

**Factores que dificultan los emprendimientos  
del sector calzado del Azuay-Ecuador**

**Factors that hinder entrepreneurship in  
the footwear sector in Azuay– Ecuador**

**Saúl Adrián Mejía-Pogo**

Universidad Politécnica Salesiana - Ecuador  
saul07adrian@gmail.com

**Juan Pablo Avila-Peñaloza**

Universidad Politécnica Salesiana - Ecuador  
juanpablo199220@hotmail.com

**Gabriela Isabel Araujo-Ochoa**

Universidad Politécnica Salesiana - Ecuador  
garaujo@ups.edu.ec

[doi.org/10.33386/593dp.2021.5.690](https://doi.org/10.33386/593dp.2021.5.690)

## RESUMEN

El ciclo de vida de los emprendimientos no supera la barrera de 3 meses a un año, en los diferentes tipos de actividad económica, es por eso por lo que se debe obtener información acerca de los factores que dificultan la actividad emprendedora con el fin de fortalecer las debilidades y mitigar las amenazas de los emprendedores, caso contrario los negocios emergentes no se podrán mantener, causando un impacto negativo tanto a nivel familiar como empresarial y social. El presente artículo tiene como objetivo encontrar los factores de quiebre temprana principales y significativos que dificultan la actividad emprendedora del sector calzado del Azuay. El método utilizado para la investigación es cuantitativo-cualitativo, con el propósito de cuantificar la importancia de los factores analizados, adicionalmente, se efectuó encuestas a productores de calzado que siguen vigentes en su actividad, con la finalidad de conocer sus fortalezas y debilidades, y una siguiente encuesta a un grupo representativo de la sociedad, mediante un muestreo por conveniencia y con una población finita de la ciudad de Cuenca, capital de la provincia del Azuay. Se utilizó una encuesta compuesta por preguntas cerradas para conocer sus fortalezas y en qué deberían mejorar los emprendimientos de este tipo, encontrándose que dentro de los factores más importantes está la inversión, el financiamiento, el apoyo gubernamental, barreras legales y de mercado, los cuales son los temas para tener especial atención y mitigar los efectos para no quebrar los emprendimientos, además hallándose oportunidades como la aceptación del mercado azuayo.

**Palabras clave:** quiebre; emprendimiento; calzado; sustentabilidad; inversión

Cómo citar este artículo:

APA:

Mejía-Pogo, S., & Avila-Peñaloza, J., & Araujo-Ochoa, G., (2021). Factores que dificultan los emprendimientos del sector calzado del Azuay-Ecuador. 593 Digital Publisher CEIT, 6(5), 168-179. <https://doi.org/10.33386/593dp.2021.5.690>

Descargar para Mendeley y Zotero

## ABSTRACT

The life cycle of enterprises does not exceed the barrier of 3 months to a year, in the different types of economic activity, that is why information must be obtained about the factors that hinder entrepreneurial activity to strengthen weaknesses and mitigate the threats from entrepreneurs, otherwise, the emerging businesses will not be able to be maintained, causing a negative impact both at the family, business and social level. The objective of this article is to find the main and significant early breakdown factors that hinder the entrepreneurial activity of the Azuay footwear sector. The method used for the research is quantitative-qualitative, to quantify the importance of the analyzed factors, additionally, surveys were carried out with footwear producers who are still current in their activity, to know their strengths and weaknesses, and the following survey of a representative group of society, through a convenience sampling and with a finite population of the city of Cuenca, capital of the province of Azuay. A survey consisting of closed questions was conducted to find out their strengths and how undertakings of this type should improve, finding that among the most important factors are investment, financing, government support, legal and market barriers, which are the issues to have special attention and mitigate the effects so as not to fail the ventures, in addition to finding opportunities such as the acceptance of the Azuayan market.

**Keywords:** bankruptcy; entrepreneurship; footwear; sustainability; investment.

## Introducción

El emprendimiento es un proceso que causa un impacto positivo en la creación de empresas y de fuentes de trabajo, en América Latina y el Caribe hay países con cimientos firmes para el crecimiento como lo son Chile, Perú, Colombia, Bolivia y Paraguay por sus sólidas políticas fiscales, según el Global Entrepreneurship Monitor GEM, (2015-016) las intenciones emprendedoras más altas se sitúan en los países de Chile y Colombia con un 50%, que están entre las 5 más altas del mundo mientras que Panamá y México son inferiores al 20%.

Una vez que ha iniciado el emprendimiento ¿Cómo saber si tendrá éxito o fracaso? Según el Global Entrepreneurship Monitor en Ecuador los reportes de Lasio et al. (2017), afirma que cerca de 3 millones de adultos empezaron un nuevo negocio, es decir un emprendimiento naciente o por lo menos poseían 42 meses de antigüedad en el negocio, que se le conoce como emprendimiento nuevo, que representa el 29.6% de emprendimientos tempranos (TEA) de la población entre 18 y 64 años. Además, en el reporte del GEM resalta que los emprendimientos en el Ecuador no superan la barrera de 3 meses dentro de los cuales existen problemas como: financiamiento y falta de rentabilidad para continuar con sus actividades. Otro problema claro de estas empresas es que no tienen un plan de continuidad del negocio en donde puedan indicar los pasos que se podrían seguir ante cambios y no aseguran que el negocio pueda mantenerse en el mercado (Quituisaca-León et al., 2021)

La presente investigación se refiere al tema de los factores que dificultan la actividad emprendedora del sector calzado en la provincia del Azuay, debido a que como menciona Trías de Bes (2007), para evitar que un emprendedor cierre su negocio hay que conocer los factores que conllevaron al éxito a otros emprendimientos. En esta premisa sacada del Libro negro del emprendedor de Trías de Bes (2007), y adaptándolo a la realidad ecuatoriana se amplía el conocimiento investigando no solo los factores de éxito de los empresarios de

calzado en la provincia del Azuay, sino también los factores en los cuales existen problemas o falencias que frenan los emprendimientos, por eso es importante analizar dichos factores y tratar de mitigar los riesgos o baches que encontrarán los emprendedores dentro de este sector. En este contexto las variables que se analizaron son: Agilidad al otorgar un crédito, Apertura por parte de las instituciones financieras, Apoyo brindado al emprender por amigos y familiares, Apreciación de la calidad del calzado, Barreras de entrada al emprender, Características importantes del calzado, Frecuencia y lugar de compra, Nivel de apoyo a los emprendedores de parte de instituciones del estado, Nivel de especialización del emprendimiento de calzado, Nivel de instrucción de los emprendedores del sector de calzado, Nivel de inversión para emprender en el sector calzado, Nivel de satisfacción del calzado nacional, Porcentaje de personas que compra por marca, Principales provincias de donde adquieren calzado.

## Método

La investigación tiene un enfoque cuantitativa-cualitativa; en la parte cuantitativa se realiza una encuesta que está compuesta de 8 preguntas, misma que fue aplicada a los fabricantes de calzado más influyentes de la provincia del Azuay. La base de datos usada fue la del Ministerio de Producción MIPRO (2010), con 100 empresas de calzado que se encuentran dentro de sus registros. Se analizan las variables **más importantes** que conlleve a un quiebre dentro de la etapa inicial de los emprendimientos del sector de análisis. Además, se realizó una segunda encuesta a una muestra de la población de Cuenca, capital de la provincia del Azuay, siendo el mercado más grande donde se comercializan los productores de calzado. Aplicando un muestreo aleatorio simple se determinó la muestra de 384 personas a las que fue aplicada la segunda encuesta sobre la percepción del calzado azuayo, cuyo instrumento constaba de 7 preguntas cerradas, con la finalidad de conocer gustos, preferencias y aceptación que tiene en el mercado el calzado azuayo. Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2010) en la ciudad de Cuenca existen

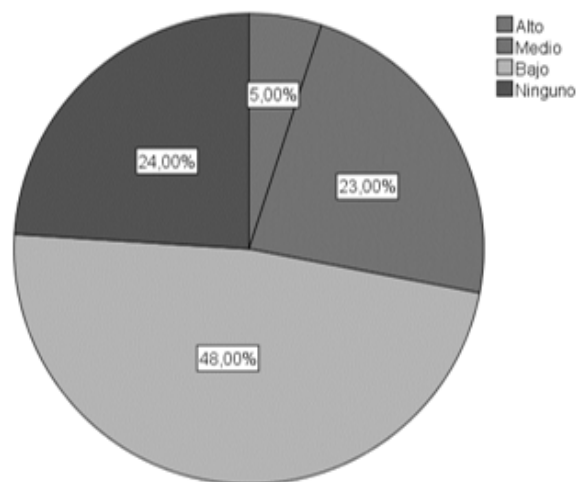
505.585 habitantes; para el cálculo de la muestra se tomó este dato y utilizando un margen de error del 5% y un nivel de confianza del 95% siendo la muestra estadísticamente representativa para esta investigación. Por otro lado, terminado el análisis de los factores se ponderó, dando peso a cada factor y calificándolos con 1 si el factor es deficiente, 2 promedio, 3 respuesta mayor al promedio y 4 calificación superior, y se obtuvo un balance y un orden de importancia de los factores preponderantes del sector.

### Resultados

En primera instancia, se indicará los resultados obtenidos de la encuesta realizada a los fabricantes de calzado, denotando aquellos más relevantes. La Figura 1 muestra la percepción de los encuestados sobre el apoyo a los emprendedores por parte de instituciones del estado en la cual un 48% dan a conocer que el apoyo es bajo, mientras que otra parte representativa que es el 24% supieron contestar que es ninguno el apoyo estatal y por otra parte el 23% que el apoyo es medio, esto es debido a que en zonas urbanas están centralizadas las instituciones estatales y brindan asesoramientos como apoyo a empresas emprendedoras, mientras que en zonas más alejadas o rurales donde se encuentran artesanos del calzado azuayo existe muy poco apoyo para que sus emprendimientos surjan.

**Figura 1**

*Nivel de apoyo a los emprendedores de parte de instituciones del estado.*



En la Tabla 1 se observan que las instituciones financieras con mayor apertura a los emprendedores son las cooperativas de ahorro y crédito con mucha ventaja sobre otras instituciones con un 54%, esto se debe que los parámetros de los bancos privados son tradicionales mientras que las cooperativas siempre van más allá, es decir otras maneras de calificar los préstamos y más aún a emprendimientos, por esta razón los bancos privados apenas cuentan con un 26% de los encuestados, los cuales afirman tienen apertura a créditos. Mientras que los bancos públicos pese a sus bajas tasas de interés y beneficios como años o meses de gracia no tienen una gran apertura con créditos según la percepción de los productores de calzado del Azuay.

**Tabla 1**

*Apertura por parte de las instituciones financieras.*

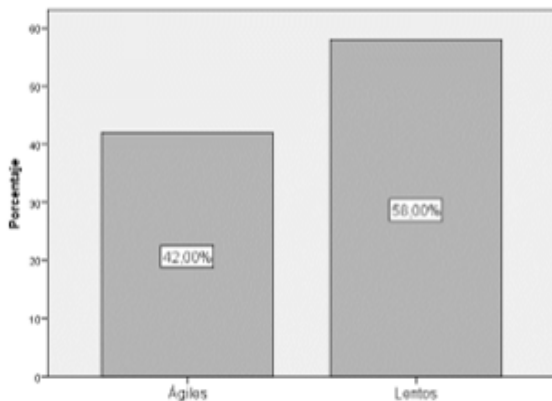
	Frecuencia	Porcentaje
<b>Bancos privados</b>	26	26%
<b>Cooperativas</b>	54	54%
<b>Bancos públicos</b>	20	20%
<b>Total</b>	100	100%

En la Figura 2 se muestra la percepción en cuanto a la agilidad al momento de otorgar un crédito, en el cual se visualiza que el 58% de los

productores catalogan que los tramites son lentos en las instituciones financieras y retrasan a los emprendimientos en tiempo y oportunidades que pierden al no poder acceder de manera ágil a los préstamos, y menos de la mitad manifiestan que son tramites agiles.

**Figura 2**

*Agilidad al momento de otorgar un crédito.*



En la Tabla 2, el 53% de los encuestados indican que existe un apoyo hacia sus emprendimientos por parte de personas allegadas, el cual es considerado un apoyo medio. Es decir, las personas de su círculo social brindan un apoyo a estos emprendimientos nacientes, los cuales subsisten en sus primeros inicios de un mercado pequeño principalmente de familia y amigos quienes son los primeros en recomendar el producto. Mientras que un 14% de emprendimientos no recibieron apoyo en sus inicios por parte de familiares y amigos, estos emprendimientos son considerados más fuertes y solventes.

**Tabla 2**

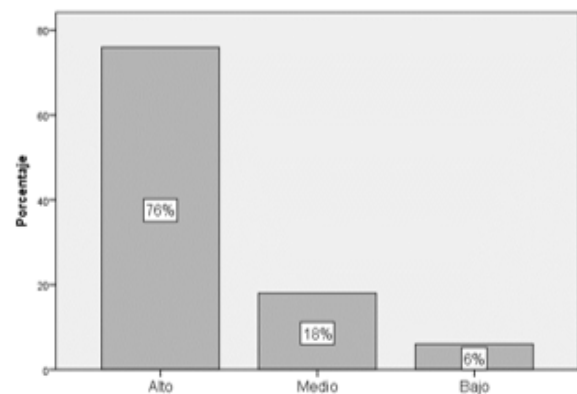
*Apoyo brindado al momento de emprender por amigos y familiares.*

	Frecuencia	Porcentaje
<b>Alto</b>	33	33%
<b>Medio</b>	53	53%
<b>Bajo</b>	14	14%
<b>Total</b>	100	100%

Si bien es cierto dentro del sector de calzado se necesita una inversión grande para lo cual en la Figura 3, se puede visualizar que el 76% afirman que el nivel de inversión es alto para comenzar un emprendimiento de calzado en el Azuay por cuestiones de maquinaria, equipos, los cuales son necesarios para iniciar dicho emprendimiento en este tipo de mercado, el 18% y 6% responden que la inversión es media y baja sucesivamente, este porcentaje es debido a que estos emprendimientos iniciaron de una actividad artesanal con poca inversión.

**Figura 3**

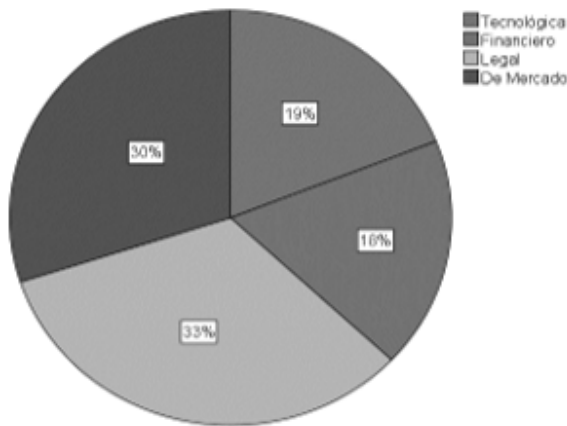
*Nivel de inversión para emprender en el sector calzado.*



Entre las principales barreras para el sector se evidencia que son el tema legal y de mercado como se aprecia en la Figura 4, con un 33% de los encuestados los cuales ven como una de las barreras más importantes el aspecto legal cuando empezaron sus actividades de producción, y la barrera de mercado con el 30% debido a que en este tipo de negocio se encuentran calzado nacional de otras provincias y también calzado importado que compiten con una buena calidad y precios accesibles, para lo cual los productores de este sector lo ven como una gran barrera al momento de emprender en el calzado del Azuay.

**Figura 4**

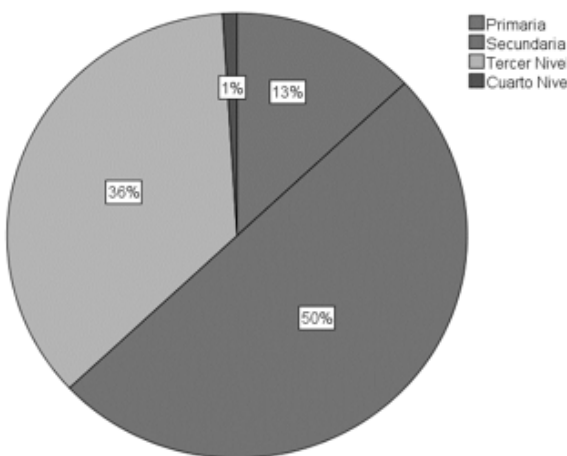
*Barreras de entrada al emprender.*



En la Figura 5, se observa que los productores que tienen un nivel de instrucción secundaria son el 50% es decir que culminaron el bachillerato, el 36% tienen título de tercer nivel que son los porcentajes más representativos, lo que demuestra que los encuestados formaron sus negocios la mayoría siendo bachilleres, esto es porque ya durante su vida estaban dentro de una cultura dedicada a la fabricación de calzado que apenas terminado el bachillerato emprenden en este sector.

**Figura 5**

*Nivel de instrucción de los emprendedores del sector de calzado.*



El nivel de especialización de los emprendimientos del sector calzado según la Tabla 3, iniciaron con fabricación artesanal el 69% debido a las condiciones no tecnificadas,

ya que tienen su taller dentro de sus domicilios siguiendo como tradición de sus antepasados y surgen por la buena aceptación del calzado que fabrican. Mientras que el 31% iniciaron sus actividades de una manera industrial, debido a que ya algún familiar poseía un negocio al cual potenciaron con inversión

**Tabla 3**

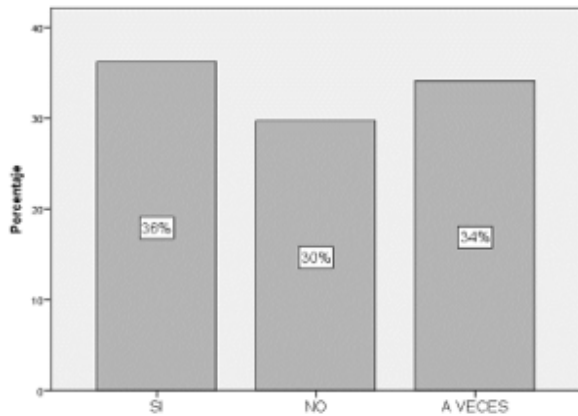
*Nivel de especialización del emprendimiento de calzado*

	Frecuencia	Porcentaje
<b>Artesanal</b>	69	69%
<b>Industrial</b>	31	31%
<b>Total</b>	100	100%

En los resultados obtenidos de la investigación a los clientes se analizó varios factores, como conocer si las personas encuestadas se guían por la marca en el calzado, por lo cual se obtuvo los datos presentados en la Figura 6. Se observa que las personas que si compran el calzado de acuerdo con su marca son un 36%, mientras que las persona que no toman en cuenta una marca son el 30% y como tercer porcentaje el 34% de personas que son indiferentes a la marca de calzado, esto se debe a que las personas se han acostumbrado a comprar zapatos de procedencia china y colombiana que vienen con marcas internacionales, las cuales son réplicas y también existen réplicas nacionales con marcas que se familiarizan los clientes.

**Figura 6**

*Porcentaje de personas que compran por la marca.*



La frecuencia de compra de calzado lo realizan el 35% cada seis meses, cada año el 31% y 28% cada tres meses; teniendo así un flujo de ventas durante el año para subsistir en su actividad y planificar sus campañas para su público objetivo.

**Tabla 4**

*Frecuencia de compra*

	Frecuencia	Porcentaje
Una vez al mes	24	6%
Cada tres meses	108	28%
Cada seis meses	135	35%
Cada año	117	31%
Total	384	100%

El 83% de personas de la muestra de Cuenca compran su calzado en locales comerciales variando la frecuencia de compra como se puede visualizar en la Tabla 5, los cuales pueden acceder de una manera muy peculiar en el Azuay y en el cantón Gualaceo porque se caracteriza por ser un referente turístico, por lo cual ha reflejado un flujo económico que contribuye a la industria del calzado dentro de la zona de la provincia.

**Tabla 5**

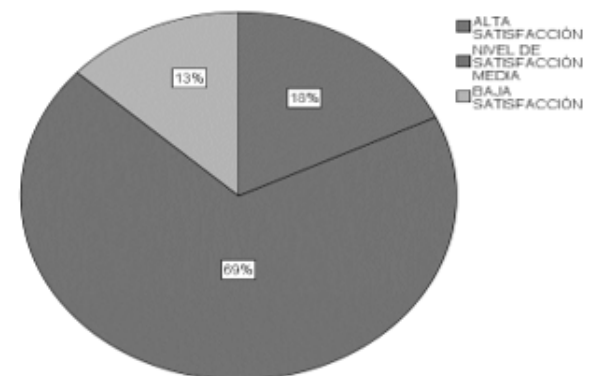
*Lugares de compra*

	Frecuencia	Porcentaje
Locales comerciales	317	83%
Internet	34	9%
Productores	33	8%
Total	384	100%

En cuanto a la satisfacción percibida por parte de los encuestados se puede apreciar que se encuentran medianamente satisfechos con un porcentaje del 69 % de nivel de satisfacción media, en lo que respecta al calzado nacional, lo cual es un punto que se puede mejorar con el objetivo de seguir posicionándose en el sector de calzado del Azuay y poder ganar más margen que un 18 % de personas que están altamente satisfechas con el calzado y por otra parte un 13% tiene una expectativa baja sobre el calzado azuayo.

**Figura 7**

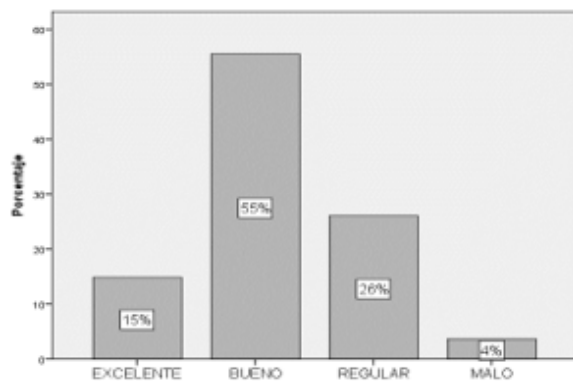
*Nivel de satisfacción del calzado nacional*



En la Figura 8, se observa que la apreciación de la calidad del calzado nacional en un 55% de los encuestados comentan que es buena, siendo un aspecto positivo que la calidad el calzado siga avanzando en el País. Se puede apreciar que el 26% de los encuestados tienen una percepción regular del calzado nacional, lo cual reflejaría que poco a poco ira desapareciendo esta percepción por parte de los clientes, ya que se está trabajando en elevar el nivel de calidad en la producción de calzado en el país.

**Figura 8**

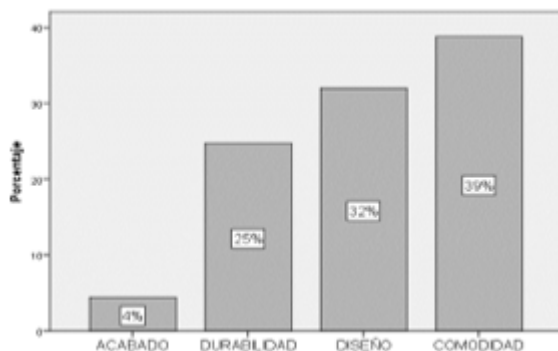
*Apreciación de la calidad del calzado*



Con base a la Figura 9, se puede observar las características que para el mercado son importantes al momento de elegir el calzado; son la comodidad con un 39% de la muestra; mientras que el 32% también le parece importante el diseño de este, para lo cual sería una característica muy importante para ser tomada en cuenta por los productores del Azuay, sin dejar a lado la durabilidad como tercera característica más importante según el 25% de la muestra.

**Figura 9**

*Características importantes al comprar calzado*

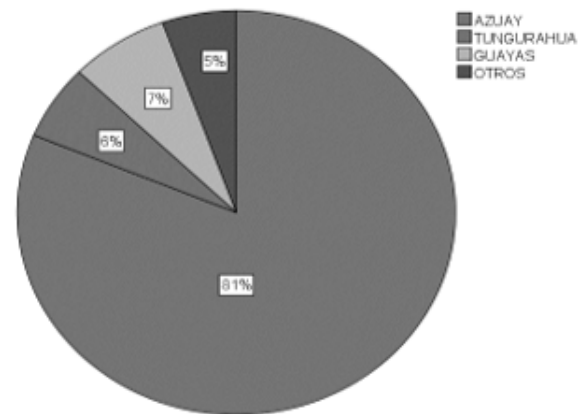


Mientras tanto en la Figura 10 se puede ver que el calzado azuayo es el más consumido dentro de la misma provincia ya que el 81% dicen haber adquirido calzado de su provincia, comparado con el resto de las provincias productoras fuertes del país como lo son Tungurahua, en la cual la muestra nos indica que apenas el 6% ha adquirido productos de esta provincia al igual que de la provincia del Guayas con un 7%, mostrándonos un empoderamiento

sectorial hacia el calzado de su zona.

**Figura 10**

*Principales provincias de donde adquieren calzado.*



De la misma forma se realizó una ponderación de factores, para un análisis más detallado. Para la ponderación de factores se dio pesos en porcentaje a cada factor según su importancia, sumando 100% entre todos los factores. Al igual que el ítem de evaluación fue calificar del 1 al 4 según indicaciones dentro la metodología de este artículo. La Tabla 6, de ponderación es obtenida de la información recolectada de los resultados de las encuestas, tanto de productores y de la muestra de clientes de calzado dando los siguientes datos:



**Tabla 6**

*Ponderación de factores*

	<i>Factores clave</i>	<i>Importancia Ponderación</i>	<i>Evaluación</i>	<i>Valor</i>
1	Apertura por parte de las instituciones financieras.	16%	3	0,48
2	Nivel de apoyo a los emprendedores de parte de instituciones del estado	16%	2	0,32
3	Principales provincias donde adquieren calzado	8%	4	0,32
4	Nivel de inversión para emprender en el sector calzado.	20%	1	0,20
5	Agilidad al otorgar un crédito	8%	2	0,16
6	Porcentaje de persona que compra por marca	6%	2	0,12
7	Barreras de entrada al emprender	10%	1	0,10
8	Características importantes del calzado	3%	2	0,06
9	Nivel de satisfacción del calzado nacional	3%	2	0,06
10	Nivel de instrucción de los emprendedores del sector de calzado	4%	1	0,04
11	Apreciación de la calidad del calzado	2%	2	0,04
12	Apoyo brindado al emprender por amigos y familiares	1%	4	0,04
13	Nivel de especialización del emprendimiento de calzado	2%	1	0,02
14	Frecuencia y lugar de compra	1%	1	0,01
<b>Total</b>		<b>100%</b>		<b>1,97</b>

El resultado total 1.97 indica que el balance es negativo para que se den los emprendimientos en el sector de calzado, también indica que se ponderó con un 20% como más importantes la inversión al momento de emprender con una calificación de 0.20, debido a que la inversión es alta y por lo tanto es deficiente para un emprendedor tener que invertir una alta suma de dinero. Por otra parte, el apoyo a los emprendedores por parte del estado y aperturas por instituciones financieras se las ponderó con 16% de importancia, las cuales se les calificó la primera con 0.32 porque el apoyo del estado está por debajo de la media y la segunda con 0.48 ya que la apertura por parte de las instituciones financieras está por encima de la media.

Además, otro factor importante como lo son las barreras de entrada al emprendedor fue ponderado con un 10% y su calificación es 0.10 debido a que las barreras hacen deficiente el emprendimiento al tener trabas principalmente legales y de mercado.

**Discusión**

La investigación se llevó a cabo en el sector de calzado, mismo que está compuesto por 100 productores de la provincia del Azuay; complementando con una muestra de 384 personas para evaluar los factores preponderantes de más importancia.

Nivel de inversión para emprender en el sector calzado, por ser alta se convierte en un factor que frena la actividad emprendedora y puede llevar a la quiebra a los emprendimientos nacientes y nuevos, para este efecto se puede mitigar los riesgos mediante apalancamiento a través de las diferentes instituciones financieras.

Sobre el nivel de apoyo a los emprendedores por parte de instituciones del estado, al estar por debajo de la media ya que el 48% de los encuestados afirmaron que el apoyo es bajo. El estado debería garantizar el apoyo a los emprendimientos los cuales ayudarían a la sociedad por medio de tributos recolectados por el estado y por otro lado como fuentes de trabajo. Dejando de un lado el centralismo que aún existe

en las instituciones, las cuales deberían impulsar las actividades de este sector.

Acercas de la apertura por parte de las instituciones financieras es una opción el sistema cooperativista, para que al emprender no caiga en quiebra y obtener un financiamiento para inversión en la actividad a realizar y poder llegar a ser competitivos dentro del sector de calzado, implementando tecnología, mano de obra capacitada e incluso innovando.

Ahora bien, las barreras de entrada al emprender la más importante es la legal y la de mercado que son factores externos los cuales no se pueden controlar, pero se debe tener en consideración que la barrera legal se tiene que cumplir y para emprender se necesita asesoramiento en el ámbito legal y realizar la formación del negocio, en lo que respecta a la barrera de mercado se debe tener en claro el público objetivo al cual se piensa apuntar las ventas, para lograr prevalecer y ser rentables como empresa.

Hay que mencionar la agilidad al otorgar un crédito, al no ser un factor preponderante, pero en el cual ocupa tiempo vital que se puede utilizar en otras actividades del negocio naciente, se debe tener clara la intención de emprender en el calzado, para lograr reunir los requisitos para un crédito y evitar gastar más tiempo de lo necesario buscando financiación.

Un tema para tomar en cuenta es que entre las principales provincias de las cuales se adquiere el calzado del mercado azuayo, existe un empoderamiento positivo por parte de la provincia al consumir calzado hecho en su propio territorio, esta se convierte en una oportunidad para los emprendedores debido a que al iniciar sus actividades la demanda responderá satisfactoriamente a la oferta.

Hay que mencionar que el porcentaje de personas que compran por marca y a quienes no se puede llegar por ser primeros únicos y mejores, se puede abracar estos clientes con una marca propia con estrategias de marketing integrales y fidelizarlas hacia la misma.

Se encuentra que en el nivel de instrucción de los emprendedores del sector de calzado son 50% bachilleres, los cuales siguen en el negocio aún vigente guiados por su experiencia en el área, pero los cuales con un impulso deberían especializarse más en conocimiento sobre negocios para tener un crecimiento sostenido, ya que las pequeñas empresas al crecer muchas de las veces se convierten en un negocio inmanejable.

Finalmente, como característica importante dentro del mercado de calzado se debe tomar en cuenta la opción de crear fortalezas como se mencionó, en aspectos como diseño y comodidad, con el objetivo de mejorar la calidad y satisfacción brindada por este producto, que generalmente los azuayos compran con una frecuencia de tiempo semestral.

Como siguiente paso dentro de la investigación se debe mitigar el factor de nivel de inversión mediante financiación en las diferentes instituciones financieras en las cuales se acoplen mejor las necesidades de los emprendedores, donde las exigencias de cumplimiento sean más flexibles, como se ha investigado que son en el sector de cooperativas de ahorro y crédito, así como el impulsar actividades del sector calzado con Organismos Nacionales e Internacionales, mediante acuerdos, fortalecer proyectos para ayudar a emprendimientos nacientes o que ya están en marcha, trabajar conjuntamente con universidades, de las cuales sus estudiantes de carreras administrativas y de derecho, puedan apoyar como pasantías, con la constitución legal de una empresa, asesorar integralmente a los emprendedores y finalmente aprovechar las oportunidades del mercado, e innovar y crear marcas propias.

### Referencias bibliográficas

- Alcaldía de Gualaceo. (2017). *Obtenido de la alcaldia de Gualaceo*. Obtenido de <http://www.gualaceo.gob.ec/turismo/detalles/Calzado>
- Banco Central del Ecuador. (Septiembre de 2020). *Boletín Septiembre*. Obtenido de BCE: <https://contenido.bce.fin.ec/home1/estadisticas/bolmensual/IEMensual.jsp>

- Banco Mundial. (Diciembre de 2012). *Doing Business*. Obtenido de Midiendo Regulaciones para Hacer negocios: <http://espanol.doingbusiness.org/>
- Barros, C. (19 de Juio de 2015). Innovación y diseño son aún un desafío para el zapato ecuatoriano.
- Baumol, W., Litam , R., & Scharmm, C. (2008). *Capitalismo Bueno, Capitalismo Malo y la Economía del Crecimiento y Prosperidad*.
- Bhide R., Sahlman W.A., Stancil J. M., Block Z., Macmillan I, Rock A., Nevens T., Summe G., Uttal B. (1999). *Iniciativa Emprendedora*. Barcelona: Ediciones Deusto.
- Bravo , C. (2013). *Marketing de Guerrilla para Emprendedores Valientes*. Madrid: La Esfera de los Libros.
- Departamento Nacional de Planificación. (Septiembre de 2006). *Agenda Interna Sectorial*. Obtenido de Sector Artesanal: [www.dnp.gov.co/archivos/documentos/AI\\_Documentos/artesanias.pdf](http://www.dnp.gov.co/archivos/documentos/AI_Documentos/artesanias.pdf)
- Ecuador. (2008). *Constitución Política del Ecuador*.
- Francés, A. (2001). *Estrategia para la Empresa en América Latina*. IESA.
- Giovany, A. (08 de Enero de 2019). *Las cooperativas se consolidan dentro del sistema financiero*. Obtenido de Revisa Líderes: [https://www.revistalideres.ec/lideres/cooperativas-consolidan-sistema-financiero-economia.html#:~:text=Siete%20millones%20de%20personas%20son,restantes%20\(medianos%20y%20peque%C3%B1os\)](https://www.revistalideres.ec/lideres/cooperativas-consolidan-sistema-financiero-economia.html#:~:text=Siete%20millones%20de%20personas%20son,restantes%20(medianos%20y%20peque%C3%B1os)).
- Gomez María, S. K. (2011). Educación en emprendimiento: fortalecimiento de competencias emprendedoras en la Pontificia Universidad Javeriana Cali. *Pontificia Universidad Javeriana de Cali*.
- Guerrero, A., & Gonzalez , P. (2018). Caracterización de la Producción Artesanal del Calzado en el Cantón Gualaceo y su Incidencia en el Desarrollo Económico Social . *Polo del Conocimiento*.
- INEC. (2010). *Ecuador en Cifras*. Obtenido de Fascículo Provincial del Azuay: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/azuay.pdf>
- José, M. (2016). La innovación como determinante para el emprendimiento. *MPRA Munich*.
- Krause, M. (2004). *Economía para Emprendedores*. Buenos Aires: Aguilar.
- Lasio, V., Ordeñana, X., Samaniego, A., Caicedo, G., & Izquierdo, E. (2017). *GEM Ecuador*.
- Lester, B. (2001). *Enciclopedia del Management*. España: Oceano.
- Manzanera, A. (2013). *Finanzas para Emprendedores*. Deusto.
- Marta, F. (2004). El concepto de emprendimiento y su relación con el empleo, la educación y el desarrollo local. *Conference: VII Congreso Nacional e internacional de Administración, y XI CONAMerco (Congreso de Administración del MERCOSUR)*, (pág. 20). Colombia.
- Michaell, S. (2010). *Estrategia de Negocio*. Quito: Ediecuatorial.
- MIPRO. (Mayo de 2010). *FLACSO - MIPRO*. Obtenido de FLACSO - MPRO: [https://www.aduana.gob.ec/archivos/Boletines/2015/resolucion\\_011\\_2015%20Comex.pdf](https://www.aduana.gob.ec/archivos/Boletines/2015/resolucion_011_2015%20Comex.pdf)
- Mochon, F., & Bcker , A. (2006). *Economía principios y aplicaciones*. España.
- Palao Jorge, G. V. (2009). *Diez Claves Para Ser un Empresario de Exito*. Lima: Palao Editores.
- Palao Jorge, G. V. (2009). *Inicie su Negocio*. Lima: Palao Editores.
- Parra , P. (2015). Innovación, liquidez y calidad, los retos del calzado en el Ecuador. *Revista Gestión*.
- Plotinsky, D. (2015). *La Economía Social y Solidaria en la Historia de América Latina y el Caribe*. Buenos Aires: Idelcoop.

- Quituisaca-león, A., Ruilova-Morocho, R., & Araujo-Ochoa, G. (2021). Continuidad de las MiPymes bajo la norma ISO 22301. Caso Cuenca - Azuay. *593 Digital Publisher CEIT*, 6 (2), 30-42.
- Ries, A., & Ries, L. (2000). *22 Leyes Inmutables de la Marca*. Mc Graw Hill.
- Ries, E. (2018). *El Método Lean Starup*. Deusto.
- Rodrigo, V. (2001). *Innovación Empresarial*. Bogota: Pearson Educación de Colombia.
- Sapag Chain, N. (2011). *Proyecto de inversión*. Chile: Person.
- Schujman, M. S. (2014). *Economía Social y Solidaria*. Rosario: DelRevéz.
- Schumpeter, J. (1934). *The theory of economic development*. Harvard University Press.
- SENAE. (Marzo de 2015). *Salvaguardia*. Obtenido de Resolución 011-15: <http://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/2015/03/Resoluci%C3%B3n-011-20151.pdf>
- SENAE. (Junio de 2017). *Productos que ya no Pagan Salvaguardias*. Obtenido de SENAE: <https://www.aduana.gob.ec/productos-que-ya-no-pagan-salvaguardias/>
- Tacuri, J., & Rodas, A. (2018). “Determinación y Evaluación de la Sostenibilidad de los Emprendimientos de Calzado en Cuenca y Gualaceo” Trabajo de Titulación. Cuenca, Ecuador.
- Trías de Bes, F. (2007). *El Libro Negro del Emprendedor, 2da Edición*. España: Empresa activa.