

Estudio de mercado Asociación de Producción Agropecuaria Guasaganda “ASOPAGUA”.

Román Robalino-Alex ¹; Cedeño Troya-Dolores Magaly ²; Morán Macías-Luis Alfredo ³

RESUMEN

El presente proyecto, tiene como propósito contribuir al crecimiento socioeconómico de los productores de la asociación ASOPAGUA, mediante un estudio de mercado. Se aplicó una encuesta dirigida a la población comprendida en un rango de edades de 18 – 41 años para determinar la oferta y demanda en relación a marcas y tipos de lácteos que consumen tomando como una referencia comparativa las marcas establecidas en el medio comercial.

El objetivo identificar las preferencias de consumo de los productos lácteos (leche, quesos, yogurt), y redireccionar las actividades de ASOPAGUA en correspondencia con las expectativas del mercado.

Los resultados muestran la preferencia de la demanda por los productos elaborados por ASOPAGUA, demostrando la viabilidad del mercado para implementar una nueva línea de producción y comercialización que correspondan con las preferencias de la población, que permita llevar con un producto de calidad a un buen precio.

Se empleó una metodología cualitativa y cuantitativa debido a que la información que se recabó durante la investigación descriptiva exploratoria con carácter de primera fuente por los resultados recabados en las encuestas, permitió llegar a conclusiones tanto con el procesamiento estadístico de datos como con las percepciones de los actores que participaron en el diseño del Modelo.

Palabras clave: Estudio, Mercado, factibilidad, consumo, comercialización

1. Rector Del Instituto Superior Tecnológico La Maná Email: romanrobolinoalex@yahoo.es
2. Docente Del Instituto Superior Tecnológico La Maná Email: magaly_cedeno@hotmail.com
3. Docente Del Instituto Superior Tecnológico La Maná Email: Moran_luis04@outlook.es

Fecha de recepción: 11/ 04/ 2022

Fecha de aceptación: 21/ 06/ 2022

Market study Guasaganda Agricultural Production Association "ASOPAGUA".

ABSTRACT

The purpose of this project is to contribute to the socioeconomic growth of the producers of the ASOPAGUA association, through a market study. A survey was applied to the population between the ages of 18 - 41 years to determine the supply and demand in relation to brands and types of dairy products that they consume, taking as a comparative reference the brands established in the commercial environment.

The objective is to identify consumption preferences for dairy products (milk, cheeses, yogurt), and to redirect ASOPAGUA's activities in accordance with market expectations.

The results show the preference of the demand for the products made by ASOPAGUA, demonstrating the viability of the market to implement a new production and marketing line that correspond to the preferences of the population, which allows a quality product at a good price.

A qualitative and quantitative methodology was used because the information that was collected during the exploratory descriptive research as a first source for the results obtained in the surveys, allowed to reach conclusions both with the statistical processing of data and with the perceptions of the actors who participated in the design of the Model.

KeyWords: Study, Market, Feasibility, Consumption, Marketing

INTRODUCCION

La Asociación de Producción Agropecuaria "ASOPAGUA" de la parroquia Guasaganda fue fundada en el año 2007 con 180 socios, ubicada en aquel tiempo en la Avenida 25 de mayo 303 y General Ramos de la provincia de Cotopaxi, el cantón La Maná, recinto Guasaganda centro, gracias a la ayuda del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Cotopaxi mediante el señor César Umajinga Prefecto de la Provincia de Cotopaxi quién incentivo a la población a ser personas emprendedoras en el área agrícola y ganadera, para lograr el objetivo el prefecto realizo donaciones de ganado vacuno y porcino de ahí nació la iniciativa

de realizar productos lácteos para la comunidad y posteriormente para su comercialización, buscando el bienestar de los socios involucrados y crecimiento de la asociación lechera. El centro inicio mediante el liderazgo el Ing. Fabián Vargas cumpliendo el rol de administrador y como presidente Señor Wilson Suatunce.

El 24 de abril del 2016 cambia su nombre a Centro de Acopio de leche cruda "Asopagua", actualmente se encuentra ubicada en La Maná, Parroquia Guasaganda barrio Yanayacu quienes cuentan con instalaciones propias, son 13 socios activos, 25 proveedores y 14 socios/proveedores comprometidos a la entrega de leche cruda

para su posterior comercialización y distribución.

La asociación al momento se encuentra dirigida por un nuevo comité que está integrada por los siguientes socios: Presidenta la Señora Inés Castillo, Tesorera Señora Cecilia Pazmiño y personal capacitado y confiable, preocupados y comprometidos con su trabajo diario dentro del acopio.

Gracias al empeño y apoyo del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), a través de proyectos implementados en diversos cantones se cuenta con diferentes centros de acopio teniendo como propósito garantizar un trabajo justo y rentable para pequeños productores.

Está equipado por un tanque de enfriamiento con capacidad de 2.000 litros, un laboratorio básico para garantizar el eficiente control de calidad en la leche, densidad, temperatura, acidez, tanque de recepción de leche y regleta para medición de leche.

Actualmente cuenta con la ayuda de la Fundación HEIFER siendo esta una organización no Gubernamental de desarrollo rural sin fines de lucro; fue creada en 1954, reconocida legalmente en Ecuador desde el 8 de julio de 1993, según Acuerdo 0250 otorgado por el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP).

EL Centro de Acopio de leche cruda “ASOPAGUA” y HEIFER iniciaron sus actividades en abril de 2016 en la actualidad cuenta con 12 centros de acopio ubicadas en diferentes sectores de la provincia COTOPAXI, a lo largo de toda la cadena de producción y transformación deben aplicarse buenas prácticas de higiene, para que la leche y los productos lácteos sean

seguros y adecuados para el consumo y la realización de productos derivados.

Los ganaderos, proveedores, personal capacitado, transportistas, distribuidores deben ser parte del sistema logístico para la comercialización de producto de calidad y confiables. Los ganaderos deben garantizar una buena práctica de higiene, cuidado y manejo con el ganado, con el objetivo de prevenir posibles enfermedades en los animales y permitiendo asegurar un producto sano y de calidad.

Como principal cliente tenemos a la empresa Rey Lácteos al ser una empresa altamente competitiva y reconocida. Las dos plantas de procesamiento, ubicadas en zonas de producción lechera importante para el país, cuentan con la tecnología de punta en todas sus líneas, garantizando la estandarización y calidad de sus procesos. Considerando, así como una de las más importantes empresas a nivel nacional procesando diariamente 160 a 180 mil litros liderando el mercado en las ventas de leche y queso con las diferentes marcas como Rey lácteos y Rey queso.

Al ser una empresa altamente competitiva exigen a sus proveedores calidad en la conservación de sus productos. Uno de sus proveedores es el Centro de Acopio de leche Cruda “ASOPAGUA”, la cual brinda el abastecimiento de 2311 litros de leche fría a la semana; antes de ser depositada en el tanque de REY LÁCTEOS se realiza las pruebas de acidez, antibiótico y control de la densidad o el peso de la leche confirmando la calidad y encontrándola así apta para la pasteurización y su traslado a la planta.

El centro de acopio de leche cruda ASOPAGUA es una entidad dedicada a comercializar leche fría, es sustentada por socios y proveedores del mismo sector

quienes buscan el crecimiento y desarrollo de dicha asociación; el centro tiene la capacidad de recolectar alrededor de 5.000 litros de leche cruda en los tanques de enfriamiento, teniendo la necesidad de acopiar más cantidad de leche a comparación a la cantidad que se acopia en la actualidad de 1162 litros de leche cruda diarios.

Con esta capacidad de recolectar y al mismo tiempo enfriar se encuentra apta para busca nuevos proveedores, en el sector de Guasaganda y sus alrededores encontramos ganaderos de fincas quienes visualizan al centro de acopio como una entidad confiable y con la que podrían negociar.

El objetivo principal de esta asociación es la elaboración de productos derivados con la más alta excelencia y calidad en sus productos, dándose a conocer en diferentes mercados nacionales cumpliendo con normas de calidad establecidas por la ley, creando fuentes de trabajo en el sector, los principales beneficiarios son los grandes y pequeños ganaderos de la parroquia,

El objetivo principal de ASOPAGUA es la elaboración de productos derivados con la más alta excelencia y calidad en sus productos, dándose a conocer en diferentes mercados nacionales cumpliendo con normas de calidad establecidas por la ley, creando fuentes de trabajo en el sector, los principales beneficiarios son los grandes y pequeños ganaderos de la parroquia.

Durante el primer acercamiento entre la Asociación y el instituto Tecnológico Superior La Maná:

Según un sondeo a los directivos de la asociación, se determinó que los asociados no disponen de un sistema de capacitación continuo durante la vida institucional, respecto a:

1. Gestión administrativa y de producción
2. Comercial
3. Gestión contable
4. Gestión legal

Factores que afectan directamente a la gestión integral “ASOPAGUA”, y consecuentemente la pérdida de competitividad en el mercado.

OBJETIVOS

General Identificar las preferencias de consumo de los productos lácteos (leche, quesos, yogurt), y redireccionar las actividades de ASOPAGUA en correspondencia con las expectativas del mercado.

Objetivos Específicos

Diseñar y ejecutar un estudio de mercado con estrategias de comercialización y marketing que permitan el ingreso de un nuevo producto en la región.

Establecer las características del producto preferido por los clientes potenciales.

Establecer el nivel de consumo de los productos ofertados por las empresas.

Determinar el porcentaje de preferencia hacia los productos elaborado por ASOPAGUA.

METODOLOGÍA

Para solucionar la problemática que aqueja a la asociación se han desarrollado para resolver un estudio de mercado en el sector del Cantón La Maná provincia de Cotopaxi, por lo tanto, se empleó una metodología cualitativa y cuantitativa, mediante el análisis cualitativo se pudo identificar las preferencias de consumo de lácteos en la

población objetivo, con el análisis cuantitativo se evidenció, que cantidad de lácteos se consume y su frecuencia, con la información que se recabó durante la investigación permitió llegar a conclusiones y recomendaciones, que permitirán mejorar el aspecto socio económico de las asociadas y del sector.

TABLA 1: Ficha técnica del Estudio de Mercado Asociación de Producción Agropecuaria Guasaganda “ASOPAGUA

Tipo de Estudio	Cuantitativo con encuestas
Universo/ Población	Dirigido a los consumidores de productos lácteos del Cantón La Maná.
Tamaño de la Población	56000 habitantes del Cantón La Maná
Tamaño de la muestra	En el Cantón La Maná se planteó una muestra de 3096. Considerando 95% de confiabilidad de la información con el 1,5 de margen de error
Numero de preguntas	10 preguntas, con selección simple
Objetivo de la encuesta	Identificar el consumo de lácteos en el Cantón La Maná, y medir su grado de preferencia a los productos existentes en el mercado para analizar su predisposición de consumir nuevos productos elaborados aquí en la zona

Fecha de realización	Desde el 11 de Enero del 2020 al 10 de febrero del 2020
----------------------	---

Fuente: Encuesta aplicada a los consumidores de productos lácteos en el Cantón La Maná

Elaborado por: EL autor

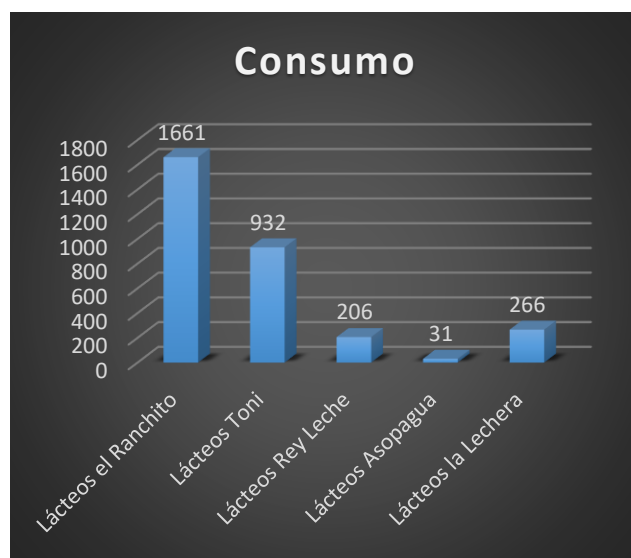
RESULTADOS

1.- ¿Usted consume productos lácteos de alguna de las siguientes marcas?

MARCA	SI	NO	total	%
Lácteos el Ranchito	1661		1661	54
Lácteos Toni	932		932	30
Lácteos Rey Leche	206		206	7
Lácteos Asopagua	31		31	1
Lácteos la Lechera	266		266	9
TOTAL			3096	100

Fuente: Encuesta aplicada a los consumidores de productos lácteos en el Cantón La Maná

Elaborado por: EL autor



Fuente: Encuesta aplicada a los consumidores de productos lácteos en el Cantón La Maná

Elaborado por: EL autor

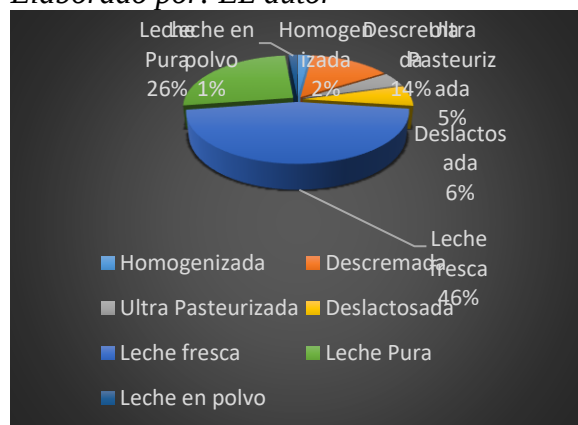
Iniciando la encuesta quisimos saber cuál es la marca mejor posesionada en el mercado con los siguientes resultados: De 3096 encuestados Ranchito está en el primer lugar con un 54%, seguido por lácteos Toni con 30%, rey leche con 7%, lácteos Asopagua 1%, lácteos la lechera 9%

2.- ¿Qué tipo de leche usted consume normalmente?

TIPO DE LECHE	total	%
Homogenizada	65	2
Descremada	433	14
Ultra Pasteurizada	140	5
Deslactosada	200	6
Leche fresca	1410	46
Leche Pura	801	26
Leche en polvo	47	2
TOTAL	3096	100

Fuente: Encuesta aplicada a los consumidores de productos lácteos en el Cantón La Maná

Elaborado por: EL autor



Fuente: Encuesta aplicada a los consumidores de productos lácteos en el Cantón La Maná

Elaborado por: EL autor

En consumo normal de lácteos los encuestados respondieron: de 3096 encuestados el tipo de leche que más consumen leche fresca con un 46%, seguido por leche pura 26%, descremada con un 14%, deslactosada con 6%, ultra pasteurizada 5%, homogenizada y leche en polvo con un 2%

3.- ¿Qué cantidad de leche consume por semana?

	CANTIDAD COMSUMIDA POR SEMANA						
	1/2 Lts.	1Lts	2Lts	4 Lts.	5Lts	total	%
Homogenizada	44	8	18	21	3	94	3
Descremada	54	144	162	81	35	476	15
Ultra pasteurizada	31	28	63	23	4	149	5
Deslactosada	16	73	56	27	7	179	6
Leche fresca	45	115	135	1075	22	1392	45
Leche Pura	44	98	477	107	52	778	25
Leche en polvo	1	11	8	6	2	28	1
TOTAL						3096	100

Fuente: Encuesta aplicada a los consumidores de productos lácteos en el Cantón La Maná

Elaborado por: EL autor



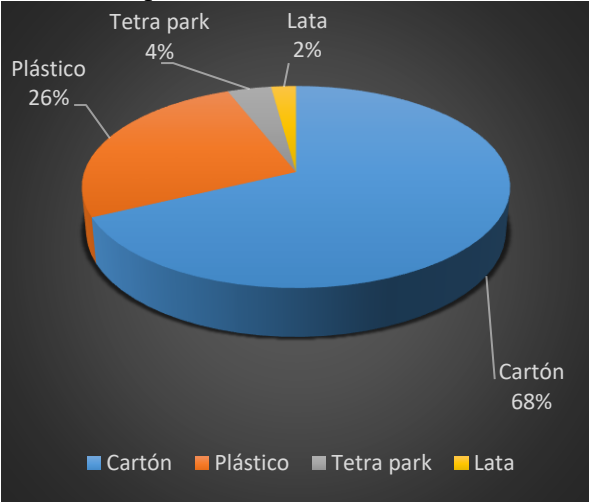
Fuente: Encuesta aplicada a los consumidores de productos lácteos en el Cantón La Maná
 Elaborado por: EL autor

Identificamos la cantidad de leche que los encuestados consumen la respuesta fue la siguiente: de 3096 respondieron que 1392 consumen leche fresca en un rango de 1/2 Lts hasta 5 Lts semanalmente representa el 45%, lo que menos consumen es homogenizada 94 consumen representan el 3%.

4.- ¿Qué tipos de presentaciones prefiere usted para la leche?

TIPO DE PRESENTACIÓN DE LA LECHE	DE		
	total		%
Cartón	2103		68
Plástico	808		26
Tetra pack	118		4
Lata	67		2
TOTAL	3096		100

Fuente: Encuesta aplicada a los consumidores de productos lácteos en el Cantón La Maná
 Elaborado por: EL autor



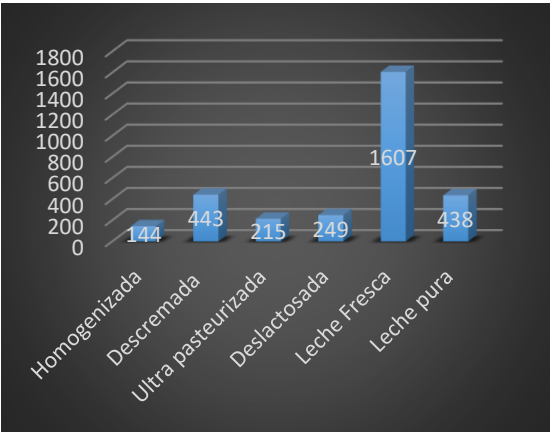
Fuente: Encuesta aplicada a los consumidores de productos lácteos en el Cantón La Maná
 Elaborado por: EL autor

Las presentaciones más consumidas son: DE 3096 encuestados 2103 que representan el 68% cartón, 808 que representan el 26% plásticos o fundas, 118 representan el 4% tetra pack, 67 que representan 2% latas.

5.- ¿Cuánto está dispuesto a pagar por el litro de leche?

	CANTIDAD DISPUESTO A PAGAR POR LITRO				TOTAL	%
	\$0,80	\$0,90	\$1,00	\$1,10		
Descremada	202	143	82	16	443	14
Ultra						
pasteurizada	55	83	59	18	215	7
Deslactosada	71	109	61	8	249	8
Leche Fresca	1438	61	72	36	1607	52
Leche pura	235	46	148	9	438	14
TOTAL					3096	100

Fuente: Encuesta aplicada a los consumidores de productos lácteos en el Cantón La Maná
 Elaborado por: EL autor



Fuente: Encuesta aplicada a los consumidores de productos lácteos en el Cantón La Maná
 Elaborado por: EL autor

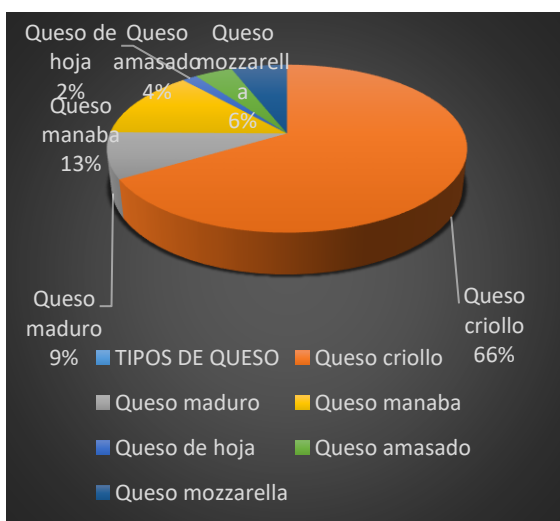
De 3096 encuestados esta dispuestos a pagar por un litro de leche y los resultados fueron los siguientes: en un rango de 0,80 ctvs.- a 1,10 ctvs. Leche fresca 1607 personas opinaron esto representa el 52%, seguido por leche pura 438 personas esto representa 14%, descremada 443 personas que representa 14%, deslactosada 249 personas que representa 8%, ultra pasteuriza 215 personas que representa 7%

6.- ¿Qué tipos de Quesos usted consume?

TIPOS DE QUESO	TOTAL	%
Queso criollo	2057	66
Queso maduro	273	9
Queso manaba	407	13
Queso de hoja	49	2
Queso amasado	125	4
Queso mozzarella	185	6
TOTAL	3096	100

Fuente: Encuesta aplicada a los consumidores de productos lácteos en el Cantón La Maná

Elaborado por: EL autor



Fuente: Encuesta aplicada a los consumidores de productos lácteos en el Cantón La Maná

Elaborado por: EL autor

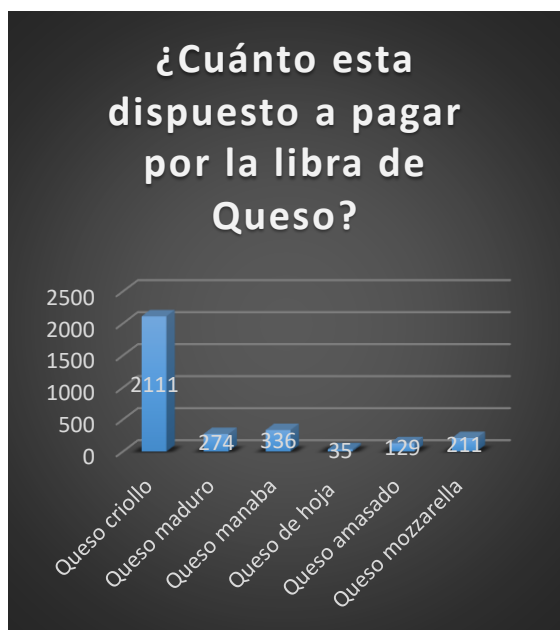
En la investigación deseamos saber qué tipos de queso prefiere los consumidores de lácteos en La Maná los resultados fueron: Queso criollo como es conocido en el medio de 3096 encuestados 2057 personas que representan 66%, queso manaba 407 que representa 13%, queso maduro 273 representa 9%, queso mozzarella 185 representa el 6%, queso amasado 125 representa el 4%, queso de hoja 49 representa 2%

7.- ¿Cuánto está dispuesto a pagar por la libra de Queso?

TIPO DE QUESO	CANTIDAD DISPUESTA A PAGAR POR LIBRA					SUBTOTAL	%
	\$1,50	\$2,00	\$2,25	\$3,00	\$4,00		
Queso criollo	1705	277	82	41	6	2111	68
Queso maduro	96	68	94	14	2	274	9
Queso manaba	98	60	66	111	1	336	11
Queso de hoja	13	13	4	5	0	35	1
Queso amasado	61	43	18	2	5	129	4
Queso mozzarella	55	39	64	33	20	211	7
TOTAL						3096	100

Fuente: Encuesta aplicada a los consumidores de productos lácteos en el Cantón La Maná

Elaborado por: EL autor



Fuente: Encuesta aplicada a los consumidores de productos lácteos en el Cantón La Maná

Elaborado por: EL autor

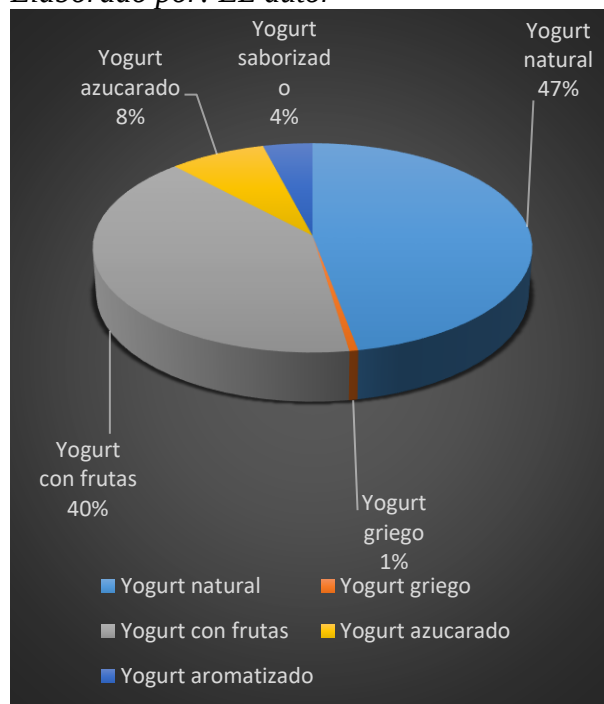
De 3096 encuestados esta dispuestos a pagar por una libra de queso y los resultados fueron los siguientes: en un rango de 1,50 ctvs.- a 4 dólares queso criollo 2111 personas opinaron esto representa el 68%, seguido por queso manaba 336 personas esto representa 11%, queso maduro 274 personas que representa 9%, queso mozzarella 211 personas que representa 7%, queso amasado 129 personas que representa 4%, queso de hoja 35 personas representa el 1%

8.- ¿Qué tipo de yogurt usted consume?

TIPO DE YOGURT	TOTAL	%
Yogurt natural	1456	47
Yogurt griego	18	1
Yogurt con frutas	1250	40
Yogurt azucarado	246	8
Yogurt soborizado	126	4
TOTAL	3096	100

Fuente: Encuesta aplicada a los consumidores de productos lácteos en el Cantón La Maná

Elaborado por: EL autor



Fuente: Encuesta aplicada a los consumidores de productos lácteos en el Cantón La Maná

Elaborado por: EL autor

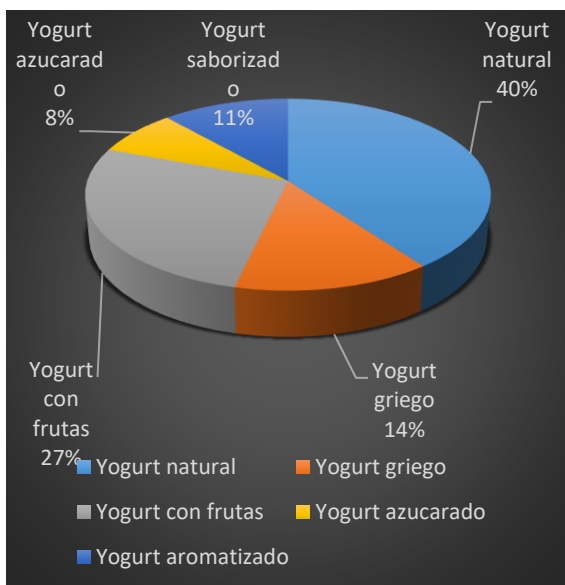
Par determinar el tipo de yogurt que la gente prefiere los resultados fueron los siguientes: de 3096 encuestados 1456 personas prefieren el yogurt natural representa el 47%, seguido por yogurt con frutas 1250 personas que representa 40%, son la mayor preferencia tienen en el mercado.

9.- ¿Cuánto es dispuesto a pagar por el litro de Yogurt?

TIPO DE YOGURT	CANTIDAD DISPUESTA A PAGAR POR LITRO					TOTAL	%
	\$2,00	\$2,50	\$3,00	\$3,50	\$4,00		
Yogurt natural	482	310	225	179	37	1233	40
Yogurt griego	157	99	105	59	9	429	14
Yogurt con frutas	250	209	174	151	52	836	27
Yogurt azucarado	210	16	6	4	2	238	8
Yogurt saborizado	308	32	13	6	1	360	12
TOTAL						3096	100

Fuente: Encuesta aplicada a los consumidores de productos lácteos en el Cantón La Maná

Elaborado por: EL autor



Fuente: Encuesta aplicada a los consumidores de productos lácteos en el Cantón La Maná

Elaborado por: EL autor

De 3096 encuestados está dispuestos a pagar por un litro de yogurt y los resultados fueron los siguientes: en un rango de 2,00 dólares - a 4 dólares yogurt natural 1233 personas opinaron esto representa el 40%, seguido por

yogurt con frutas 836 personas esto representa 27%, yogurt griego 429 personas que representa 14%, yogurt saborizado 360 personas que representa 12%, yogurt azucarado 238 personas que representa 8%

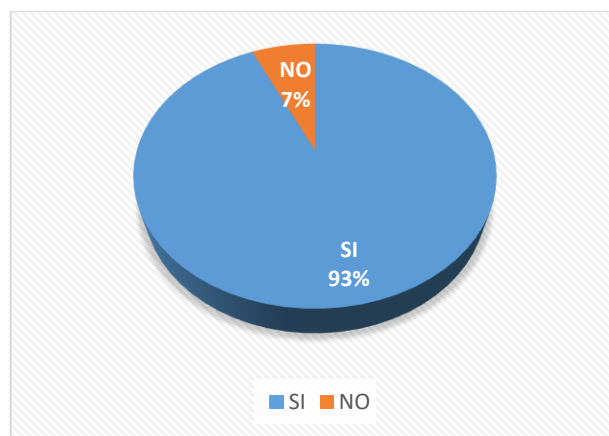
10.- ¿Compraría productos lácteos y sus derivados fabricados por la Asociación de producción agropecuaria ASOPAGUA (Guasaganda-La Maná-Cotopaxi)?

Fuente: Encuesta aplicada a los consumidores de productos lácteos en el

	Subtotal	%
SI	2885	93
NO	211	7
TOTAL	3096	100

Cantón La Maná

Elaborado por: EL autor



Fuente: Encuesta aplicada a los consumidores de productos lácteos en el Cantón La Maná

Elaborado por: EL autor

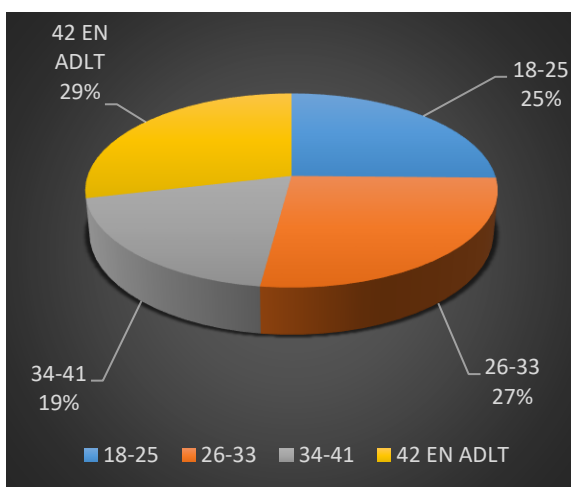
El objetivo de nuestra investigación es averiguar la disposición de los consumidores, compraría productos lácteos

y sus derivados fabricados por la Asociación de producción agropecuaria ASOPAGUA (Guasaganda-La Maná-Cotopaxi los resultados fueron los siguientes: De 3096 encuestados 2885 personas opinaron que están dispuestos a comprar productos producidos por ASOPAGUA eso representa el 93%, 211 persona por desconocimiento de la asociación dijeron que no esto representa 7%

11.- ¿Edades de las personas encuestadas consumidores de productor lácteos?

EDAD	Subtotal	%
18-25	783	25
26-33	830	27
34-41	596	19
42 EN ADELANTE	887	29
TOTAL	3096	100

Fuente: Encuesta aplicada a los consumidores de productos lácteos en el Cantón La Maná
Elaborado por: EL autor



Fuente: Encuesta aplicada a los consumidores de productos lácteos en el Cantón La Maná
Elaborado por: EL autor

Los rangos de edades de los encuestados consumidores de productos lácteos el 29% están considerados entre 42 en adelante en esta categoría están contempladas amas de casa, 27% entre 26 – 33 años, 25% 18 – 25 años, 19% 34 -41 años.

DISCUSION Y CONCLUSIONES

Los presentes resultados son de mucha importancia para Asociación de Producción Agropecuaria Guasaganda “ASOPAGUA”, le permitirán tomar estrategias de comercialización debido que los encuestados mostraron mucha predisposición al consumo de los productos de la asociación.

Dar un valor agregado a la materia prima que produce la zona para poder mejorar sus niveles de producción permitiéndole mejorar la calidad de sus productos para ganarse la aceptación de sus posibles consumidores potenciales en el Cantón La Maná esto a su vez ayudara a incrementar sus ingresos.

Los productos Lácteos de Asopagua no son conocidos en el Mercado. 1%, esto implica que necesita realizar una campaña de posicionamiento de sus productos (leche, queso, yogurt).

El 78% del Mercado de consumo prefiere la leche cruda (fresca), de este porcentaje ASOPAGUA tiene en un 20% de participación en el mercado por la competencia y los vendedores informales de leche.

Existe alta preferencia por parte de la población para consumir productos Asopagua, 93%, esto podría considerarse como una buena oportunidad dentro del Mercado local.

RECONOCIMIENTO

Realmente es un honor agradecer a la Asociación de Producción Agropecuaria Guasaganda “ASOPAGUA, queremos reconocer el esfuerzo y dedicación que has puesto cada día para el logro de los objetivos del presente proyecto dando las alternativas de plantear nuevas estrategias que le permitirá mejorar la comercialización de sus productos y el crecimiento de su empresa.

REFERENCIAS

- Asamblea Nacional . (2017). *Codigo Orgánico del Ambiente*. Quito: Registro Oficial .
- Asamblea Nacional. (2014). *Ley de Seguridad Social*. Quito: Registro Oficial.
- Carlos A. Giudice. Andrea M. Pereira. (2005). Diseño de Procesos Productos . *Universidad Técnica Nacional La Plata*.
- Carlos. A. Fagilde. (2009). *Presupuesto Empresarial*. Universidad Nacional Experimental De Los LLanos Occidentales “Ezequiel Zamora”.

- Cristobal Villeda Hinze. (2007). *Problemas Sobre Los Estados Financieros*.
- DR. Roberto Gómez López. (2007). *Introducción a la Gestión Financiera*. Malaga: Universidad de Granada (Dpto. Economía Financiera y Contabilidad).
- Fabián Peñaherrera Gerson Ledesma. (2018). Diseño de productos. *Universidad Técnica de Babahoyo*.
- Gemma Hernando Moliner . (1999). *Valoración de Producción*. *Universidad de Cantabria* .
- Koontz, Harold. (2007). *Administración una perspectiva Global*. California.
- Michael D. Hartline, O. C. Ferrell. (2012). *Estrategia de Marketing*. Mexico, D.F: Cengage Learning.
- Oscar Sanchez Estella, Carlos Tarodo Pisonero. (2007). *Gestión Contable*. Madrid: Paraninfo.
- Servicio de Rentas Internas. (2018). *Guía Tributaria*. Quito: Servicio de Rentas Internas.