

Enero 2019 - ISSN: 1696-8352

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE: CHS CASA DE VALORES

Alex Dario Morocho Yambay¹
alex.d.morocho@esPOCH.edu.ec

Juan Carlos Sánchez Yumisaca¹
juanc.sanchez@esPOCH.edu.ec

Rosa Mercedes Zabala C²
rosa.zabala@esPOCH.edu.ec

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Alex Dario Morocho Yambay, Juan Carlos Sánchez Yumisaca y Rosa Mercedes Zabala C. (2019): "Estudio de factibilidad para la creación de: CHS casa de valores", Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, (enero 2019). En línea:

<https://www.eumed.net/rev/oel/2019/01/creacion-casa-valores.html>

RESUMEN

Los mercados de valores son aquellos en los cuales se permite que las empresas pueden emitir sus acciones para que inversores puedan aportar capital para su crecimiento, generando un ganar-ganar. En el Ecuador no ha habido tanto interés y por ende desarrollo en el uso de casas de valores como una nueva forma de empresa o fuente de economía, además de contar que los inversores en su mayoría no tienen las herramientas y sobretodo la información financiera para involucrarse en estos mercados. Con Chairman Saurus (CHS) Casa de Valores se intenta a que emprendimientos y PYMES (pequeñas y medianas empresas) puedan emitir sus acciones a cambio de capital, proporcionado por capital de inversionistas que van a estar ya capacitados por la empresa, proporcionando mayor confiabilidad y seguridad a las partes. Se identificó si el emprendimiento es viable de poder ejecutarlo en el mercado a través de estudios de mercado y análisis financieros que son los fundamentales. Al final después de la realización del Plan de negocios se obtuvieron dos indicadores financieros VAN= 32.197,97\$ y el TIR= 425% que con sus resultados señalaron que el emprendimiento es viable poder realizarlo.

Palabras clave: mercado de valores, pymes, capital, inversión, acciones.

ABSTRACT

FEASIBILITY STUDY FOR THE CREATION OF: CHS: HOUSE OF VALUES

Stock markets are those in which companies are allowed to issue their shares so that investors can contribute capital for their growth, giving a win-win. In Ecuador there has been not so much interest and therefore development in the use of houses of values as a new form of company or source of economy, in addition to counting that the investors mostly do not have the tools and above all the financial information to get involved In these markets. With "CHS Casa de Valores" it is attempted that enterprises and SMEs can issue their shares in exchange for capital provided by capital of investors that will be already trained by the company, generating greater reliability and security to the parties. Here we tried to identify whether the entrepreneurship is viable to be able to execute it in the market through market research and financial analysis that are the fundamental ones. At the end after the completion of the business Plan were obtained two financial indicators such as the VAN= 32.197,97\$ and TIR= 425% that with their results indicated that the enterprise is viable to be able to do so.

Keywords: stock market, pymes, capital, investment, actions.

1. INTRODUCCIÓN

El fenómeno de la globalización mundial, está provocando una integración importante (Lecuona, n.d.) y cada vez hay más emprendimientos proyectados a formar empresas, igualmente inversionista que deben y requieren tener una cultura financiera que últimamente ya no son solo de clases sociales altas, sino personas de clase media que quiere o tienen interés de invertir en los llamados mercados de valores.

Las Bolsas de Valores, son instituciones que establecen la infraestructura para que sea posible la compra y venta de valores, mediante subastas, para lo cual requiere sistemas transaccionales (informatizados) que permiten realizar las transacciones en línea (Rosero, 2010). Las Casas de Valores, en cambio son los intermediarios, que sirven de puente entre el emisor de valores (empresas) y el inversionista (ahorrista) que compra los mismos. Su función principal es viabilizar la transacción (Campoverde & Esquetine, n.d.).

El mercado de valores en el Ecuador es pequeño y con dos bolsas de valores, una en Quito y otra en Guayaquil que carecen de vínculos entre sí. La ley de 1998 definió un marco institucional caracterizado por una débil regulación (Rosero, 2010). Ahora, las PYMES se están convirtiendo en el modelo de la nueva empresa y en un motor crucial del desarrollo económico de los países en vías de desarrollo (Andrade & Calero, 2006). El ámbito de competencia en el que se desenvuelven estas empresas en la actualidad, impulsa a estas a buscar ventajas frente a sus similares con el fin de consolidarse en el mercado y lograr su expansión (Moreno, 2011). Por ello puede acceder a diferentes alternativas para recaudar el capital como la emisión de acciones cuyas negociaciones se dan en el mercado de valores (Herrera, 2008). Visto de esta forma, se puede observar como las empresas más pequeñas se encuentran con recursos financieros limitados, carecen de créditos bancarios aceptables o no califican para cotizar y obtener fondos en la Bolsa o directamente en los mercados extranjeros y han sido, casi todas, abandonadas a sus propios recursos (Andrade & Calero, 2006).

Se ve necesario hacer un análisis sobre fuentes de inversión de las PYMES evitando que se siga manteniendo esa tendencia exhaustiva de sólo invertir en bancos y no acceder también a otras entidades de inversión (Pérez-Manzo, Rivera-Hernández, & Solís-Granda, 2015). Hoy en día estas empresas pueden tener acceso a este mercado sin muchas dificultades, con menor riesgo y con mayores seguridades. En Colombia por ejemplo tenemos Casas de Valores que trabajan con Pymes como "Interbolsa" una empresa comisionista que maneja cerca de 7 billones de pesos junto con otra comisionista reconocida en el sector como "Proyectar Valores"; también se puede hablar de "Correval" que es una empresa que especialmente desarrollo la primera plataforma virtual de negociación de acciones para sus clientes en Colombia, su innovación permite atender a 600 clientes por día con la posibilidad de tener asesor o

no (Sua & Morales, 2011)

Esta investigación se basa en la realización de un Plan de Negocios de un emprendimiento que consiste en formar una casa de valores (CHS Casa de Valores) para emprendimientos y sobre todo PYMES, cuyos inversionistas sean personas de la clase trabajadora y se capaciten financieramente tanto las empresas como los inversionistas. Se desarrolla un estudio de mercado, un estudio financiero que al final permita determinar la viabilidad del emprendimiento a través de dos indicadores financieros como son el VAN y el TIR.

2. METODOLOGIA

Para comprobar la factibilidad de emprender en la creación de una casa de valores para el los servidores públicos se elaboró un plan de negocios con los siguientes componentes:

2.1 Identificación del emprendimiento

Cultura del emprendimiento

Es el entorno cultural que significa el desarrollo de proyectos emprendedores, generando ingeniosas actividades, proyectos, empresas, de índole económica, social, política, o también se refiere a renovación o reingenierías de procesos existentes y ejecutados en el mercado. (*Hidalgo, 2014*)

Se realizó mediante la técnica SCAMPER

Es una herramienta que permite activar la creatividad y las habilidades para resolver problemas (MICITT, n.d.)

Para la creación de la casa de valores para servidores públicos se tomó en cuenta las siguientes ideas.

S: Sustituir.- se sustituyó el sistema de pagos tradicional de la casa de valores en el Ecuador por un sistema más a fin de servidores públicos.

C: Combinar: El sistema de educación financiera con el plan de compensación de la casa de valores

A: Adaptar.- emprendimientos con potencial en el mercado para que sean objetos de inversión. M: Modificar.-los valores de inversiones establecidos en las casa de valores tradicionales por más accesibles a la inversión del servidor público.

P: poner usos.- usos como inversiones y sistema educativo.

E: Eliminar.-al público genera y ser más selectivos (empleados públicos)

R: Reordenar.-el procedimiento para que el cliente pueda tener ganancias en los primeros meses de inversión.

2.2 Estudio del mercado

Segmentación: Servidores Públicos.- aquella población que tiene ingresos por su mano de obra y trabajan para el gobierno. Muy pocas veces tiene la oportunidad de invertir en la bolsa por el desconocimiento o cantidades.

Nicho de mercado: Emprendedores. - dentro de los servidores públicos tomaremos en cuenta a aquellos que tengan una visión emprendedora de tal manera comprenderán más el proceso y estarán dispuestos a invertir para ganar dinero.

2.2.1 Población objeto del estudio

Servidoras y servidores públicos.- Serán servidoras o servidores públicos todas las personas que en cualquier forma o a cualquier título trabajen, presten servicios o ejerzan un cargo, función o dignidad dentro del sector público. Las trabajadoras y trabajadores del sector público estarán sujetos al Código del Trabajo (Asamblea Nacional del Ecuador, 2012)

2.2.2 Cálculo de la muestra

Para hacer que una idea tenga un grado de éxito se debe poner foco en la ejecución. Y es que todo lo que es transmitir conceptos, principios, experiencias y metodologías es de lo que al final del día se le llama emprender (America Economía, 2014)

Mediante la información obtenida se realizó el cálculo correspondiente aplicando la fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot Q}{E^2}$$

Donde:

N: número de encuestados

Z: nivel de confianza de la operación P: posibilidad de ocurrencia

Q: posibilidad de no ocurrencia

E: error en el cálculo

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2}$$

$$n = 384 \text{ encuestas}$$

El mercado seleccionado fueron los servidores públicos, de esta manera mediante la aplicación de las técnicas de emprendimiento se dar a conocer si es viable el aplicar una casa de valores para servidores públicos.

2.2.3 Análisis de datos

Para la determinación de las actividades que se debe tomar en cuenta, luego de encuestar a 384 servidores públicos, se detectó las necesidades mediante la aplicación de 10 preguntas selectivas. Los servidores públicos a ser encuestados fueron de la ciudad de Riobamba de entidades como ESPOCH, UNACH, empresas de gobierno: empresa eléctrica, municipalidad.

2.4 Plan de marketing

Para la implantación del logo, slogan se procedió a la designación de los colores representativos para la empresa, al igual que buscar dar el mensaje de los servicios ofrecidos en una frase. De esta manera se garantizó la efectividad por parte del marketing de la casa de valores.

Para el desarrollo de una estrategia emprendedora, primero se pensó en un proyecto, luego desechar las malas ideas, las estrategias que no se pueden implementar y los planes de negocios que no sirven (America Economía, 2014)

2.3 análisis financiero

2.3.1 VAN (Valor Actual Neto o Valor Presente Neto).

Es un indicador financiero que mide los flujos de los ingresos y egresos futuros que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, queda una ganancia. Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros (ingresos menos egresos). El método, además, descuenta una determinada tasa o tipo de interés igual para todo el período considerado

2.3.2 TIR (tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad).

Está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) de una inversión sea igual a cero ($VAN = 0$). Recordemos que el VAN o VPN es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente (valor actual), aplicando una tasa de descuento (Mpuga, 2011)

3. RESULTADOS

3.1 Del estudio de mercado

Se encuestó a 384 servidores públicos de diferentes entidades de gobierno.

Se evaluó de acuerdo con las 10 preguntas que se diseñaron en la encuesta, mismas que ayudaban en la determinación de las necesidades y requerimientos del segmento de mercado seleccionado.

Las preguntas aplicadas en la encuesta fueron las que se especifican en la Tablas 1, 2,3,4,5,6,7,8,9,10.

Tabla 1. Seleccione su tramo de edad.

Seleccione su tramo de edad.	PERSONAS	PORCENTAJE
a Entre 25-35 años	120	31%
b Entre 36 y 45 años	98	25%
c Mayor de 45 años	172	44%
TOTAL	390	100%

Tabla 2. ¿Invierte o ha invertido dinero a plazo fijo en una institución bancaria?

¿Invierte o ha invertido dinero a plazo fijo en una institución bancaria?	Personas	PORCENTAJE
a Si	142	36,4%
b No	248	63,6%
Total	390	100%

Tabla 3. ¿Le gustaría Invertir su capital?

¿Le gustaría Invertir su capital?	Personas	PORCENTAJE
a Si	271	69.5%
b No	119	30.5%
Total	390	100%

Tabla 4. ¿Cómo describiría su grado de conocimiento en inversiones?

¿Cómo describiría su grado de conocimiento en inversiones?
--

	PERSONAS	PORCENTAJE
a Bajo	120	30,8%
b Medio	246	63,1%
c Alto	24	6,1%
TOTAL	390	100%

Tabla 5. ¿Tiene usted conocimiento acerca del funcionamiento de la Bolsa de Valores?

¿Tiene usted conocimiento acerca del funcionamiento de la Bolsa de Valores?	PERSONAS	Porcentaje
a Si	180	46,2%
b No	210	53,8%
TOTAL	390	100.0%

Tabla 6. ¿Es de su interés educarse financieramente?

¿Es de su interés educarse financieramente?	PERSONAS	PORCENTAJE
a Si	346	88,7%
b No	44	11,3%
TOTAL	390	100.0%

Tabla 7. El capital a invertir lo utilizaría de:

El capital a invertir lo utilizaría de:	PERSONAS	Porcentaje
a De su trabajo.	220	56,4%
b Mediante su trabajo, más algunos ahorros.	146	37,4%
c De otras rentas no relacionadas con su trabajo.	24	6,2%
TOTAL	390	100,0%

Tabla 8. ¿Qué porcentaje de su capital estaría dispuesto a invertir?

¿Qué porcentaje de su capital estaría dispuesto a invertir?	Personas	Porcentaje
a Menos del 30%.	244	62,6%
b Entre 30% y 60%.	146	38,4%
c Más del 60%.	0	0%
TOTAL	390	100.00%

Tabla 9. ¿En qué plazo de tiempo esperaría recibir beneficios de su inversión?

¿En qué plazo de tiempo esperaría recibir beneficios de su inversión?	Personas	Porcentaje
a Menos de 1 año.	198	50,7%
b De 1 a 3 años.	167	42,8%
c Más de 3 años.	25	6,5%
TOTAL	390	100%

Tabla 10. Si su inversión comienza a perder valor, ¿qué haría?

Si su inversión comienza a perder valor, ¿qué haría?	Personas	Porcentaje
a Vendería inmediatamente.	74	19%
b Consultaría a un experto.	218	56%
c Asumiría las pérdidas en el corto plazo y esperaría obtener ganancias en el largo plazo.	98	25%
TOTAL	390	100%

Para mayor claridad se muestran los Gráficos 1,2 y 3, obtenidos con la información de las preguntas relevantes como son la pregunta 3, pregunta 6 y pregunta 8.

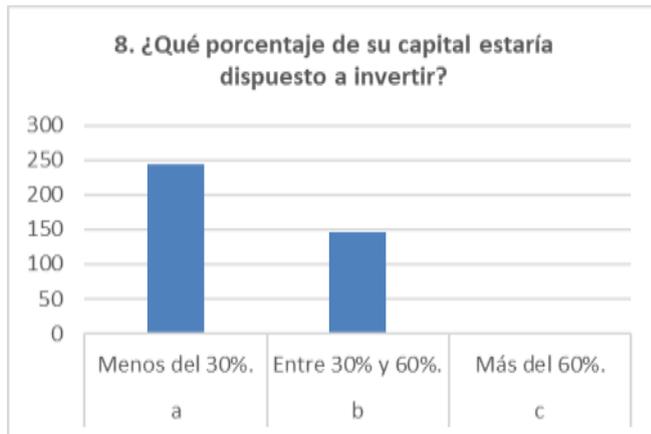
Gráfico1. Interés de inversión



Gráfico 2. Interés de educación financiera



Gráfico 3. Porcentaje de capital posible a invertir.



3.2 Plan de Marketing

Se creó el Logo y Slogan para la empresa.

Logo de la casa de valores Chairman Saurus

Gráfico 1. Logo casa de valores



El logo está compuesto por 3 letras y una flecha alcista.

Las letras significan Chairman Saurus, nombre de la compañía.

El color es cerúleo color que indica confianza y seriedad.

La flecha es alcista la cual indica ascenso en el mercado, muy utilizada en el lenguaje de la bolsa.

Slogan

“Servir y confiar en el futuro”

El Slogan de la compañía describe nuestra finalidad el cual es servir a nuestros clientes, garantizando sus ganancias, mismas que son para las generaciones venideras, confiamos en el futuro, las acciones del hoy son los resultados del mañana.

3.3 Organización de la producción.

Mediante las encuestas realizadas se constató que el proceso que se debe ejecutar para brindar el servicio es el que se indica en el gráfico 4:

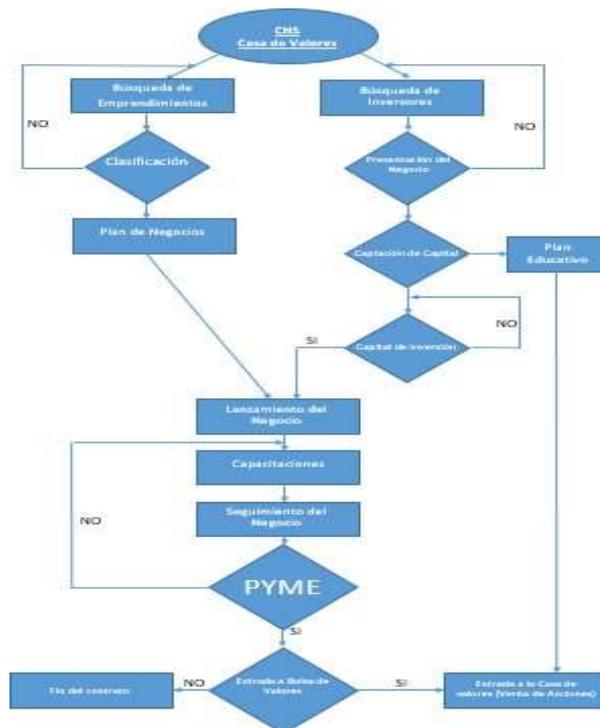


Grafico 4.- Proceso de ejecución del negocio.

Estrategias de marketing

- Implementar una plataforma virtual con información acerca de quiénes somos y nuestros servicios.
- Manejar su dinero con expertos quienes disponen de sofisticadas herramientas.
- Discernir emprendimientos, y mediante medios sociales productivos indicar el potencial que tienen estos, de tal manera dar una excelente imagen a nuestros inversores.
- Obtener información oportuna sobre el estado del portafolio del cliente.
- Aprovechar oportunidades de inversión a nivel nacional.
- Atención personalizada mediante cursos y capacitaciones dictadas por expertos.

5. ANÁLISIS FINANCIERO

Se tomó en cuenta lo estrictamente necesario en materia prima mano de obra para ejecutar el negocio, lo que se puede ver en detalle en las Tablas 11,12 y 13

Tabla 11. equipos requeridos para oficinas Chairmansaurus

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR UTIL CONTABLE	VALOR UTIL TÉCNICO
Computadora	7	450	3150	86	5
Impresora	1	265	265	49	5
Proyector	1	279	279	64,75	4
Televisor	4	400	1600	66,3	6

Celular	1	250	250	77	3
Telefonos fijos	7	12	84	1,6	7
Router	1	30	30	2	5
Escritorios	7	80	560	12	5
			6218		

Tabla 12. Mano de Obra

DETALLE	CANTIDAD	SALARIO HORAS	# HORAS MENSUALES	TOTAL
Ing. Administración de empresas	1	12,5	160	2000
Ing. Marketing	1	12,5	160	2000
Financiero	1	15,6	160	2496
Vendedor	2	9,4	160	1504
Capacitador	2	9,4	160	1504
Abogado	1	12,5	96	1200
Secretario	2	3,75	160	600
Guardias de seguridad	3	1,7	300	510
Personal de limpieza	2	2,2	180	396
			TOTAL	12210

Tabla 13. muebles y enseres

DETALLE	CANTIDAD	SALARIO HORAS	# HORAS MENSUALES	TOTAL
Ing. Administracion de emrpesas	1	12,5	160	2000
Ing. Marketing	1	12,5	160	2000
Financiero	1	15,6	160	2496
Vendedor	2	9,4	160	1504
Capacitador	2	9,4	160	1504
Abogado	1	12,5	96	1200
Secretario	2	3,75	160	600
Guardias de seguridad	3	1,7	300	510
Personal de limpieza	2	2,2	180	396
			TOTAL	12210

Tabla 14. flujo de caja

	FLUJO DE CAJA					
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS NETAS		151283,33	151601,03	151919,39	152238,42	152558,12
COST. PRODUCC.		-112000	-112235	-112471	-112707	-112944
GASTOS ADMINIS.		-22400	-22447	-22494	-22541	-22589
GASTOS DE VENTAS COSTOS		-5180	-5191	-5202	-5213	-5224

FINANCIEROS						
UTILID. ANTES DE REP. UTIL. E IMP.		11703,33	11727,91	11752,54	11777,22	11801,95
REPARTO DE UTILIDADES (15%)		0	0	0	0	0
UTILIDADES ANTES DE IMPUESTOS		11703,33	11727,91	11752,54	11777,22	11801,95
IMPUESTOS A LA RENTA (25%)		2925,83333	2931,97758	2938,13474	2944,30482	2950,48786
UTILIDAD NETA		8777,50	8795,93	8814,40	8832,91	8851,46
INVERSIÓN EN MAQ. Y EQ.	-6218					
MUEBLES Y ENSERES	-3850					
INV. TERRENO Y OBRA FÍSICA						
VEHÍCULO						
IVN. CAPITAL DE TRABAJO						
IMPREVISTOS	-2000					
CAPITAL DE SOCIO	10000					
FLUJO DE CAJA	-2068	8777,50	8795,93	8814,40	8832,91	8851,46

El flujo de caja requerido para el cálculo de los indicadores financieros se describe en la Tabla 14.

Calculo del VAN Y TIR

Finalmente al complementar la organización de la producción

Con una TASA DE RENDIMIENTO DE MERCADO del 6.7% tenemos:

VAN	32.197,97 \$
TIR	425%

6. DISCUSIÓN

Las investigaciones de Andia (2014) indica que cuando se analiza el proceso de evaluación de proyectos de emprendimientos comúnmente se relaciona al uso de indicadores de rentabilidad, usualmente el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Rendimiento (TIR), por esta razón es importante analizar dichos conceptos para incorporarlos en forma adecuada en el proceso de

evaluación de proyectos en el caso que lo amerita. Algo que también recalcan Mavila & Polar (2005) que dice que El VAN y la TIR encuentran entre los más utilizados. Lledó (2007) habla de comparar algunas reglas de decisión generalmente utilizadas para decidir cuándo un proyecto de inversión debe llevarse a cabo o no. Muñate (2002) toma en cuenta el caso de rechazar la realización de un proyecto o sino llevarlo a la evaluación de su rentabilidad. Pasqual (2007) aumenta algo más y dice que es evidente que la rentabilidad de un proyecto de inversión debe disminuir al aumentar los costes y, en concreto, al aumentar el precio del capital.

Pasqual (2007) en sus investigaciones habla que para que un proyecto sea identificado como bueno como inversión, es decir viable, este proyecto debe tener algunos flujos positivos y otros negativos se comporta como una inversión. En nuestra investigación los flujos de caja son positivos.

De acuerdo con Muñate (2002) su interpretación es la siguiente: VAN = 32.197,97\$, quiere decir que durante la vida útil del proyecto a una tasa de actualización del 4.8% se va a obtener una utilidad neta de 43, 263,824 pesos. De acuerdo con el criterio formal de selección y evaluación a través de este indicador, el proyecto se determina como rentable.

En el caso del TIR = 425%, significa que durante la vida útil del proyecto, se recuperará la inversión y se obtendrá una rentabilidad del 32.81%. También este indicador refleja la tasa de interés máxima que el proyecto puede soportar para ser viable. Por ser el TIR mayor que la tasa de actualización del BANCO Pichincha que tiene del 5% anual (Banco Pichincha, 2018) y de la Cooperativa Riobamba que llega hasta un 8% anual (COAC. RIOBAMBA LTDA., 2012) seleccionada, se indica que se debe continuar con el proyecto

7. CONCLUSIONES

Las metodologías utilizadas para lograr obtener un Plan de negocios del Emprendimiento "CHS Casa de Valores" dio como resultados obtener un segmento de mercado apto para enfocarse y trabajar, un branding con el que es posible introducirse al mercado, contando con las estrategias de marketing y un análisis financiero adecuado que es una base fundamental para que un emprendimiento se sostenga.

El estudio financiero de "CHS Casa de Valores" permitió obtener dos de los indicadores financieros más utilizados para saber la viabilidad del proyecto, y según estos indicadores: VAN= 32.197,97\$ y TIR= 425% el emprendimiento es viable para que se pueda seguir desarrollando y lanzándose al mercado para que cumpla sus funciones.

CHS Casa de Valores puede brindar el servicio de un campo que por lo general cuesta, que es la educación financiera enfocada en incentivar la participación en el mercado de valores del país., siendo una oportunidad para que las personas se acerquen y aprovechen la posibilidad de invertir.

BIBLIOGRAFÍA

- America Economia. (2014). Como implementar tecnicas y estrategias de emprendimiento. Retrieved from <https://mba.americaeconomia.com/articulos/entrevistas/como-implementar-tecnicas-y-estrategias-de-emprendimiento>
- Andía, W. (2014). Indicador de Rentabilidad de Proyectos: el Valor Actual Neto (VAN) o el Valor Económico Agregado (EVA). *Industrial Data*, 14(1), 015. <https://doi.org/10.15381/idata.v14i1.6204>
- Andrade, S., & Calero, E. (2006). *EL MERCADO DE VALORES COMO ALTERNATIVA DE FINANCIAMIENTO PARA LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA (PYME) EN ECUADOR*. ESCUELA POLITÉCNICA NACIONAL. Retrieved from <http://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/111/1/CD-0127.pdf>
- Asamblea Nacional del Ecuador. Ley Organica de Servicio Publico (2012). Ecuador. Retrieved from https://www.finanzas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/LEY_SERVICIO_PUBLICO.pdf
- Banco Pichincha. (2018). *TARIFARIO APERTURA DE CUENTAS, INVERSIONES Y PLANES DE AHORRO FUTURO*. Quito. Retrieved from <https://www.pichincha.com/portal/Portals/0/Transparencia/Tasas de Interes y tarifas.pdf?ver=2018-05-20-154148-577>
- Campoverde, F., & Esquetine, E. (n.d.). LA EVOLUCIÓN DEL MERCADO DE VALORES DEL ECUADOR. Retrieved August 28, 2018, from http://gye.ecomundo.edu.ec/doc_aula_virtual_ecotec/tareas/2012F/FIN435/alum/2005540475_2414_2012F_FIN435_MERCADO_DE_VALORES_DEBES_DE_EVELYN_ESQUETINE_TUMBACO.docx
- COAC. RIOBAMBA LTDA. (2012). Productos y servicios. Retrieved August 29, 2018, from <http://www.cooprio.fin.ec/index.php/productos-servicios/ahorros>
- Herrera, R. (2008). *LA IMPORTANCIA DE LOS MERCADOS FINANCIEROS Y OPCIONES*

- FINANCIERAS EN MEXICO*". UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO.
Retrieved from
[http://dgsa.uaeh.edu.mx:8080/bibliotecadigital/bitstream/handle/231104/459/La importancia de los mercados financieros.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://dgsa.uaeh.edu.mx:8080/bibliotecadigital/bitstream/handle/231104/459/La_importancia_de_los_mercados_financieros.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Lecuona, P. (n.d.). *El Mercado de valores*. Retrieved from
https://www.researchgate.net/publication/40955511_El_Mercado_de_valores
- Lledó, P. (2007). Comparación entre distintos Criterios de decisión (VAN, TIR y PRI). *Mas Consulting*, 1–9.
- Mavila, D., & Polar, E. (2005). Flujo de caja y tasa de corte para la evaluación de proyectos de inversión. *Industrial Data*, 8(ISSN:1560-9146).
- MICITT. (n.d.). Herramientas practicas para innovación 1.0 scamper. Retrieved from
https://www.innovacion.cr/sites/default/files/article/adjuntos/herramientas_practicas_para_innovacion_1.0_scamper_1.pdf
- Moreno, K. (2011). *TÍTULOS VALORES EMITIDOS POR LA EMPRESA SECOHI CÍA . LTDA . EN LA BOLSA DE VALORES DE QUITO , AÑOS 2006 ,2008, 2009 Y 2011*. Universidad de las Fuerzas Armadas –ESPE. Retrieved from
<https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/7321/1/AC-ESPEL-CAI-0363.pdf>
- Mpuga. (2011). Fundamentos de Finanzas: VAN y TIR. Retrieved from
<http://www.mpuga.com/docencia/Fundamentos%2520de%2520Finanzas/Van%2520y%2520Tir%25%2520202011.pdf>
- Muñate, D. (2002). Manual de formulación y evaluación de proyecto. *Manual Para El Cultivo Del Tomate En Invernadero*.
- Pasqual, J. (2007). Los criterios Valor Actual Neto y Tasa Interna de Rendimiento. *Revista Electrónica Sobre La Enseñanza de La Economía Pública*, 2(1986), 1–10.
- Pérez-Manzo, O., Rivera-Hernández, A., & Solís-Granda, L. (2015). Análisis del Mercado de Valores Ecuatoriano como fuente de inversión para las PyMES. *Ciencia*, 8, 8–15. Retrieved from
https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0ahUKEwjAjM3Z283QAhXo8YMKHSXwDa8QFggbMAA&url=http%253A%252F%252Ffojs.unemi.edu.ec%252Findex.php%252Fcienciaunemi%252Farticle%252Fdownload%252F77%252F73&u sg=AFQjCNELoeL_iq11LLuUrnqe5FnmK
- Rosero, L. (2010). El desarrollo del mercado de valores en el Ecuador: una aproximación. *Ecuador Debate*.
- Sua, F., & Morales, A. (2011). *PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMISIONISTA DE BOLSA EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ ENFOCADA A SER MÁS ACCESIBLE Y GENERAR UNA MAYOR COBERTURA DEL MERCADO DE VALORES DE COLOMBIA*. PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA. Retrieved from
<https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/9535/tesis626.pdf?sequence=1>