estabilización	Meses 7–12	Misma estructura, con apoyo administrativo por horas o por servicio cuando el volumen lo requiera y exista margen.	Aumentar capacidad sin crear una carga fija prematura.
Fase 3: consolidación	Posterior al primer año y sujeto a indicadores	Incorporar administrador remunerado cuando el flujo recurrente permita cubrir su costo sin elevar el precio individual por encima de lo aceptado por el mercado.	Profesionalizar la operación después de validar sostenibilidad.

Condición de transparencia financiera: el modelo de primer año es un modelo de caja empresarial de arranque y supone que el promotor aporta su gestión sin un sueldo fijo. Este aporte tiene un costo de oportunidad que no se presenta como salida de caja. Si se decide

remunerar mensualmente al promotor desde el inicio, el punto de equilibrio deberá recalcularse antes de abrir cohortes.

Herramientas administrativas y control

Tabla 30

Herramientas digitales

Herramienta	Uso
Google Forms / formulario web	Preinscripción y encuestas de satisfacción.
Google Sheets o Excel	Base maestra de interesados, matrículas, pagos, asistencia, costos, certificados y seguimiento.
Videoconferencia	Ejecución de cursos virtuales y parte híbrida.
PayPhone / transferencia o depósito	Opciones de cobro; todo pago se confirma contra la transacción real.
Power BI	Herramienta de segunda etapa para análisis cuando exista volumen suficiente; no es requisito para lanzar el piloto.

Modelo financiero propuesto

Objetivo financiero del diseño: mantener el precio individual dentro de USD 15–20 y reducir el punto de equilibrio desde los 33–39 participantes de la propuesta anterior a un rango operativamente alcanzable, mediante una estructura de costos fijos liviana, máximo de 30 participantes por cohorte y apertura condicionada a matrículas pagadas.

Supuestos técnicos de cálculo

Tabla 31

Cálculo Supuestos

Variable	Valor	Fundamento/alcance
Duración de cada curso	12 horas	Se conserva el estándar de la propuesta corregida y se mantiene dentro del rango consultado en la encuesta.
Capacidad máxima	30 participantes	Supuesto técnico para facilitar aplicación práctica y evitar depender de grupos de 40.
Honorario de facilitador	\$180 por cohorte	Se conserva el supuesto de USD 15 por hora $\times$ 12 horas de la propuesta corregida.

Costo específico virtual	fijo	\$195	Facilitador \$180 + promoción específica \$15. Plataforma se cubre dentro de costos centrales.
Costo específico híbrido	fijo	\$255	Facilitador \$180 + espacio \$40 + apoyo tecnológico \$20 + promoción \$15.
Costo específico presencial	fijo	\$245	Facilitador \$180 + espacio \$50 + promoción \$15.
Costo unitario	variable	Virtual \$0,50; híbrida \$1,00; presencial \$1,50	Materiales/certificación según la propuesta corregida.
Comisión de pago conservadora	de	5,75 % de la venta	Se conserva el supuesto utilizado en la propuesta corregida y se aplica a todas las ventas para no subestimar costos.
Costo central mensual	fijo	\$300	Contador externo \$120 + \$150 de herramientas/comunicaciones/facturación/contingencia + \$30 de promoción comunitaria central.
Nómina fija		No se incorpora gerente ni administrador en nómina durante el primer año	Medida de viabilidad; la gestión del promotor se considera aporte emprendedor en la fase de validación.

Inversión inicial de caja recomendada

Tabla 32

Inversión Inicial

Concepto	Valor	Observación
Configuración inicial de sitio/formularios y presencia digital	\$100	Supuesto técnico.

Diseño inicial de guías, plantillas y material reutilizable	\$120	Supuesto técnico.
Campaña de lanzamiento comunitaria	\$180	Supuesto técnico.
Materiales y formatos iniciales	\$100	Supuesto técnico.
Reserva de dos meses de costos centrales	\$600	$2 \times \$300$.
Contingencia inicial	\$100	Supuesto técnico.
Total de caja inicial recomendado	\$1.200	No incluye compra de computador ni oficina permanente.

Costos centrales mensuales

Tabla 33

Costos mensuales

Concepto	Valor	Tratamiento
Contador externo	\$120	Servicio profesional mensual.
Licencias, web, dominio, telefonía, facturación y contingencia	\$150	Valor agregado conservado de la propuesta corregida.
Promoción comunitaria central	\$30	Diferente de la promoción específica de cada cohorte.
Total fijo central mensual	\$300	Base del nuevo modelo.

Contribución y punto de equilibrio por modalidad

La contribución unitaria se obtiene restando al precio el costo variable de materiales y la comisión de cobro. El punto de equilibrio se calcula dividiendo los costos fijos asignados a la cohorte entre la contribución unitaria y se redondea al entero superior.

Tabla 34

Punto de equilibrio por modalidad

Escenario mensual	Modalidad	Precio	Contribución unitaria	Fijo de cohorte + asignado	Punto de equilibrio	Ocupación mínima
-------------------	-----------	--------	-----------------------	----------------------------	---------------------	------------------

2 cohortes/mes	Virtual	\$15.00	\$13.64	\$345.00	26	86.7 %
2 cohortes/mes	Híbrida	\$18.00	\$15.96	\$405.00	26	86.7 %
2 cohortes/mes	Presencial	\$20.00	\$17.35	\$395.00	23	76.7 %
3 cohortes/mes	Virtual	\$15.00	\$13.64	\$295.00	22	73.3 %
3 cohortes/mes	Híbrida	\$18.00	\$15.96	\$355.00	23	76.7 %
3 cohortes/mes	Presencial	\$20.00	\$17.35	\$345.00	20	66.7 %

Regla de decisión: durante los meses con solo 2 cohortes, una cohorte virtual o híbrida debe alcanzar 26 matrículas pagadas y una presencial 23. Cuando el mes tenga 3 cohortes, los mínimos financieros son 22 virtual, 23 híbrida y 20 presencial. FinanCap puede usar un umbral operativo uniforme más conservador de 23 matrículas para meses de tres cohortes, salvo que el presupuesto específico indique un mínimo mayor.

Plan anual base de 30 cohortes

Para reflejar las preferencias de modalidad encontradas en la encuesta, se propone una programación anual base de 30 cohortes distribuida aproximadamente en la misma proporción: 13 presenciales, 10 virtuales y 7 híbridas. La proyección utiliza 25 matrículas promedio por cohorte, equivalentes a 83,3 % de la capacidad de 30. Se trata de matrículas, no necesariamente de 750 personas distintas, porque un participante puede tomar más de un curso.

Tabla 35

Plan anual base

Modalidad	Cohortes/año	Matrículas	Ingresos	Costos	Resultado
				totales asignados	
Presencial	13	325	6,500.00	5,606.25	893.75
Virtual	10	250	3,750.00	3,490.62	259.38
Híbrida	7	175	3,150.00	2,981.12	168.88

Total	30	750	13,400.00	12,078.00	1,322.00
-------	----	-----	-----------	-----------	----------

Resultado base: con 25 matrículas promedio por cohorte, los ingresos anuales estimados ascienden a USD 13,400.00, los costos de caja a USD 12,078.00 y el excedente operativo a USD 1,322.00, equivalente a un margen de 9.9 %. El punto de equilibrio promedio ponderado del plan anual es de 22.21 matrículas por cohorte. Por seguridad operativa, la empresa no debe planificar sobre el punto exacto de equilibrio, sino sobre una meta mínima de 25 matrículas promedio y una meta deseable de 27–28.

Análisis de sensibilidad

Tabla 36

Análisis de sensibilidad

Promedio de matrículas	Ocupación	Ingresos	Costos	Resultado	Margen	Evaluación
20	66.7 %	10,720.00	11,766.40	-1,046.40	-9.8 %	No viable
22	73.3 %	11,792.00	11,891.04	-99.04	-0.8 %	No viable
23	76.7 %	12,328.00	11,953.36	374.64	3.0 %	Viable
25	83.3 %	13,400.00	12,078.00	1,322.00	9.9 %	Viable
27	90.0 %	14,472.00	12,202.64	2,269.36	15.7 %	Viable
28	93.3 %	15,008.00	12,264.96	2,743.04	18.3 %	Viable
30	100.0 %	16,080.00	12,389.60	3,690.40	23.0 %	Viable

Interpretación financiera

- El nuevo modelo deja de depender de 33–39 participantes por curso. Con 3 cohortes mensuales, el equilibrio se encuentra entre 20 y 23 matrículas según modalidad.
- El escenario de 22 matrículas promedio anuales prácticamente alcanza el equilibrio, pero no ofrece margen suficiente; por ello no debe utilizarse como meta comercial.

- El escenario base de 25 matrículas genera un margen cercano al 10 %, suficiente para validar el modelo, pero todavía exige disciplina en costos.
- Con 27 matrículas promedio, el margen anual proyectado supera el 15 %, lo que permite crear una reserva para crecimiento y apoyo administrativo.
- No se recomienda contratar nómina fija adicional hasta demostrar que la empresa puede sostener el nuevo costo sin romper el límite de precio aceptado por el mercado.

Modelo complementario de alianzas y patrocinio

La investigación evidencia sensibilidad al precio y la propia tesis plantea la conveniencia de subsidios institucionales o programas públicos gratuitos. Por ello, FinanCap debe combinar la venta individual con acuerdos de terceros. El patrocinio no se considera ingreso garantizado en el escenario base; se utiliza como estrategia de fortalecimiento.

- Convenio de espacio: un aliado facilita el aula y reduce USD 40–50 por cohorte presencial/híbrida.
- Beca parcial: el participante mantiene una contribución accesible y el aliado financia la diferencia.
- Cohorte institucional: una organización contrata un grupo completo para sus beneficiarios.
- Aval/certificación: una entidad académica o institucional respalda el certificado mediante convenio formal, mejorando el beneficio percibido sin alterar el precio individual.

Plan de implementación

Tabla 37

Plan de implementación

Fase	Periodo	Actividad	Criterio de salida
Preparación	Mes 1	Formalizar operación, identidad, formularios, plantillas, política de pagos, cartera de facilitadores y negociación de espacios/convenios.	Sistema mínimo listo y al menos 2 facilitadores preseleccionados por áreas prioritarias.

Piloto	Meses 2–3	Lanzar P1 y P3 o P2, máximo dos cohortes/mes; medir conversión, asistencia, costos y satisfacción.	No abrir si no se alcanza el umbral financiero de la modalidad.
Ajuste	Mes 4	Revisar resultados del piloto, precios, horarios, contenidos y costos.	Versión ajustada de operación y presupuesto.
Estabilización	Meses 5–6	Avanzar hacia 3 cohortes/mes si la ocupación promedio es $\geq 80\%$ y el margen es positivo.	Operación recurrente validada.
Escalamiento controlado	Meses 7–12	Completar una meta anual cercana a 30 cohortes, manteniendo la distribución modal y desarrollando alianzas.	Meta base: 25 matrículas promedio y margen de caja $\geq 10\%$.
Evaluación anual	Fin de mes 12	Revisar desempeño financiero, impacto, demanda por programa y necesidad de personal fijo.	Decisión de consolidación para el segundo año.

Cronograma comercial de referencia

La programación exacta se ajustará a la demanda. La siguiente secuencia evita abrir simultáneamente demasiados grupos antes de conocer la tasa real de conversión.

Tabla 38

Cronograma

Periodo	Ritmo	Criterio
Meses 2–3	2 cohortes/mes	Prioridad P1 y P3/P2; al menos una presencial.
Meses 4–6	2–3 cohortes/mes	Incorporar P4 si existe preinscripción suficiente.
Meses 7–9	3 cohortes/mes	Mantener aproximadamente 45 % presencial, 32 % virtual y 23 % híbrida.
Meses 10–12	3 cohortes/mes	Repetir programas con mayor demanda efectiva; no sostener cursos de baja ocupación por obligación de calendario.

Matriz de riesgos y medidas de control

Tabla 39

Matriz de riesgos

Riesgo	Probabilidad	Impacto	Medida de control
Interés no se convierte en pago	Alto	Alto	Usar preinscripción y abrir solo con matrícula pagada; medir conversión.
Cohortes por debajo del equilibrio	Medio	Alto	Aplicar umbrales financieros por modalidad y reprogramar si no se cumplen.
Precio insuficiente para sostener nómina fija	Alto	Alto	Mantener estructura liviana y diferir contrataciones permanentes.
Baja confianza en pagos digitales	Medio	Medio	Ofrecer transferencia/dépósito y validación real; no aceptar captura como confirmación.
Disponibilidad irregular de pescadores	Alto	Medio	Programación flexible, confirmación previa con asociación y ubicación cercana al puerto.
Facilitador con baja calidad	Medio	Alto	Verificar experiencia, referencias y evaluación por participantes.
No conseguir aval institucional	Medio	Medio	Emitir certificado propio sin usar la palabra “avalado”; continuar gestión de alianzas.
Aumento de costos de espacio o tecnología	Medio	Medio	Convenios, revisión trimestral de costos y recalcule de punto de equilibrio.
Dependencia excesiva de una sola línea de curso	Medio	Medio	Portafolio de cuatro programas y seguimiento de demanda real por segmento.

Indicadores de seguimiento

Tabla 40

Indicador de seguimiento

Indicador	Fórmula	Meta propuesta	Finalidad
Conversión de Matriculas pagadas / preinscripción a pago preinscritos $\times 100$		≥ 60 % después del piloto	Valida demanda efectiva.
Ocupación promedio	Matriculas / 30 $\times 100$	≥ 83 % en escenario base Positivo en	Sostiene margen de caja.
Margen por cohorte	(Ingreso – costo) / ingreso $\times 100$	toda cohorte; meta anual ≥ 10 %	Evita crecimiento con pérdidas.
Asistencia/finalización	Participantes que cumplen / matriculados $\times 100$	≥ 85 %	Mide continuidad.
Satisfacción	Valoraciones favorables / respuestas $\times 100$	≥ 85 %	Control de calidad.
Aplicación a 30 días	Participantes que reportan uso del producto / encuestados de seguimiento $\times 100$	≥ 60 %	Mide transferencia.
Participación de facilitadores con experiencia verificada	Facilitadores validados / total $\times 100$	100 %	Responde al principal factor de elección.
Tiempo de conciliación de pagos	Días desde pago hasta registro confirmado	≤ 1 día hábil	Reduce errores y fraude.
Cursos con convenio o apoyo	Cohortes apoyadas / total $\times 100$	Meta progresiva ≥ 20 %	Fortalece accesibilidad sin bajar margen.

- Mantener medios de pago digitales y bancarios, pero establecer un procedimiento de verificación que no acepte capturas de pantalla como única evidencia de pago.
- Usar Google Sheets/Excel como herramienta central durante el piloto y migrar a Power BI cuando el volumen de datos justifique el esfuerzo de implementación.
- Revisar trimestralmente costos, ocupación, margen, satisfacción y demanda por programa. Si el costo de espacios, facilitadores, comisiones o herramientas cambia, actualizar inmediatamente los puntos de equilibrio.
- En futuras investigaciones o levantamientos, realizar cruces entre edad, actividad económica, tema de interés, modalidad y disposición de pago. Esto permitiría perfeccionar la segmentación sin atribuir preferencias no observadas.

Conclusiones

1. En relación con el primer objetivo específico, se diagnosticó que el mercado de capacitaciones financieras en la parroquia Anconcito presenta una necesidad formativa y una oferta local limitada. El 48,6 % de los encuestados indicó que no ha participado en capacitaciones financieras y el 17,6 % manifestó haberlo hecho solo parcialmente. Asimismo, el 37,3 % considera que no posee conocimientos suficientes para administrar sus finanzas y el 32,4 % señala que los posee parcialmente. Además, el 73,5 % desconoce la existencia de empresas o instituciones que ofrezcan este servicio dentro de la parroquia. Estos resultados permiten concluir que existe un mercado potencialmente desatendido, aunque el interés identificado deberá comprobarse mediante matrículas efectivamente pagadas.
2. En correspondencia con el segundo objetivo específico, se identificó que las principales necesidades de los habitantes se relacionan con capacitaciones prácticas, accesibles y adaptadas a su realidad económica. Los temas de mayor interés son ahorro y presupuesto familiar, con el 53,5 %; inversiones y emprendimiento, con el 49,2 %; créditos y préstamos, con el 47,6 %; y contabilidad e impuestos, con el 36,8 %. La modalidad presencial obtuvo la mayor preferencia, con el 44,6 %, seguida de la virtual, con el 32,2 %, y la híbrida, con el 23,2 %. También se determinó que el rango de pago más aceptado se encuentra entre USD 10 y USD 20, mientras que la experiencia del facilitador y la entrega de certificados constituyen factores importantes para decidir participar.
3. Respecto al tercer objetivo específico, se propuso la creación de FinanCap Anconcito S.A.S. como una empresa dedicada a ofrecer capacitaciones financieras presenciales,

virtuales e híbridas. La propuesta comprende cuatro programas organizados según las necesidades y actividades económicas de los participantes, una estructura administrativa liviana, una capacidad máxima de 30 personas por cohorte y precios de USD 15, USD 18 y USD 20, dependiendo de la modalidad. El punto de equilibrio estimado es de 20 participantes para la modalidad presencial, 22 para la virtual y 23 para la híbrida, lo que evidencia que la propuesta puede ser viable siempre que se alcancen los niveles mínimos de matrícula y se mantenga un control adecuado de los costos.

4. En relación con el objetivo general de la investigación, el estudio de mercado permitió determinar que existen condiciones favorables para la creación de una empresa de capacitaciones financieras en la parroquia Anconcito. En el escenario anual proyectado de 30 cohortes y un promedio de 25 matrículas por cohorte, se estiman ingresos de USD 13.400, costos de USD 12.078 y un excedente operativo de USD 1.322, equivalente a un margen del 9,9 %. Por lo tanto, la creación de FinanCap Anconcito S.A.S. resulta potencialmente viable bajo una estructura organizacional liviana, una implementación progresiva y el cumplimiento de los puntos de equilibrio establecidos.

Recomendaciones

- Con base en el diagnóstico de la situación actual del mercado, se recomienda mantener un seguimiento periódico de la oferta de capacitaciones financieras existente en Anconcito, así como de los cambios en los conocimientos, preferencias y capacidad de pago de la población. También se sugiere establecer alianzas con el GAD parroquial, asociaciones pesqueras y organizaciones locales para facilitar la difusión de los programas y ampliar el acceso de los habitantes.
- De acuerdo con las necesidades identificadas, se recomienda priorizar capacitaciones sobre ahorro, presupuesto familiar, inversiones, emprendimiento, créditos, préstamos, contabilidad e impuestos. Los contenidos deben desarrollarse mediante ejercicios prácticos y casos vinculados con las actividades económicas de Anconcito. Para el sector pesquero, deben incluirse temas como costos por faena, estacionalidad, contingencias y financiamiento; mientras que, para los pequeños negocios, se deben abordar flujo de caja, inventarios, costos y administración financiera.
- Se recomienda ofrecer las capacitaciones en las tres modalidades analizadas, dando prioridad inicial a la modalidad presencial por ser la más solicitada. Los cursos deben programarse en horarios flexibles, principalmente durante las tardes, noches o fines de

semana. Asimismo, se deben seleccionar facilitadores con experiencia comprobable y evaluar su desempeño, debido a que su experiencia y prestigio influyen en la decisión de participación.

- Para implementar la propuesta de FinanCap Anconcito S.A.S., se recomienda comenzar con una fase piloto que permita comprobar la conversión del interés expresado en la encuesta en matrículas pagadas. Ninguna cohorte debería iniciar sin alcanzar el punto de equilibrio correspondiente a su modalidad. La apertura de los cursos debe basarse en pagos confirmados y no únicamente en preinscripciones o promesas de asistencia.
- Se recomienda mantener durante el primer año una estructura administrativa liviana y evitar la contratación de personal fijo adicional hasta comprobar el funcionamiento y la rentabilidad de la empresa. Los precios deben mantenerse entre USD 15 y USD 20. Para incluir a las personas con menor capacidad de pago, se pueden gestionar becas, patrocinios o convenios institucionales, evitando aplicar descuentos que puedan generar pérdidas.
- Finalmente, se recomienda controlar periódicamente las matrículas, ingresos, costos, comisiones por medios de pago, satisfacción de los participantes y rentabilidad de cada programa mediante Excel o Google Sheets. Cuando aumente el volumen de información, se podrá incorporar Power BI para analizar los resultados. Además, los puntos de equilibrio deberán actualizarse cada vez que cambien los costos de facilitadores, espacios, plataformas, herramientas o comisiones por cobro.

Referencias

- Acosta , B., Teran , P., & Tello, I. (2018). *TALENTO HUMANO*. Retrieved from TALENTO HUMANO: <file:///C:/Users/User/Downloads/27-Article%20Text-123-2-10-20191024.pdf>
- Arbulu Jurado, C. (octubre de 2023). *Definición de método de investigación inductivo*. Obtenido de Definición de método de investigación inductivo: <file:///C:/Users/User/Downloads/Definiciondemetododeinvestigacininductivo.pdf>
- Arias Gomez, J., Villasis Kever, M., & Miranda Novales, M. (02 de abril de 2016). *El protocolo de investigación III: la población de estudio*. Obtenido de El protocolo de investigación III: la población de estudio: <https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf>
- Arias Gonzales Jose. (2021). *Diseño y metodología de la investigación*. Obtenido de Diseño y metodología de la investigación: https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w26022w/Arias_S2.pdf
- Bolaños Rodriguez, E. (Junio de 2012). *Muestra y Muestreo*. Obtenido de Muestra y Muestreo: https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/tizayuca/gestion_tecnologica/muestraMuestreo.pdf
- Bonilla, R., Monteros , A., Gonzalez , C., & Carvajal Acevedo , E. (2024). *La inclusion financieroa en Ecuador*. Obtenido de La inclusion financieroa en Ecuador: https://rfd.org.ec/docs/estudios_rfd/La_inclusion_financiera_en_Ecuador2024.pdf
- Calero Zurita, C. (Enero de 2024). *LA EDUCACIÓN FINANCIERA. CASO DE ESTUDIO, GRUPO DE AHORRO Y CRÉDITO LOS NEGOCIANTES DE MINGA, CANTÓN LA LIBERTAD, AÑO 2020-2022*. Obtenido de LA EDUCACIÓN FINANCIERA. CASO DE ESTUDIO, GRUPO DE AHORRO Y CRÉDITO LOS NEGOCIANTES DE MINGA, CANTÓN LA LIBERTAD, AÑO 2020-2022: <https://repositorio.upse.edu.ec/server/api/core/bitstreams/f04ae6ca-3ce1-45a2-9bc0-30cda054f6f7/content>
- Casal Rodriguez, Coello Ordoñez, & Herrera Bobadilla. (16 de 05 de 2025). *La educación financiera como base para el desarrollo de emprendimientos y organizaciones de economía popular y solidaria en Daule*. Obtenido de La educación financiera como base para el desarrollo de emprendimientos y organizaciones de economía popular y solidaria en Daule: <https://revista.ister.edu.ec/ojs/index.php/ISTER/article/view/274/334>
- Chiavenato Idalberto. (2002). *ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS*. Obtenido de ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS: https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15522/mod_resource/content/0/Chiavenato%20Idalberto.%20Administraci%C3%B3n%20de%20Recursos%20Humanos.pdf
- Código de comercio. (14 de Mayo de 2019). *Código de comercio*. Obtenido de Código de comercio:

https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/a2/2019/JUNIO/C%C3%B3digo_de_Comercio.pdf

compañías, L. d. (05 de 11 de 1999). *Ley de compañías* . Obtenido de Ley de compañías : https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/wp-content/uploads/2023/04/ECLEX-PRO-MERCANTI-LEY_DE_COMPANIAS.pdf

COPCI. (29 de 12 de 2010). *Código orgánico de la Producción Comercio e Inversiones* . Obtenido de Código orgánico de la Producción Comercio e Inversiones : <https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-04/CODIGO%20ORGANICO%20DE%20LA%20PRODUCCION%2C%20COMERCIO%20E%20INVERSIONES%20COPCI.pdf>

Cueva, R. A. (2010). *Marketing : Enfoque America Latina*. Obtenido de Marketing : Enfoque America Latina: https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w24480w/Marketing.%20Enfoque%20en%20Am_%A9rica%20Latina.pdf

Diario Expreso. (29 de 04 de 2026). *Nueva Ley de Educación Financiera en Ecuador: ¿solución al uso irresponsable del crédito?* Obtenido de Nueva Ley de Educación Financiera en Ecuador: ¿solución al uso irresponsable del crédito?: <https://www.expreso.ec/opinion/carta-de-lectores/nueva-ley-educacion-financiera-ecuador-solucion-irresponsable-credito-280424.html>

Echeverria Guzman , A., Rumbaut, D., George Reyes , C., Sorhegui Ortega , R., Galan Vasquez, S., & Merida Cordova , E. (1 de 12 de 2025). *EDUCACIÓN FINANCIERA PARA EMPRENDEDORES: ANÁLISIS DE UNA INTERVENCIÓN FORMATIVA*. Obtenido de EDUCACIÓN FINANCIERA PARA EMPRENDEDORES: ANÁLISIS DE UNA INTERVENCIÓN FORMATIVA: https://laccei.org/LEIRD2025-Cartagena/full-papers/Contribution_1088_final_a.pdf

Ecuador, C. d. (20 de Octubre de 2008). *Constitución de la Republica del Ecuador*. Obtenido de Constitucion de la Republica del Ecuador: https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador_act_ene-2021.pdf

Feria Avila , H., Matilla Gonzalez , M., & Mantecon Licea , S. (18 de 08 de 2020). *LA ENTREVISTA Y LA ENCUESTA: ¿MÉTODOS O TÉCNICAS DE INDAGACIÓN EMPÍRICA?* Obtenido de LA ENTREVISTA Y LA ENCUESTA: ¿MÉTODOS O TÉCNICAS DE INDAGACIÓN EMPÍRICA?: <file:///C:/Users/User/Downloads/Dialnet-LaEntrevistaYLaEncuesta-7692391.pdf>

Francisco J. Fernandez. (2017). *Guia de apoyo de emprendedor*. Obtenido de Guia de apoyo de emprendedor: https://www.google.com.ec/books/edition/Estudio_de_Mercado/yuskDwAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=inauthor:%22Francisco+J.+Fernandez%22&printsec=frontcover

- García, H. (8 de 02 de 2024). *¿Qué es el precio y qué normas sigue?* Obtenido de ¿Qué es el precio y qué normas sigue?: <https://www.eurekers.com/cursosbolsa/que-es-el-precio-y-que-normas-sigue>
- González González, M. (octubre de 2020). *Fortalecimiento de la inclusión financiera para pequeñas y medianas empresas en la provincia de Santa Elena*. Obtenido de Fortalecimiento de la inclusión financiera para pequeñas y medianas empresas en la provincia de Santa Elena: <https://repositorio.upse.edu.ec/server/api/core/bitstreams/72256dde-2e35-4c8d-a369-b0192ff7ba16/content>
- Growing Science . (2021). *Profitability of energy sector companies of Saudi Arabia: Mutual analysis based on revenue and*. Obtenido de Profitability of energy sector companies of Saudi Arabia: Mutual analysis based on revenue and: https://www.growingscience.com/ac/Vol7/ac_2020_204.pdf
- Julia, J. M. (2017). *Posicionarse o desaparecer*. Obtenido de Posicionarse o desaparecer: https://books.google.com.ec/books?id=ry6_BgAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbgbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- LOEI. (31 de 03 de 2011). *Ley Orgánica de Educación Intercultural*. Obtenido de Ley Orgánica de Educación Intercultural: https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/02/Ley_Organica_de_Educacion_Intercultural_LOEI_codificado.pdf
- Lopera Echavarria, J. D., Ramirez Gomez, C. A., Zuluaga Aristazabal, M. U., & Ortiz Vanegas, J. (01 de Junio de 2010). *EL MÉTODO ANALÍTICO COMO MÉTODO NATURAL*. Obtenido de EL MÉTODO ANALÍTICO COMO MÉTODO NATURAL: <https://www.redalyc.org/pdf/181/18112179017.pdf>
- Lopez, P. (2004). *Poblacion muetsra y muestreo*. Obtenido de Poblacion muetsra y muestreo: <http://www.scielo.org.bo/pdf/rpc/v09n08/v09n08a12.pdf>
- Malhotra, N. K. (2008). *Investigacion de mercado*. Retrieved from Investigacion de mercado: <https://corladpiura.pe/wp-content/uploads/2023/12/Investigacion-de-Mercados-Naresh-K.-Malhotra.pdf>
- Mariana MAN , Mitran DANIELA, & Ioan C. DIMA. (2010). *THE USE OF BUDGETS IN FORECASTING THE ACTIVITY OF THE FIRM*. Obtenido de THE USE OF BUDGETS IN FORECASTING THE ACTIVITY OF THE FIRM: file:///C:/Users/User/Downloads/The_Use_of_Budgets_in_Forecasting_the_Activity_of_.pdf
- Medina Romero, Hurtado Tiza, Muñoz Murillo, Ochoa Cervantes, & Izundegui Ordoñez. (Julio de 2023). *Método mixto de investigación: Cuantitativo y cualitativo*. Obtenido de Método mixto de investigación: Cuantitativo y cualitativo: <https://editorial.inudi.edu.pe/index.php/editorialinudi/catalog/download/118/160/189?inline=1>

- Medina Romero, M., Rojas Leon , C., Loaiza Carrasco, R., Bustamante Hoces, W., Martel Carranza, C., & Castillo Acobo, R. (Febrero de 2023). *Metodología de la investigación: Técnicas e instrumentos de investigación*. Obtenido de Metodología de la investigación: Técnicas e instrumentos de investigación: <https://editorial.inudi.edu.pe/index.php/editorialinudi/catalog/download/90/133/157?inline=1>
- Medina Vidal, A., Buenestado Fernandez, M., & Molina Espinoza, J. (10 de 11 de 2023). *Financial Literacy as a Key to Entrepreneurship Education: A Multi-Case Study Exploring Diversity and Inclusion*. Obtenido de Financial Literacy as a Key to Entrepreneurship Education: A Multi-Case Study Exploring Diversity and Inclusion: <https://www.mdpi.com/2076-0760/12/11/626>
- Montanes Del Rio , & Media Garrido. (2020). *Determinants of the Propensity for Innovation*. Obtenido de Determinants of the Propensity for Innovation: <https://arxiv.org/pdf/2401.13679>
- Mora Murillo, & Garcia Zambrano. (2024). *CAPACIDAD OPERATIVA Y ORGANIZACIONAL Y SU INFLUENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA CEZAMO S.A.*”. Obtenido de CAPACIDAD OPERATIVA Y ORGANIZACIONAL Y SU INFLUENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA CEZAMO S.A.”: <http://repositorio.sangregorio.edu.ec/bitstream/123456789/3516/1/FIN-2024-001.pdf>
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. (27 de junio de 2024). *Resultados de PISA 2022 (Volumen IV)*. Obtenido de Resultados de PISA 2022 (Volumen IV): https://www.oecd.org/en/publications/pisa-2022-results-volume-iv_5a849c2a-en.html
- Poveda Guevara, A., & Bolívar Manrriquez, A. (Junio de 2022). *Gestión Financiera y Nivel de Endeudamiento en las MiPymes: Caso Provincia de Santa Elena, 2022*. Obtenido de Gestión Financiera y Nivel de Endeudamiento en las MiPymes: Caso Provincia de Santa Elena, 2022: <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/6334/9638>
- Quiroa Myriam. (15 de 07 de 2024). *Recursos materiales: Qué son y cómo se administran*. Obtenido de Recursos materiales: Qué son y cómo se administran: <https://economipedia.com/definiciones/recursos-materiales.html>
- Raffino , & Editorial Etecé. (17 de 01 de 2026). *Servicio*. Obtenido de Servicio: <https://concepto.de/servicio/>
- Ramirez Padilla , D. (2008). *CONTABILIDAD ADMINISTRATIVA*. Obtenido de CONTABILIDAD ADMINISTRATIVA: <https://books.instituto-idema.org/sites/default/files/Contabilidad%20administrativa%20-%20David%20Noel%20Ram%C3%ADrez%20-%208ed.pdf>
- Ramos Rodriguez, Medina Garrido, & Ruiz Navarro. (2012). *Determinants of Hotels and Restaurants entrepreneurship: A study using GEM data*. Obtenido de Determinants of

Hotels and Restaurants entrepreneurship: A study using GEM data:
<https://arxiv.org/pdf/2401.13685>

Robbins Stephen, & Coulter Mary. (2005). *ADMINISTRACION* . Obtenido de ADMINISTRACION:

https://firq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15549/mod_resource/content/0/Robbins-Administracion.pdf

Romero, R., & Artigas, W. (2008). *LA SEGMENTACIÓN DE MERCADO: ¿VENTAJA O DESVENTAJA COMPETITIVA EN EL SECTOR BANCARIO? **. Obtenido de LA SEGMENTACIÓN DE MERCADO: ¿VENTAJA O DESVENTAJA COMPETITIVA EN EL SECTOR BANCARIO? *: <file:///C:/Users/User/Downloads/Dialnet-LaSegmentacionDeMercadoVentajaODesventajaCompetiti-3216705.pdf>

Salesforce LATAM. (01 de 12 de 2024). *Estudio de mercado: qué es y cómo hacerlo*. Obtenido de Estudio de mercado: qué es y cómo hacerlo: <https://www.salesforce.com/mx/blog/estudio-de-mercado/>

Sanchez Macias, & Valarezo Molina. (01 de 10 de 2024). *El papel de la educación financiera en emprendimientosde estudiantes dela Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí, Ecuador*. Obtenido de El papel de la educación financiera en emprendimientosde estudiantes dela Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí, Ecuador: <https://revista.uniandes.edu.ec/ojs/index.php/EPISTEME/article/view/3689/4242>

Sevilla Arias Andres. (3 de 06 de 2025). *Inversión: Qué es, cómo empezar y qué tipos hay*. Obtenido de Inversión: Qué es, cómo empezar y qué tipos hay: <https://economipedia.com/definiciones/inversion.html>

Sevilla Arias Andres. (6 de 06 de 2025). *Rentabilidad: Qué es, cálculo, importancia y qué tipos hay*. Obtenido de Rentabilidad: Qué es, cálculo, importancia y qué tipos hay: <https://economipedia.com/definiciones/rentabilidad.html>

Supo, J. (19 de 04 de 2023). *Instrumentos en investigación*. Obtenido de Instrumentos en investigación: <https://bioestadistico.com/instrumentos-en-investigacion>

Apéndice

Apéndice 1. Matriz de Consistencia

TITULO	PROBLEMA	OBJETIVOS	IDEA A DEFENDER	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGIA
ESTUDIO DE MERCADO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CAPACITACIONES FINANCIERAS EN LA PARROQUIA ANCONCITO, AÑO 2025	Formulación del problema	General	El estudio de mercado contribuye en la creación de una empresa de capacitaciones financieras en la parroquia Anconcito	Estudio de mercado	Oferta	Producto	Tipo de investigación: Exploratoria
	¿De qué manera un estudio de mercado incide a la creación de una empresa de capacitaciones financieras en la Parroquia de Anconcito?	Realizar un estudio de mercado para proponer la creación de una empresa de capacitaciones financieras en la parroquia Anconcito.				Servicio	
						Precios	Alcance de la investigación: Descriptiva
	Sistematización de problema	Especificos			Demanda	Preferencias interes	Enfoque: Cualitativo y Cuantitativo
						Competencia	
						Nivel de satisfaccion	Métodos: Analítico - Inductivo
	¿Cuál es la situación actual del mercado a investigar en el contexto financiero en la parroquia Anconcito?	Analizar la situación actual del mercado a investigar en el contexto financiero en la parroquia Anconcito			Segmento de mercado	Posicionamiento	Técnicas Instrumentos: Entrevista / Encuestas
	¿Cuáles son las necesidades en el ámbito financiero de los habitantes de la parroquia Anconcito?	Identificar las necesidades y el interes de los habitantes a participar en capacitaciones financieras en la parroquia Anconcito				Diversificación	
						Actividad economica	
	¿Qué impacto tendria la creación de una empresa de capacitaciones financieras en la parroquia Anconcito?	Proponer la creación de una empresa de capacitación financiera a partir del estudio de mercado.		Creación de empresa	Análisis Administrativos	Recursos Humanos	Población: Población económicamente activa en la parroquia Anconcito
						Orgánico Funcional	
						Base Legal	
					Análisis Economico Financiero	Inversiones	Muestra: Aleatorio Simple
						Presupuesto	
Rentabilidad							
Análisis tecnico			Recursos y materiales				
	Capacidad operativa						
	Disponibilidad de talento humano						

Apéndice 2. Formato de entrevista

Guía de entrevistas

Entrevista para Pescadores y comerciantes

Tema: “Estudio de mercado para la creación de una empresa de capacitaciones financieras en la parroquia Anconcito, Año 2025”

Estimado/a participante:

Le invitamos cordialmente a colaborar en esta investigación académica cuyo objetivo es realizar un estudio de mercado para proponer la creación de una empresa de capacitaciones financieras en la parroquia Anconcito. Su participación es de carácter voluntario y las respuestas que brinde serán anónimas y confidenciales, utilizadas exclusivamente con fines académicos. No existen riesgos físicos ni psicológicos asociados a su participación.

Usted puede abstenerse de responder cualquier pregunta o retirarse en cualquier momento sin consecuencia alguna. Al continuar con la encuesta, usted manifiesta su consentimiento informado para participar de manera libre y voluntaria.

Declaración:

“He leído y comprendido la información anterior. Acepto participar voluntariamente en la encuesta y autorizo el uso académico de mis respuestas, garantizando mi anonimato.”

Si ☐ No ☐

1. ¿Cómo se organiza económicamente antes de salir a una faena de pesca? ¿Cómo calcula cuánto dinero necesita invertir en combustible, hielo, víveres y carnada?
2. Sabemos que la pesca varía mucho según la temporada. En los meses donde la captura es baja o hay veda, ¿qué estrategias financieras utiliza para que los ingresos de los meses buenos le alcancen para cubrir sus gastos diarios?
3. Cuando regresa del mar con la producción, ¿cómo determina el precio al que va a vender el pescado? ¿De qué manera influyen los intermediarios o el mercado de la playa en sus ganancias reales?
4. Una vez que vende el pescado y recupera lo invertido, ¿cómo reparte las ganancias entre el dueño de la embarcación, el motor y los tripulantes? ¿Le resulta fácil llevar cuentas claras de este proceso?
5. Si se creara una empresa en Anconcito que ofrezca capacitaciones financieras diseñadas especialmente para el sector pesquero, ¿qué temas o problemas de su día a día le gustaría que le enseñaran a resolver?
6. Los imprevistos en el mar (daños en el motor, pérdida de redes) son costosos. ¿Cuenta actualmente con algún fondo de emergencia o ahorro programado para cubrir estos gastos sin tener que endeudarse?

7. Cuando necesita financiamiento para mejorar su embarcación o comprar herramientas de trabajo, ¿acude a bancos/cooperativas o prefiere financiamiento informal comerciantes? ¿Por qué toma esa decisión?
8. Debido a los horarios y los días que pasa en el mar, ¿cómo tendría que ser el formato de un curso (días, horarios, duración) para que usted o sus compañeros pescadores puedan asistir sin perder días de trabajo?
9. ¿Qué preferiría usted: un taller grupal en un aula con otros pescadores de la zona o una asesoría rápida y directa en el puerto o asociación pesquera a la que pertenece?
10. Si decidiera invertir su tiempo en asistir a estas capacitaciones de administración financiera, ¿qué cambio positivo e inmediato esperaría ver en la economía de su hogar o de su actividad pesquera para sentir que valió la pena?
11. Por último, si usted decidiera invertir tiempo y dinero en una capacitación financiera, ¿qué tendría que pasar en su negocio a las pocas semanas para que usted diga: "Valió totalmente la pena"?

Apéndice 3. Formato de encuestas

Encuestas para población de la parroquia Anconcito

Tema: “Estudio de mercado para la creación de una empresa de capacitaciones financieras en la parroquia Anconcito, Año 2025”

Estimado/a participante:

Le invitamos cordialmente a colaborar en esta investigación académica cuyo objetivo es realizar un estudio de mercado para proponer la creación de una empresa de capacitaciones financieras en la parroquia Anconcito. Su participación es de carácter voluntario y las respuestas que brinde serán anónimas y confidenciales, utilizadas exclusivamente con fines académicos. No existen riesgos físicos ni psicológicos asociados a su participación.

Usted puede abstenerse de responder cualquier pregunta o retirarse en cualquier momento sin consecuencia alguna. Al continuar con la encuesta, usted manifiesta su consentimiento informado para participar de manera libre y voluntaria.

Declaración:

“He leído y comprendido la información anterior. Acepto participar voluntariamente en la encuesta y autorizo el uso académico de mis respuestas, garantizando mi anonimato.”

Si ☐ No ☐

Instrucción: Marque la opción que mejor refleje su opinión.

EDAD

- | | |
|----------------------------------|----------------------------------|
| ☐ 15 a 24 | ☐ 45 a 54 |
| ☐ 25 a 34 | ☐ 55 a 64 |
| ☐ 35 a 44 | ☐ 65 a 74 |

SEXO

- ☐ Femenino
- ☐ Masculino

Datos generales

1. ¿Cuál es su actividad económica principal?

- ☐ Pesca
- ☐ Comercio

- ☐ Turismo
- ☐ Otra _____

2. ¿Ha participado alguna vez en cursos o capacitaciones sobre finanzas personales, ahorro o gestión de negocios?

- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ Parcialmente

3. ¿Considera que posee conocimientos necesarios para administrar adecuadamente sus finanzas personales?

- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ Parcialmente

4. ¿Qué tan interesado estaría en recibir capacitaciones financieras para mejorar la administración de sus ingresos o de su negocio?

- ☐ Muy interesado
- ☐ Interesado
- ☐ Poco interesado
- ☐ Nada interesado

5. ¿Cuáles de los siguientes temas financieros le llamaría más la atención aprender? (Seleccione un máximo de dos)

- ☐ Ahorro y presupuesto familiar
- ☐ Cómo solicitar y gestionar créditos/préstamos
- ☐ Inversiones y emprendimiento
- ☐ Contabilidad básica e impuestos para pequeños negocios

6. ¿A través de qué modalidad preferiría asistir a estas capacitaciones financieras?

- ☐ Presencial (en la parroquia Anconcito)
- ☐ Virtual / En línea
- ☐ Semipresencial (combinado)

7. ¿Qué horarios se ajustarían mejor a su disponibilidad para asistir a un curso?

- ☐ Mañanas (Fines de semana)
- ☐ Tardes / Noches (lunes a viernes)
- ☐ Intensivos los fines de semana

8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un taller o curso de capacitación financiera de 12 a 15 horas de duración?

- ☐ Menos de \$10
- ☐ Entre \$10 y \$20
- ☐ Entre \$21 y \$30
- ☐ Más de \$30

9. ¿Conoce alguna empresa o institución que actualmente ofrezca capacitaciones financieras dentro de la parroquia Anconcito?

- ☐ Sí
- ☐ No

10. ¿Qué beneficio principal esperaría obtener al finalizar una capacitación de este tipo?

- ☐ Un certificado avalado para mi currículum
- ☐ Conocimiento práctico para aplicar inmediatamente en mi hogar o negocio
- ☐ Asesoría personalizada para un proyecto de emprendimiento

11. ¿Qué factor considera más importante al elegir un centro de capacitación?

- ☐ El precio del curso
- ☐ La experiencia y prestigio de los profesores
- ☐ La cercanía y ubicación del lugar
- ☐ Los horarios flexibles

12. ¿Considera que la falta de educación financiera afecta el crecimiento económico de los habitantes y negocios en Anconcito?

- ☐ Totalmente de acuerdo
- ☐ De acuerdo

☐ En desacuerdo

☐ Totalmente en desacuerdo

13. ¿Considera que la creación de una empresa de capacitaciones financieras contribuiría al desarrollo económico de los habitantes de Anconcito?

☐ Totalmente de acuerdo

☐ De acuerdo

☐ En desacuerdo

☐ Totalmente en desacuerdo

Apéndice 3. Validación de instrumentos – Entrevista



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

FICHA DEL INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS

1. DATOS GENERALES:

Título de la Investigación: "Estudio de mercado para la creación de una empresa de capacitaciones financieras en la parroquia Anconcito, año 2025"

Autor del Instrumento: Angie Teresa Florencio Suarez

Nombre del Instrumento: Guía de Entrevista

2. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

No.	INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE	REGULAR	BUENA	MUY BUENA	EXCELENTE
1	CLARIDAD	Está formado con lenguaje apropiado.				X	
2	OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas medibles.				X	
3	ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.			X		
4	ORGANIZACIÓN	Existe una secuencia lógica.			X		
5	SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.			X		
6	INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias de la investigación.				X	
7	CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos-científicos de la investigación.				X	
8	COHERENCIA	Sistematizada con las dimensiones e indicadores.			X		
9	METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.			X		
10	PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación.				X	

3. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- ☒ El instrumento puede ser aplicado tal como está elaborado.
☐ El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado y nuevamente validado.

Lugar y fecha: La Libertad, 25 de junio de 2026



Validar documento en internet:
 Escaneando el código QR por:
CAROLA ALEXANDRE LINDAO

Firma del Experto Informante
 Ing. Carola Alejandra Lindao, Mgt.

UPSE ¡crece SIN LÍMITES!

Apéndice 3. Validación de instrumentos – Encuesta



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

FICHA DEL INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS

1. DATOS GENERALES:

Título de la Investigación: “Estudio de mercado para la creación de una empresa de capacitaciones financieras en la parroquia Anconcito, año 2025”

Autor del Instrumento: Angie Teresa Florencio Suarez

Nombre del Instrumento: Cuestionario de Encuesta

2. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

No.	INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE	REGULAR	BUENA	MUY BUENA	EXCELENTE
1	CLARIDAD	Está formado con lenguaje apropiado.			X		
2	OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas medibles.				X	
3	ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.			X		
4	ORGANIZACIÓN	Existe una secuencia lógica.			X		
5	SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.			X		
6	INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias de la investigación.				X	
7	CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos-científicos de la investigación.			X		
8	COHERENCIA	Sistematizada con las dimensiones e indicadores.			X		
9	METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.				X	
10	PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación.				X	

3. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- ☒ El instrumento puede ser aplicado tal como está elaborado.
☐ El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado y nuevamente validado.

Lugar y fecha: La Libertad, 25 de junio de 2026



Carola Alejandra Lindao Mgt.
ALEJANDRO LINDAO

Firma del Experto Informante
Ing. Carola Alejandra Lindao Mgt.

UPSE ¡crece SIN LÍMITES!

Apéndice 4. Certificado de validación de instrumentos



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CERTIFICADO DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

A QUIEN INTERESE CERTIFICO QUE:

Habiendo revisado los instrumentos a ser aplicados en el Trabajo de Integración Curricular titulado: **“Estudio de mercado para la creación de una empresa de capacitaciones financieras en la parroquia Anconcito, Año 2025”**, planteado por el/la estudiante **Angie Teresa Florencio Suarez** con cédula de identidad **#0928018233**, doy por validado los siguientes formatos presentados:

1. Cuestionario de Encuesta
2. Guía de Entrevista

Las herramientas anteriormente mencionadas reflejan pertinencia en las preguntas con base a los indicadores del tema planteado en la matriz de consistencia del trabajo, además se ajustan a la información que necesita recabarse para los fines del tema especificado por el estudiante.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad autorizando al peticionario dé el uso necesario de este documento que más convenga a su interés.

La Libertad, 25 de junio de 2026.



validar documento en internet:
escaneando electrónicamente por:
CAROLA ANHARELL
ALEJANDRO LINDAO

Ing. Carola Alejandro Lindao, Mgt.

DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA

Apéndice 5. Base de datos

Tablas de Angie.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 18 de 18 variables

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7_1	P7_2	P7_3	P7_4	P8	P9	P10	P11	P12	
1	2	1	3	2	1	5	1	0	0	0	1	2	2	2	2	
2	2	1	10	1	1	4	1	0	0	0	1	1	1	1	1	
3	1	2	8	2	2	5	1	0	1	1	3	2	3	2	1	
4	2	1	6	2	2	5	1	1	0	0	1	1	3	2	3	
5	1	2	8	2	1	5	1	0	1	0	3	1	2	2	2	
6	1	2	5	2	1	4	1	0	1	0	3	3	2	2	1	
7	2	2	3	1	1	4	0	1	0	0	3	2	2	2	1	
8	1	1	7	2	2	5	1	0	0	0	1	3	2	2	2	
9	1	2	8	1	2	2	0	0	1	0	1	3	1	1	2	
10	1	1	2	2	1	5	1	1	1	0	1	1	1	2	1	
11	1	2	4	2	2	5	1	1	1	0	1	3	2	2	1	
12	2	1	7	1	1	5	1	0	1	0	2	1	2	2	2	
13	1	1	8	1	1	5	1	0	0	0	3	3	1	1	1	
14	3	1	3	1	1	5	0	0	0	1	3	2	2	2	1	
15	2	2	6	1	2	5	0	0	1	1	1	2	1	2	1	
16	1	2	5	2	3	4	0	1	1	0	2	1	2	2	3	
17	1	1	8	2	3	4	1	0	1	0	2	2	4	2	1	
18	2	1	4	2	2	5	1	0	1	0	2	1	2	2	2	
19	2	1	4	2	2	4	1	1	1	1	1	3	3	2	3	
20	2	2	1	2	3	2	1	1	0	0	2	3	2	2	1	
21	1	2	4	1	1	5	0	0	1	0	1	1	4	2	2	
22	2	2	6	2	1	4	1	0	0	0	1	1	1	2	1	
23	3	1	7	2	1	4	1	0	0	0	2	2	1	2	2	

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode.ON

Tablas de Angie.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

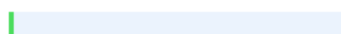
	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	P1	Númerico	8	0	Edad	{1, 15 - 24 a...	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada
2	P2	Númerico	8	0	Sexo	{1, Femenin...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
3	P3	Númerico	8	0	¿Cuál es su pri...	{1, Pesca ar...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
4	P4	Númerico	8	0	¿Ha participado...	{1, Si}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
5	P5	Númerico	8	0	¿Considera que...	{1, Si}...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
6	P6	Númerico	8	0	¿Qué tan intere...	{1, Nada int...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
7	P7_1	Númerico	8	0	P7. Ahorro y pr...	{0, No Sele...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
8	P7_2	Númerico	8	0	P7. Cómo solic...	{0, No Sele...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
9	P7_3	Númerico	8	0	P7. Inversiones...	{0, No Sele...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
10	P7_4	Númerico	8	0	P7. Contabili...	{0, No Sele...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
11	P8	Númerico	8	0	¿A través de qu...	{1, Presenci...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
12	P9	Númerico	8	0	¿Qué horarios ...	{1, Mañana...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
13	P10	Númerico	8	0	¿Cuánto estarí...	{1, Menos d...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
14	P11	Númerico	8	0	¿Conoce algun...	{1, Si}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
15	P12	Númerico	8	0	¿Qué beneficio ...	{1, Un certifi...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
16	P13	Númerico	8	0	¿Qué factor co...	{1, El precio...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
17	P14	Númerico	8	0	¿Considera que...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
18	P15	Númerico	8	0	¿Considera que...	{1, Totalme...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
19											
20											
21											
22											
23											
24											

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode.ON

Apéndice 6. Certificado de Antiplagio**Plagiarism Checker X - Report**

Originality Assessment

2%**Overall Similarity****Date:** jul 28, 2026 (01:13 p. m.)**Matches:** 262 / 15945 words**Sources:** 15**Remarks:** Low similarity detected, consider making necessary changes if needed.**Verify Report:**

Scan this QR Code



Apéndice 7. Cronograma

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES TUTORIALES 2026-1

Estudiante: Angie Teresa Florencio Suárez

Modalidad de Titulación: Trabajo de Integración Curricular

Tutor: Ing. Linda Amarilis Núñez Gualé, MBA.

No.	ACTIVIDADES	FECHA	ABRIL		MAYO				JUNIO				JULIO					AGOSTO			
			3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4
1	Designación de Tutores y Especialista	24/4/26																			
	Revisión de temas por parte de Tutores y Especialistas	1/5/26																			
	Presentación del informe de la revisión de temas por parte de Tutores y Especialista	1/5/26																			
2	Introducción	8/5/26																			
	Planteamiento del Problema	8/5/26																			
	Objetivos	15/5/26																			
	Justificación	15/5/26																			
3	Capítulo I: Marco Referencial																				
	Revisión Literaria	22/5/26																			
	Descripción de teorías y conceptos	12/6/26.																			
	Fundamentos Legales	19/6/26.																			
4	Capítulo II: Metodología																				
	Diseño de la Investigación	3/6/26																			
	Métodos de Investigación	3/7/26																			
	Población y Muestra	3/7/26																			
5	Capítulo III: Resultados y Discusión																				
	Análisis de resultados de la entrevista	10/7/26																			
	Análisis de resultados de las encuestas	10/7/26.																			
	Discusión	10/7/26.																			
	Propuesta																				
	Introducción, Objetivos, Matrices, plan de acción, presupuesto	17/7/26																			
6	Conclusiones, Recomendaciones y Resumen	17/7/26																			
7	Certificado Antiplagio	29/7/26.																			
8	Entrega de Informe de Aprobación del TT, por parte del Tutor	1/8/26																			

Atentamente,



Ing. Linda Amarilis Núñez Gualé, MBA.

Ing. Linda Núñez Gualé, MBA.
DOCENTE TUTOR

Angie Teresa Florencio Suárez
ESTUDIANTE

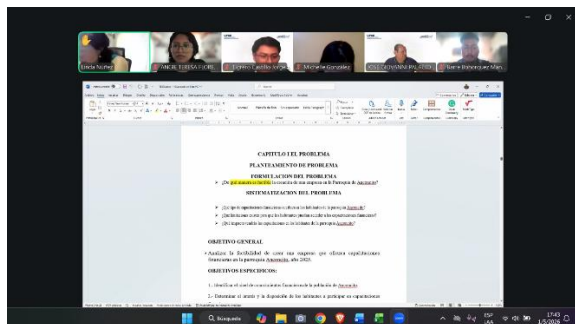
Apéndice 8. Ficha de control de tutorías**FICHA DE CONTROL DE TUTORÍAS DEL T.I.C.****PERÍODO ACADÉMICO****Modalidad de Titulación:** Trabajo de Integración Curricular**Docente:** Ing. Linda Núñez Guale, MBA. ☒ Tutor ☐ Especialista**Estudiante:** Angie Teresa Florencio Suárez**Paralelo:** 8/1 Vespertino

No.	FECHA	HORA		DESCRIPCIÓN DE TEMAS DESARROLLADOS	RESULTADOS DE APRENDIZAJE DEL CONTENIDO
		INICIO	FIN		
1	1/5/26	17H00	19H00	Socialización del tema de trabajo con el docente tutor	Integro los aportes recibidos en la planificación y cumpla con los procedimientos establecidos.
2	8/5/26	10/H00	12H00	Revisión de la introducción y planteamiento del problema	Integro datos reales y pertinentes
3	15/5/26	10H30	12H00	Revisión de las correcciones hechas en la introducción, Planteamiento del problema, justificación teórica y práctica y Mapeo	Identifico posibles ajuste o mejoras
4	22/5/26	10H15	12H00	Socialización de la matriz de consistencia y capítulo I: Marco Referencial	Demuestro coherencia entre el problema, objetivos y variables
5	12/6/26	10H30	12H00	Revisión de las correcciones sobre el Capítulo I y socialización de Capítulo II: Metodología acompañado de recomendaciones a tomar en cuenta para su correcto desarrollo	Integro fuentes bibliográficas actualizadas y expongo con tranquilidad las bases teóricas
6	19/6/26	10H08	12H00	Revisión de las correcciones hechas en la metodología y revisión de los instrumentos	Demuestro comprensión del diseño metodológico
7	3/7/26	10H00	12H00	Revisión de los instrumentos con las correcciones sugeridas para proceder con la validación de los mismo con un tercer especialista en el tema	Consolido la planificación y ejecución del proceso de investigación
8	10/7/26	10H00	12H00	Revisión del capítulo 3: el análisis de las encuestas y entrevistas a personas expertas en el tema.	Demuestro coherencia en la redacción de los análisis de las entrevistas y encuestas.
9	17/7/26	10H00	12H00	Revisión de la propuesta, conclusiones y recomendaciones en los proyectos, sugiriendo que cada tutoriado analice la propuesta con el especialista.	Identifico los ajustes y mejoras en la propuesta.

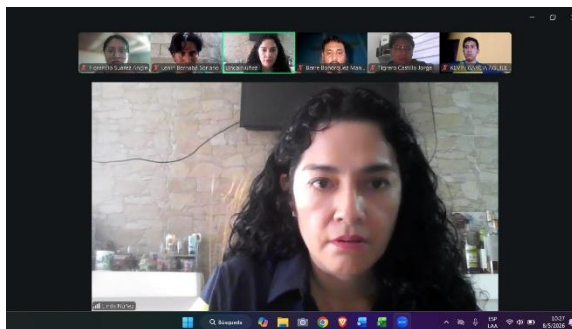
Observaciones:

Evidencias:

01 / 05 /2026



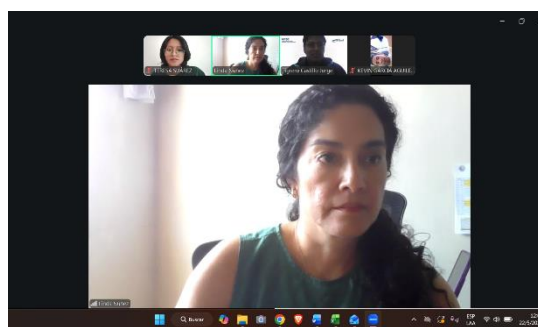
08 / 05 /2026



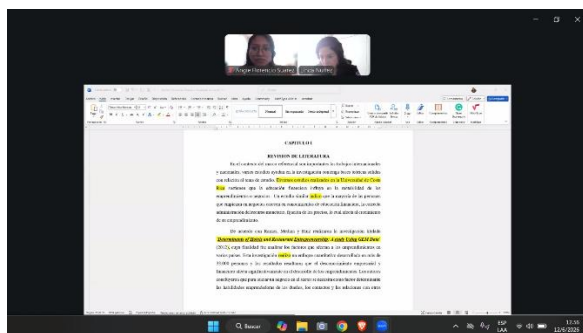
15 / 05 /2026



22/ 05 /2026



12/ 06 /2026



19/ 06 /2026

UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS	
ENTREVISTA DIRIGIDA AL GERENTE DE LA EMPRESA	
Tema: Calidad del servicio en la franquicia de la empresa, caso: Santa Elena, año 2026.	
Objetivo: La presente entrevista se realiza dirigida al Gerente de la empresa , con el objetivo de comprender la percepción sobre la calidad del servicio de la empresa que administra, en base a las 5 dimensiones del modelo SERVQUAL. Para qué hago la entrevista?	
DATOS GENERALES	
Nombre del entrevistado:	Edad:
Año en el cargo:	
Presentación: Buenos días / tarde. Mi nombre es Kevin García Aguilera y me encuentro desarrollando una investigación académica sobre la calidad del servicio en empresas del sector de materiales de construcción. La información que usted nos proporcione será utilizada exclusivamente con fines académicos y de manera confidencial. No existe respuesta correcta o incorrecta, lo que nos interesa es conocer su experiencia y perspectiva como responsable del negocio. Usted puede abstenerse de responder cualquier pregunta o retenerse en cualquier momento sin incurrir en ninguna sanción. Al continuar con la entrevista, usted manifiesta su consentimiento informado para participar de manera libre y voluntaria.	
Para iniciar, desde su perspectiva como gerente, ¿cuáles serían los pilares fundamentales para garantizar y mantener la calidad del servicio en una franquicia dedicada a la venta de productos y materiales de construcción?	
Como líder de esta institución, ¿cómo logra alinear los estándares de calidad de servicio que exige la franquicia con las necesidades y expectativas específicas de los clientes de este sector?	
Disculpe, ¿cómo se realiza?	
¿Cómo describe el estado actual de las instalaciones físicas de la empresa? ¿Cuenta con los equipos adecuados para la atención, almacenamiento de los materiales de construcción? Si No ¿Cómo se realiza el mantenimiento?	

3/ 07 /2026



10/ 07 /2026



Atentamente,

	
Ing. Linda Núñez Guale, MBA. DOCENTE TUTOR	Angie Teresa Florencio Suárez ESTUDIANTE

C.c.: Ing. Renzo Gutiérrez Contreras, MBA. – Coordinador de la Comisión de Titulación
Archivo

Apéndice 9. Evidencia de encuestas



Apéndice 10. Reglas operativas que deben respetarse para conservar la viabilidad

Regla	Tema	Criterio
R1	Precio	Virtual USD 15; híbrida USD 18; presencial USD 20, salvo convenio financiado por tercero.
R2	Capacidad	Máximo 30 matrículas por cohorte.
R3	Apertura	Solo con matrículas pagadas suficientes para cubrir el punto de equilibrio calculado.
R4	Descuentos	No se otorgan descuentos sin fuente de financiamiento o margen demostrado.
R5	Nómina	No se incorpora personal fijo adicional sin recalcular punto de equilibrio y validar flujo recurrente.
R6	Docentes	100 % con experiencia verificable y evaluación posterior.
R7	Certificado	No anunciar “aval” sin convenio formal.
R8	Pagos	Validación contra transacción real.
R9	Seguimiento	Cada cohorte debe cerrar con estado financiero y evaluación de aprendizaje/satisfacción.
R10	Escalamiento	Aumentar cohortes solo si ocupación promedio ≥ 80 %, margen positivo y capacidad operativa suficiente.

Apéndice 11. Fórmulas financieras utilizadas

Indicador	Fórmula
Contribución unitaria	Precio – costo variable unitario – comisión de cobro por estudiante.
Costo fijo asignado por cohorte	Costo fijo específico de la modalidad + (costo fijo central mensual / número de cohortes del mes).
Punto de equilibrio en participantes	Costo fijo asignado por cohorte / contribución unitaria; resultado redondeado al entero superior.
Margen	$(\text{Ingresos} - \text{costos totales}) / \text{ingresos} \times 100$.
Ocupación	$\text{Matrículas pagadas} / \text{capacidad máxima} \times 100$.