



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO**

**CARRERA DE ECONOMÍA**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN**

**DEL TÍTULO DE ECONOMISTA**

**TEMA:**

**ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN ARTESANAL DE JUGO DE MANGOSTINO,  
EN EL SECTOR FLORIDA NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL**

**TUTOR:**

**ING. RÚBEN PAZ**

**AUTORES:**

**ANDREA VICTORIA NIVELÓ ROMERO**

**CRISTHIAN ALEXANDER CHIRIGUAYA RODRÍGUEZ**

**GUAYAQUIL-ECUADOR**

## REPOSITORIO



### **REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA**

#### **FICHA DE REGISTRO DE TESIS**

**TÍTULO Y SUBTÍTULO:** “ ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN ARTESANAL DE JUGO DE MANGOSTINO, EN EL SECTOR FLORIDA NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL ”

**AUTOR/ES:**  
NIVEL ROMERO ANDREA  
VICTORIA

CHIRIGUAYA RODRIGUEZ  
CHRISTIAN ALEXANDER

**REVISORES:**

ING. RUBEN PAZ

**INSTITUCIÓN:**

UNIVERSIDAD LAICA VICENTE  
ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL

**FACULTAD:**

CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO

**CARRERA:** ECONOMÍA

**FECHA DE PUBLICACIÓN:**

**N. DE PÁGS.:** 139

**ÁREAS TEMÁTICAS:** ECONOMÍA

**PALABRAS CLAVE:**

*MICROEMPRESA, PRODUCCIÓN, MANGOSTINO, CREACIÓN,*

**RESUMEN:**

El Mangostino es una fruta no tan habitual en la alimentación ecuatoriana ya que no es muy conocida en nuestro país, sin embargo su sabor y sus nutrientes son muy saludables, por lo tanto se escogió esta fruta para insertarla en el mercado como producto interesante y novedoso que permitirá posicionarse en el mercado con mayor facilidad, además de no contar con una empresa que se dedique a la elaboración de este producto en jugos naturales surgió esta investigación que tiene como meta realizar un estudio de prefactibilidad para la creación de una microempresa de producción artesanal de jugo de mangostino en el Sector Florida Norte De La Ciudad De Guayaquil, además de insertar un producto nuevo en el mercado bajo un precio atractivo, tomando en consideración que con el auge de economías emergente, la demanda de plazas de trabajo está en crecimiento constantemente y a pesar de ello existe una disminución en las ofertas laborales. Hemos decidido insertar este producto nuevo en el mercado con el fin de brindar la contratación de personal y generar emprendimiento en el sector de La Florida Norte, lo que ayudara a posicionarse en el mercado como una empresa que desea innovar bajo normas de calidad, seguridad y compromiso con sus potenciales clientes.

N. DE REGISTRO (en base de datos):	N. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		
ADJUNTO URL (tesis en la web):		
ADJUNTO PDF:	SI <input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTORES/ES: NIVEL ROYERO ANDREA VICTORIA  CHIRIGUAYA RODRIGUEZ CHRISTIAN ALEXANDER	Teléfono:  0982312611  0967742316	E-mail:  <a href="mailto:viqi-19@hotmail.com">viqi-19@hotmail.com</a>  <a href="mailto:cristian.chiriguaya.ec@gmail.com">cristian.chiriguaya.ec@gmail.com</a>
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	Nombre:  MSC. LUIS CÓRTEZ A. DECANO  MSC. MÓNICA LEORO LLERENA ECONOMÍA	
	<b>Teléfono:</b> 2596500 EXT. 249 DECANO DIRECTOR ECONOMÍA EXT.229	
	<b>E-mail:</b> <a href="mailto:lcortez@ulvr.edu.ec">lcortez@ulvr.edu.ec</a> <a href="mailto:mleorol@ulvr.edu.ec">mleorol@ulvr.edu.ec</a>	

## Urkund Analysis Result

**Analysed Document:** ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA, EN EL SECTOR FLORIDA NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.docx (D35849955)  
**Submitted:** 2/23/2018 2:20:00 AM  
**Submitted By:** cristian.chiriguaya.ec@gmail.com  
**Significance:** 1 %

### Sources included in the report:

tesis editada2.docx (D29688745)

### Instances where selected sources appear:

1

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Ruben José Morales", with a long horizontal line extending to the right.

## CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho de la Carrera de Economía de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.

CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y analizado el Proyecto de Investigación con el Tema: **“ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN ARTESANAL DE JUGO DE MANGOSTINO, EN EL SECTOR FLORIDA NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”**, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar al título de:

ECONOMISTA

Presentado por los egresados: **ANDREA VICTORIA NIVELÓ ROMERO**

**CHRISTIAN ALEXANDER CHIRIGUAYA RODRIGUEZ**



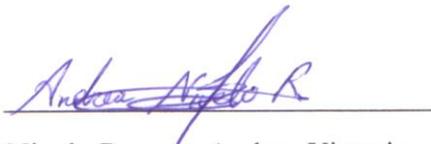
Ing. Ruben Paz  
Tutor

## DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Nosotros Chiriguaya Rodriguez Christian Alexander y Niveló Romero Andrea Victoria, declaramos bajo juramento que la autoría del presente trabajo de investigación corresponde totalmente a los suscritos y nos responsabilizamos con los criterios y opiniones científicas que en el mismo nos declaran, como producto de la investigación realizada por nosotros.

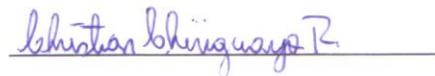
De la misma forma, cedemos nuestros derechos de autor a la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y Normativa Institucional vigente.

Autores:



Niveló Romero Andrea Victoria

C.I. 0927754473



Chiriguaya Rodriguez Christian Alexander

C.I. 0926264433

## **DEDICATORIA**

Principalmente a Dios, por haberme permitido llegar a esta instancia, por proveerme de salud para lograr el objetivo y además contar con su infinito amor.

A mis padres por el apoyo constante, por sus valores y consejos, por la motivación diaria que me ha permitido ser una persona de bien, ser una persona con valores pero más que nada, por su amor y su confianza.

Andrea Victoria Niveló Romero

## **AGRADECIMIENTO**

Sin lugar a duda, inicialmente agradezco a Dios por brindarme salud y guiarme por el sendero correcto. A mi familia por ser su apoyo constante y motivación cotidiana. Agradezco a las personas que formaron parte de mi vida y contribuyeron para cumplir el objetivo deseado. El camino no ha sido nada fácil, pero con constancia, lucha diaria, altos y bajos, cada momento experimentado forjo el esfuerzo para continuar con el objetivo y de esta manera sentir el orgullo de formar parte de una generación que logra cambios en esta nueva era.

Christian Alexander Chiriguaya Rodríguez

## RESUMEN

Hoy en día el emprendimiento en nuestro país y a nivel global es una actividad que se encuentra en auge, sobre todo en la ciudad de Guayaquil debido a la gran capacidad que tienen los ecuatorianos para generar nuevas ideas y fuentes de empleo. Por tal motivo, se realizó el estudio de prefactibilidad para la creación de una microempresa de producción artesanal de jugo de mangostino, en el sector Florida Norte de la ciudad de Guayaquil. La base del estudio fue la necesidad presentada por los habitantes del sector, así como las propiedades naturales e importantes de la fruta. Además, por ser un producto innovador llamó la atención de los habitantes del sector, ya que prefieren el consumo de jugos naturales y que no contengan químicos. Por medio del estudio económico y financiero se demostró la viabilidad del proyecto.

**Palabras Claves:** estudio de prefactibilidad, mangostino.

## **ABSTRACT**

Today, entrepreneurship in our country and globally is an activity that is booming, especially in the city of Guayaquil due to the great ability of Ecuadorians to generate new ideas and sources of employment. For this reason, the pre-feasibility study was carried out for the creation of a micro-enterprise of artisan production of mangosteen juice, in the North Florida sector of the city of Guayaquil. The basis of the study was the need presented by the inhabitants of the sector, as well as the natural and important properties of the fruit. In addition, because it is an innovative product, it attracted the attention of the inhabitants of the sector, since they prefer the consumption of natural juices that do not contain chemicals. Through the economic and financial study the viability of the project was demonstrated.

**Key words:** pre-feasibility study, mangosteen.

## CONTENIDO

CONTENIDO .....	XI
ÍNDICE DE TABLAS .....	XVI
ÍNDICE DE FIGURAS.....	XVIII
CAPÍTULO I .....	1
INTRODUCCIÓN .....	1
1.1. Tema .....	1
1.2. Planteamiento del Problema .....	1
1.3. Formulación del problema .....	5
1.4. Sistematización del problema .....	5
1.5. Delimitación o alcance de la investigación.....	5
1.6. Justificación de la investigación .....	6
1.7. Objetivo general.....	9
1.8. Objetivos específicos .....	9
1.9. Planteamientos hipotéticos.....	10
CAPÍTULO II.....	11
MARCO TEÓRICO.....	11
2.1. Estado del arte.....	11
2.2. Fundamentación teórica .....	13
2.2.1 Emprendimiento.....	13
2.2.2 La empresa como sistema y sujeto de actividad productiva .....	17
2.2.3 Empresa.....	20
2.2.4 Entorno económico de una empresa .....	22
2.2.5 Ecosistema emprendedor .....	24

2.2.6 Componentes básicos de un ecosistema empresarial .....	26
2.2.7 Innovación Empresarial .....	28
2.2.8 Cadena de valor.....	30
2.3 El Mangostino.....	31
2.3.1 Origen .....	31
2.3.2 Propiedades del Mangostino .....	34
2.3.3 Estudio de prefactibilidad .....	39
2.3.4 Estudio normativo – legal .....	40
2.3.5 Estudio de mercado.....	44
2.3.6 Mercado .....	44
2.3.7 Segmentación de mercado .....	45
3.3.8 Población.....	47
2.3.9 Mercado potencial.....	47
2.3.10 Mercado fin.....	48
2.3.11 Mercado objetivo .....	48
2.4 Determinación de nivel de aceptación del jugo .....	49
2.4.1 Muestra .....	49
2.5 ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA .....	51
2.5.2 Análisis de la demanda .....	62
2.5.3 Cuantificación de la demanda.....	62
2.5.4 Demanda proyectada.....	63
2.5.5 Oferta .....	64
2.5.6 Producto .....	65
2.5.7 Visión.....	67
2.5.8 Misión .....	67

2.5.9 Análisis FODA.....	67
2.5.10 Fortaleza.....	67
2.5.11 Oportunidad .....	68
2.5.12 Debilidades .....	68
2.5.13 Amenazas.....	68
2.6 Estudio Técnico .....	68
2.6.1 Tamaño del proyecto.....	69
2.6.2 Localización.....	69
2.6.3 Macrolocalización.....	69
2.6.4 Micro localización .....	69
2.6.5 Proceso de producción .....	71
2.6.7 Descripción del proceso.....	72
2.6.8 Recepción de materia prima.....	72
2.6.9 Lavado de materia prima .....	72
2.6.10 Sala de extracción .....	72
2.6.11 Colador industrial.....	73
2.6.12 Pasteurizador.....	73
2.6.13 Almacenamiento de micro tanques.....	73
2.7.1 Línea de Esterilización, llenado y etiquetado .....	73
2.7.2 Empacado.....	73
2.7.3 Almacenamiento y distribución .....	74
2.7.4 Ingeniería estructural .....	74
2.7.5 Equipos para la producción.....	75
2.7.6 Máquina de procesamiento de limpieza de frutas.....	75
2.7.8 Línea de extracción .....	76

2.7.9 Colador Industrial .....	76
2.7.10 Máquina de pasteurización .....	77
2.7.11 Esterilizadora y envasadora de botellas .....	77
2.7.12 Localización.....	78
2.7.13 Organización funcional.....	78
2.8 Estudio financiero .....	79
2.8.2 Activos fijos .....	79
2.8.3 Depreciación de Activo Fijo .....	80
2.8.4 Gastos de sueldos y salarios.....	81
2.8.5 Detalle de gastos .....	83
2.8.6 Materia prima.....	84
2.8.7 Ventas .....	84
2.8.8 Financiamiento del proyecto.....	86
2.8.9 Amortización.....	86
2.8.10 Flujo de caja proyectado .....	88
2.8.11 Tasa de descuento .....	89
2.8.12 VAN, TIR Y PRC .....	90
2.8.13 Análisis de punto de equilibrio .....	90
CAPÍTULO III.....	92
3. MARCO METODOLÓGICO.....	92
3.1. Tipo de Investigación.....	92
3.1.1 Investigación Descriptiva.....	92
3.1.3 Investigación de Campo.....	92
3.1.4 Investigación Bibliográfica.....	93
3.2 Enfoque de la Investigación.....	93

3.2.1 Enfoque cualitativo .....	94
3.2.2 Enfoque cuantitativo .....	94
3.3. Las Variables y su Operacionalización.....	94
3.3.1 Variable Independiente .....	94
3.3.2 Variable Dependiente.....	95
3.3.3 Operacionalización de las variables .....	95
3.6 Análisis de resultados .....	108
3.6 Posible solución al problema .....	109
Conclusiones .....	110
Recomendaciones .....	111
BIBLIOGRAFÍA .....	112

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Segmentación de Mercado.....	46
Tabla 2 Población .....	48
Tabla 3 Población de la Parroquia Tarqui según género .....	48
Tabla 4. Género.....	51
Tabla 5 Edad .....	52
Tabla 6. Consumo de jugos naturales sumo de jugos naturales.....	53
Tabla 7. Frecuencia.....	54
Tabla 8. Jugos Procesados .....	55
Tabla 9. Frecuencia.....	56
Tabla 10. Conocimiento.....	57
Tabla 11. Beneficios .....	58
Tabla 12. Dispuesto a comprarlo .....	59
Tabla 13.Frecuencia de consumo.....	60
Tabla 14. Disposición .....	61
Tabla 15 Análisis de la demanda .....	62
Tabla 16 Cuantificación de la demanda.....	62
Tabla 17 Demanda Proyectada .....	63
Tabla 18 Oferta .....	64
Tabla 19 Demanda Proyectada .....	65
Tabla 20 Proyección de Oferta del proyecto .....	65
Tabla 21 Ponderación para análisis .....	70
Tabla 22 Método de Factores Ponderados .....	70
Tabla 23 Método de factores ponderados 2 .....	71
Tabla 24 Inversión inicial .....	79
Tabla 25 Activos fijos.....	80
Tabla 26 Depreciación de activo fijo .....	80
Tabla 27 Depreciación de activo fijo 1 .....	81
Tabla 28 Gatos de sueldos y salarios .....	81
Tabla 29 Gatos de sueldos y salarios 1 .....	82
Tabla 30 Concentración de costos .....	82
Tabla 31 Detalle de gastos .....	83

Tabla 32 Detalle de gastos 1 .....	83
Tabla 33 Materia prima.....	84
Tabla 34 Materia prima 1.....	84
Tabla 35 Ventas .....	85
Tabla 36 Ventas 1 .....	85
Tabla 37 Amortización .....	86
Tabla 38 Amortización 1 .....	87
Tabla 39 Intereses y pagos.....	87
Tabla 40 Flujo de caja proyectado .....	88
Tabla 41 Tasa de descuento .....	89
Tabla 42 Análisis de punto de equilibrio .....	90
Tabla 43 Costo fijo total .....	91
Tabla 44 Utilidad operacional.....	91
Tabla 45 Matriz de operacionalización de variables .....	95
Tabla 46 Sexo .....	96
Tabla 47 Género.....	97
Tabla 48 Edad .....	98
Tabla 49 Estado civil .....	99
Tabla 50 N°. de hijos .....	100
Tabla 51. Nivel de estudios académicos .....	101
Tabla 52. Situación laboral .....	102
Tabla 53 Actividad laboral .....	103
Tabla 54 Personas que laboran el su familia.....	104
Tabla 55 Ingreso mensual familiar .....	105
Tabla 56 Creación de una nueva empresa .....	106
Tabla 57 Disposición a trabajar .....	107

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Localización del Sector Florida Norte.....	6
Figura 2. La empresa como sistema y sujeto de actividad productiva .....	18
Figura 3. Modelo de la creación de empresas.....	19
Figura 4. Componentes Básicos de un Ecosistema Empresarial .....	26
Figura 5. Componentes de un Ecosistema emprendedor.....	27
Figura 6. El modelo de Mckinsey .....	31
Figura 7. Fruta mangostino.....	32
Figura 8. Género .....	51
Figura 9. Edad.....	52
Figura 10. Consumo de jugos naturales.....	53
Figura 11. Frecuencia .....	54
Figura 12. Jugos procesados .....	55
Figura 13. Frecuencia .....	56
Figura 14. Conocimiento .....	57
Figura 15. Beneficios.....	58
Figura 16. Dispuesto a comprarlo.....	59
Figura 17. Frecuencia de consumo .....	60
Figura 18. Disposición.....	61
Figura 19. FODA.....	67
Figura 20. Diagrama de operación del proceso productivo Jugo de Mangostino.....	72
Figura 21. Estructura física.....	74
Figura 22. Mesa de acero inoxidable.....	75
Figura 23. Máquina de procesamiento de limpieza de frutas .....	75
Figura 24. Línea de extracción .....	76
Figura 25. Colador industrial.....	76
Figura 26. Máquina de pasteurización.....	77
Figura 27. Esterilizadora y envasadora de botellas.....	77
Figura 28. Organización funcional .....	78
Figura 29. Género .....	97
Figura 30. Edad.....	98
Figura 31. Estado civil.....	99

Figura 32. N° de hijos.....	100
Figura 33. Nivel de estudios académicos.....	101
Figura 34. Situación laboral.....	102
Figura 35. Actividad laboral .....	103
Figura 36. Personas que laboran el su familia .....	104
Figura 37. Ingreso mensual familiar .....	105
Figura 38. Creación de una nueva empresa .....	106
Figura 39. Disposición a trabajar .....	107

# **CAPÍTULO I**

## **INTRODUCCIÓN**

### **1.1.Tema**

Estudio de prefactibilidad para la creación de una microempresa de producción artesanal de jugo de mangostino, en el sector florida norte de la ciudad de Guayaquil.

### **1.2.Planteamiento del Problema**

En la actualidad la población mundial y nacional, sufren de un sinnúmero de patologías, relacionadas al sistema inmunológico, digestivo, cerebrovascular, etc. La “Organización Mundial de la Salud” (2017), expuso que 8,8 millones de personas fallecieron de cáncer en el año 2015, estas cifras representan un alto impacto al sistema sanitario. Asimismo, expresan datos representativos sobre la obesidad, causante de muertes, alrededor de 2,8 millones, producto de una inadecuada alimentación, entre otras cifras relacionadas a la salud mental, la OMS calcula aproximadamente que el 20% de niños y adolescentes del mundo padecen trastornos o problemas mentales, entre ansiedad, depresión entre otros.

Las cifras alarmantes publicadas por la OMS, requiere de una importante gestión e intervención por parte de las entidades encargadas del cuidado de la salud en conjunto con el ministerio que cuida los derechos de los trabajadores y los organismos gubernamentales, con el propósito de aminorar la incidencia de las patologías causantes de un alto porcentaje de mortandad en la población mundial y nacional. Por ende se debe introducir en el mercado un producto artesanal que cumpla con los estándares de calidad, sin la exposición de

componentes que perjudiquen la salud, para combatir los efectos nocivos de un bajo consumo de una dieta rica en vegetales y frutas que contengan propiedades antioxidantes, xantonas (químicos naturales), vitaminas, además de enfermedades hereditarias y adquiridas por un acelerado y contraproducente estilo de vida, con altas repercusiones a la salud del individuo.

A nivel latinoamericano, se han desarrollado microempresas que comercializan medicamentos que previene y alivian síntomas relacionados a las múltiples padecimientos que ocasionan un deterioro de la condición de vida. Por ello las investigaciones apuntan que, en países tropicales, se encuentran diversas frutas producidas, gracias a los diferentes climas y ecosistemas que preexisten en la geografía del país, son utilizadas para generar productos que ayudan a crear en desarrollo en la salud en la comunidad.

Cabe recalcar que el consumo de frutas en la dieta humana, es de vital importancia por el aporte de vitaminas minerales, fibra, agua, nutrientes y con características medicinales, además de la satisfacción de consumir un producto de caracteres sensoriales tan variadas y agradables como el “mangostino”, por lo cual se propone efectuar un análisis minucioso de la viabilidad y sustentabilidad de la institución de una pequeña empresa artesanal dedicada al procesamiento de este fruto para la obtención de jugo del mismo, en el sector Florida Norte, ubicado en la parroquia Tarqui, zona comercial, cuenta con un sin número de microempresas de naturaleza artesanal como pueden ser por ej., alimentos, utensilios de primera necesidad, ropas, accesorios, etc.

El comercio minorista y el trabajo informal son unas de las válvulas de escape a la falta de empleo formal. En este sector existen jóvenes que no consiguen trabajo, personas de edad avanzada que no los contratan, amas de casa, personas que ofrecen sus productos en los semáforos a diario para proveer de sustento a sus hogares, comentan vendedores informales del sector. Si bien el INEC (2016) considera que una persona tiene un empleo no remunerado cuando percibe ingresos laborales menores al salario mínimo o trabaja menos de 40 horas a la

semana. Existen casos de ciudadanos con trabajos informales que laboran más de 10 horas diarias y no logran alcanzar el salario básico.

En la mayoría de los casos los vendedores informales que laboran en este sector aseguran que diariamente pueden obtener ventas de hasta ocho dólares, sin embargo, hay días que no logran conseguir este promedio de venta, provocando extenderse en los horarios habituales, a pesar del peligro e inseguridad del sector en el horario nocturno, de esta manera logran conseguir ingresos para sustentar a sus familias. Por ello introducir un producto a base de Mangostino, una fruta no tan habitual en la alimentación ecuatoriana porque no es tan conocida en nuestro país, pero contiene un sabor delicioso y propiedades medicinales, por lo tanto, se proyecta como un producto innovador y fáctico que permitirá posicionarse en el mercado con mayor facilidad.

De esta forma, los estudios revelan que el mangostino o Mangostana de Garcinia nombre científico, es una fruta que crece al sur de Asia, se diferencia por su alto valor en la medicina natural y por su delicioso sabor. Según los estudios realizados del árbol tropical que produce esta fruta, exponen las múltiples propiedades preventivas a patologías como el cáncer, diabetes, enfermedad cardíaca, alzheimer, artritis, combate diferentes infecciones, como también fortalecer todo lo relacionado al sistema inmunológico, estimula la flexibilidad a nivel de las articulaciones, mejora notablemente los procesos de agudeza mental, actúa como antidepresivo y de la ansiedad, previene o detiene los parásitos y amebas entre otros.

El aparato sustantivo del presente estudio está direccionado a dos aspectos:

- En producir un marco teórico que hable del mangostino de una manera amplia, científica y comprensible; y,
- Aplicación práctica de esta fruta desde una perspectiva microempresarial en la modalidad artesanal de como producir jugos y su comercialización, contribuyendo de

esta manera a impulsar el emprendimiento en los habitantes de este sitio y mejoramiento de las condiciones de salud con respecto a nutrición de la comunidad.

El contenido de esta propuesta mediante el estudio de prefactibilidad de producción artesanal de jugo de mangostino pretende incentivar la comercialización de esta fruta nutritiva y novedosa forjando el emprendimiento en base a un nuevo producto.

Es importante hacer énfasis que en el área de la florida donde se ha determinado levantar el negocio del jugo del mangostino, a la presente fecha no existe ninguna entidad, económica que se dedique a esta actividad comercial, lo cual a primera vista se podría pensar que una microempresa que se dedique a este producto no sería rentable el no tener acogida en la población, pero los estudios pulmonares dicen lo contrario, y es por este indicador tan importante, que quienes constituyen la empresa de jugos de mangostino han puesto todo el interés, y los recursos humanos y materiales para que el negocio se desarrolle en este sector perteneciente al área suburbana en Guayaquil, de manera artesanal.

De esta manera, mediante un emprendimiento microempresarial, el sector en mención recibirá algunos beneficios directos, como pueden ser:

- Qué la población consuma un nuevo tipo de jugos artesanales y sobre todo con características terapéuticas; y,
- Emplear mano de obra del mismo sector, de esta forma, la empresa también apartará en mejorar la economía del sector tan necesitada de fuentes de trabajo, y consecuentemente servirá para elevar la calidad de vida de quienes resultan contratadas para laborar en este tipo de negocio.

### **1.3. Formulación del problema**

¿De qué manera influye el estudio de prefactibilidad en la creación de una microempresa de producción artesanal de jugo de mangostino para generar emprendimiento en los habitantes del sector de Florida Norte de la ciudad de Guayaquil?

### **1.4. Sistematización del problema**

El problema planteado se presenta en el sector de la Florida Norte a la altura del km 8/2 de la vía perimetral, en el segundo semestre del presente año.

Entre los meses de mayo a julio de 2017 se realizaron dos visitas a la zona objeto de estudio, posterior a la investigación exploratoria por el sector, se evidenciaron los siguientes déficits del sector a implementarse el proyecto:

- Déficit de salubridad,
- Déficit de vigilancia policiaca y control en el sector,
- Déficit de comercio formal,
- Desconocimiento del Mangostino,
- Falta de alcantarillado, pavimentación, alcantarillado pluvial,
- Situación de indigencia.

### **1.5. Delimitación o alcance de la investigación**

La presente investigación estará ubicada en el sector La Florida Norte a la altura km 8 1/2, de la Vía a la perimetral, en el periodo comprendido en el segundo semestre del año 2017.

**Campo de acción:** Económica

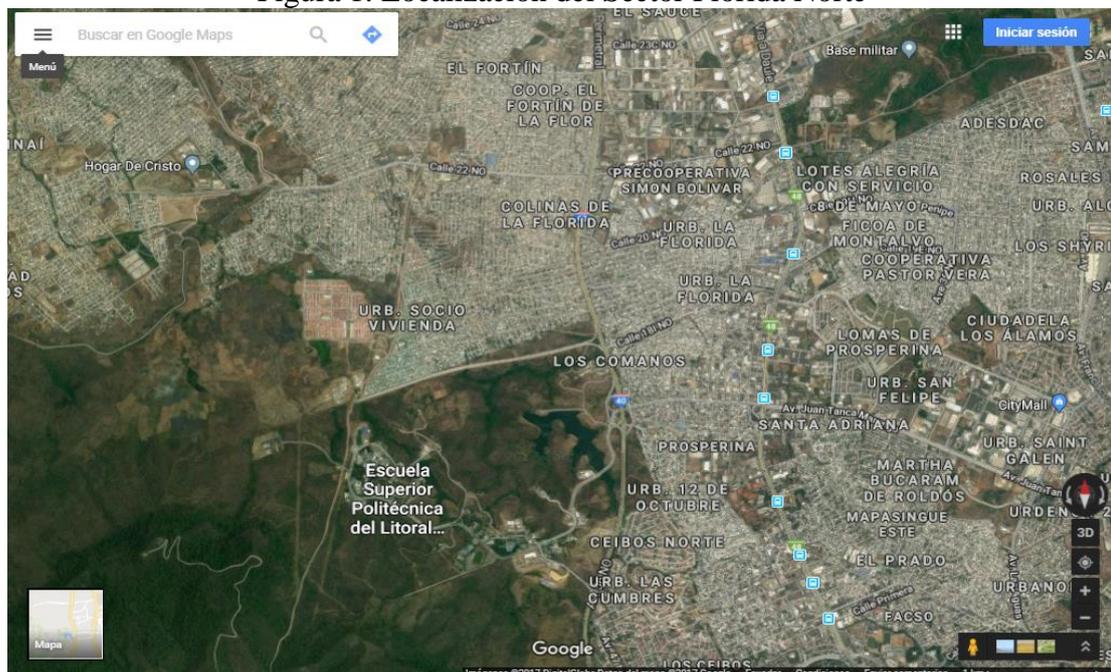
**Área:** Productiva-económica

**Aspectos de Análisis:** Estudios de prefactibilidad encaminadas a la producción de jugo de jugo de mangostino en el sector Florida Norte a la altura del km 8 ½ de la Vía Perimetral, mediante realización de los respectivos estudios de viabilidad, tales como: normativo-legal, técnico, mercado, impacto ambiental y económico-financiero. Con el propósito firme de poder demostrar que el jugo de mangostino de manera artesanal si es:

- Factible,
- Rentable; y,
- En concordancia con el medio ambiente.

A continuación, el gráfico que detalla la ubicación del sector de estudio:

Figura 1. Localización del Sector Florida Norte



Nota: Imagen obtenido de google maps

## 1.6. Justificación de la investigación

El proyecto se fundamenta en la Constitución Ecuatoriana (Art 275 al 278), que aproxima sus normativas a generar calidad a las condiciones de desarrollo, esperanza de vida

y buen vivir, debido a que el jugo de Mangostino contiene propiedades nutricionales, que benefician a la salud, proceso de rehabilitación de enfermedades catastróficas, y a aumentar las oportunidades de empleo en el lugar de estudio. Por esta razón en el «Plan Nacional del Buen Vivir (2013-2017)», menciona esto en el punto décimo primero literal b de sus objetivo: El mismo que menciona sobre la necesidad imperiosa de impulsar activamente la matriz productiva en los términos de articular las actividades de gestionamiento para que todos los sectores comprendidas en este Plan se comprometan en llevarlo a la práctica en todo el territorio nacional, considerando los aspectos productivos de cada sector geográfico y su diversidad poblacional. (SENPLADES, 2013-2017)

El estudio es práctico porque mediante su aplicación, se pretende cumplir con el mejoramiento del aparato productivo, plaza de trabajo, y condiciones óptimas de vida para población desempleada, además de garantizar que el mangostino en la modalidad de jugo sea consumida como un producto sano, rico en nutrientes y que su origen es totalmente agroecológico y orgánico, de esta manera se evita en gran medida el uso de cultivos agroalimentarios en la producción de biocombustibles según lo expuesto por la “Ley Orgánica de consumo, nutrición y salud alimentaria, 2013”.

Se justifica a nivel teórico ya que los fundamentos e investigaciones consideran que es imprescindible: “aprovechar las bondades nutricionales del mangostino e incorporarlo como parte de la dieta alimentaria de los consumidores de bebidas nutricionistas” (Collado, 2016). Además los siguientes autores y expertos en el tema subrayan la importancia del mangostino como un producto: capaz de combatir todo tipo de alergias gracias a que contiene unas sustancias conocidas como:

- a) Alfa mangostino; y,
- b) Gama mangostino, que son responsables que no se produzca liberación de Histamina, el mismo que es un compuesto cuya función básica es trasladar información hacia las

células en general para que cada uno de los componentes del organismo humano funcione de manera óptima; y

- c) Se constituye en un poderoso antioxidante<sup>1</sup> (OKDIARIO, 2017), también posee valiosas cualidades para evitar la oxidación, provee de mayores porcentajes de elasticidad a los vasos sanguíneos y reduce colesterol.

Asimismo los estudios de Garrido (2012), que el mangostino posee gran cantidad de fito nutrientes que cumplen una excelente tarea de antioxidantes; y finalmente, sirve para proteger al ADN de manera preferencial, con esto, se descarta el desarrollo de mutaciones que harían desencadenar en cuadros de cáncer. Los aportes que se obtienen del Mangostino son múltiples y muy beneficiosos para la salud, ya que actúa como antiinflamatorio, antialérgico, mejora el estado de ánimo, estado de piel y ayuda a combatir bacterias que afectan al sistema inmunológico.

De esta manera otros estudios, apuntan que este producto actúa como un desintoxicador del organismo, elimina el desarrollo de enfermedades como cataratas, artritis, diabetes, envejecimiento prematuro (Galea M. , 2016). Esta fruta logra que los niveles de azúcar y glucosa en sangre disminuyan, consiguiendo prevenir la diabetes, además accidentes cerebrovasculares o infartos cardiacos. Por ello, se incentiva a la ampliación de conocimientos sobre el producto, sus características y distintas contribuciones ricas en nutrientes saludables, más la factibilidad de su producción en el mercado guayaquileño.

Es factible e importante, porque cuenta con los recursos materiales, financieros, tecnológicos para realizar la investigación de la viabilidad sustentable para la institución de esta microempresa, que tiene como fin la elaboración de un jugo a base del mangostino, que es una fruta que en el medio nacional no es muy conocida y con carácter multi beneficios,

---

<sup>1</sup> La histamina es una sustancia química que se encuentra en nuestro cuerpo y es la responsable de trasladar información a las células para que nuestro organismo funcione correctamente. <http://www.eitb.eus/es/noticias/sociedad/detalle/4825475/que-es-histamina-causas-efectos-histamina/>

como es el Mangostino. Este proyecto, beneficiará a la población en general, porque su consumo proporcionará, las mejoras del nivel de vida saludable, en base a una dieta sana y equilibrada. A los micro-emprendedores ya que cuentan con el estudio que expresaran los resultados normativo-legal, técnico, impacto ambiental y económico-financiero, aceptación del producto en el mercado (comercial) para la ejecución fiable y viable que incrementará los índices de empleo en el área sujeta a este estudio.

### **1.7.Objetivo general**

Determinar mediante un estudio de pre-factibilidad que la producción artesanal de jugo de mangostino contribuirá a generar emprendimiento en los habitantes del sector de Florida Norte de la ciudad de Guayaquil.

### **1.8.Objetivos específicos**

- Determinar los fundamentos teóricos que aporten al estudio de prefactibilidad de una microempresa de producción artesanal de jugos de mangostino.
- Elaborar la metodología de investigación para la prefactibilidad sobre la producción artesanal de jugo de mangostino.
- Identificar la situación socioeconómica de los habitantes del sector Florida Norte objeto de investigación.
- Realizar los estudios de viabilidad de la prefactibilidad sobre la producción de jugo de mangostino artesanal en el sector Florida Norte.

### **1.9.Planteamientos hipotéticos**

El estudio de pre factibilidad para la producción de jugo de mangostino es óptima y factible para la generación de nuevos emprendimientos en el sector de la Florida Norte de la ciudad de Guayaquil.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. Estado del arte**

La información literaria observada en las bibliotecas digitales, permitirán explorar investigaciones de temas similares, pero con diversos enfoques en el modelo de investigación, de hecho, se establecerá los alcances distintos ente el estudio realizado por los autores. A continuación, se evidencian los siguientes:

Estrada, A. & Rodas, D. (2014), realizo un estudio titulado “Transformación e industrialización de jugo concentrado de cuatro frutas no tradicionales (noni, mangostán, rambután y guanaba)”. Realizado en la región suroccidental de Guatemala. El enfoque teórico estuvo determinado a exponer la importancia de las frutas exóticas, como principal vía de comercialización y exportación. Por ende, fue imprescindible implementar un método adecuado para la transformación de estas frutas exóticas que permitan mantener sus propiedades nutritivas y curativas además de aumentar su periodo de vida útil con lo cual se obtiene un valor agregado en las frutas y se promoverá su consumo en cualquier época del año. De esta forma se beneficiará a los productores y a las industrias que se dediquen al procesamiento. Pero lo más importante es que se facilitará su consumo nacional, coadyuvando así, en la solución de problemas de nutrición, salud, que aquejan a la población.

Daza, D., Murillo, E., Méndez, J. & Murillo, W. (2012) en Medellín, Colombia realizaron un trabajo titulado “Potencial Antioxidante de la cáscara del mangostino”. Según el enfoque del trabajo, trató de resaltar el aprovechamiento de residuos agroindustriales que tiene efectos amigables-ambientalmente, lo que podría generarse si se les utiliza como fuente de antioxidantes. El potencial estabilizador de radicales libres de la parte comestible de

Garcinia Mangostana ha sido probado. Este trabajo evalúa la capacidad de los constituyentes del epicarpio de este fruto como antioxidantes.

En otros estudios, los autores Daza, et al. (2014), desarrollaron una investigación titulada “Evaluación de propiedades antioxidantes de parte comestible y no comestible de Pitahaya, Uchuva y Mangostino”. Destacaron en un análisis teórico, los extractos analizados que mostraron la capacidad para inhibir la peroxidación lipídica en un modelo alimenticio, aunque con diferente eficiencia. La actividad antioxidante mostrada por la fracción no comestible (semilla y cáscara) del fruto de mangostino (Garcinia Mangostana) la posicionan como un fruto promisorio no sólo por su contenido de metabolitos secundarios asociados a su capacidad antioxidante sino además por su potencialidad agroindustrial.

En la investigación realizada por Gómez (2011), titulada: “Transcripción de propuesta de aprovechamiento integral del fruto del mangostino, realizado en Bogotá. El desarrollo de este trabajo permitió identificar el potencial de aprovechamiento del mangostino en sus dos aplicaciones más importantes, como son:

- a) Como productos alimenticios que contiene una gran cantidad de antioxidante; y
- b) Para la preparación de aceites y extractos de aceites y extractos eventualmente útiles en la industria farmacéutico o cosmética. El néctar de mangostino que es un producto que se obtiene mediante la metodología de superficie de respuesta presentó buen sabor y aceptación general, con elevada capacidad antioxidante.

La formulación dentro del diseño experimental que corresponde al máximo funcional (actividad antioxidante), correspondió a un 25% de pulpa y 10% de azúcar. Sin embargo, el máximo sensorial (aceptación global) se encuentra en la formulación compuesta por 15% de pulpa, 10% de azúcar y 75% de agua. La semilla de mangostino tiene un potencial de recuperación de aceite de 21,86% semilla oleaginosa en el mismo rango que la semilla de soya. Además, las características del aceite permitirían su uso tanto alimentario como

cosmético. Los extractos etanolitos de la cascara del mangostino exhiben una alta actividad antioxidante, como la cáscara representa más del 71% del peso de la fruta, sería útil aprovecharla en la dirección de materias primas para la industria farmacéutica.

En el trabajo realizado por David. Ma. & López (2014), titulado: “Evaluación del efecto de taninos obtenidos de la garcinia mangostana L. sobre los microorganismos de interés agrícola erwinia sp, fusarium sp, penicillium sp y botrytis sp”, realizada en la Fundación Universitaria Agraria de Colombia- Programa Ingeniería Agroindustrial, Bogotá. Fundamentó que el otro nombre del mangostino es como mangostón, y es una fruta que presenta un delicioso sabor, y está constituido en forma de gajos y color blanco, y su corteza es muy sólida. El origen es de un árbol tropical proveniente de Indonesia. En cuanto a su composición, esta fruta, también posee un alto contenido de xantonas (también se lo llama xantonas), que consiste en sustancias químicas naturales con un gran porcentaje de antioxidantes y, finalmente se lo utiliza para fines terapéuticos.

Además, el mangostino es apetecido a nivel mundial por sus múltiples beneficios, en donde los consumidores pagan altas sumas de dinero por obtener esta deliciosa y saludable fruta. La extracción es la técnica más empleada para separar un producto orgánico de una mezcla de reacción o para aislarlo desde sus fuentes naturales. Puede definirse también como la separación de un componente de una mezcla por medio de un disolvente

## **2.2. Fundamentación teórica**

### **2.2.1 Emprendimiento**

Según Freire (2012), las 3 claves de todo emprendimiento en los negocios, podría resumirse en un triángulo, este triángulo recibe un nombre, el que se conoce como: teoría del

triángulo invertido, que indica que para todo proceso encaminado hacia un emprendimiento está constituido por 3 conceptos:

- Un sujeto llamado emprendedor;
- La concepción que se tiene sobre la idea del negocio con factibilidad en el mercado; y,
- El capital que se tiene como recurso para iniciar un negocio.

Para Schumpeter (2012) indicaba que percibía como un sujeto que implementaba creativamente nuevas combinaciones o innovaciones en la venta de sus productos en el comercio. En este sentido la tarea de los emprendedores es revolucionar periódicamente el patrón de la producción al darle todo el provecho a una inversión, en otros términos, es introducir en el mercado posibilidades técnicas que no se han probado aún. El asumir responsabilidades nuevas, siempre será una tarea complicada y difícil, y mucha más en lo que se refiere al aspecto económico, que estará de acuerdo al diseño del emprendimiento; y esto se debe, a que el emprendimiento está referido a una tarea o concepto que no está presente en ningún negocio, en cuanto a su estructura, rutina, innovación, etc.

Y en un segundo aspecto, tiene que ver a que el entorno donde se pretende levantar un negocio ofrecerá resistencia hacia ese nuevo modelo desde muchas maneras desde un simple rechazo a financiar o comprar una idea nueva, hasta el ataque físico al hombre que intenta producirlo también se puede afirmar que la naturaleza de un sistema económico ya existente no quedará desestabilizarse con conceptos emanados de los emprendedores que siempre estarán promoviendo nuevos sistemas de producción económica.

Según Kundell (1991)<sup>2</sup> entiende que toda actividad emprendedora consiste en la gestión dirigida hacia el cambio radical y discontinuo, acompañado de estrategias, indistinto si el proceso renovador estratégico se dé al interior o exterior de las organizaciones existentes, o

---

<sup>2</sup> Definición citada por Mario Dehter en su artículo “Intraempreneurship” (2001).

para la instauración de otros nuevos. En palabras de Stevenson (2000)<sup>3</sup> emprender consiste en encontrar nuevas oportunidades, e indiferentes de los recursos que entidad económica utiliza para sus necesidades varias.

En cambio, Shane y Venkataraman (2000) aseguraban que las oportunidades de emprendimiento son aquellas situaciones en las que nuevos bienes, servicios, materias primas y métodos de organización, pueden ser vendidos e introducidos a un precio mayor que sus costos de producción. Según Woods (2005)<sup>4</sup> el emprendedor es entonces quien descubre, evalúa y explota oportunidades rentables, tomando en cuenta el riesgo, alerta a las oportunidades y necesidad por la innovación. ¿Entonces dónde encaja el aspecto social al interior de este marco conceptual para el emprendimiento?

Además, Garrido (2008) indicaba que el emprendimiento más allá de identificarse de identificarse con el trabajo destinado a la creación de nuevas empresas supone la adopción de ciertas características, actitudes y comportamientos ante la vida profesional y personal según lo explica. Según Vega (2009) considera que el emprendimiento junto con la innovación se puede dar en tres niveles: El primer nivel corresponde lo macro del país y su contexto; el segundo es el intermedio, y se refiere a las empresas; y, finalmente, el tercer nivel se refiere a los individuos.

Agrega el autor a continuación, que el emprendimiento con características innovadoras es una actitud que se manifiesta en las personas, en la cultura de un país, en las capacidades que pueden tener las empresas; y es una característica propia del entorno de carácter competitivo que se da en cada uno de los países del orbe. Entonces para que se dé el emprendimiento, deben los tres niveles nombrados a que funciones simultáneamente, debido a cada uno actúa

---

<sup>3</sup> Definición Citada por Lic. María Marta Formichella en su Monografía “ EL CONCEPTO DE EMPRENDIMIENTO Y SU RELACIÓN CON LA EDUCACIÓN, EL EMPLEO Y EL DESARROLLO LOCAL”

<sup>4</sup> Definición Citada por Alexander Guzmán Vásquez y María Andrea Trujillo Dávila en su artículo Emprendimiento Social

entre sí. De lo que resumimos, que una sociedad para que sea considerada como emprendedora, debe existir que existan fuerzas motivadoras que estimulen al potencial existente en cada persona, en cada negocio, taller, empresa, etc., y finalmente todo el contexto macro.

Para Tibana (2009) expresa que, el emprendimiento es un factor muy importante en cuanto se refiere a alcanzar desarrollos a nivel local, por cuanto aporta beneficios de diversa índole a toda la sociedad, especialmente cuando esta atraviesa momentos difíciles o desfavorables de escasos de muchos servicios vitales, como pueden ser alimentación, trabajo, educación, etc., al proporcionar ideas contenidas en proyectos destinados a resolver estos problemas de la sociedad de una manera más eficiente y rápida. Siguiendo con Stevenson (2000), señala que el concepto de entorno es muy importante y de acuerdo con esta idea, considera que un individuo se hace emprendedor o lo potencializa si ya la tiene, si actúa en un ambiente que posibilita reconocimiento de posibilidades y facilidades para aprovecharlas<sup>5</sup>.

En opinión Rasheed (2012), dice: que la Educación en líneas generales está en capacidad de promover iniciativas para que se despierten en los individuos los potenciales cognoscitivos y afectivos necesarios para desear ser un emprendedor en un primer momento y luego aplicarlos cuando cuenta con los conocimientos y orientación para seguir este propósito. En este sentido, la Educación afecta positivamente en la actitud y la voluntad para ser un emprendedor, al fortalecer los sentimientos de autoconfianza, autoestima, auto eficiencia, etc., que se necesita para que los individuos estén seguros de lo que desean alcanzar en la vida según las metas y objetivos trazados.

Es así como, en el marco de la educación empresarial, este factor tiene un papel esencial, de transformar a los jóvenes en personas activas y productivas socialmente hablando,

---

<sup>5</sup> Formichella, M. Martha. "EL CONCEPTO DE EMPRENDIMIENTO Y SU RELACIÓN CON LA EDUCACIÓN, EL EMPLEO Y EL DESARROLLO LOCAL", Monografía. Tres Arroyos. 2004.

disminuyendo de esta manera los índices de deserción laboral, vagancia, delincuencia, etc.<sup>6</sup>. Para Schumpeter (2012) Los emprendedores son los actores económicos que, arriesgando sus propios recursos a cambio de un beneficio esperado, hacen que el crecimiento sea posible.<sup>7</sup>

Según Van Stel (2004) Algunos autores argumentan que las políticas que giran en torno al emprendimiento se desarrollaron como una medida de asimilar a los trabajadores desplazados por los ajustes empresariales y por las olas privatizadoras llevadas a cabo en los años ochenta. Según Lederman (2014) pensaba que los emprendedores de éxito son individuos que transforman ideas en iniciativas rentables. Además, indica, que cuando el entorno es favorable o propicio los emprendedores suelen arriesgarse, innovan e invierten y así estimulan la productividad económica mediante el libre comercio entrada y salida de mercado de empresas lo que a su vez promueve el desarrollo del mercado.

### **2.2.2 La empresa como sistema y sujeto de actividad productiva**

Según Veciana (2005) en su obra “Creación de Empresas un enfoque gerencial” expone que la actividad o función de la empresa se justifica en cuanto a su existencia y legitimidad al constituirse en una organización social destinado exclusivamente a producir bienes, como también a dar servicios útiles para lograr la satisfacción de los requerimientos clientelares.

Para dar inicio a un negocio, abrir un comercio o producir un artículo determinado, es indispensable que el promisorio empresario debe tener claro lo es una empresa. Así, el profesional que irrumpe en esta actividad debe estar en plena capacidad de la ejecución de sus funciones en cuanto al área de fabricación, la calidad del producto y la certeza de saber que lo que produce satisface las necesidades de los usuarios a quienes dirige la oferta

---

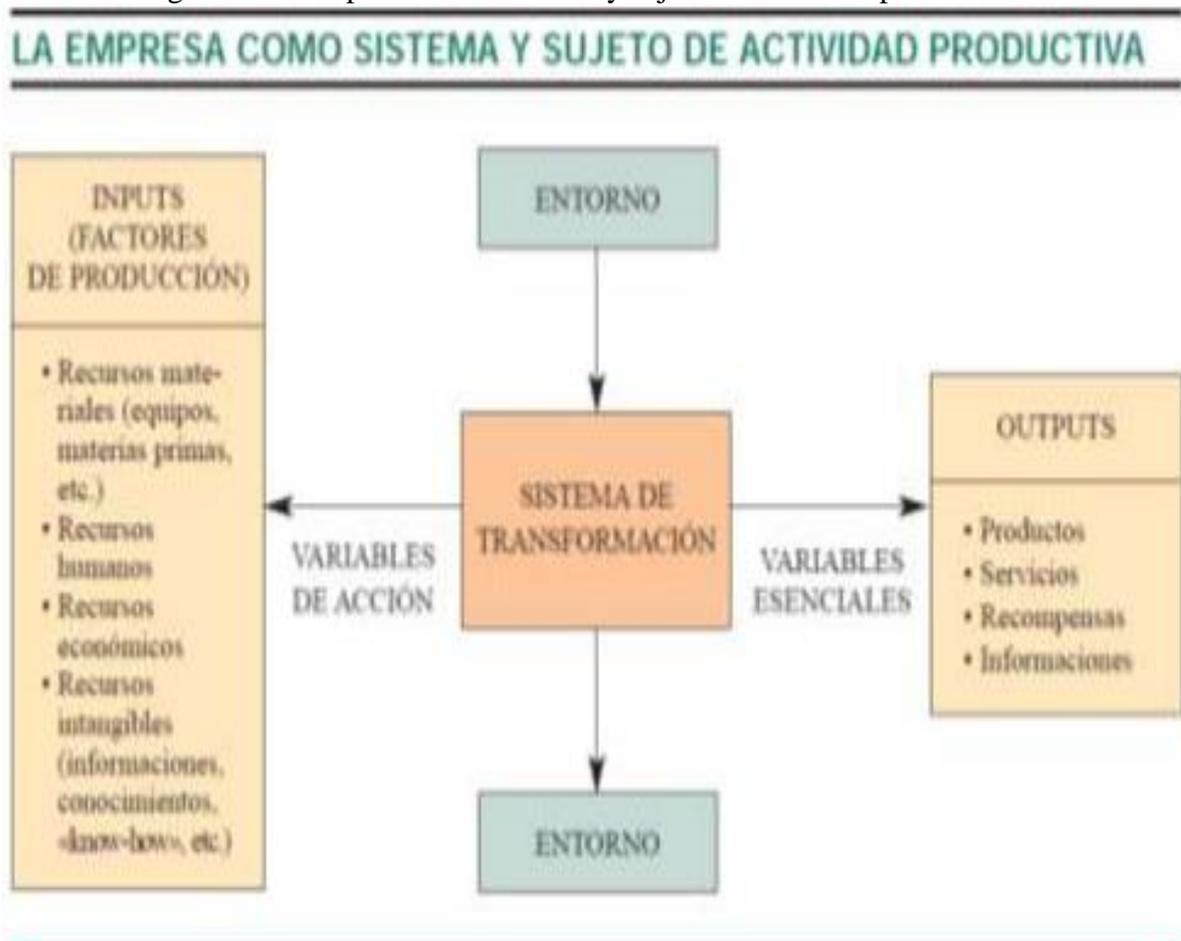
<sup>6</sup> Silvia Sioli de Torres Carbonel. V Encuentro de Empresarios, organizado por Asociación Cristiana de Dirigentes de Empresas, Buenos Aires, Abril de 2002.

<sup>7</sup> MARIA MINNITI (\*)”EL EMPRENDIMIENTO Y EL CRECIMIENTO ECONÓMICO DE LAS NACIONES” Department of Strategy and Entrepreneurship Cox School of Business Southern Methodist University 2012

comercial. El conocimiento de negocios implica también, de saber por parte del empresario de que el mercado plantea siempre la necesidad de productos y prestaciones que, por tal motivo, él es la persona que debe sintonizar tales pedidos mediante la especialización del negocio en el producto que se ha preparado en producir.

Ya en las actividades propias de la empresa, como es: en el área productiva en su sentido más amplio o general, implica poner en marcha todo un proceso de transformación de “inputs” (que significa recursos humanos, materiales y financieros, etc.) que son obtenidos en otros países en “output” (de productos y servicios), que son los productos que se venden en el mercado.

Figura 2. La empresa como sistema y sujeto de actividad productiva



Fuente: Datos obtenidos de (Veciana, Creacion de Empresas un Enfoque Gerencial , 2005)

La labor de un empresario, o por delegación dispuesta por los altos directivos, es lograr la correcta combinación de los elementos que componen el sistema de producción señalados anteriormente. El mismo que es llamado función empresarial o también función directiva. Debido a que la función directiva es el ente que decide sobre el empleo de los demás factores productivos, se lo califica como un cuarto factor de producción, por ser diferente a los 3 anteriores. A continuación, encontramos un gráfico que representa un modelo de creación de negocios empresariales cuyo propietario es del “Sr. José María Veciana”, el mismo que muestra a los principales componentes que intervienen y su interrelación. De acuerdo con este dibujo se puede observar los pasos mediante los cuales se puede institucionalizar una empresa nueva en el mercado, y tiene los siguientes ingredientes.

Figura 3. Modelo de la creación de empresas



Nota: Datos obtenidos de (Veciana, Creacion de Empresas un Enfoque Gerencial, 2005)

1. El determinar la identificación correcta de la oportunidad empresarial se constituye en el punto de arranque de una idea empresarial.

2. Contar la estructura productiva, compuesta por: recursos humanos, los bienes materiales e inmateriales, en cantidades necesarias para el desarrollo y explotación de lo que es la oportunidad empresarial.
3. Identificación del mercado donde se funcionará la empresa, estableciendo el nicho del mercado, en que segmento económico va a funcionar, el tipo de productos, etc.
4. Cuáles serán las estrategias que el empresario considera las más adecuadas para adoptar las combinaciones de los medios de producción, como también la forma que va a dirigirse a los clientes o consumidores potenciales, la estrategia o la relación a definirse entre objetivos instrumentos o fines – medios que concreta la realización en cuanto a la idea empresarial con su respectiva explotación de la oportunidad empresarial.
5. El empresario debe estar altamente motivado para el emprendimiento, sin descuidar la preparación que debe tener para desarrollar las habilidades intelectuales que se requieren para que se convierta en un ejecutivo que sabe tomar las decisiones de las cuatro decisiones anteriores.

Se pretende con esto, que el empresario sepa controlar las variables, conociendo que estas provienen del contexto institucional que ha diseñado y creado. La eficacia, calidad y demás aspectos sobresalientes del empresario se basan en dos pilares esenciales, y que son inherentes a ellos, como son: la capacidad de innovación; y, la asunción de los riesgos que están de por medio.

### **2.2.3 Empresa**

Según Monllor (2007) se refiere a: “un conjunto de elementos o factores humanos, técnicos y financieros”, localizados en una o varias unidades físico – espaciales o centros de gestión y combinados y ordenados según determinados tipos de estructura organizativa. De allí que Garrido (2007) la empresa son los elementos de producción configurados, destinados

a la actividad productiva, cuyos resultados dependen del sistema organizacional económico que las gobierne.

Para Romero (2011) la empresa es “el organismo formado equipo humano, materiales, metas, logros afines que atienden a una demanda” (p.28). de igual forma, Thompson (2006) la empresa es: un independencia económica muy generalizada en la sociedad, que es creada por el hombre para generar trabajos y para producir bienes y servicio a la colectividad.

Y para que funcione necesita contar con una organización que involucre a todas las actividades laborales diarias, los mismos que son: ejecutados por los trabajadores, obreros, técnicas, oficinistas, ejecutivos, mediante tareas comunes establecidos en la misma organización, poniendo en esto, esfuerzo personal, y colectivo; sin decaídas además lo que son las inversiones económicas que se requiere para edificar la infraestructura del negocio, las tecnologías, sistemas de transportación, maquinarias y demás insumos para que la entidad se ponga en marcha.

Según Junco (2001) define al sistema que cuenta con material humano recursos, infraestructura técnica y algún tipo de financiamiento como empresa la cual ofrece a la demanda un bien o servicio que satisface y recibe en su lugar el rédito al que pongan un valor por lo recibido, cuyo valor, servirá para devolver lo prestado en recursos y el logro de determinados objetivos. Para Espinoza (2006) una organización productiva es: una entidad conformada mediante un capital social, y que, sin considerar el trabajo del dueño, este contrato a un determinado número de personas para ejecuten trabajos en el sistema que ha creado. Es una entidad con fines lucrativos expresados en distintas actividades económicas que pueden ser de carácter industrial, de oferta-demanda de servicios y mercantil.

Es decir, se puede definir a la empresa como una célula de la economía cuyo fin es producir, transformar o brindar de servicios, que están enfocados a satisfacer demandas y requerimientos que siempre están presentes en la sociedad. (Diccionario de Marketing). De

acuerdo con el «DRAE» ( Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española), señala que la empresa debe ser entendida como una unidad que se establece en base a un diseño de organización, que sistematiza las distintas funciones de cada área del negocio para producir bienes y servicios para la sociedad. Se desarrolla en distintas actividades tales como:

- a. Industrial,
- b. Mercantil; y, de prestación de servicios. Todas ellas con carácter lucrativo.

Para Thompson (2006) la “empresa” está compuesta por personas, metas y alcances, equipamiento, estrategias y plan financiero; que a su vez le permiten lograr un producto o servicio que resuelve alguna demanda o necesidad del medio social en el cual se desarrolle, obteniendo de esta manera una utilidad por su gestión especial.

La empresa surge atender las necesidades presentes en la sociedad en general, a cambio de una compensación (Lourdes Múch Galindo, José García Martínez, 2005). Según en la actualidad la empresa es una parte fundamental para la humanidad y el hombre se convierte en el eje principal de los trabajos que se van a desarrollar con éxito, siendo competitivo a la vanguardia del mundo globalizado.

Según (Chiavenato, 1993) “consiste en un grupo de personas con un fin común, con el ánimo de beneficio y atención social (p.83). Además, que una empresa es un conjunto de contribuyentes que funciona en un sentido para el alcance de una producción que responda a una necesidad demanda o bien de la sociedad que así lo requiera (Zoilo Pollares Villegas, 1983).

#### **2.2.4 Entorno económico de una empresa**

Según Alfonso (2003) en la publicación de su libro indica que el entorno económico es todo aquello que nos rodea y que nos puede afectar o lo hace de alguna manera, también informa que su apreciación no es sencilla ya que existen miles de variables que se pueden

relacionar entre sí, cuyos cambios provocan reacciones en cadena que no pueden estudiarse de forma aislada.<sup>8</sup>

Se indica también que el entorno económico se refiere a la unión de variables y diferentes fenómenos económicos que pueden desempeñar mayor presión en el desarrollo financiero de un país. Según Garrido et al. (2012) en su Libro Análisis del Entorno Económico de la empresa afirma que las empresas y en general todos los individuos deben tomar constantemente decisiones económicas que en su mayoría se ven afectadas en menor o mayor grado por el grado de dinamismo en el entorno económico que abarca un país en el cual la empresa desarrolla las actividades, en el caso de una empresa, saber con eficiencia el entorno económico que maneja el país en donde desarrolla las actividades es una clave para aprovechar todas sus potencialidades y mejorar las estrategias, y competitividad en el mercado.

Asimismo, Rabanal (2003), expone que “El entorno económico actual está fuertemente influido por la aparición de nuevos fenómenos y el cuestionamiento de otros ya existentes”. A su vez Ceipa (2014) indica en su video que el entorno de la empresa desde la perspectiva económica se encuentra rodeada de la misma actividad o vinculadas a la misma cadena valor, por lo tanto, en el entorno económico se indica que las empresas se desarrollan en un entorno de tres dimensiones:

1. El sector o la industria (competidores, proveedores, clientes, etc.).
2. El entorno macroeconómico (el crecimiento económico, la inflación, el desempleo y las políticas fiscales y monetarias del estado) las evoluciones de las variables económicas inciden sobre la empresa, si las tasas de interés suben éstas tienen repercusiones sobre la empresa, si el estado aumenta su déficit o aumenta su gasto, éste incide sobre la empresa y la última dimensión es;

---

<sup>8</sup> José Gregorio Entorno Económico” CARIBBEAN INTERNATIONAL UNIVERSITY EXTENCION MERIDA

3. El entorno Internacional (el mercado de divisas, los acuerdos comerciales) lo que pasa afuera inciden en menor medida sobre la dinámica doméstica, pero desde mucho tiempo las economías se encuentran entrelazadas con muchas exportaciones e importaciones, inversión extranjera, endeudamiento internacional y otros tipos de negocios, en lo cual las empresas difícilmente pueden pensar que el entorno económico no involucra las relaciones con el exterior.

Según Olivares (2013), el entorno económico: “es el lugar donde se mueven las personas, las familias, empresas y gobiernos y donde interactúan cada una de estas unidades generando agregados económicos”. A su vez Arrancegui (2000), expresa que el contexto económico de una empresa se refiere a factores valorativos monetarios, de financiamiento, laboral y fiscal, los cuales marcan los límites de competitividad entre otras empresas del país.

### **2.2.5 Ecosistema emprendedor**

Un ecosistema debe ser un punto de encuentro donde fluya el dinero, tanto de fondos públicos como de privados. Cuanto más alta es la ronda media, más inversores, más conocimientos, más contactos, más madurez y más experiencias habrá. Según Méndez (2017) y Lacoste (2015) indican, que la clave para el fomento de una actividad empresarial como un plan de crecimiento nacional es si dispone o no un ecosistema emprendedor, afirma que hay que tener en cuenta que a medida que una idea innovadora se expande también lo hacen las ideas equivocadas.

Según Zalamea & Peña (2015) afirma que los ecosistemas que emprenden en la actualidad se fundamentan en un modelo denominado la triple hélice: universidad – industria - gobierno, a este se piensa agregar un cuarto elemento que consideran clave y que puede aportar un punto fundamental que determina si llega a su cometido o no en los

emprendimientos a futuro: los consumidores quienes son los que garantizan que un proyecto emprendedor se convierta en una innovación.

Asimismo Isenberg (2013) define el ecosistema empresarial como una “combinación de varios dominios: cultura, política, y liderazgo; disponibilidad financiera; capital humano; mercado favorable a los emprendimientos dinámicos; productos; apoyo institucional; y apoyo de infraestructura” (p.28). Para Arraute (2017) consiste en: “el estudio, análisis y explicación de las diferentes relaciones complejas entre instituciones y personas emprendedoras con sus entornos académicos, sociales, políticos y económicos" (p.32).

Por su parte en los estudios de Mairena (2015), explica que como ecosistema emprendedor se conoce a todos los factores que directa o indirectamente estimulan las actitudes, conductas y acciones del emprendedor como pueden ser en este caso los siguientes:

- La presencia del sistema financiero que activa el comercio,
- Todas las líneas de acción que asume el gobierno para incentivar al emprendimiento micro-meso y macro empresarial,
- La presencia perenne de los organismos no gubernamentales, que activan en la sociedad.

A su vez, detalla las autores Valdez et al. (2012), que el Ecosistema Emprendedor, es el conjunto de relaciones complejas que existe entre entidades y personas emprendedoras con sus entornos tecnológicos, académicos, sociales, políticos y económicos, que son beneficiosos para el desarrollo de iniciativas emprendedoras. Fonseca (2013), expresa que crear una empresa va más allá de un diseño y la canalización de un plan de negocios, crear una empresa requiere habilidades para los diferentes desafíos económicos, entre entidades, gobierno y consumidores. Asimismo, Stock (2017) entiende como Ecosistema Emprendedor todo aquel “contexto y entorno que facilitan el surgimiento de empresas y proyectos empresariales” (p.73). Es decir, una cultura emprendedora significa que la forma de pensar institucional y empresarial debe estar ligada al apoyo a la innovación y a las relaciones con

organismos de investigación, algo fundamental para que cada ecosistema emprendedor pueda mejorar y continuar. Es muy importante que existan ayudas ligadas a la generación de empresas y políticas de incentivos fiscales.

Isenberg (2013) indica que en un ecosistema emprendedor debe “ser prioritario para atraer emprendedores más allá que tratar de crearlos todos localmente” (p.12). Así será posible descubrir que es lo que los emprendedores necesitan y buscan y armarles con los recursos necesarios para obtener el éxito. Según Caicedo (2016), Ecuador ha fundado ecosistemas para los diferentes emprendedores los mismos que están conformados por un grupo de inversionistas que generan y hacen crecer organizaciones innovadoras en una región determinada. Es decir, si los ecosistemas crecen en número, aumentan las probabilidades de contar con alguna iniciativa exitosa, además, contribuyen al desarrollo de una cultura emprendedora.

### 2.2.6 Componentes básicos de un ecosistema empresarial



Nota: Datos obtenidos de (PRODEM, 2012)

Según PRODEM (2012), considera, que un ecosistema no puede existir si no hay la presencia simultánea de los 3 componentes, los mismos que pueden estar en un nivel muy pobre, pero igual logran que el Ecosistema este presente. Es decir, que se tenga una innovación muy escasa, el financiamiento esté restringido significativamente, y, por último,

el talento empresarial apenas sea elemental. Asimismo, Isenberg (2013), manifiesta que cualquier ecosistema emprendedor se conforma de 6 ítems básicos o claves.

- a. Constitución del mercado. - Está compuesto de los iniciales clientes en una importante red que son esenciales para que el negocio se desarrolle.
- b. De los Políticos. - Que comprende el grado de apoyo que le pueden dar las autoridades y las diferentes entidades públicas, tanto en lo que comprenda el nivel legislativo para darle la legalidad en su funcionamiento y sus probables políticas de desarrollo o expansión.
- c. Sobre la Financiación. – conformar una empresa puede tener 3 líneas de sostenimiento, como pueden ser:
  - Crédito de una entidad bancaria,
  - Aportación de capital y financiamiento de los socios con experiencia que conforman el negocio, y,
  - Inversión por entidades de capital de riesgos dispuestos a estar en todo el proceso de crecimiento internacional de la reciente compañía.

Figura 5. Componentes de un Ecosistema emprendedor



Nota: Datos obtenidos de (Jander, 2016)

Es decir, los componentes de un ecosistema emprendedor suelen ser: talento, cultura, acceso a capital y un marco jurídico adecuado, a pesar de que, la condición para que el sistema sea efectivo tiene que ver con el desarrollo de una comunidad (Jander, 2016). Las

empresas también tienen un punto importante en este sistema ya que motivan a la creación y al desarrollo de los individuos en emprendimiento.

### **2.2.7 Innovación Empresarial**

Drucker (2004), menciona que innovar es una de las principales cualidades del emprendedor, sea en una empresa existente, de servicio público, o una nueva empresa. Por lo general las innovaciones especialmente aquellas que alcanzan el éxito son producto de una búsqueda minuciosa de oportunidades y de aplicar, además suelen ser muy difíciles de observar.

Según Villegas (2001) indica que las innovaciones empresariales están orientadas o sustentadas por uno de los objetivos claves de la sociedad: mejorar el nivel de vida, generación de empleo, producción de riqueza, progreso, felicidad, satisfacción intelectual, poder, satisfacción artística. En su libro Innovación Empresarial el autor, indica que las empresas pueden clasificarse en tres categorías:

1. Elefante: Son las empresas que tienen mayor tamaño en varios aspectos como la fuerza, tamaño, peso y aunque son rígidas en sus políticas para adaptarse todos sus demás atributos la mantienen a flote en el mercado.
2. Ratones: Son lo opuesto al modelo anterior ya que son ligeras, de poco peso muy adaptativas tienen la desventaja de que son débiles ante las situaciones adversas que se puedan presentar en el medio.
3. Gacelas: Poseen flexibilidad, dinamismo agilidad y su capacidad asombrosa de reproducir y evolucionar, adaptativas e innovadoras. Son la contraparte de las mencionadas anteriormente pues generan más capital y plaza de trabajo.

La percepción de Drucker (2004), conduce a que las empresas deberían tomar en prestar atención especial a sus logros y fracasos ya que en ello hay gran potencial de innovación, ya que casi siempre los ignoran.

De allí Schumpeter (1978, p. 81), entendió a la innovación como una de las consecuencias del desarrollo económico, o como un método de transformación económica, social, cultural, y derivó su concepto en: la introducción de nuevos bienes y servicios en el mercado, el surgimiento de métodos de producción y transporte actuales, la consecución de la apertura de un nuevo mercado, la generación de fuente de oferta de materias primas y el cambio en la organización en su proceso de gestión.

Freeman (1971) ubicó una lista de cinco puntos para diferenciar el tipo de innovaciones, en: sistemáticas, importantes, menores, incrementales y no registradas. Asimismo Schumpeter (1978) diferenció dos tipos de innovaciones: incremental y radical, el autor analizó importantes innovaciones radicales, ya que afirmaba que las innovaciones incrementales que establecen mejoras de producto, proceso o método logístico, experimentan poco equilibrio debido a que no rompen lo que se tiene definido hasta el momento, a pesar del grado de novedad que desarrollan; mientras que las innovaciones radicales, posibilitan los cambios y las transformaciones en los productos, ya que suponen aportes novedosos y totalmente distintos en la sociedad y en la economía, a pesar de que representan un mayor riesgo e inversión.

Para Dosi (1988) el proceso innovador es definido como “la búsqueda y el descubrimiento, la experimentación y adopción de nuevos productos, nuevos procesos de producción y nuevas formas organizacionales” (p.24). De allí que Porter (1990) expone que cualquier empresa logra alcanzar ventajas competitivas mediante actividades innovadoras. El acercamiento hacia la innovación se la cumple en un sentido amplio, el contar con tecnologías modernas y una constante actitud hacia la innovación, que implique cambios

novedosos como puede ser en la calidad del producto, la etiqueta, precio, comercialización, etc.

Afirma Ferras (2014) indica que “Innovar es explotar con éxito nuevas ideas o nuevo conocimiento, asumiendo más riesgo que los competidores, para conseguir una posición competitiva superior”. Además, Freeman (1971) considera que la innovación es el proceso de integración de la tecnología existente y los inventos para crear o mejorar un producto, un proceso o un sistema. Un invento nuevo puede alcanzar naturaleza económica siempre que sea mejorable.

Entonces consiste en producir, asimilar y explotar con éxito un objeto o producto en los ámbitos económico y social. (Comisión Europea: Comunicación de la Comisión al Consejo, 2003). Es el acto frecuentemente repetido de aplicar cambios técnicos nuevos a la empresa, para lograr beneficios mayores, crecimientos, sostenibilidad y competitividad.

### **2.2.8 Cadena de valor**

Con este secuencial sistema valorativo, se disuelve a la empresa en sus actividades estratégicas para comprender el comportamiento de los costos y las fuentes de diferenciación existente y potencial (Porter M. , 2003). Una empresa obtiene la ventaja competitiva, desempeñando esas actividades con un costo más económico, ofertando un producto con características medicinales, de sabor delicioso, que beneficia a la salud de los habitantes.

Los canales desempeñan actividades adicionales que afectan al comprador, que afectan al comprador, así como influyen en las empresas en sus distintas tareas o actividades. De esta manera, el producto que crea la empresa con seguridad pasa a formar propiedad de la secuencia de valor del que consume el producto, sea este cliente o comprador. En opinión de Andalucía Emprende (2015), secuencia valorativa permite identificar y analizar actividades con una importancia estratégica a la hora de obtener alguna “ventaja competitiva.

Figura 6. El modelo de Mckinsey



Nota: Datos obtenidos de (MCKINSEY, 1980)<sup>9</sup>

Asimismo, el modelo de McKinsey (1980), mezcla los roles que operan dentro de una empresa y el objetivo general del sector, definiendo al “sistema de negocio”, como aquellos procesos que son necesarios para satisfacer al cliente, los que diferencian de la competencia y contribuyen a la formación de valor para la empresa.

## 2.3 El Mangostino

### 2.3.1 Origen

Para Toro (2011) en las Islas de Sunda y las Molucas de Indonesia el mangostino de nombre científico *Garcinia Mangostana* es una especie tropical de árbol originalmente descubierta inicialmente en el Sur-oeste del continente asiático y también en lugares provenientes de Puerto Rico, la fruta es de sabor dulce. Para Bernal (2004) el mangostino es de origen asiático, los primeros árboles vistos en Ecuador datan en el año 1920 a 1935 pero

<sup>9</sup> Citado por Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza “Cadena de Valor” 10 de septiembre 2015

su domesticación empezó hace 50 años atrás en su artículo explica que Ecuador cuenta con buen potencial de suelo y clima para producir Mangostino frutos con un gran valor comercial en el exterior por sus propiedades medicinales. Según Eroski (2015), es un fruto que procede del sudeste de Asia, donde es considerado una de las mejores frutas por sus múltiples beneficios y dulce sabor.

Figura 7. Fruta mangostino



Nota: Datos obtenidos de: [mangostansubienestar.blogspot.com](http://mangostansubienestar.blogspot.com)

Según Arnau (2014) manifiesta lo siguiente: Con respecto al mangostino o mangoston (llamado también como garcinone mangostino), es un árbol que se presenta en un clima tropical, que alcanza estando adulto un tamaño de 30 a 75 pies promedio. Con respecto a su fruto, presenta una piel dura o compacta. La parte que sirve para consumir es toda la carne que está en su interior; presenta una forma de gajos de color blanco, en forma de dientes de ajo. En cuanto a su sabor, se puede afirmar que es muy delicioso y apetecido.

Para Ortega, (2015) el mangostino tiene un origen desconocido según en su artículo de revista afirma que se originó en las Islas Sunda y las Islas Molucas (Tailandia o Birmania), en

el año de 1965, también asegura que pudo haber sido cultivado en Vietnam a través de Malasia y Singapur. Según indica Ortega (2015) en el libro del Dr. Popenoe asegura que vio mangostán en un sitio de Ecuador en 1939 debido a que más de 15,000 semillas fueron repartidas en Sudamérica y en zona tropical.

En términos de lo que dice la Asociación mexicana de Médicos (2007), dedicados a la investigación del Mangostón, expresan que su origen no está del todo claro, más diría que es incierto, y se manifiesta debido a que en la República de Tailandia como de Indonesia reclaman su pertenencia cada uno, aunque Tailandia se ha convertido en estos tiempos en uno de lo más propicios productores de Mangostino en el mundo y ha calificado este fruto como la reina indiscutida de otros productos agrícolas que gozan de gran estima y consumo, por esta razón se lo ha declarado como un punto nacional.

A pesar de que también la fruta es cosechada en países como Venezuela, Brasil, Honduras, Colombia, Ecuador e indican que es muy difícil que la producción de esta se acabe pronto al contrario la declaran una fruta en expansión debido a sus diferentes propiedades y beneficios naturales. Según Jean Pier (2013) asegura que la fruta del mangostino llegó al Ecuador a comienzo de los años 20, pero, su domesticación se dio en los siguientes 50 años al tener las primeras cosechas, dice, que esta fruta tiene un rico sabor y sobre todo contiene importantes proteínas, lo que lo convierte en un producto que no sólo satisface las necesidades alimenticias sino que también brinda beneficios a la salud, por esta razón se la considera una fruta exótica.

Otro investigador como Burgos (2011) hace referencia a esta fruta en su artículo sobre la salud, dice que el mangostino presenta dos facetas importantes, primero en cuanto a su exquisito sabor dulce; y segundo, que proporciona importantes beneficios a la salud por la cantidad de proteínas que contiene también señala, que esta fruta crece de manera habitual en su estado natural en el sur asiático, el mismo que ha sido consumido, desde tiempos

inmemoriales como un producto medicinal. Debido a su increíble y exótico sabor, los países asiáticos lo consideran como la reina de todos los frutos que hay en la variedad de ese continente y el área del Caribe Francés.

Existen reportes que registran datos que los árboles de mangostino fueron cultivados en Colombia, Ecuador y Guatemala en el año de 1935, por cuanto estos países tienen territorios que tienen zonas tropicales, que es el sitio ideal para que se desarrolle esta fruta. Según Arnau (2014) opina que el mangostino proviene del Asia y por esto, es muy conocida en Malasia, por su alto nivel de producción, al punto que es una fruta que no sólo se lo vende en este país para su consumo, sino también que se la exporta a otros países, representando con este comercio un importante rubro de divisas para este país asiático.

La forma como se la vende es como postre fresco, en forma de conserva y mermelada. La república de Tailandia se considera como un de los principales países que explota este fruto. Y por el alcance logrado, la fruta, tanto la India como Ceilon comenzaron a gran escala el cultivo semiprofesional, e inclusive, la Organización Mundial de la Salud empleaba el fruto del mangostino como un remedio, y específicamente para tratar algunas enfermedades que luego las publicaba haciendo conocer sus resultados, el medio de comunicación que usualmente empleaba este organismo mundial fueron algunas revistas médicas de China.

### **2.3.2 Propiedades del Mangostino**

Para Toro (2011) afirma que el mangostino es una fruta muy saludable para la salud por presentar las siguientes propiedades: agentes cutáneos restaurados, repelente de alergias, controla el nivel de azúcar y colesterol en la sangre. Arnau, (2014) publicó un artículo sobre el mangostino, en el cual señalaba que esta fruta tenía muchas propiedades curativas que bien pueden ser empleados para tratamientos de enfermedades en el área de la salud. El

fundamento de lo mencionado, en opinión de este investigador se debía a que el mangostino era un importante y potente antioxidante el mismo que funcionaba para detener los procesos degenerativos de las células del organismo en general.

Y en este sentido los más beneficiados de las propiedades señalados eran las personas adultas mayores, al contar con un buen energizante que ayuda a fortalecer el sistema inmune y con esto la capacidad de blindarlo contra bacterias, microorganismos o virus que siempre atacan a los A.M. Estudios posteriores, en la Reseña de Arnau han llegado a la conclusión de que es un componente que puede frenar o inhibir el desarrollo de algunas formas de cáncer.

Esta fruta también produce cambios o beneficios al cerebro, por cuanto se ha comprobado que actúa eficientemente en dos aspectos importantes, como son:

- a. Disminución de la ansiedad o desánimo que las personas pueden padecer por alguna causa; y,
- b. Para la recuperación de la memoria.

Para Heidemeyer, (2017) considera que el mangostino, se la puede considerar como una fruta de carácter exótico que está compuesto de raíces propiedades que proporcionan:

- Ayuda a disminuir los problemas de alergias.
- Es una fruta que contiene sustancias antioxidantes.
- Sirve para el tratamiento de dolores musculares.
- En su composición vitamínica contiene un alto porcentaje de B12.
- Es un facilitador para mejorar del sistema nervioso.
- Es empleado para el tratamiento contra la ansiedad y la depresión.
- Sirve para depurar o limpiar la sangre, y con ello contribuye al mejoramiento de problemas de presión arterial.
- Está compuesto de una cantidad significativa de vitamina C.

- Y por último sirve para disminuir los porcentajes altos de colesterol malo que en las personas puedan concentrarse en su sistema circulatorio. También se dice que el mangostino por alta cantidad de xantonas que contiene sus antioxidantes, sirve de manera eficaz para mantener muy alejados las capas de algunos tipos de cáncer.

Burgos (2012) señala, que, si las personas adquirieran la costumbre de incluir a esta fruta en la alimentación cotidiana, se estaría proveyendo de una importante fuente de potasio, fósforo, vitaminas del grupo b, y, de otras propiedades que están señaladas a continuación:

- Para contrarrestar algunas alergias,
- Genera un efecto antioxidante,
- Previene el desarrollo de colesterol malo,
- Previene contra el desarrollo de enfermedades cardiovasculares,
- Sirve para controlar el peso, y,
- Finalmente previene el problema en las arterias cuando presentan endurecimiento, y de esta manera facilita una mejor función del corazón.

Pérez (2015) de acuerdo con las investigaciones realizadas señala que el fruto desde un punto de vista nutricional es especialmente rico en diferentes nutrientes esenciales, de manera que su consumo es recomendado en dietas saludables y equilibradas. Indica que muchos nutricionistas recomiendan su consumo en jóvenes, niños y deportistas e inclusive las mujeres embarazadas como las lactantes se pueden beneficiar de esta fruta ya que su consumo no está contraindicado en estas etapas especiales. Su alto contenido en potasio es muy beneficioso para la salud, debido a que aporta pocas cantidades de sodio, que es aconsejable que se suministren a quienes padecen de hipertensión.

En cambio, Garrido (2012) señala que las ciencias consideran que el mangostino es una fruta que contiene el más patente antioxidante que existe en la naturaleza, y en términos matemáticos la cantidad es de 80 tipos, en contraste de otras frutas que apenas llegan a ocho.

Rodríguez (2017) en cambio asume que el mangostán posee excelentes moléculas con grandes propiedades y que se hallan en el pericardio de esta fruta tan saludable. Indica que funciona como antiinflamatorio, antioxidante, antidiabético, adelgazante, energizante, fortalece el sistema inmune, ayuda en problemas respiratorios, regula el aparato digestivo y en problemas nerviosos como ansiedad, depresión o estrés.

Continuando con Heidemeyer (2017), manifiesta que el mangostino en otros lugares del mundo lleva el nombre de mangostán, también muy conocido en Asia, al punto de nombrarlo como la reina de todas las frutas, debido a dos razones importantes;

1. Porque posee un excelente sabor, dulzor, aroma, carnes blandas y fácil de comer; y,
2. Por contener numerosas propiedades. Con respecto a su estructura, el mangostino es una fruta que presenta forma de gajos de color blanco en su parte interior y una corteza dura hacia el exterior, que se la obtiene de un árbol que se produce en zonas tropicales de Indonesia, como se ha señalado con anterioridad. Está conformado de un porcentaje muy alto de xantonas, lo cual funciona como un eficaz antioxidante en la prevención de ciertos tipos de cánceres.

En opinión de la Dra. Angelita Ferreira, (2012) al preparar un jugo con esta fruta entera, se tendrá un excelente complemento nutricional, por la presencia en grandes cantidades de xantonas. Al analizar el pericarpio o cáscara del mangostán, se ha podido identificar la existencia mayor a cuarenta y tres xantonas, las que con otras sustancias bioactivas actúan entre si para convertirlo en un excelente nutriente funcional. Al ser consumidas de manera frecuente y constante proporciona al usuario múltiples beneficios, como pueden ser en este orden:

- a. Retrasa de manera activa los efectos del envejecimiento celular,
- b. Fortaleza de las células para subir el nivel de vida especialmente a los A.M.

Según Sanders (2014) en una publicación acerca de que el mangostán ayuda a los pacientes con cáncer a sanar naturalmente. Además de las antocianinas beneficiosas, los taninos, los fenoles y la vitamina C antioxidante, el mangostán también contiene sustancias químicas vegetales llamadas xantonas, junto con la: a) “alfa-mangostina”, b) “la beta-mangostina”; y, c) “gamma mangostina”. Aunque los nombres de estas sustancias pueden sonar como si estuvieran fuera de la ciencia ficción, no hay nada ficticio sobre sus beneficios.

Si cita al Dr. Ray Sahelian, MD, médico y especialista en fitoterapia, considera que las xantonas pueden beneficiarse de condiciones como la aterosclerosis, la cardiopatía isquémica y la presión arterial alta. Además, reducen la adherencia de las plaquetas, poseen habilidad relajante y ayudan a prevenir el daño de la membrana celular, la inflamación y la oxidación de las grasas que pueden contribuir a la enfermedad coronaria.

Según Restrepo (2015) otras de las vitaminas presentes en la “Reina de las frutas” son las “vitaminas B1, B2, B6, también se encuentra un alto contenido de minerales como el calcio, hierro y potasio” (p.51). Pero, la mayor importancia de esta fruta aparte de que es deliciosa al comerla está dada por una serie de beneficios médicos, los mismos que son los siguientes:

- a) Ayuda a mejorar las condiciones estomacales de los individuos,
- b) Ayuda a la funcionalidad urinaria del organismo,
- c) Posee una capacidad natural para eliminar microorganismos comprendidos como bacterias, virus, hongos y parásitos alojados en el organismo.

En resumen, los componentes incluidos en la fruta no permiten que los microorganismos citados no se desarrollen y causen perjuicios al ser humano. Por lo expresado, a esta fruta se la ha denominado la reina de las frutas y por otro lado también el rey de los antimicrobianos.

### 2.3.3 Estudio de prefactibilidad

Según Alegsa (2005) afirma la investigación también encierra los logros, limitantes y metas acerca del sistema, y una analogía actual de los modelos (si acaso existe). Con base en esto se generan nuevas propuestas, con varios caminos de viabilidad según sea el caso.

El estudio de prefactibilidad permite observar y decidir sobre la implementación o no del proyecto, considerando siguientes aspectos: operativo, técnico, y económico.

- **Operativo:** Se considera la organización y lo ejecutable de lo establecido como meta (recursos humanos y materiales).
- **Técnico:** Si se cuenta con las herramientas necesarias y actualizadas para el cumplimiento de las metas propuestas. Es decir, disponer con recursos como: la materia prima, instrumentos, y producto para su demostración entre la población considerada en el estudio, recursos de propaganda y marketing, métodos y técnicas como la encuesta, plan operativo, que ayuden en el estudio de prefactibilidad.
- **Económico:** En la prefactibilidad se debe considerar costos y beneficios obtenidos del resultado de esta investigación previo a la ejecución de la propuesta. Es importante la organización y administración e inversión de recursos que sustenten lo establecido en la propuesta y retores de costos de valores, producción, y beneficios.

Según Pérez (2013) indica que la prefactibilidad supone de un análisis preliminar de una idea para determinar si es viable convertirla en proyecto, al comenzar un estudio de prefactibilidad se debe tomar algunas variables y se debe reflexionar sobre los puntos centrales de una idea, si se estima que la idea es viable se transformará en un proyecto y se procederá con las bases necesarias adaptarlo al medio económico presente.

Para Thompson (2009), este estudio debe estar centrado en la identificación de alternativas y debe contener algunos aspectos como “el diagnóstico inicial de la situación actualizada en el sector de emprendimiento”, de esta forma se podrá evidenciar la

problemática para aminorar mediante la implementación de la solución propuesta, además se identifica la situación, el análisis técnico que permitan determinar los costos de operación del proyecto, el análisis de legislación vigente aplicable al proyecto, la evaluación financiera del proyecto, en base a todo estos componentes, para poder llegar a las conclusiones del proyecto que permitan determinar si el mismo se posterga, se reformula, se abandona o continua su estudio a nivel de factibilidad.

El sentido progresivo de una buena prefactibilidad se basa tanto en el conocimiento de leyes, normativas vigentes y de metodologías actuales que se puedan presentar en el estudio del nicho y un capital inicial. A continuación, serán abordados cada uno de los cinco puntos, que permitirá corroborar que tan factible se constituye la aplicación de una microempresa productora artesanal de mangostino:

#### **2.3.4 Estudio normativo – legal**

Los proyectos que se derivan de una actividad empresarial se rigen de acuerdo con un ordenamiento jurídico que estará formado por leyes y lineamientos que buscan como objetivo obtener las mejores condiciones para el correcto funcionamiento de los proyectos. Existen entornos en el Ecuador que son adecuados para realizar este estudio de pre factibilidad destinada configuración de una nueva microempresa con características artesanales destinada a la venta del jugo del mangostino en la presente ciudad. Los detalles sobre los aspectos normativos legales de este proyecto están preparados en los siguientes términos.

Acogiendo al Art. 401 contenido en la Carta Constitucional (2008) de la sección segunda de la República del Ecuador, que habla sobre la Biodiversidad; el cuál se refiere a que: “el Ecuador es un país libre de cultivos y semillas de naturaleza transgénica, de manera excepcional, y sólo tratándose de casos que respondan al interés nacional y respaldados con fundamentos en Derecho por parte del Presidente de la República y contando con el

beneplácito de la Asamblea Nacional, se podrá ingresar al país semillas y cultivos que son calificados como productos agrícolas genéticamente modificados”.

Por otro lado, el estado se encargará de regular en base o estrictas normas de bioseguridad, todo lo relacionado al uso y desarrollo de procesos biotécnicas modernos y sus productos, así mismo lo referente a experimentación inicial, y después se trata del uso y comercialización de los productos transgénicos. En este marco legal, el gobierno nacional a través de las instituciones competentes controlase y sancionaron en casos de que se realicen experimentos que estén con un alto grado de riesgo para la población al momento en que se los ingiera.

Ósea, al momento que el país se interese en sembrar, cosechar, comercializar y consumir mangostino, lo puede hacer incluyendo semillas transgénicas que ocasionan una mayor resistencia en la cosecha del producto, haciendo una fruta de mejor calidad, pero a la vez no sea causa de afectaciones a la salud, y es por esto, que recomendaría el estado del no uso en el cultivo de semillas orgánicas que puedan ocasionar algún tipo de afectaciones a la planta.

En el capítulo tercero de la Carta Magna del 2008, sobre la soberanía alimentaria, se cita al Art. 281, el cual expresa: La soberanía alimentaria representa para el Estado y la Nación un objetivo estratégico y la responsabilidad de garantizar que todas las personas de este país cuentan con autosuficiencia necesaria en todo lo referente a cualquier alimento sano y que culturalmente sea apropiados y de manera perenne.

Con respecto a este artículo, que expresa sobre la soberanía de los alimentos es de sustancial importancia la viabilidad de la presente investigación en razón que ofrece múltiples beneficios, a la salud, por las excelentes propiedades que tiene la fruta del mangostino, entre ellos la de prevenir el desarrollo de enfermedades mortales como es el cáncer, de esta manera aporta al mejoramiento de las condiciones de vida en Ecuador. Por esta razón se incentiva el consumo de esta fruta natural tan valiosa.

Por otra parte, haciendo mención al artículo 13 del Capítulo Segundo Derecho del buen vivir, en la sección primera agua y alimentación según dispone y ordena la Carta Suprema del 2008 indica: las personas tiene el derecho de un alimento sano y nutritivo a fin de cumplir la correcta higiene interna del cuerpo; preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales”.

En consecuencia, a este artículo sobre que todas las personas y colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente de alimentos sanos, suficientes y nutritivos, por medio del jugo artesanal de la fruta del mangostino al tener muchas propiedades y beneficios garantizamos de forma perenne un alto nivel de salud de los habitantes. Otra normativa que se basa nuestro proyecto es acerca del acuerdo del (Plan Nacional el Buen Vivir, 2013) en su objetivo 10 que establece “Impulsar la transformación de la matriz productiva”.

Coadyuvando al objetivo del Plan Nacional enfocado al Buen Vivir, nuestro proyecto está ligado hacia el aporte del cambio de la matriz productiva, de esta forma contribuimos para fortalecer el sistema productivo, empujando al desarrollo la producción de una fruta no tradicional empleando mecanismos como la tecnología, capacitación, experiencia, , propuestas novedosas y elevados estándares de productos finales. Esto generará el nacimiento de un nuevo producto en el mercado provocando una mayor producción y generando empleos dignos en la Florida Norte de Guayaquil. Por ser un producto artesanal no provocará daños en el ecosistema y habrá sustentabilidad del medio ambiente.

La “Ley Orgánica de Régimen de Soberanía Alimentaria” (2010), en el artículo 27 que forma parte del título IV Consumo y Nutrición, manifiesta lo siguiente, “existen varios métodos a tratar, en beneficio a las personas que no se alimentan correctamente, el estado convoca campañas para que este mal disminuya en gran medida, también se realizan charlas para lograr tener un mejor sistema alimenticio.

El producto de jugo de mangostino se constituye en totalmente nutritivo, por ende será de fácil comercialización, debido a las propiedades y beneficios ayudan para que el organismo se torne saludable. Por otra parte, según refiere la Ley de Gestión Ambiental del año 2004, en el Título V, art. 40, menciona:

“Toda persona, sin discriminar estado legal, deberá comunicar al Ministerio del RAMO o a instituciones asignadas, solo si incumple la norma ambiental”. Por tal motivo, esta ley es congruente con el proyecto actual, debido a que es una empresa que producirá jugo artesanal de Mangostino. Por lo tanto, los desechos del mangostino serán utilizados como abono para las tierras donde se produce el fruto. De esta forma no producirá contaminación en contra de la naturaleza. Adicional, el envase que se utilizará para ofrecer el jugo de mangostino será de plástico, sin embargo, se realizará campañas de incentivos para que los ciudadanos tengan una cultura recicladora y de esta forma evitar perjudicar al medio ambiente.

Por otra parte, dada la importancia del artesano ecuatoriano, basándonos en el artículo 1 de la Ley de Fomento Artesanal (2006), manifiesta que: “la ley protege a las asociaciones independientes, las cuales puedan organizar el realizar un producto, tomando en consideración los recursos no excedan al presupuesto preestablecido”

En base al artículo 1 de la (Ley Orgánica de Incentivos Tributarios, 2016) menciona que “Cuando los empleadores, sean personas naturales o sociedades, cumplan con las condiciones para considerarse micro o pequeña empresa, tendrán una deducción adicional del 100% por los gastos de seguros médicos privado y/o medicina prepagada contratados a favor de sus trabajadores;” haciendo referencia al extracto del artículo las personas que conformen parte del equipo de trabajo de la empresa creadora del jugo de mangostino artesanal gozarán con todos los beneficios de ley vigentes dentro del Ecuador.

En marco de la (Ley de Compañías, 1999)sección sexta artículo 143 hace referencia a lo siguiente:

“La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. Las sociedades o compañías anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas”.

Adicional, tomando en consideración lo expuesto en el (Código de Trabajo, 2005) en el Capítulo III Jornada de Trabajo, descansos, permisos y vacaciones en el artículo 43 jornada ordinaria común.- la jornada ordinaria común a todo trabajador no podrá exceder, incluidas las labores preparatorias y complementarias, de ocho horas diarias y de cuarenta a la semana o hebdomadarias, de lunes a viernes, salvo las excepciones previstas en lo que determina este código.

De conformidad con el marco legal citado en esta investigación, se creará la empresa artesanal de jugos a base de la fruta del mangostino, en donde las personas contratadas para que se desempeñen en las distintas áreas laborales que se requieran, tendrán un horario de trabajo que no excederá de ningún modo las 8 horas diarias a su equivalente de 40 horas semanales. Realizado el análisis y correspondiente estudio del marco jurídico ecuatoriano en las diferentes leyes que controlan constitución empresarial en territorio nacional, se concluye que no hay ningún impedimento el crear la empresa según las normativas vigentes y por lo tanto el presente proyecto es viable.

### **2.3.5 Estudio de mercado**

### **2.3.6 Mercado**

Para Thompson (2006), el investigador refiere que el mercado, es el espacio donde se concentran tanto los oferentes como los demandantes para conjuntamente pactar transacciones en las que se determinarán los precios de los bienes y servicios. Según Rico (2017) manifiesta que es en el mercado donde se debe hacer el respectivo estudio de oferta

demanda, como también, sin descuidar sobre el concepto del precio y los diferentes canales que se implementaran para el proceso de la distribución, por lo que el objetivo en sí de un estudio de mercado es para tener una visión amplia, profunda y sistematizada de todas las características del producto que se pretende implementar en el medio consumista; como también, tener un conocimiento de las necesidades de los habitantes, del precio y comercialización del producto a vender.

### **2.3.7 Segmentación de mercado**

Para proceder a la segmentación de mercado precisa del jugo del mangostino considerado en la presente investigación, hubo la urgencia de determinar: ¿Cuáles eran las necesidades y comportamientos de los habitantes que moran en esa área de la Florida Norte con respecto a este jugo?

Los escasos negocios instalados en la provincia del Guayas, para producir el jugo de mangostino, lo hacen por dos razones principales;

- a. Por las propiedades curativas del Mangostino; y,
- b. Al ser una fruta muy rica en su sabor, delicadeza de la carne, olor, etc., y alto nivel de aceptación en el mercado, se presta para comercialarlo a gran escala.

El análisis para segmentar el mercado ayuda a determinar ciertas características que darán la pauta, si esta fruta tendrá o no la aceptación de los consumidores y en qué porcentaje de proyección a corto y largo plazo, las mismas que están expresados en los siguientes indicadores:

- De las actitudes,
- Capacidades,
- Modus vivendi,
- Gusto; y

- Ubicación.

Para cumplir, por lo tanto, el trabajo de segmentación correspondiente a la presente investigación se considera oportuno, establecer el enfoque desde las perspectivas de las necesidades y preferencias del usuario o consumidor, las mismas que nunca son definidas, al contrario son variables, y esto por factores incidentales que pueden intervenir como pueden ser:

- Criterios geográficos,
- Demográficos
- Aspectos socioeconómicos,
- Conceptos pictográficos, tal como se encuentran registrados en el cuadro siguiente:

Tabla 1 Segmentación de Mercado

<b>Segmentación de Mercado</b>	
<b>Factores</b>	<b>Características</b>
Geográfica	
<b>Provincia</b>	Guayaquil
<b>Cantón</b>	Guayas
<b>Parroquia</b>	Tarqui
<b>Sector</b>	Florida Norte
Demográfica	
<b>Edad</b>	Entres 18 años y 79 años
<b>Sexo</b>	Hombres y Mujeres
<b>Estado civil</b>	Indistinto
Socioeconómica	
<b>Sueldo</b>	Indistinto
<b>Profesión</b>	Estudiantes, Amas de Casa, Trabajadores,
<b>Clase social</b>	Indistinta
Psicográfica	
<b>Estilo de vida</b>	Personas que toman jugos naturales para una

mejor nutrición y cuidado de salud

**Personalidad**

Para clientes que requieren un control estricto en su alimentación diaria

---

Fuente: Investigación realizada por los autores (2017)  
Elaborador por: Los Autores

**3.3.8 Población**

Para el presente proyecto se tomará en cuenta tres segmentos: 1. Mercado Potencial: para ello se tomará en consideración a los habitantes de la parroquia Tarqui. 2. Mercado Objetivo: En este segmento se realizará una segmentación entre hombres y mujeres los cuales comprenden la mayoría de la población. 3. Mercado Fin: Después de una comparación de campo entre las diferentes competencias de productos tomando en cuenta como comparativa los nutrientes y propiedades podremos determinar la penetración del mercado y el resultado será el determinante principal para realizar la prueba finita.

**2.3.9 Mercado potencial**

Un mercado potencial es en sí una oportunidad de negocio latente, se conoce como mercado potencial aquel público que no consume el producto ofertante pero que tienen o pueden llegar a tener la necesidad de consumirlo, para ello se escogió como mercado potencial a la población de la Parroquia Tarqui.

Tabla 2 Población

Población Instituto Nacional de Estadística y Censos	
Parroquia Tarqui	1,050,826
Población Total	1,050,826

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos // Centro de Estudios e Investigaciones ICM-ESPOL (ICM-Espol, 2010)

Elaborado por: Los Autores

En la siguiente tabla, se especifica el total de 434,777 personas que viven en la parroquia Tarqui. Esta porción poblacional integra el área segmentada.

Tabla 3 Población de la Parroquia Tarqui según género

Género	
Hombres	212.756
Mujeres	222.0221
Total	434.777

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos // Centro de Estudios e Investigaciones ICM-ESPOL (ICM-Espol, 2010)

Elaborado por: Los Autores

### 2.3.10 Mercado fin

Se procedió a realizar una comparación de acuerdo con la competencia que abarca el mercado del producto que estamos ofertando, para ello se recurrió a los diferentes centros de venta donde reposan productos de cierto parecido en nutrientes y propiedades al jugo de mangostino y se realizó una ficha de observación de campo:

### 2.3.11 Mercado objetivo

Con esta comparativa de mercado realizada en los centros de venta con mayor cantidad de acogida de productos se obtuvo un porcentaje de penetración del mercado de un 15%, este

porcentaje se obtuvo de acuerdo a la competencia que presenta nuestro negocio, debido a que los competidores son algunas empresas Medianas con productos similares mangostino, lo cual permite establecerse en el Rango del 15% de acuerdo a (Fundación E)

## 2.4 Determinación de nivel de aceptación del jugo

### 2.4.1 Muestra

Para lograr obtener los resultados se realizó el procedimiento de la formula inferencial, con un muestreo probabilístico, para la estratificación de la población, debido a que es una herramienta de la investigación científica, que facilita determinar que parte de una población debe examinarse, con la finalidad de hacer inferencias, a su vez aplicando la fórmula de población finita se evidencia que:

Se presentan los siguientes datos:

$$\frac{N * z^2 * p * q}{e^2(N - 1) + z^2 * p * q}$$

n= Tamaño de la muestra.....	?
Z= Nivel de Confianza.....	1.96
Σ= desviación estándar.....	0.50
N= Tamaño de la muestra.....	69.750
e= Limite aceptable de error muestral deseado.....	0.05

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

$$n = \frac{69.750 * (1.96)^2 * 0.50 * 0.50}{(0.05)^2 * (69.750 - 1) + (1.96)^2 * 0.50 * 0.50} =$$

$$n = \frac{69,750 * 3.8416 * 0.25}{0.0025 * (69749) + 3.8416 * 0.25}$$

$$n = \frac{669.879}{174,3725 * 0.9604} = \frac{669879}{175,3329} = n = 382$$

De donde n= **382 habitantes del sector Florida norte.**

Valiéndose de la fórmula de población finita se ha considerado tomar una muestra de 382, cantidad misma de las encuestas, tolerando un error máximo 5%.

## 2.5 ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA

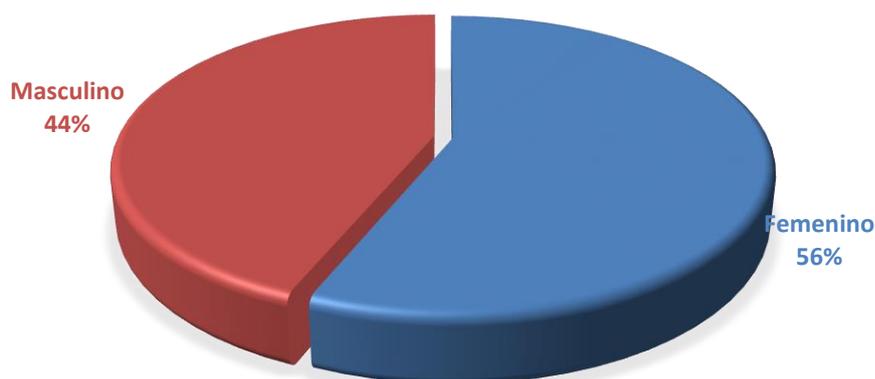
Pregunta N.-1: Seleccione su género

Tabla 4. Género

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	215	56%
Masculino	167	44%
Total	382	100%

Elaborado por: Los Autores

Figura 8. Género



Elaborador por: Los Autores

### **Análisis:**

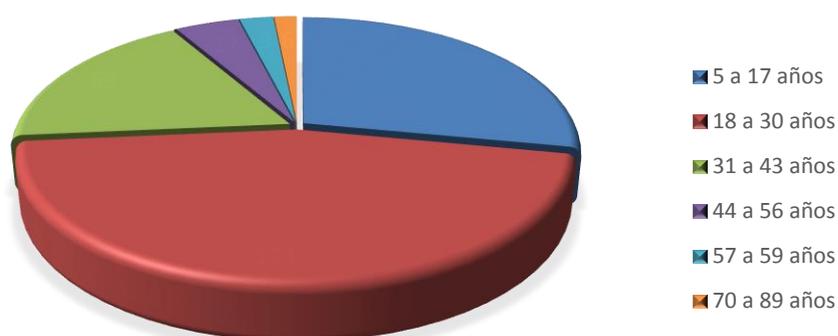
La siguiente tabla tabulada obtuvo los siguientes resultados: las personas encuestadas se dividieron en los siguientes grupos de segmentación de género, el 44% fueron del grupo de las mujeres y consecuentemente el 56% de los encuestados fueron del género masculino. Se evidencia que predomina con un porcentaje mayor el grupo de mujeres. Se evidenció predisposición e interés entre los encuestados al realizar este proceso de recolección de información, por ende, se continuó con la siguiente pregunta.

Pregunta N.-2: Del siguiente rango, seleccione la opción que se acerque a su edad

Tabla 5 Edad		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
18 a 30 años	227	59%
31 a 43 años	123	32%
44 a 56 años	17	4%
57 a 59 años	9	2%
70 a 89 años	6	2%
Total	382	100%

Elaborado por: Los Autores

Figura 9. Edad



Elaborador por: Los Autores

### Análisis:

Como podemos comprobar, el 46% tiene la edad de 18 años a 30 años, el 28% de 5 a 17 años, el 18% de 31 a 43 años, el 4% de 44 a 56 años, y el 2% de 57 a 59 años, mientras que el 2% restante de los habitantes circunda entre 70 a 89 años. Cabe resaltar, la edad de las personas en su mayoría oscila entre 18 a 30 años, por ende, el estudio de mercado enfoca que este sector está representado por adultos jóvenes, que estudian o trabajan y deben realizarse estrategias de marketing y publicidad para expresar los beneficios del producto referente a la realidad de salud y condiciones de vivir de la población.

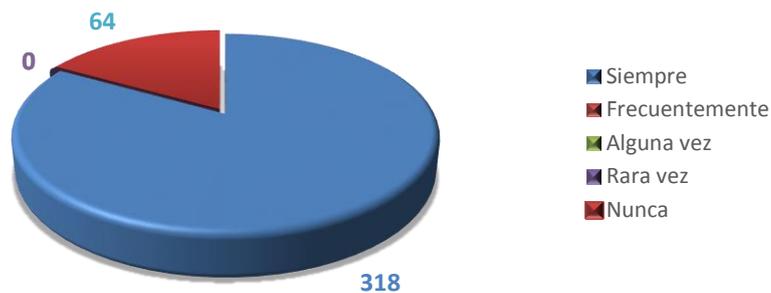
Pregunta N.- 3: ¿Ha consumido usted jugos naturales?

Tabla 6. Consumo de jugos naturales

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	318	83%
Frecuentemente	0	0%
Alguna vez	0	0%
Rara vez	0	0%
Nunca	64	17%
Total	382	100%

Elaborado por: Los Autores

Figura 10. Consumo de jugos naturales



Elaborador por: Los Autores

### Análisis:

La tabla recoge la opinión de la muestra de estudio y enfoca lo siguiente: El 83% de las personas encuestadas afirman que consumen jugos naturales, mientras que el 17% contestaron que no consumen este tipo de jugos. Se puede apreciar que la población en su mayoría tiene como preferencias bebidas de frutos naturales. Se determina que este hallazgo se constituye en una ventaja para introducir al mercado el nuevo producto, que pretende satisfacer las distintas necesidades del sector poblacional como son: empleo, salud, y alimento.

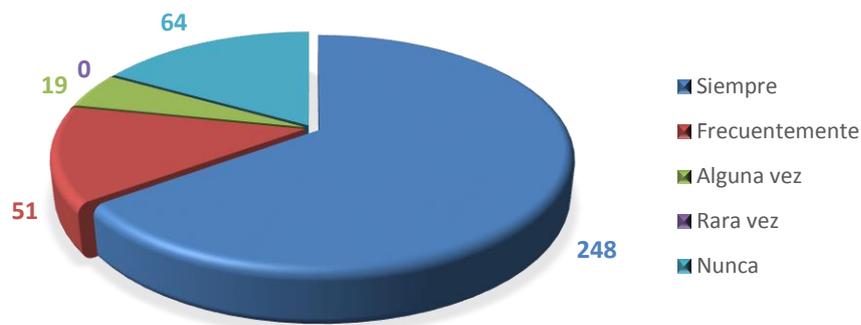
Pregunta N.-4: ¿Con qué frecuencia consume usted jugos naturales?

Tabla 7. Frecuencia

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	248	65%
Frecuentemente	51	13%
Alguna vez	19	5%
Rara vez	0	0%
Nunca	64	17%
Total	382	100%

Elaborado por: Los Autores

Figura 11. Frecuencia



Elaborador por: Los Autores

### Análisis:

La tabulación grafica permite comprender que el 65% de la muestra consumen jugos naturales, el 17% no lo hacen, mientras que el 13% frecuentemente prefieren este tipo de bebidas. Se estima que mayoritariamente los habitantes del sector florida norte, consumen diariamente jugos orgánicos, puesto que consideran benéfico en muchos aspectos para la salud, mientras que la población minoritaria prefiere bebidas gaseosas, o con altos niveles de conservantes y edulcorantes que perjudican la salud. Se destaca el gusto por las bebidas naturales, por ende, se torna factible la propuesta de plan de negocio realizada en el presente trabajo.

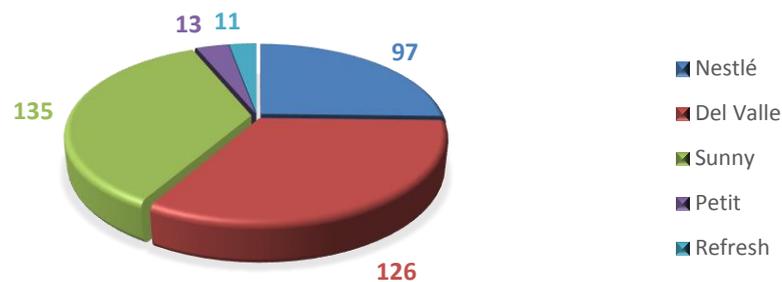
Pregunta N.-5: ¿Qué marca de jugos procesados prefiere comprar?

Tabla 8. Jugos Procesados

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Nestlé	97	25%
Del Valle	126	33%
Sunny	135	35%
Petit	13	4%
Refresh	11	3%
Total	382	100%

Elaborado por: Los Autores

Figura 12. Jugos procesados



Elaborador por: Los Autores

**Análisis:**

La marca con mayor preferencia según la encuesta realizada es Sunny con un 35% en segundo lugar se encuentra Del Valle con el 33% seguido de Nestlé con 25% quedando como últimas preferencias Petit con 4% y Refresh con 3%. Estas bebidas industrializadas en el mercado pretenden crear un consumo de frutos naturales, sin embargo, estas marcas no contienen las mismas propiedades del mangostino, que posee múltiples beneficios, y un sabor original que deleita a quien lo consume. De esta forma se evidencia un producto que puede competir con estas marcas posicionadas, pero con el valor agregado, que se introduce en su contenido por poseer características medicinales, vitamínicas, y nutritivas.

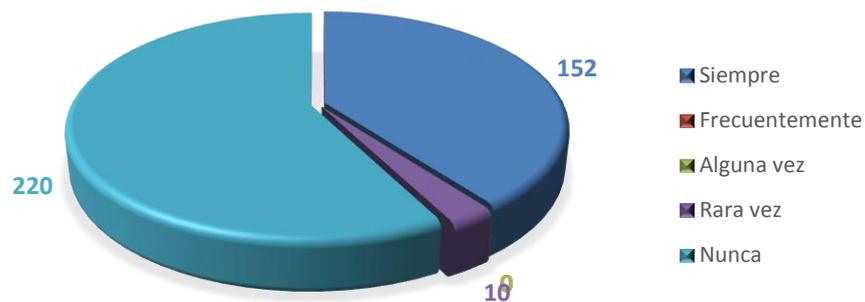
Pregunta N.-6: ¿Conoce que es el mangostino?

Tabla 9. Frecuencia

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	152	40%
Frecuentemente	0	0%
Alguna vez	0	0%
Rara vez	10	3%
Nunca	220	57%
Total	382	100%

Elaborado por: Los Autores

Figura 13. Frecuencia



Elaborador por: Los Autores

**Análisis:**

La tabla y figura correspondiente muestran los resultados obtenidos de la encuesta obtenida en el muestreo, el cual expresa que: el 57% de los habitantes no conocen o no han consumido el fruto mangostino, mientras que el 40% expresan que lo reconocen o ha escuchado acerca del fruto, mientras que 3% afirma que rara vez ha probado el mangostino. Se evidencia que más de la mitad de los habitantes desconoce sobre el producto, por ende, no lo incorporan en su dieta alimenticia diaria. Cabe resaltar que es importante diseñar acciones publicitarias, para resaltar las propiedades y beneficios del mangostino, y por ende acrecentar su demanda en el mercado.

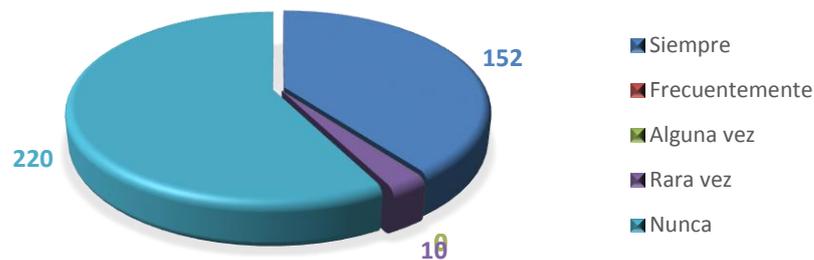
Pregunta N.-7: ¿Sabía usted que el Mangostino es una fruta comestible igual que la guayaba, pero con mejores propiedades nutritivas?

Tabla 10. Conocimiento

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	152	40%
Frecuentemente	0	0%
Alguna vez	0	0%
Rara vez	10	3%
Nunca	220	57%
Total	382	100%

Elaborado por: Los Autores

Figura 14. Conocimiento



Elaborador por: Los Autores

### Análisis:

El gráfico muestra que el 57% de la población desconoce que el mangostino ofrece mayores propiedades que la guayaba que tiene similares características de consumo. Mientras que el 40% de los habitantes tienen conocimiento de estos beneficios aportan saludablemente. Se ha resaltado a lo largo del material investigativo lo nutritivo del fruto, el mismo que previene un sinnúmero de enfermedades como: cáncer, diabetes, ansiedad, depresión, por ende es imprescindible comunicar las cualidades del mangostino para que los habitantes deseen consumirlo.

Pregunta N.- 8: Si el jugo de mangostino le ofrece estos beneficios, ¿cuál de ellos considera usted que es el más importante para cuidar su salud?

Tabla 11. Beneficios

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Prevención de patologías	166	44%
Baja el colesterol y azúcar	161	42%
Rico en vitaminas, minerales, aumenta las defensas	17	4%
Antiinflamatorio y desintoxicador	27	7%
Antidepresivo	11	3%
Total	382	100%

Elaborado por: Los Autores

Figura 15. Beneficios



Elaborador por: Los Autores

### Análisis

La tabla muestra los siguientes resultados: los habitantes indican que están interesados en los variados beneficios que proporciona el fruto, pero resaltan ventajas direccionadas a la satisfacción de necesidades como: el 44% ayuda a prevenir patologías, el 42% disminuye el colesterol y la azúcar en la sangre, el 7% actúa como antiinflamatorio y desintoxicador, el 4% es rico en vitaminas, minerales y aumenta las defensas, finalmente el 3% es antidepresivo. En general los habitantes consideran que este fruto reúne características medicinales que permitan mejorar el proceso de salud.

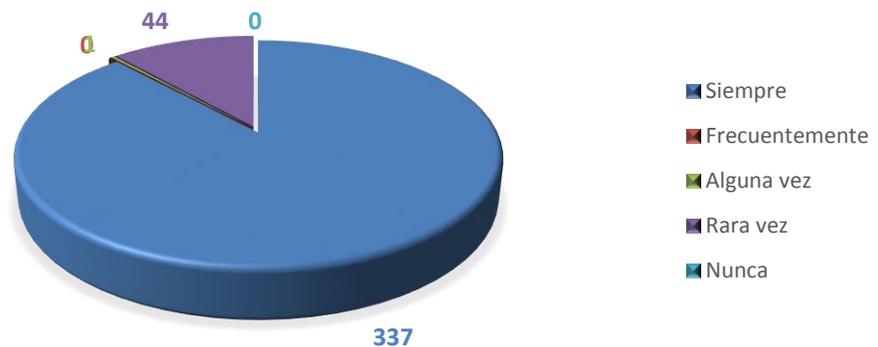
Pregunta N.- 9: ¿Posterior a conocer los beneficios que produce el jugo de mangostino, estaría dispuesto a comprarlo?

Tabla 12. Dispuesto a comprarlo

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	337	88%
Frecuentemente	0	0%
Alguna vez	1	0%
Rara vez	44	12%
Nunca	0	0%
Total	382	100%

Elaborado por: Los Autores

Figura 16. Dispuesto a comprarlo



Elaborador por: Los Autores

### Análisis:

La tabla muestra los resultados de la consulta sobre la aceptación de compra del producto, el cual refleja un alto porcentaje del 88%, quienes están dispuestos a adquirir el jugo de mangostino en los diferentes canales de ventas, mientras que el 12% no desean comprarlo por el momento. Se evidencia que la mayoría de la población está de acuerdo en incorporar a la dieta diaria y de su familia, este producto que trae consigo beneficios que brinda para potenciar la salud, y aportar al desarrollo de las actividades cotidianas.

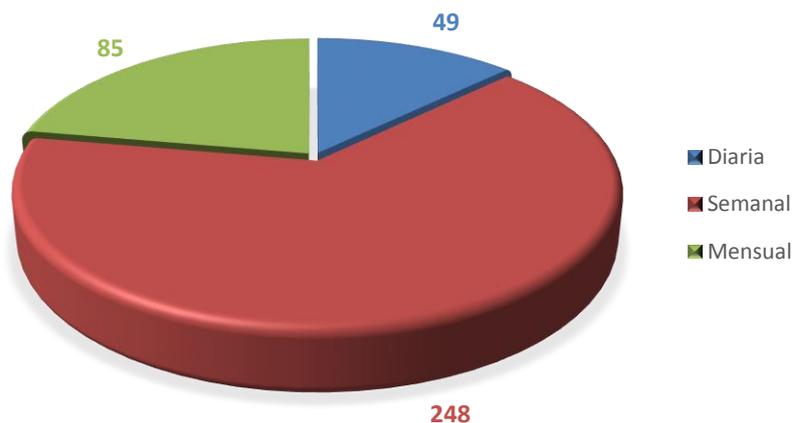
Pregunta N.-10: ¿Conociendo los beneficios que ofrece la fruta, con qué frecuencia consumiría Jugo de Mangostino?

Tabla 13.Frecuencia de consumo

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Diaria	49	13%
Semanal	248	65%
Mensual	85	22%
Total	382	100%

Elaborado por: Los Autores

Figura 17. Frecuencia de consumo



Elaborador por: Los Autores

**Análisis:**

Las personas que toman mangostino, existen un 65% que tomo cada semana, 22% mensualmente y el restante lo tomaría cada día. Estos datos permiten elaborar la proyección de ventas, y la producción del producto, para que no existan pérdidas, y los potenciales clientes puedan disfrutar de un producto con un sabor delicioso, fresco, y que cumpla con los estándares estrictamente sanitarios y de calidad.

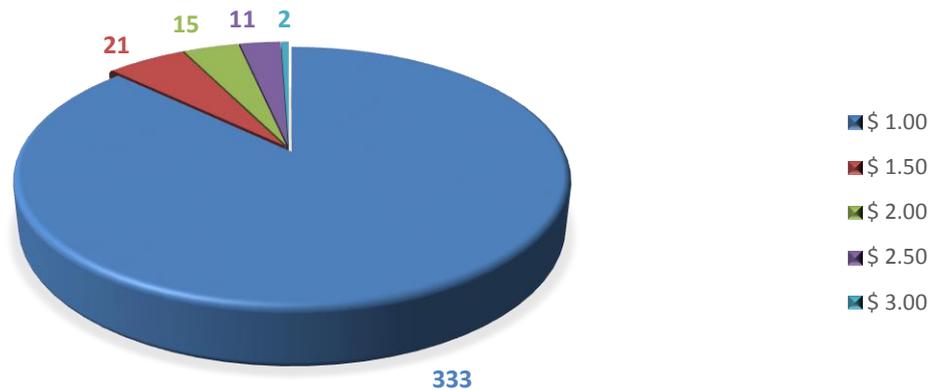
Pregunta N.-11: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una botella de jugo de mangostino, conociendo las propiedades y beneficios para la salud?

Tabla 14. Disposición

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
\$ 1.25	333	87%
\$ 1.50	21	5%
\$ 2.00	15	4%
\$ 2.50	11	3%
\$ 3.00	2	1%
Total	382	100%

Elaborado por: Los Autores

Figura 18. Disposición



Elaborado por: Los Autores

### Análisis

De acuerdo con la investigación de campo realizada, la población en un 87% refiere que se encuentran dispuestos a pagar \$1.00 por el producto de mangostino de 250 ml. Mientras que el 5% desearían pagar \$1.50, el 4% pagarían \$2, el 3% estarían dispuestos a pagar \$2.50 mientras que el 1% pagarían \$3. Este dato proporciona información para establecer el precio del producto potencial, para que sea acogido por los clientes, citando las cualidades en valor, y beneficios a la salud.

### 2.5.2 Análisis de la demanda

El proceso de producción de botella de jugo de mangostino se tomó en consideración el sector de la florida Norte, los compradores que podrías consumir el producto están entre los rangos de edades de 18 hasta los 79 años.

Tabla 15 Análisis de la demanda

<b>Frecuencia de consumo</b>	<b>N. Personas</b>	<b>Consumo mensual</b>	<b>Consumo anual</b>
<b>Diario</b>	49	1470	17640
<b>Semanal</b>	248	992	11904
<b>Mensual</b>	85	85	1020
<b>TOTAL</b>			<b>30564</b>

Elaborado por: Los Autores

### 2.5.3 Cuantificación de la demanda

La demanda potencial se realizó entre el rango de 18 a 79 años de edad determinado el **59% de nivel de aceptación** del producto reflejado en la Cuadro N.8 y el 87% a la aceptación en el precio de presentación de 350ml en la Cuadro N.17 de este parámetro se obtiene el consumo anual estimando como mínimo una demanda potencial de 12 unidades de botellas de jugo de mangostino al año y de una por semana.

Tabla 16 Cuantificación de la demanda

<b>Año</b>	<b>Población entre 18 a 79 años</b>	<b>Nivel de aceptación 59%</b>	<b>Aceptación en precio 87%</b>	<b>Frecuencia de consumo semanal por año</b>	<b>Total consumo</b>	<b>Frecuencia de consumo mensual por año</b>	<b>Consumo anual</b>
<b>2013</b>	450.930	396.818	345.787	52	17.980.936	12	4.149.447
<b>2014</b>	456.146	401.409	349.787	52	18.188.945	12	4.197.449
<b>2015</b>	461.263	405.912	353.711	52	18.392.991	12	4.244.536
<b>2016</b>	466.273	410.320	357.553	52	18.592.746	12	4.290.634
<b>2017</b>	471.179	414.638	361.315	52	18.788.394	12	4.335.783

Elaborado por: Los Autores

### 2.5.4 Demanda proyectada

Se la puede obtener mediante la información del Cuadro 15, y así se puede prever como sería durante los siguientes 5 años.

Esta es la fórmula con la que se calcula:

$$TC = \left( \sqrt[n-1]{\frac{ud}{pd}} - 1 \right) * 100$$

**Dónde:**

TC= Tasa de crecimiento

n= número de datos

UD= Último Dato

PD= Primer Dato

$$TC = \left( \sqrt[5-1]{\frac{4.335.783}{4.149.447}} - 1 \right) * 100$$

$$TC = 0.01104$$

$$TC = 1\%$$

Tabla 17 Demanda Proyectada

<b>AÑO</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
<b>INCREMENTO</b>	1%	1%	1%	1%	1%
<b>DEMANDA</b>	4.379.	4.422.	4.467.162	4.511.	4.556.952
<b>ANUAL</b>	141	933		834	
<b>DEMANDA</b>	84.21	85.056	85.907	86.76	87.634
<b>SEMANAL</b>	4			6	
<b>DEMANDA</b>	11.99	12.118	12.239	12.36	12.485
<b>DIARIAS</b>	8			1	

Elaborado por: Los Autores

### 2.5.5 Oferta

Debido a que no se encuentra registrada una empresa a nivel provincial y nacional enfocada a producir y distribuir jugo artesanal de mangostino la oferta será 0% para los dos primeros años que sucedan los procesos, aún hay futuros compradores que podrían estar comprando el producto. Sin dejar de tomar en cuenta que también existe empresas relacionadas a actividades comerciales de otro tipo de jugos naturales en general como Sunny y Del Valle considerándose competencias directas y otras empresas productoras en menor cantidad y diferentes productos como Nestlé Petit y Refresh según investigación de campo reflejada en el Cuadro # 9. Y en la ficha técnica que se realizó en un comercial potencial:

Tabla 18 Oferta

Lugar: Mi comisariato	
Elaborado por: Los Autores	
Observación:	Comentarios
En este lugar se observó varios productos similares los cuales son:	Se realizó una comparación de campo en el cual se determinaron producto entre 200 ml y 500ml, productos en venta con un grado de comparación al producto ofertante
1. Marca: Pulp Néctar Manzana 1 litro valor \$1.13	
2. Marca: Fuze Tea 250 ml valor \$0.26	
3. Marca: Petit Squiz citrus punch 355 ml valor \$0.32	
4. Marca: Frutaris Manzana 355 ml valor \$0.19	
5. Marca: Sunny Néctar de Durazno 300ml valor \$0.75	
6. Marca Refresh Manzana / Uva 255ml valor \$0.80	
7. Marca Nestlé Huesitos 145 ml valor \$0.46	
8. Marca: Real Producto: Jugo de Manzana 450 ml valor \$1.62	
9. Marca: Baggio Producto Jugo de Durazno 450 ml Valor \$1.75	
10. Marca: Del Valle Producto: Jugo De Durazno 450 ml Valor \$1,00	

Elaborado por: Los Autores

Tabla 19 Demanda Proyectada

AÑO	Demanda de Jugo de Mangostino	Oferta de Jugo de Mangostino	Demanda Insatisfecha
2018	4.379.141	-	4.379.141
2019	4.422.933	-	4.422.933
2020	4.467.162	1.116.791	3.350.372
2021	4.511.834	1.579.142	2.932.692
2022	4.556.952	2.050.628	2.506.324

Elaborado por: Los Autores

Si existen insuficiencias en los 2 primeros años es porque no hay debida administración del producto por lo tanto, se debe de organizar que no sea progresivo la insatisfacción del cliente.

Tabla 20 Proyección de Oferta del proyecto

AÑO	Demanda Insatisfecha	Captación	Oferta del Proyecto
2018	4.379.141	25%	1.094.785
2019	4.422.933	35%	1.548.027
2020	3.350.372	45%	1.507.667
2021	2.932.692	55%	1.612.981
2022	2.506.324	65%	1.629.110

Elaborado por: Los Autores

### 2.5.6 Producto

La meta que persigue el proyecto con carácter primario es lograr una importante producción y comercialización del mangostino en estado natural en un 100%, y de manera complementaria, el contribuir a mejorar la salud de los ecuatorianos, por todas las características nutritivas y medicinales que este documento ha señalado en líneas anteriores. Conseguidas estas metas, el siguiente paso es lograr un importante lugar en el mercado de frutas para compartir con otros negocios similares.

El nombre comercial que se ha adaptado para la venta del jugo del mangostino es: “Mangosti Juice”, el mismo que fue registrado correctamente siguiendo los pasos que la normativa del registro de propiedad exige el Estado Ecuatoriano para los productos nuevos que traten de figurar en el mercado de jugos de fruta del país.

Se ha elegido a la ciudad de Guayaquil, como el centro principal de la comercialización del mangostino; que inicialmente será a nivel nacional, y con carácter artesanal y a medida que el negocio vaya creciendo para una expansión mayor, se pensará en desarrollarlo hacia el comercio exterior para que pueda llegar a los mercados internacionales donde el nivel de competitividad, y rentabilidad es mucho mayor y con esto, dará el impulso para un futuro mediático “Mangosti Juice” se consolide como una gran empresa nacional e internacional.

El jugo en cuanto a su preparación será todo natural, es decir, su procesamiento será artesanal, de esta manera su consumo será apto para todas las personas, sean niños, jóvenes, adultos o tercera edad, es decir, no habrá ninguna restricción en cuanto a ningún sector social de la población.

El departamento de Marketing, deberá trabajar en el diseño de difusión de la fruta, para que el mensaje llegue al público de una manera amplia, concisa y creativa sobre las características del mangostino, que son más sobresalientes que otra fruta apetecida del medio, con esto se pretende a que las personas que no saben de la existencia del producto lo pueda conocer, saborear y experimentar personalmente el poder que tiene en cuanto al mejoramiento nutricional, la prevención de enfermedades y lo sabroso que es el probarla.

Otros de los objetivos del departamento de marketing, es lograr que “Mangosti Juice”, sea afín en el medio, así promoviendo su imagen en el contexto y la identificación de la marca de quien es la microempresa que la produce de manera artesanal. Y por último, mediante el marketing, los dueños del producto “Mangosti Juice”, desean que esta fruta tenga un lugar en la dieta de ecuatoriana, como producto de consumo masivo.

El producto que desarrollará la microempresa Ecojuice”, corresponde a un jugo trabajado de manera artesanal y cuya base de elaboración es el mangostino, que es obtenido por la compra de fruta a la empresa Ecuaforestar, que está domiciliada en la provincia de Santo Domingo en el km 111 de la vía Esmeraldas-Recinto El Limón, que por contrato se responsabiliza de entregar el producto en el Km 8/2 vía perimetral. Los estudios de mercado y los propios consumidores dan cuenta que el jugo es de excelente calidad, con un precio por unidad y por cantidades con costos económicos es decir asequibles a toda la población de Guayaquil.

### **2.5.7 Visión**

En el 2016 tener una amplia gama de clientes que consuman el producto, así mismo poder venderlo y ser aceptado por ellos.

### **2.5.8 Misión**

Crear un producto 100% natural, el cual el consumidor pueda mejorar su salud y que sea del agrado de este del sector de Florida Norte.

### **2.5.9 Análisis FODA**

Figura 19. FODA



Elaborado por: Los Autores

### **2.5.10 Fortaleza**

F 1. Empresa que provee producto natural especializado preservar la buena salud.

F 2. Equipo de personas competente con los instrumentos y capacitación especializada en la creación del producto.

F 3. Utilización de frutas 100% naturales, el producto no contiene materia prima procesada.

### **2.5.11 Oportunidad**

O1. Establecerse dentro del país como producto pionero e innovador e incluso ampliar la comercialización en el exterior.

O2. Constante capacitación de la mano de obra.

O3. Espacio físico acorde y planta procesadora de bebidas naturales

O4. Publicistas que crean atractivos diseños y logos del producto.

### **2.5.12 Debilidades**

D1. Consumidores con escaso conocimiento acerca del producto.

D2. Escaso uso los avances tecnológicos en la etapa de cultivo de esta planta.

### **2.5.13 Amenazas**

A 1. Competencia por parte de empresas que ofrecen productos similares en el mercado.

A 2. Incertidumbre al adquirir un producto que no es muy conocido por las personas.

## **2.6 Estudio Técnico**

Según López (2015) En el estudio técnico intervienen elementos que se relacionan con la ingeniería básica del producto que se desea realizar, para ello se tiene que realizar una descripción muy detallada del producto con el objetivo de mostrar todos los requerimientos para hacerlo funcional, es muy importante analizar el tamaño óptimo de la planta a

realizarse el producto y el número de consumidores que se tendrá para no tomar riesgos innecesario en la implantación de una estructura que no esté creada para soportar el requerimiento masivo del jugo de mangostino, referente a la demanda.

### **2.6.1 Tamaño del proyecto**

Se prevé desarrollar el proyecto en cuanto a su estructura física, según el terreno que se vaya a disponer; y en este caso el área comprendida será en un espacio de 450 metros 2. en donde se ubicará la empresa

### **2.6.2 Localización**

El lugar el cual se establezca sirve para una mejor administración del producto, el cual se tendrá que revisar el presupuesto inicial, y así organizar los transportes, la disponibilidad y el precio de insumos que puedan ser necesitados. Luego se especifica la macro localización y la micro localización con el propósito de encontrar un lugar propicio para institucionalizar a cabo la construcción e instalación del proyecto.

### **2.6.3 Macrolocalización**

El cantón Guayaquil, donde se realizará el presente proyecto de investigación, corresponde a la capital de la provincia del guayas, que conforma una de las 5 provincias del Litoral Ecuatoriano. Según el último censo nacional del 2010, cuenta con una población de 2'350.915 habitantes, siendo por este el cantón más poblado del Ecuador.

### **2.6.4 Micro localización**

La micro localización es la selección específica del terreno conveniente para la ubicación definitiva del proyecto, en este caso por la elaboración del producto y según lo indica el

ministerio de Industrias y productividad se ubicó el proyecto en una zona industrial. Se puede tener problemas de algunos factores y la elaboración por medio del método de diversos factores, ya sea el transporte o los servicios básicos y también la zona industrial, costo de terrenos y las vías de acceso disponibles

Tabla 21 Ponderación para análisis

PONDERACIÓN	PUNTAJE
Excelente	5
Buena	3
Regular	2

Elaborado por: Los Autores

Tabla 22 Método de Factores Ponderados

FACTOR DE LOCALIZACIÓN	PESO RELATIVO	URB. SOCIO VIVIENDA	EL FORTÍN	LOMAS LAS PROSPERINAS	FLORIDA NORTE
Zona industrial	30	2	2	4	5
Transporte	20	4	4	3	5
Servicios básicos	15	3	3	3	4
Vías de acceso	17	4	3	3	4
Costo de Terreno	18	4	4	4	5
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>				

Elaborado por: Los Autores

Tabla 23 Método de factores ponderados 2

FACTOR DE LOCALIZACIÓN	PESO RELATIVO	URB. SOCIO VIVIENDA	EL FORTÍN	LOMAS LAS PROSPERINAS	FLORIDA NORTE
Zona industrial	30	60	60	120	150
Transporte	20	80	80	60	100
Servicios básicos	15	45	45	45	60
Vías de acceso	17	68	51	51	68
Costo de Terreno	18	72	72	72	90
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>325</b>	<b>308</b>	<b>348</b>	<b>468</b>

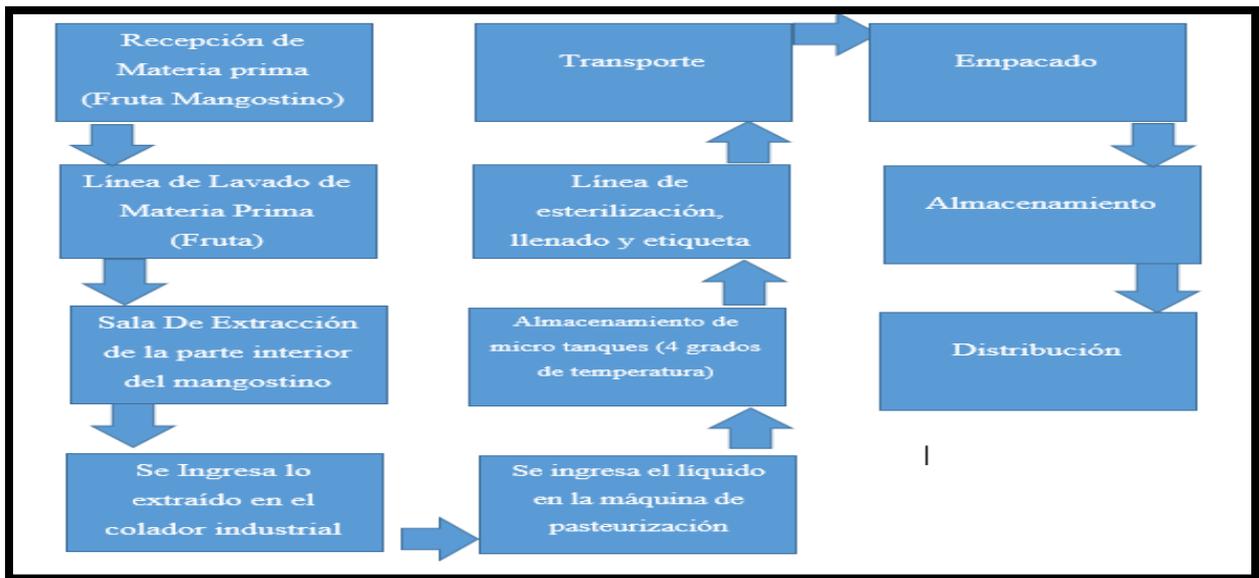
Elaborado por: Los Autores

En relacion a la tabla #19 y #20 se puede identificar que la empresa debe de estar situada la empresa de produccion de jugo de mangostino sea en el sector La Florida Norte por obtener la calificacion ponderada mas alta de 468 frente al 348 de Lomas de las Prosperinas, 325 de Urb. Socio Vivienda, 308 del Fortin.

### 2.6.5 Proceso de producción

Al hablar del proceso de producción es necesario tener en cuenta a cada una de las etapas que se deben cumplir hasta obtener el producto final, como es el jugo de mangostino. En el diagrama que se presenta a continuación se puede apreciar cuáles son las diferentes actividades que se deben ejecutar con el objeto de que el producto final cumpla estrictamente con todas las características que son publicitadas en el mercado así tenemos:

Figura 20. Diagrama de operación del proceso productivo Jugo de Mangostino



Elaborado por: Los Autores

### 2.6.7 Descripción del proceso

#### 2.6.8 Recepción de materia prima

En esta parte se procederá a seleccionar la materia prima, cabe indicar que la fruta al presentar defectos será separada del resto, evitando de esta forma inconvenientes con la producción del producto. La verificación de la fruta será evaluada por un empleado, quien determinará si es aplicable o no para el proceso de producción.

#### 2.6.9 Lavado de materia prima

El mangostino es completamente lavado por razones sanitarias para evitar todo tipo de suciedad o partículas provenientes de la tierra.

#### 2.6.10 Sala de extracción

Las máquinas de extracción se encargarán de abrir la fruta y extraer la parte blanda del mangostino para el proceso respectivo.

### **2.6.11 Colador industrial**

En esta parte se ingresará lo extraído por las maquinas en un colador industrial que se encargará de comprimir la parte blanda de la fruta hasta obtener el líquido del mangostino.

### **2.6.12 Pasteurizador**

En la sala de Pasteurización ingresa el líquido a través de unas tuberías después de ser colado en las maquinas industriales, aquí se incrementa la temperatura a más de 80° grados el cual no afecta al líquido, al contrario se elimina todo tipo de impurezas, bacterias que podría aun mantener, de esta forma se conserva en su estado natural sin alterar los altos estándares naturales del producto. En el mismo equipo, posteriormente se enfría el jugo con agua glicolada el cual es un anticongelante que no permite que el jugo se congele a temperaturas inferior de 0° grados centígrados ya que para que la pasteurización tenga efecto sobre el producto se deberá enfriar a -4° grados centígrados y tendría una vida útil de nueve meses.

### **2.6.13 Almacenamiento de micro tanques**

A través de las tuberías lo trasladaremos al almacenamiento de los micros tanques, por lo tanto, reposará el jugo pasteurizado a 4° grados de temperatura para su posterior envasado.

## **2.7.1 Línea de Esterilización, llenado y etiquetado**

En este proceso, se esterilizarán las botellas para que no presenten ningún problema de contaminación a través de la maquina envasadora, luego se procederá a llenar las botellas y posterior etiquetado del envase.

## **2.7.2 Empacado**

Se procede a empacar el producto en cajas debidamente esterilizadas.

### 2.7.3 Almacenamiento y distribución

El lugar en el que las botellas del jugo que contengan el mangostino sean preservadas estará en lugares estratégicos. La distribución de las botellas de jugo de mangostino se dará en el canal de distribución que se ha establecido dentro del mercado de estudio.

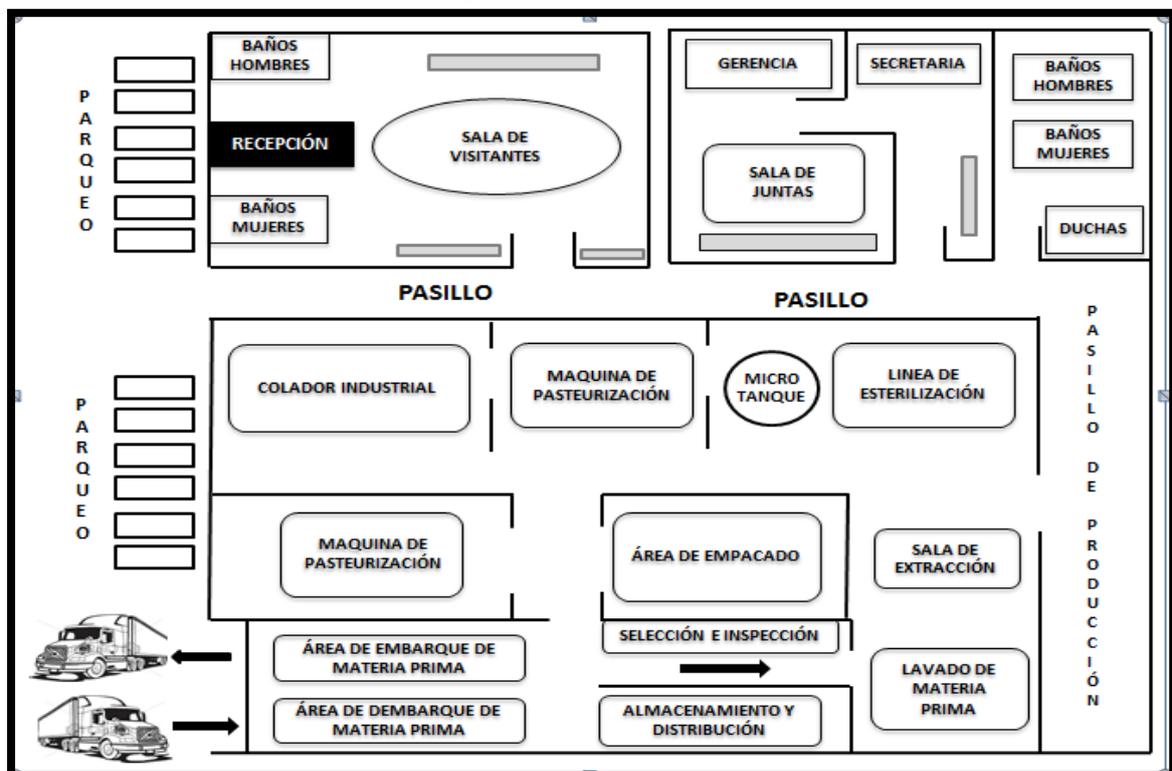
### 2.7.4 Ingeniería estructural

“El local el cual servirá de administración del producto tendrá estas características:

Parqueadero: 50m<sup>2</sup>

- Pasillos: 50m<sup>2</sup>
- Área administrativa: 80m<sup>2</sup>
- Área de producción: 200m<sup>2</sup>
- Área de desembarque, producto terminado y embarque.

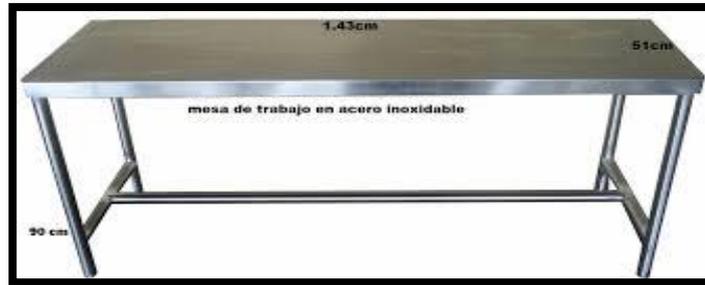
Figura 21. Estructura física



Elaborado por: Los Autores

## 2.7.5 Equipos para la producción

Figura 22. Mesa de acero inoxidable



Nota: Resultados de la investigación

1.43CM \*51CM Mesa de acero inoxidable Costo: 1.200.

Especificaciones técnicas: Cuadro 26 Especificaciones de mesa

Material: Acero Inoxidable Tamaño:

Operación: Cubierta:

Regatones: Perfil: 2\*1.4 mtr

Manual Para nivelar y subir hasta 90 CMS

Perfil C-18

## 2.7.6 Máquina de procesamiento de limpieza de frutas

Figura 23. Máquina de procesamiento de limpieza de frutas



Nota: Resultados de la investigación

Costo: \$1,250

Tamaño: 600 x 392

Peso 275 Kg

### 2.7.8 Línea de extracción

Figura 24. Línea de extracción



Nota: Resultados de la investigación

Costo: \$1,000

Tamaño: 211\*216

### 2.7.9 Colador Industrial

Figura 25. Colador industrial



Nota: Resultados de la investigación

Costo \$750

Tamaño: 500\*411

### 2.7.10 Máquina de pasteurización

Figura 26. Máquina de pasteurización



Nota: Resultados de la investigación

Costo: \$1,350

Tamaño: 259\*257

### 2.7.11 Esterilizadora y envasadora de botellas

Figura 27. Esterilizadora y envasadora de botellas



Nota: Resultados de la investigación

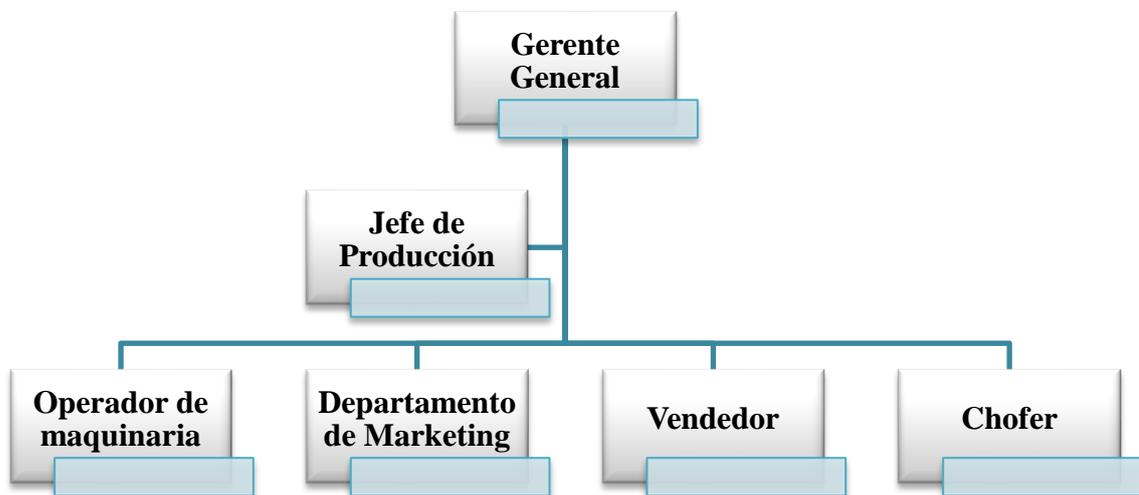
Envasadora Costo: \$4,500

### 2.7.12 Localización

Está ubicado en Guayaquil, ciudadela La Florida ubicada en el Km 8 ½ vía Perimetral Sector denominado La Florida Norte

### 2.7.13 Organización funcional

Figura 28. Organización funcional



Elaborado por: Los autores

- Gerente General: Persona responsable de administrar y gerenciar la empresa.
- Jefe de Producción: encargado del chequeo de las maquinarias y manejo correcto de la operatividad del personal bajo su cargo.
- Operador de maquinaria: Esta encargado totalmente del control y funciones de la maquina así como de la fabricación del jugo de Mangostino.
- Departamento de marketing: Se encargan de la imagen publicitaria y propagandas del producto.
- Vendedor: gestiona la venta de producto al cliente final o consumidor.

- Chofer: Responsable del traslado del producto y vendedores a los diferentes puntos de comercialización.

## 2.8 Estudio financiero

Para conocer el capital con el que se necesite para dicho proyecto, se debe de realizar una exhaustiva investigación, ya sea del nicho del mercado como de la competencia, las legalidades que conlleve lanzar el producto y sus derivados.

### 2.8.1 Inversión Inicial

Teniendo los datos necesarios se llega a la conclusión que se necesitan \$48,600, solo como inversión inicial.

Tabla 24 Inversión inicial

<b>Inversion Inicial</b>	
Activos Fijos	\$ 48.600,00
Capital de trabajo	\$ 19.917,43
Constitución	\$ 3.500,00
<b>Total</b>	<b>\$ 72.017,43</b>

Elaborado por: Los autores

### 2.8.2 Activos fijos

Esto se basa principalmente en maquinaria industrial para la elaboración del producto, seguido bienes muebles del establecimiento y equipos de computación, cuyo monto asciende a \$48.600.

Por concepto de activos fijos se consideran:

Tabla 25 Activos fijos

Activos fijos	Costo
Mesa de acero	\$ 4.000
Máquina de procesamiento de limpieza	\$ 6.100
Línea de extracción	\$ 9.700
Colador industrial	\$ 4.500
Máquina de pasteurización	\$ 8.700
Máquina esterilizadora y envasadora de botellas	\$ 8.100
Muebles de oficina	\$ 4.000
Computadoras	\$ 3.500
<b>Total</b>	<b>\$ 48.600</b>

Elaborado por: Los autores

### 2.8.3 Depreciación de Activo Fijo

Se pueden realizar las depreciaciones mediante métodos lineales, atendiendo al ítem en su vida útil.

Tabla 26 Depreciación de activo fijo

Activos fijos	Costo	Vida útil	Depreciación	Valor residual
Mesa de acero	\$ 4.000	10	\$ 400	\$ 2.000
Máquina de procesamiento de limpieza	\$ 6.100	10	\$ 610	\$ 3.050
Línea de extracción	\$ 9.700	10	\$ 970	\$ 4.850
Colador industrial	\$ 4.500	10	\$ 450	\$ 2.250
Máquina de pasteurización	\$ 8.700	10	\$ 870	\$ 4.350
Máquina esterilizadora y envasadora de botellas	\$ 8.100	10	\$ 810	\$ 4.050
Muebles de oficina	\$ 4.000	10	\$ 400	\$ 2.000
Computadoras	\$ 3.500	3	\$ 1.167	\$ -
<b>Total</b>	<b>\$ 48.600</b>		<b>\$ 5.677</b>	<b>\$ 22.550</b>

Elaborado por: Los autores

Haciendo referencia a lo establecido por la LORTI, para maquinarias y bienes inmuebles se puede establecer una vida útil de 10 años y 3 años para equipos de computación, siguiendo un método de depreciación lineal, se tendrá un gasto constante de \$5.677 hasta el tercer año.

Una vez que se deja de percibir la depreciación por las computadoras, el gasto sería de \$4.510. Dado que la constitución de la compañía es un gasto pre-inversional, se puede amortizar según el horizonte de evaluación, brindando un escudo fiscal igual a la depreciación. Acorde a la tabla se comienza con un ahorro fiscal de \$2.148,94 y al final el monto asciende a \$1.755,77, debido a que no se percibe el desgaste del equipo de computación.

Tabla 27 Depreciación de activo fijo 1

	0	1	2	3	4	5
Depreciación	\$ 5.676,67	\$ 5.676,67	\$ 5.676,67	\$ 5.676,67	\$ 4.510,00	\$ 4.510,00
Amortización	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00
<b>Total</b>	<b>\$ 6.376,67</b>	<b>\$ 6.376,67</b>	<b>\$ 6.376,67</b>	<b>\$ 6.376,67</b>	<b>\$ 5.210,00</b>	<b>\$ 5.210,00</b>
Escudo fiscal	\$ 2.148,94	\$ 2.148,94	\$ 2.148,94	\$ 2.148,94	\$ 1.755,77	\$ 1.755,77

Elaborado por: Los autores

#### 2.8.4 Gastos de sueldos y salarios

Para identificar cuáles sean los sueldos de los empleados se utilizó la técnica del sueldo de los trabajadores conforme a la siguiente tabla

Tabla 28 Gatos de sueldos y salarios

Cargo	Numero de Empleados	Sueldo	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Remuneración Anual	Aporte Personal	Aporte Patronal	Total gastos por sueldos
Gerente General	1	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 375,00	\$ 9.475,00	\$ 793,80	\$ 936,60	\$ 10.411,60
Jefe de Produccion	1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 375,00	\$ 6.875,00	\$ 567,00	\$ 669,00	\$ 7.544,00
Operador de maquinaria	1	\$ 382,63	\$ 382,63	\$ 375,00	\$ 5.349,19	\$ 433,90	\$ 511,96	\$ 5.861,15
Vendedor	2	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 375,00	\$ 13.750,00	\$ 1.134,00	\$ 1.338,00	\$ 15.088,00
Asistente de Ventas	1	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 375,00	\$ 6.225,00	\$ 510,30	\$ 602,10	\$ 6.827,10
Chofer	1	\$ 379,28	\$ 379,28	\$ 375,00	\$ 5.305,64	\$ 430,10	\$ 507,48	\$ 5.813,12
<b>Total</b>					<b>\$ 46.979,83</b>	<b>\$ 3.869,11</b>	<b>\$ 4.565,14</b>	<b>\$ 51.544,97</b>

Elaborado por: Los autores

Se puede observar que cada cargo solo tiene un trabajador, a excepción del vendedor, del cual se requieren dos. Los dos primeros años se mantendrá el mismo nivel de sueldos,

adicional se considera el pago del décimo tercer sueldo y décimo cuarto sueldo. El aporte patronal es del 11,15%, mientras que el aporte personal es del 9,45%, el cual es asumido por la misma empresa. Consolidando los gastos por remuneración e IEES se tiene un desembolso de \$51.544,97. Una vez que se ha estabilizado el negocio, se incrementará el | de la siguiente manera:

Tabla 29 Gatos de sueldos y salarios 1

Cargo	Numero de Empleados	Sueldo	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Remuneración Anual	Aporte Personal	Aporte Patronal	Total gastos por sueldos
Gerente General	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 375,00	\$ 13.375,00	\$ 1.134,00	\$ 1.338,00	\$ 14.713,00
Jefe de Produccion	1	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 375,00	\$ 11.425,00	\$ 963,90	\$ 1.137,30	\$ 12.562,30
Operador de maquinaria	1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 375,00	\$ 6.875,00	\$ 567,00	\$ 669,00	\$ 7.544,00
Vendedor	2	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 375,00	\$ 18.950,00	\$ 1.587,60	\$ 1.873,20	\$ 20.823,20
Asistente de Ventas	1	\$ 550,00	\$ 550,00	\$ 375,00	\$ 7.525,00	\$ 623,70	\$ 735,90	\$ 8.260,90
Chofer	1	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 375,00	\$ 6.225,00	\$ 510,30	\$ 602,10	\$ 6.827,10
<b>Total</b>					<b>\$ 64.375,00</b>	<b>\$ 5.386,50</b>	<b>\$ 6.355,50</b>	<b>\$ 70.730,50</b>

Elaborado por: Los autores

Del año 3 al 5, se gastará \$70.730,50 en referencia a remuneraciones e IEES. Como consolidado del total de costos y gastos, la concentración es la siguiente:

Tabla 30 Concentración de costos

Concentración de Costos	
Costos Variable	46%
Costos Fijos	54%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Los autores

Los costos fijos representan la mayor parte con un 54%, mientras que los costos variables tienen un 46. Cabe resaltar que este tipo de estructura cuenta con el riesgo de depender del margen de contribución puesto que tienen desembolsos que deberán realizarse independiente de la generación de ingresos.

## 2.8.5 Detalle de gastos

Los gastos que se utilizaron son estos:

Tabla 31 Detalle de gastos

Costos fijos	Total	Concentración
Sueldos	\$ 46.979,83	53,94%
IEES	\$ 8.434,24	9,68%
Arriendo	\$ 14.400,00	16,53%
Servicios Básicos	\$ 2.200,00	2,53%
Mantenimiento	\$ 1.500,00	1,72%
Publicidad	\$ 6.700,00	7,69%
Suministros	\$ 500,00	0,57%
Depreciación	\$ 5.676,67	6,52%
Amortización pre-inversion	\$ 700,00	0,80%
<b>Total</b>	<b>\$ 87.090,74</b>	<b>100,00%</b>

Elaborado por: Los autores

El 54,89% de los costos fijos están relacionados a los gastos en remuneración del personal, otro rubro significativo es el arriendo, el cual representa el 16,82%. La publicidad también es una variable considerable, puesto que se debe invertir lo suficiente para logra el posicionamiento del producto en el consumidor. Para los siguientes años se espera un aumento de gastos en relación a los sueldos. Para todo el proyecto se tendrán los siguientes costos fijos:

Tabla 32 Detalle de gastos 1

Costos fijos	0	1	2	3	4	5
Sueldos	\$ 46.979,83	\$ 46.979,83	\$ 64.375,00	\$ 64.375,00	\$ 64.375,00	\$ 64.375,00
IEES	\$ 8.434,24	\$ 8.434,24	\$ 11.742,00	\$ 11.742,00	\$ 11.742,00	\$ 11.742,00
Arriendo	\$ 14.400,00	\$ 14.400,00	\$ 14.400,00	\$ 14.400,00	\$ 14.400,00	\$ 14.400,00
Servicios Básicos	\$ 2.200,00	\$ 2.200,00	\$ 2.200,00	\$ 2.200,00	\$ 2.200,00	\$ 2.200,00
Mantenimiento	\$ -	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00
Publicidad	\$ 6.700,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00
Suministros	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00
Depreciación	\$ 5.676,67	\$ 5.676,67	\$ 5.676,67	\$ 4.510,00	\$ 4.510,00	\$ 4.510,00
Amortización pre-inversional	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00
<b>Total</b>	<b>\$ 85.590,74</b>	<b>\$ 87.890,74</b>	<b>\$ 108.593,67</b>	<b>\$ 107.427,00</b>	<b>\$ 107.427,00</b>	<b>\$ 107.427,00</b>

Elaborado por: Los autores

### 2.8.6 Materia prima

Se determinó que los costos variables más relevantes son el envase y la pulpa utilizada en cada jugo, la estructura unitaria es:

Tabla 33 Materia prima

Rubros	Costo Unitario	Concentración
Materia Prima	\$ 0,18	32%
Envase	\$ 0,25	44%
Etiquetado	\$ 0,05	9%
Otros	\$ 0,09	16%
<b>CV unitario</b>	<b>\$ 0,57</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Los autores

Del total de costos variables, el envase representa casi el 50%, por lo cual un cambio esta variable podría afectar significativamente al margen de ganancia. El valor unitario de \$0,57 constituyendo el 58% del precio de venta. En base a las cantidades a vender se puede estimar el costo variable total durante el horizonte de evaluación:

Tabla 34 Materia prima 1

	0	1	2	3	4	5
CV unitario	\$ 0,57	\$ 0,57	\$ 0,57	\$ 0,57	\$ 0,57	\$ 0,57
Unidades	129.384	163.347	197.976	216.619	222.151	
<b>CV total</b>	<b>\$ 73.748,72</b>	<b>\$ 93.107,76</b>	<b>\$112.846,60</b>	<b>\$123.472,99</b>	<b>\$126.626,30</b>	

Elaborado por: Los autores

Acorde a la tabla, el monto total es de \$73.748,72 y llega hasta \$126.626,30.

### 2.8.7 Ventas

Acorde al estudio de mercado se determinó la demanda del proyecto del jugo de mangostino en base a una presentación de 355 ml y el precio relacionado a la disposición a

pagar el consumidor. Con estas 2 variables se determinó los ingresos a 5 años, según la siguiente tabla:

Tabla 35 Ventas

	0	1	2	3	4	5
Precio	\$ 1,25	\$ 1,25	\$ 1,25	\$ 1,25	\$ 1,25	\$ 1,25
Unidades	129.384	163.347	197.976	216.619	222.151	
Ventas	\$ 161.730	\$ 204.184	\$ 247.471	\$ 270.774	\$ 277.689	

Elaborado por: Los autores

Se puede observar que el precio se mantendrá constante durante todo el proyecto, y la cantidad de botellas a vender incrementa hasta el quinto año llegando a un límite de 221.151. Puesto que se cuenta con activos fijos que se deben de dar de baja al finalizar su período de utilización, su respectiva venta se considera un ingreso del proyecto. Previo a su adhesión a los flujos de caja, hay que establecer el cálculo de impacto fiscal, según la siguiente tabla se tiene:

Tabla 36 Ventas 1

	Mesa	Máq procesamiento limpieza	Línea de Extracción	Colador Industrial	Máq. Pausterización	Máq. esterelizadora	Muebles de oficina	Computadoras
Valor de reventa	\$ 1.600,00	\$ 2.440,00	\$ 3.880,00	\$ 1.800,00	\$ 3.480,00	\$ 3.240,00	\$ 1.600,00	\$ 1.400,00
Valor en libros	\$ (600,00)	\$ (625,00)	\$ (500,00)	\$ (375,00)	\$ (675,00)	\$ (2.250,00)	\$ (2.000,00)	\$ -
<b>UAI</b>	<b>\$ 1.000,00</b>	<b>\$ 1.815,00</b>	<b>\$ 3.380,00</b>	<b>\$ 1.425,00</b>	<b>\$ 2.805,00</b>	<b>\$ 990,00</b>	<b>\$ (400,00)</b>	<b>\$ 1.400,00</b>
Impuestos	\$ (337,00)	\$ (611,66)	\$ (1.139,06)	\$ (480,23)	\$ (945,29)	\$ (333,63)	\$ 134,80	\$ (471,80)
<b>UDI</b>	<b>\$ 663,00</b>	<b>\$ 1.203,35</b>	<b>\$ 2.240,94</b>	<b>\$ 944,78</b>	<b>\$ 1.859,72</b>	<b>\$ 656,37</b>	<b>\$ (265,20)</b>	<b>\$ 928,20</b>
Valor en libros	\$ 600,00	\$ 625,00	\$ 500,00	\$ 375,00	\$ 675,00	\$ 2.250,00	\$ 2.000,00	\$ -
<b>Valor de desecho comercial</b>	<b>\$ 1.263,00</b>	<b>\$ 1.828,35</b>	<b>\$ 2.740,94</b>	<b>\$ 1.319,78</b>	<b>\$ 2.534,72</b>	<b>\$ 2.906,37</b>	<b>\$ 1.734,80</b>	<b>\$ 928,20</b>
<b>Total</b>	<b>\$ 15.256,15</b>							

Elaborado por: Los autores

La mayoría de los activos se venden a un monto muy inferior a su costo al momento de ser adquiridos, el coste en libros al final del periodo de evaluación indica que existe una

pérdida comercial, por consiguiente, existe un ahorro tributario. El valor de venta de activos fijos o valor de desecho comercial asciende a \$8.

Cabe resaltar que, aunque la vida contable permite 10 años estos activos se desgastan con facilidad, por esta razón no se obtiene un valor de reventa elevado.

### 2.8.8 Financiamiento del proyecto

Para la puesta en marcha se consideró hacer un préstamo a la CFN (Corporación Financiera Nacional) la que cubrirá el 80% del costo total en la inversión inicial que son \$72,017.43. El 20% del coste adicional (14,403.49) será respaldada por un certificado de depósito #261869034 que representan la suma de \$30,069.87 Banco del Pacifico la cual está a título de uno de los socios completando el total de la inversión.

### 2.8.9 Amortización

Las condicione acordadas para el préstamo son:

Tabla 37 Amortización

Condiciones	
Tasa anual	9,75%
Tasa trimestral	0,81%
Periodos	60

Elaborado por: Los autores

La tasa de interés pactada será del 9.75% anual, con una capitalización mensual a una tasa del 0,81%, con una duración de 60 meses, que equivale a 5 años. La tabla de amortización se da por el método francés.

Tabla 38 Amortización 1

Período	Cuota	Interés	Capital	Saldo Insoluto
0				\$ 57.613,95
1	\$ 1.217,05	\$ 468,11	\$ 748,94	\$ 56.865,01
2	\$ 1.217,05	\$ 462,03	\$ 755,02	\$ 56.109,99
3	\$ 1.217,05	\$ 455,89	\$ 761,16	\$ 55.348,83
4	\$ 1.217,05	\$ 449,71	\$ 767,34	\$ 54.581,49
5	\$ 1.217,05	\$ 443,47	\$ 773,58	\$ 53.807,91
6	\$ 1.217,05	\$ 437,19	\$ 779,86	\$ 53.028,05
7	\$ 1.217,05	\$ 430,85	\$ 786,20	\$ 52.241,85
8	\$ 1.217,05	\$ 424,47	\$ 792,59	\$ 51.449,26
9	\$ 1.217,05	\$ 418,03	\$ 799,03	\$ 50.650,24
10	\$ 1.217,05	\$ 411,53	\$ 805,52	\$ 49.844,72
11	\$ 1.217,05	\$ 404,99	\$ 812,06	\$ 49.032,66
12	\$ 1.217,05	\$ 398,39	\$ 818,66	\$ 48.214,00
13	\$ 1.217,05	\$ 391,74	\$ 825,31	\$ 47.388,68
14	\$ 1.217,05	\$ 385,03	\$ 832,02	\$ 46.556,67
15	\$ 1.217,05	\$ 378,27	\$ 838,78	\$ 45.717,89
16	\$ 1.217,05	\$ 371,46	\$ 845,59	\$ 44.872,30
17	\$ 1.217,05	\$ 364,59	\$ 852,46	\$ 44.019,83
18	\$ 1.217,05	\$ 357,66	\$ 859,39	\$ 43.160,44
19	\$ 1.217,05	\$ 350,68	\$ 866,37	\$ 42.294,07
20	\$ 1.217,05	\$ 343,64	\$ 873,41	\$ 41.420,66
21	\$ 1.217,05	\$ 336,54	\$ 880,51	\$ 40.540,15
22	\$ 1.217,05	\$ 329,39	\$ 887,66	\$ 39.652,49
23	\$ 1.217,05	\$ 322,18	\$ 894,87	\$ 38.757,61
24	\$ 1.217,05	\$ 314,91	\$ 902,15	\$ 37.855,47
25	\$ 1.217,05	\$ 307,58	\$ 909,48	\$ 36.945,99
26	\$ 1.217,05	\$ 300,19	\$ 916,86	\$ 36.029,13
27	\$ 1.217,05	\$ 292,74	\$ 924,31	\$ 35.104,81
28	\$ 1.217,05	\$ 285,23	\$ 931,82	\$ 34.172,99
29	\$ 1.217,05	\$ 277,66	\$ 939,40	\$ 33.233,59
30	\$ 1.217,05	\$ 270,02	\$ 947,03	\$ 32.286,56
31	\$ 1.217,05	\$ 262,33	\$ 954,72	\$ 31.331,84
32	\$ 1.217,05	\$ 254,57	\$ 962,48	\$ 30.369,36
33	\$ 1.217,05	\$ 246,75	\$ 970,30	\$ 29.399,06
34	\$ 1.217,05	\$ 238,87	\$ 978,18	\$ 28.420,88
35	\$ 1.217,05	\$ 230,92	\$ 986,13	\$ 27.434,75
36	\$ 1.217,05	\$ 222,91	\$ 994,14	\$ 26.440,60
37	\$ 1.217,05	\$ 214,83	\$ 1.002,22	\$ 25.438,38
38	\$ 1.217,05	\$ 206,69	\$ 1.010,36	\$ 24.428,02
39	\$ 1.217,05	\$ 198,48	\$ 1.018,57	\$ 23.409,44
40	\$ 1.217,05	\$ 190,20	\$ 1.026,85	\$ 22.382,60
41	\$ 1.217,05	\$ 181,86	\$ 1.035,19	\$ 21.347,40
42	\$ 1.217,05	\$ 173,45	\$ 1.043,60	\$ 20.303,80
43	\$ 1.217,05	\$ 164,97	\$ 1.052,08	\$ 19.251,72
44	\$ 1.217,05	\$ 156,42	\$ 1.060,63	\$ 18.191,09
45	\$ 1.217,05	\$ 147,80	\$ 1.069,25	\$ 17.121,84
46	\$ 1.217,05	\$ 139,11	\$ 1.077,94	\$ 16.043,90
47	\$ 1.217,05	\$ 130,36	\$ 1.086,69	\$ 14.957,21
48	\$ 1.217,05	\$ 121,53	\$ 1.095,52	\$ 13.861,68
49	\$ 1.217,05	\$ 112,63	\$ 1.104,42	\$ 12.757,26
50	\$ 1.217,05	\$ 103,65	\$ 1.113,40	\$ 11.643,86
51	\$ 1.217,05	\$ 94,61	\$ 1.122,44	\$ 10.521,42
52	\$ 1.217,05	\$ 85,49	\$ 1.131,56	\$ 9.389,85
53	\$ 1.217,05	\$ 76,29	\$ 1.140,76	\$ 8.249,09
54	\$ 1.217,05	\$ 67,02	\$ 1.150,03	\$ 7.099,07
55	\$ 1.217,05	\$ 57,68	\$ 1.159,37	\$ 5.939,69
56	\$ 1.217,05	\$ 48,26	\$ 1.168,79	\$ 4.770,90
57	\$ 1.217,05	\$ 38,76	\$ 1.178,29	\$ 3.592,62
58	\$ 1.217,05	\$ 29,19	\$ 1.187,86	\$ 2.404,75
59	\$ 1.217,05	\$ 19,54	\$ 1.197,51	\$ 1.207,24
60	\$ 1.217,05	\$ 9,81	\$ 1.207,24	\$ 0,00

Elaborado por: Los autores

Los intereses y pagos de capital a pagar dentro del horizonte de evaluación son:

Tabla 39 Intereses y pagos

	0	1	2	3	4	5
Intereses	\$ 5.204,66	\$ 4.246,08	\$ 3.189,75	\$ 2.025,69	\$ 742,93	
Capital	\$ 9.399,95	\$ 10.358,53	\$ 11.414,86	\$ 12.578,92	\$ 13.861,68	
Ahorro en imp.	\$ 1.753,97	\$ 1.430,93	\$ 1.074,95	\$ 682,66	\$ 250,37	

Elaborado por: Los autores

Se puede observar que el pago de intereses es un gasto deducible y por ende implica un escudo fiscal o ahorro tributario el cual comienza con \$1.753,97 y en el último año es de \$250,37.

## 2.8.10 Flujo de caja proyectado

Para calcular los flujos del proyecto es necesario separar en 2 partes, este método se denomina Valor Presente Ajustado. En el flujo neto de caja solo se considera los ingresos, costos y gastos relevantes de la propuesta planteada, adicional se le suma los gastos que no implican un desembolso de efectivo y se restan los aportes de inversión en capital destinado a trabajo y activos fijos. También se incluye la reposición de inversiones en el último año. Los gastos provenientes del financiamiento se consideran en otro flujo. Tomando en consideración todos los ingresos y gastos pertinentes se tiene:

Tabla 40 Flujo de caja proyectado

	0	1	2	3	4	5
Ventas		\$ 161.729,65	\$ 204.183,68	\$ 247.470,62	\$ 270.774,10	\$ 277.689,25
Costos variables		\$ (73.748,72)	\$ (93.107,76)	\$ (112.846,60)	\$ (123.472,99)	\$ (126.626,30)
<b>Margen de Contribucion</b>		<b>\$ 87.980,93</b>	<b>\$ 111.075,92</b>	<b>\$ 134.624,02</b>	<b>\$ 147.301,11</b>	<b>\$ 151.062,95</b>
Costos Fijos						
Sueldos		\$ (46.979,83)	\$ (46.979,83)	\$ (64.375,00)	\$ (64.375,00)	\$ (64.375,00)
IEES		\$ (8.434,24)	\$ (8.434,24)	\$ (11.742,00)	\$ (11.742,00)	\$ (11.742,00)
Arriendo		\$ (14.400,00)	\$ (14.400,00)	\$ (14.400,00)	\$ (14.400,00)	\$ (14.400,00)
Servicios básicos		\$ (2.200,00)	\$ (2.200,00)	\$ (2.200,00)	\$ (2.200,00)	\$ (2.200,00)
Mantenimiento		\$ (1.500,00)	\$ (5.000,00)	\$ (5.000,00)	\$ (5.000,00)	\$ (5.000,00)
Publicidad		\$ (6.700,00)	\$ (4.000,00)	\$ (4.000,00)	\$ (4.000,00)	\$ (4.000,00)
Suministros		\$ (500,00)	\$ (500,00)	\$ (500,00)	\$ (500,00)	\$ (500,00)
Depreciación		\$ (5.676,67)	\$ (5.676,67)	\$ (5.676,67)	\$ (4.510,00)	\$ (4.510,00)
Amortización		\$ (700,00)	\$ (700,00)	\$ (700,00)	\$ (700,00)	\$ (700,00)
Total Costos fijos		\$ (87.090,74)	\$ (87.890,74)	\$ (108.593,67)	\$ (107.427,00)	\$ (107.427,00)
<b>UAI</b>		<b>\$ 890,19</b>	<b>\$ 23.185,18</b>	<b>\$ 26.030,35</b>	<b>\$ 39.874,11</b>	<b>\$ 43.635,95</b>
Impuestos		\$ (299,99)	\$ (7.813,41)	\$ (8.772,23)	\$ (13.437,58)	\$ (14.705,32)
<b>UDI</b>		<b>\$ 590,20</b>	<b>\$ 15.371,78</b>	<b>\$ 17.258,12</b>	<b>\$ 26.436,53</b>	<b>\$ 28.930,64</b>
Depreciacion		\$ 5.676,67	\$ 5.676,67	\$ 5.676,67	\$ 4.510,00	\$ 4.510,00
Amortización		\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00
Inversion CT	\$ (20.104,93)	\$ (5.277,54)	\$ (5.381,09)	\$ (2.896,90)	\$ (859,64)	\$ -
Inversión AF	\$ (48.600,00)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Constitución	\$ (3.500,00)					
Recuperación CT						\$ 34.520,10
VD Comercial						\$ 15.256,15
<b>Flujo neto</b>	<b>\$ (72.204,93)</b>	<b>\$ 1.689,32</b>	<b>\$ 16.367,36</b>	<b>\$ 20.737,89</b>	<b>\$ 30.786,90</b>	<b>\$ 83.916,88</b>

VAN \$ 32.028,30

TIR 18,25%

Elaborado por: Los autores

Todos los flujos netos del año 1 al 5 son positivos, descontándose a una tasa del 9,88%, muestra una generación de efectivo de \$33.028,30, medido por el indicador económico del VAN. Por otra parte, la rentabilidad es del 18,25%, mostrando una capacidad de reinversión de flujos superior al costo del capital.

### 2.8.11 Tasa de descuento

En el proyecto para hacer un descuento de sus flujos y hacer uso del VAN el cual califica la viabilidad en función económica, para lo cual es necesario contar con el valor de la tasa de descuento. La constitución de una nueva empresa o modelo de negocio significa que no se mantiene una estructura de endeudamiento consolidada, a pesar de que se financia la inversión inicial con un préstamo bancario, es solo para la puesta en marcha del proyecto, por ende se descarta el uso del modelo del Costo Promedio Ponderado de Capital y se utilizará el modelo del CAPM, su fórmula es la siguiente:

$$K_u: RF + BL(RM - RF)$$

Representando  $k_u$  al coste del capital, RF el valor libre de riesgos, BL es el beta respaldado de la industria y RM es el rendimiento del mercado. Basándose en la base de datos de la NYE (New York University) se tiene:

Tabla 41 Tasa de descuento

CAPM	
RE	8,65%
RF	5,03%
Prima de riesgo	3,62%
BL	1,34
<b>CAPM</b>	<b>9,88%</b>

Elaborado por: Los autores

Este valor permite que la prima de riesgo pueda ser gestionada con más control, al existente diferencial de la tasa de libre riesgo con respecto al rendimiento del mercado, de acuerdo a la industria. Al poseer completamente los elementos de la fórmula puede valorarse el capital en un estimado de 9,88%. Cabe mencionar que se descarta el uso del riesgo país puesto que no es un negocio que involucre un desenvolvimiento en ámbito internacional, a diferencia de empresas relacionadas a exportaciones e importaciones.

### 2.8.12 VAN, TIR Y PRC

Según los cálculos del TIR da como resultado un 18.25%, y el VAN salió como \$ 33,028.30 lo cual hace viable al proyecto.

### 2.8.13 Análisis de punto de equilibrio

En el plan de alcanzar dicho punto se deben de haber vendido como mínimo percibido \$87,090.74. Mediante el sistema de costos se puede precisar las unidades a vender necesarias para cubrir los costos operativos.

Tabla 42 Análisis de punto de equilibrio

CV Total	\$	73.748,72
Costos Fijos	\$	87.090,74
Cv Unitario	\$	0,57
Precio de Venta	\$	1,25
Margen de Contribución	\$	0,68
<b>PE</b>		<b>128.075</b>

Elaborado por: Los autores

Con los datos de la tabla anterior se puede estimar con su respectiva fórmula:

$$PE = \frac{CF}{(PV - CVu)}$$

Donde PE es el punto de equilibrio, CF es el costo fijo total, PV se refiere al precio de venta y CVu al costo variable unitario. Como resultado se tiene que para el primer año de operación se requiere vender un mínimo de 128.075 botellas de jugo de mangostino.

Tabla 43 Costo fijo total

PV	Cantidad	Ingreso Total	Costos Fijos	CV Total	Costo Total	Utilidad
\$ 1,25	-	-	\$ 87.090,74	\$ -	\$ 87.090,74	\$ (87.090,74)
\$ 1,25	90.000	112.500,00	\$ 87.090,74	\$ 51.300,00	\$ 138.390,74	\$ (25.890,74)
\$ 1,25	100.000	125.000,00	\$ 87.090,74	\$ 57.000,00	\$ 144.090,74	\$ (19.090,74)
\$ 1,25	110.000	137.500,00	\$ 87.090,74	\$ 62.700,00	\$ 149.790,74	\$ (12.290,74)
\$ 1,25	<b>128.075</b>	<b>160.093,27</b>	<b>\$ 87.090,74</b>	<b>\$ 73.002,53</b>	<b>\$ 160.093,27</b>	<b>\$ -</b>
\$ 1,25	130.000	162.500,00	\$ 87.090,74	\$ 74.100,00	\$ 161.190,74	\$ 1.309,26
\$ 1,25	140.000	175.000,00	\$ 87.090,74	\$ 79.800,00	\$ 166.890,74	\$ 8.109,26
\$ 1,25	150.000	187.500,00	\$ 87.090,74	\$ 85.500,00	\$ 172.590,74	\$ 14.909,26

Elaborado por: Los autores

Se puede comprobar que cuando la cantidad es de 128.075, la utilidad operacional es de \$0.00. Para los siguientes años el punto de equilibrio se mantiene en:

Tabla 44 Utilidad operacional

	0	1	2	3	4	5
Cv Unitario		\$ 0,57	\$ 0,57	\$ 0,57	\$ 0,57	\$ 0,57
Costo Fijo		\$ 87.090,74	\$ 87.890,74	\$ 108.593,67	\$ 107.427,00	\$ 107.427,00
Precio de Venta		\$ 1,25	\$ 1,25	\$ 1,25	\$ 1,25	\$ 1,25
Margen de Contribución		\$ 0,68	\$ 0,68	\$ 0,68	\$ 0,68	\$ 0,68
PE		128.075	129.251	159.697	157.981	157.981
Unidades vendidas		129.384	163.347	197.976	216.619	222.151
% Holgura		1%	26%	24%	37%	41%

Elaborado por: Los autores

Para los últimos años este aumenta a 222.151. Comparándolo con las unidades proyectadas de venta se tiene un margen de holgura que oscila entre 1%-41% durante todo el proyecto.

## **CAPÍTULO III**

### **3. MARCO METODOLÓGICO**

#### **3.1. Tipo de Investigación**

La investigación del presente proyecto educativo se la efectuó en un área del suburbio en la ciudad Guayaquil, como lo es la Florida Norte.

##### **3.1.1 Investigación Descriptiva**

Los aspectos más sobresalientes de lo que es una Investigación Descriptiva, consiste en lo siguiente; en conocer de manera detallada todos los aspectos que están relacionados al campo de la investigación, como pueden ser: personas, circunstancias, factores, contexto social, poblacional, educativo, problemas, tiempo, espacio, recursos, afectación, etc. poniendo énfasis en describir objetivamente cada cosa que se estudia no se pretende inicialmente en la recolección de información o datos, sino estar en una consciente tarea de predicción o identificación de todas las vinculaciones existentes en el marco de dos o más variables. (de Deobold B. Van Dalen y William J. Meyer., 2006)

El proceso de producción de mangostino, el conocimiento que posee los productores de mangostino para su comercialización.

##### **3.1.3 Investigación de Campo**

En cuanto a lo que se refiere a la investigación o estudio de campo, es el proceso en donde se usan los mecanismos investigativos, a fin de aplicarlos en el intento de comprensión y solución de algunas situaciones o necesidades específicas. De esta forma la investigación de campo se caracteriza principalmente por la acción del investigador en contacto directo con el

ambiente natural o las personas sobre quienes se desea realizar el estudio en cuestión (de Deobold B. Van Dalen y William J. Meyer., 2006)

Es importante señalar que la investigación de campo se efectuará en el mismo lugar se ha pensado edificar la empresa o negocio de jugos de mangostino. En cuanto al término de la edificación o estructura donde va a funcionar el negocio, se prevé que estará lista en el segundo trimestre del año 2017. Para esto, previamente se realizaron los estudios de prefactibilidad, es decir saber si en ese sitio existen o no empresas similares, cuál es el nivel de demanda de aquellas poblaciones de jugos de mangostino, los precios que podrían pagar por el producto, aceptación, los probables rendimientos económicos que le pueden generar a la microempresa, etc.

#### **3.1.4 Investigación Bibliográfica**

Para la investigación bibliográfica se debe de tomar en cuenta los apuntes de estudios anteriores, y también se pregunta a las personas que contengan dicha información acerca de empresas, entorno económico, ecosistema emprendedor, además en las actividades que se debe realizar para elaborar los resultados de prefactibilidad, en que se incluyen lo relacionado a los aspectos técnicos, análisis de mercado, y correspondiente estudio financiero y finalmente todo lo que está relacionado a la producción de producto.

### **3.2 Enfoque de la Investigación**

El enfoque del estudio investigativo fue de dos aspectos, es decir de tipo cuantitativo y de sus cualidades.

### **3.2.1 Enfoque cualitativo**

En la ejecución de este enfoque presentamos datos basados en las experiencias de los habitantes del sector en estudio, mediante el análisis puede claramente evidenciarse la realidad actual sector y los factores que puedan causar afectación en la creación de la empresa artesanal de jugo de mangostino. Adicional, se recopiló apreciaciones del personal laboral actualmente instalado en las empresas de la zona de estudio debido a que el enfoque cualitativo está basado en las experiencias de las personas.

Según (Santa Paella Stracuzzi; Feliberto Martins Pestana, 2012), expone que este tipo de paradigmas parte del supuesto de que las personas viven en un contexto, crean una cultura que se reproduce en sus dichos y hechos pero que, para entenderlos en su real dimensión, hay que hacerlo desde adentro. Esta tendencia paradigmática supone que el hombre vive en una cotidianidad, en un mundo cuyo conocimiento contribuye a interpretar sus acciones.

### **3.2.2 Enfoque cuantitativo**

Para realizar el enfoque cuantitativo se recopiló datos de la población perteneciente a la parroquia Tarqui, específicamente en el sector de Florida Norte donde se consolidó la información esencial para realizar la investigación. Como instrumento de la medición se realizó un estudio estadístico en el cual nos ayuda a comprobar la viabilidad de la prefactibilidad del proyecto de estudio.

## **3.3. Las Variables y su Operacionalización**

### **3.3.1 Variable Independiente**

Estudio de prefactibilidad para la creación de una microempresa.

### 3.3.2 Variable Dependiente

Producción de jugo artesanal de mangostino

### 3.3.3 Operacionalización de las variables

Tabla 45 Matriz de operacionalización de variables

<b>VARIABLES</b>	<b>DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>INSTRUMENTOS</b>
<b>Variable Independiente</b>	Disponibilidad de Recursos	Planeación, Desarrollo, Estrategias, Foda	Investigación Teórica
<b>Estudio de prefactibilidad para la creación de una microempresa</b>	Normativas Legales Estudio Técnico Estudio de Mercado Estudio Financiero	Cantidad de Recursos Disponibles	Investigación Bibliográfica
<b>Variable Dependiente</b>	Aceptación	Recursos con los cuales se cuenta	
<b>Producción de jugo artesanal de mangostino</b>	Procesos Artesanales para la producción y comercialización de jugo de mangostino	Estudio Económico Financiero	Encuestas

Elaborado por: Los Autores

### 3.4 Población y muestra de la encuesta

#### 3.4.1 Población

Contando a las personas que fueron herramientas de investigación, se llega a la conclusión que hay 33,710 habitantes en el sector estratificándolos entre hombres y mujeres de edad comprendida de 18-79 años según datos oficiales del INEC.

Tabla 46 Sexo

Sexo	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	17,742	52.63%
Masculino	15,968	47.36%
<b>Total</b>	<b>33,710</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Los Autores

#### 3.4.2. Muestra

La encuesta realizada tomó el lugar en donde se realizará el proyecto, utilizando la fórmula de población finita se presentaron los siguientes datos:

$$\frac{N * z^2 * p * q}{e^2(N - 1) + z^2 * p * q}$$

- n= Tamaño de la muestra.....?
- Z= Nivel de Confianza.....1.96
- Σ= desviación estándar.....0.50
- N= Tamaño de la muestra.....33.710
- e= Limite aceptable de error muestral deseado..... 0.05

Haciendo uso de la fórmula de población finita en una muestra de 379. Mismo valor que se utilizó para la cantidad de encuestas con una tolerancia del 5% de error.

### 3.5 Análisis y Discusión de Resultados

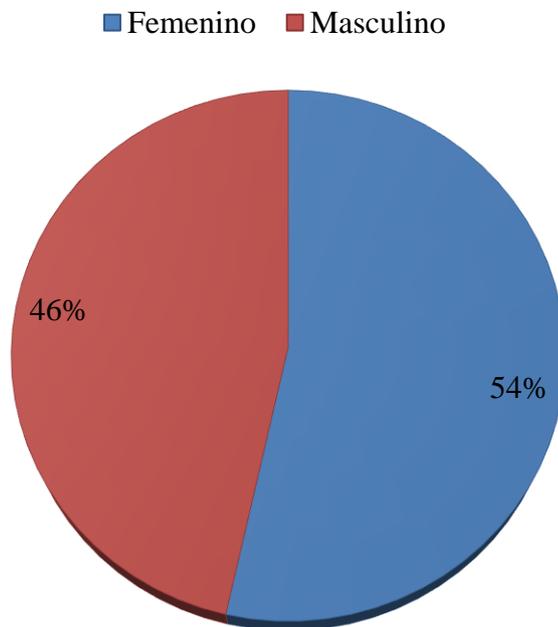
#### 3.5.1. Tabulación Y Gráficos

Pregunta N.-1. Indique su género

Tabla 47 Género		
OPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Femenino	206	54,35%
Masculino	179	47,22%
<b>Total</b>	<b>379</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Los Autores

Figura 29. Género



#### Análisis:

Los resultados de la encuesta expresan que el 54.35% pertenecen al género femenino y el 47.22% al género masculino.

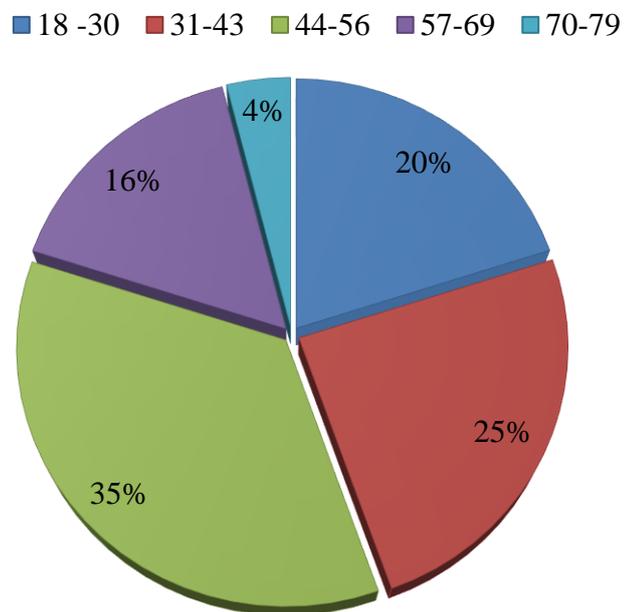
**Pregunta N.-2.-** De las siguientes opciones, seleccione el rango que contenga su edad.

Tabla 48 Edad

Opción	Frecuencia	Porcentaje
18 -30	76	20,05%
31-43	93	24,53%
44-56	134	35,35%
57-69	61	16,09%
70-79	15	3,95%
<b>Total</b>	<b>379</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Los Autores

Figura 30. Edad



**Análisis:**

Según el gráfico podemos notar que el 35.35% tiene aproximadamente entre 44-56 años, el 24,53% es de entre 31 a 43 años, el 20.05% tiene de 18-30 años mientras que los rangos más bajos se sitúan como el 16.09% de entre 57 a 69 años y al 3.95% tienen de entre 70 a 79 años.

### Pregunta N.-3.- Estado Civil

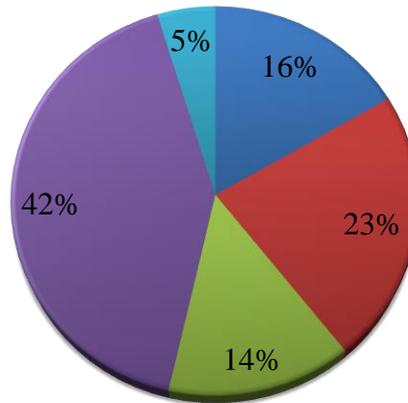
Tabla 49 Estado civil

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Soltero	63	16,62%
Casado	86	22,69%
Divorciado	54	14,24%
Unión Libre	158	41,68%
Viudo	18	4,74%
<b>Total</b>	<b>379</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Los Autores

Figura 31. Estado civil

■ Soltero ■ Casado ■ Divorciado ■ Union Libre ■ Viudo



Elaborado por: Los Autores

#### Análisis:

Siendo así que se encuestaron a 379 personas, hubo el porcentaje de 41.68%, los que su estado es de unión libre, el 22.69% se encuentran actualmente casados, el 14,24% se encuentran actualmente divorciados y un 16.62% se encuentran actualmente solteros, también están los viudos que son el 4.74%.

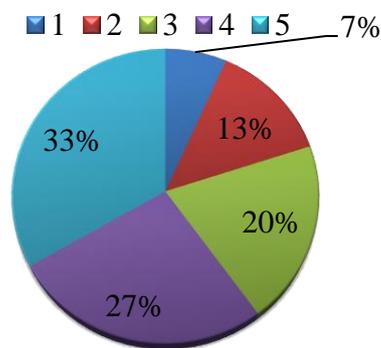
**Pregunta N.-4.- Número de Hijos**

Tabla 50 N° de hijos

Opción	Frecuencia	Porcentaje
1	53	13,98%
2	64	16,88%
3	79	20,84%
4	136	35,88%
5	47	12,40%
<b>Total</b>	<b>379</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Los Autores

Figura 32. N° de hijos



Elaborado por: Los Autores

**Análisis:**

El Cuadro presenta a personas que tienen 4 hijos, son representados como el 35.88%, luego siguen los que tienen 3 hijos, ellos representan al 20.84%, luego los que tienen 2 hijos, ellos son los de 16.88%, los que solo tienen 1 hijo con el porcentaje de 13.98% y el resto han llegado a tener hasta cinco hijos. Cantidades que demuestran que las familias en su gran parte son numerosas.

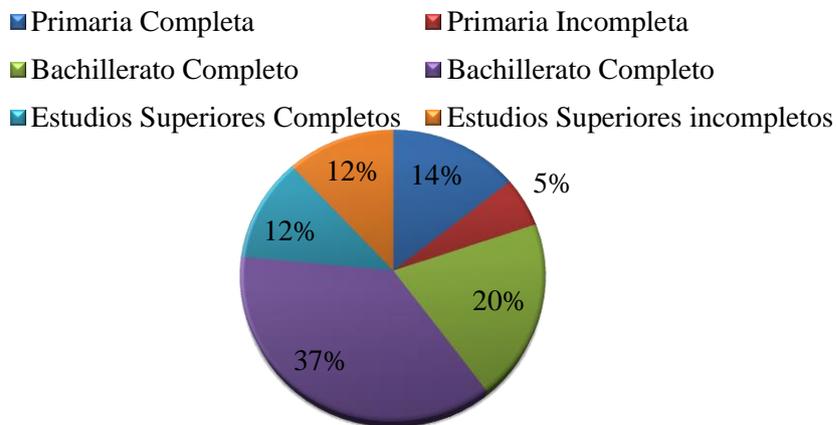
**Pregunta N.-5.-** ¿Cuál es su nivel de estudios académicos que posee?

Tabla 51. Nivel de estudios académicos

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Primaria Completa	54	14,24%
Primaria Incompleta	21	5,54%
Bachillerato Completo	76	20,05
Bachillerato Completo	139	36,67%
Estudios Superiores Completos	44	11,60%
Estudios Superiores incompletos	45	11,87%
<b>Total</b>	<b>379</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Los Autores

Figura 33. Nivel de estudios académicos



Elaborado por: Los Autores

**Análisis:**

Según el cuadro se puede notar que la mayoría tiene un grado de bachillerato, después están los que terminaron la educación primaria pero también existen algunos incluso han llegado a cursar un tercer nivel de estudios superiores. Es aceptable en proporciones para la ejecución de nuestro proyecto en este sector.

**Pregunta N.-6.-** ¿Actualmente su situación laboral es?

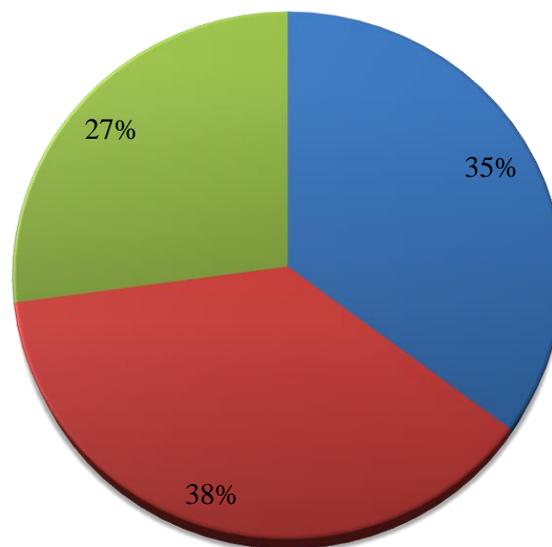
Tabla 52. Situación laboral

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Relación de Dependencia	134	35,35%
Trabajo Propio	142	37,46%
No Trabaja	103	27,17%
<b>Total</b>	<b>379</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Los Autores

Figura 34. Situación laboral

■ Relación de Dependencia ■ Trabajo Propio ■ No Trabaja



Elaborado por: Los Autores

**Análisis:**

Siendo así la encuesta presenta a un 35% que trabajan autónomamente, el 35% trabajan para un empresa aparte y los demás son desempleados.

**Pregunta N.-7.- ¿Su actividad laboral es?**

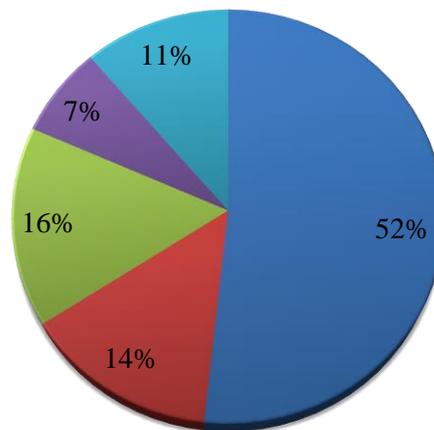
Tabla 53 Actividad laboral

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Comercio	196	51,71%
Carpintería	54	14,24%
Electricista	59	15,56%
Fontanero	27	7,12%
Gasfitero	43	11,34%
<b>Total</b>	<b>379</b>	<b>100,00%</b>

Elaborado por: Los Autores

Figura 35. Actividad laboral

■ Comercio ■ Carpintería ■ Electricista ■ Fontanero ■ Gasfitero



Elaborado por: Los Autores

**Análisis:**

Siendo así que se encuestaron a 379 personas, hubo el porcentaje de 52%, los cuales están ejerciendo el comercio, el 16% trabajan como electricistas, el 7% en fontanería y el resto en gasfitería.

**Pregunta N.-9.-** ¿Cuántas personas laboran en su familia?

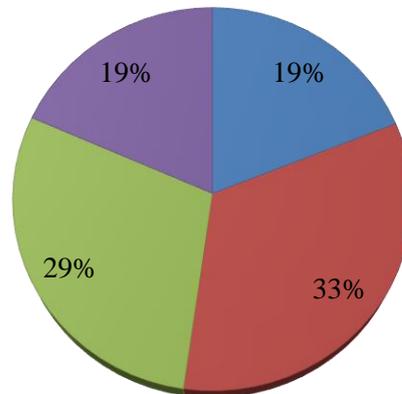
Tabla 54 Personas que laboran el su familia

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Trabajan 1	72	18,99%
Trabajan 2	126	33,24%
Trabajan 3	111	29,28%
Trabajan 4	70	18,46%
<b>Total</b>	<b>379</b>	<b>100,00%</b>

Elaborado por: Los Autores

Figura 36. Personas que laboran el su familia

■ Trabajan 1 ■ Trabajan 2 ■ Trabajan 3 ■ Trabajan 4



Elaborado por: Los Autores

**Análisis:**

Según el formulario de encuestas realizadas a la población de 379, se calculan los siguientes datos respectivos: el 33% corresponde a personas cuyos familiares de 2 integrantes trabajan, otro porcentaje del 29% son 3 integrantes, otro dato de 18.99% trabajan solo 1 y como dato final de 18.46% trabajan hasta 4 personas.

**Pregunta N.-10.-** ¿Cuál es su ingreso mensual familiar aproximadamente?

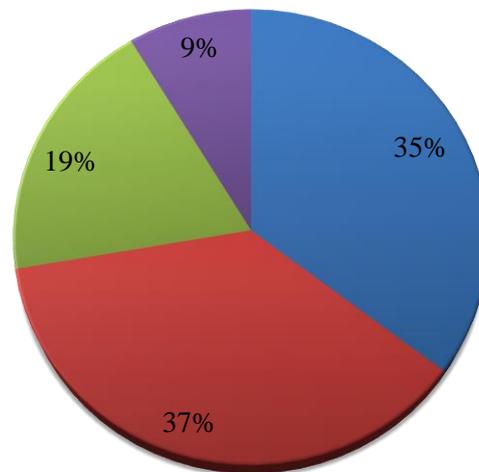
Tabla 55 Ingreso mensual familiar

Opción	Frecuencia	Porcentaje
301-400	134	35,35%
401-500	140	36,93%
501-600	72	18,99%
601-700	33	8,70%
<b>Total</b>	<b>379</b>	<b>100,00%</b>

Elaborado por: Los Autores

Figura 37. Ingreso mensual familiar

■ 301-400 ■ 401-500 ■ 501-600 ■ 601-700



Elaborado por: Los Autores

**Análisis:**

De los 379 encuestados, el 35.35% percibe un ingreso mensual de \$301-\$400, y de manera ascendiente el 36.93% percibe ingresos de \$ 401+-\$500, mientras que el 18.99% percibe ingresos entre \$501-\$600 y solo el 8.70% percibe ingresos de \$601-\$700.

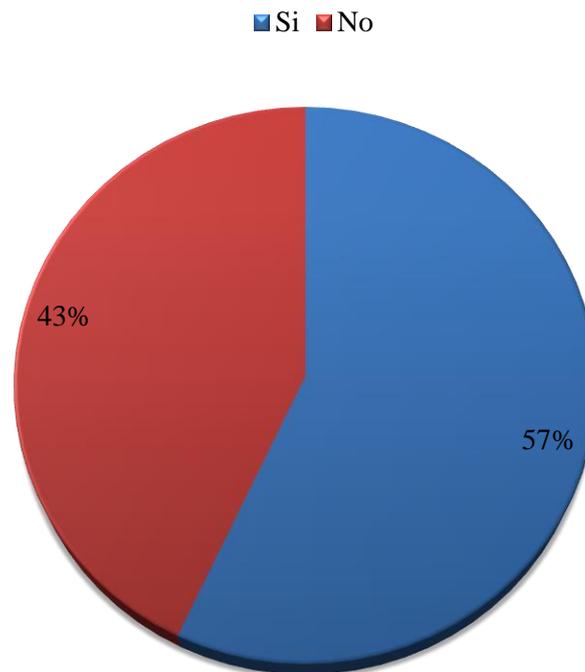
**Pregunta N.- 11.-** ¿Considera usted necesaria la presencia de una nueva empresa artesanal de Jugo De Mangostino dentro del sector generara emprendimiento entre los habitantes que dependen del comercio?

Tabla 56 Creación de una nueva empresa

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	216	56,99%
No	163	43%
<b>Total</b>	<b>379</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Los Autores

Figura 38. Creación de una nueva empresa



Elaborado por: Los Autores

**Análisis:**

Siendo así que se encuestaron a 376 personas, hubo el porcentaje de 56.99%, el cual está de acuerdo con que existe una empresa que produzca el producto.

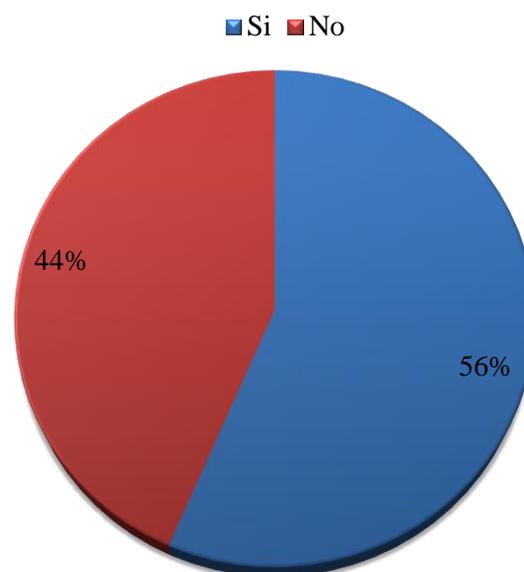
**Pregunta N.-12.-** ¿Estaría Usted dispuesto a trabajar en una nueva empresa donde el mangostino sea procesado de manera artesanal para elaborar jugos en el sector donde vive?

Tabla 57 Disposición a trabajar

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	214	56,46%
No	165	43,53%
<b>Total</b>	<b>379</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Los Autores

Figura 39. Disposición a trabajar



Elaborado por: Los Autores

**Análisis:**

Siendo así que se encuestaron a 379 personas, hubo el porcentaje de 56%, los cuales trabajarían para una empresa de jugo de mangostino, pero el resto, se mostraron renuentes al cambio.

### **3.6 Análisis de resultados**

De acuerdo a los resultados extraídos del cuadro de la encuesta que se hizo a los moradores de la Florida Norte, se desprenden las siguientes conclusiones:

Se ha evidenciado que la principal actividad laboral que desarrolla la mayoría de las personas que viven en el sector suburbano, ya nombrado es el Comercio, y según estudios preliminares y definitivas, existen excelentes condiciones de viabilidad para plantear una nueva microempresa como es la producción artesanal de jugos a partir del mangostino, tenga la adecuada acogida, desarrollo y comercialización, en ese sector, lo cual convierte al presente proyecto en viables al existir las condiciones apropiadas para que se haga presente en este mercado muy receptivo para empresas emprendedoras.

Las encuestas realizadas en los distintos negocios existentes en la Florida, señalan que la mayoría de microempresarios están muy de acuerdo en acoger el producto al darse cuenta de las características muy interesantes que tiene el mangostino en sus propiedades medicinales y nutritivas en altos niveles para favorecer la salud de los consumidores, y que, desde el punto de vista comercial, será un bien que pronto tendrá una importante demanda del público, como también garantizará una significativa rentabilidad para los emprendedores de este tipo de actividad económica.

Otros elementos que se desprende del análisis de factibilidad en la venta de jugos artesanales de mangostino, es favorecer e incentivar a la población económica de este sector de Guayaquil en un futuro cercano implementen negocios innovadores en cumplimiento a la demanda del mercado del sector es muy amplia y no habrá ningún impedimento en el surgimiento de otras empresas que apliquen diversas medidas del producto a partir del mangostino. De esta manera, la presente iniciativa económica se constituirá en un modelo para futuros emprendimientos y microempresarios, tan necesarios en este sector que requiere surgir económicamente para elevar las condiciones del sector en función de calidad de vida.

### **3.6 Posible solución al problema**

Institucionalizando esta empresa en la modalidad de jugo artesanal, se pretende que los bajos niveles económicos en que se encuentran los distintos puntos de distribución hábiles en la florida norte se ven afectados positivamente al contar con un producto de extraordinarias características nutricionales y medicinales, que al poco tiempo que está en el mercado tendrá un amplia aceptación de todos los habitantes, al comprobar en su consumo de todas las bondades existentes en esta fruta. De esta manera, las iniciativas de emprendimiento microempresarial, será la solución inequívoca a los problemas ya detectados y tratados con anterioridad.

## Conclusiones

- El estudio legal – normativo demostró que en el Ecuador existe la viabilidad del proyecto en su forma jurídica. Las normativas vigentes estudiadas y expuestas dentro del actual proyecto, justifica y respalda el desarrollo de emprendimientos en pequeñas empresas que pueden elaborar productos artesanales y con gran incentivo de financiamiento mediante la banca privada y pública.
- Mediante las encuestas presentadas cerca del sector Florida que pertenece a Guayaquil, se determinó metodológicamente la aceptación del jugo de mangostino en un 68% de la población estudiada.
- Mediante el estudio técnico definió la viabilidad estructural y logística para la elaboración y comercialización del jugo artesanal de mangostino.
- Se determinó en base al estudio del mercado la potencial demanda del producto por ser nuevo en el mercado y por sus numerosas propiedades que coadyuvan al cuidado de la salud de la población.
- Se realizó el estudio de prefactibilidad para evidenciar la viabilidad del proyecto por medio de los cálculos del TIR y VAN.
- Valorando la realidad Económica y social de los habitantes del sector de la Florida Norte, se evidenció la falta de oportunidades laborales y el incremento de comercio independiente, por lo que es viable aplicar este proyecto en el sector ya que promueve la contratación de vendedores que en la actualidad trabajan de manera informal.

## **Recomendaciones**

- La presente investigación es un modelo que seguir, para emprendimientos que han decidido empezar una estrategia de negocios, con el propósito de satisfacer los requerimientos del mercado actual.
- Se incentiva a los emprendedores a implementar el negocio de la comercialización del jugo de mangostino, puesto que el estudio realizado, expone la factibilidad del negocio, añadiéndose un alto nivel de aceptación y fidelización de este nuevo producto.
- Se recomienda al Estado Ecuatoriano, y a los organismos productivos nacionales, la facilitación de medios de adquisición a créditos con tasas de interés coherentes, que ayuden a la fundación de nuevas microempresas con carácter artesanal, que permite incrementar la contratación de personas que se encuentran desempleadas.
- Es imprescindible que la matriz productiva del Ecuador mejore mediante la gestión del Ministerio de Agricultura, que realice nuevas estrategias de producción del mangostino para incentivar el consumo y exportación del producto hacia otros países.
- Exponer la presente investigación como un estímulo para los pequeños agricultores que puedan generar mayor emprendimiento y conocimiento acerca de la elaboración del producto.

## BIBLIOGRAFÍA

- Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española. (s.f.). *RAE*. Obtenido de <http://www.rae.es/>.
- Real Academia de la Lengua Española. (s.f.). Obtenido de <http://dle.rae.es/?id=B7MbcqN|B7QOlcz|B7RFb89>
- Alegsa, L. (07 de 03 de 2005). *Alegsa*. Obtenido de <http://www.alegsa.com.ar/Dic/factibilidad.php>
- Alfonso, A. G. (2003). *EL ENTORNO ECONÓMICO. CÓMO ENTENDERLO Y ANTICIPAR SU EVOLUCIÓN*. RA-MA EDITORIAL.
- Andalucía Emprende, F. P. (2015). CADENA DE VALOR. *Consejería de Economía y Conocimiento* .
- Andrade Espinoza, S. (2006). *Diccionario de economía* (Vol. 569 p. ). Lima: Editorial Andrade.
- Arancegui, M. N. (2000). *El entorno económico de la empresa en España*. España: Universidad de Deusto.
- Arnau, J. V. (2014). Propiedades del Mangostino. *En buenas Manos EBM*.
- Arraute, L. (18 de Agosto de 2017). Ecosistemas de emprendimiento. *EL UNIVERSAL*.
- Burgos, M. d. (2011). El Mangostan. *Puleva Salud*.
- Burgos, S. (2012). Conoce las propiedades del Mangostan y sus beneficios. *Colombia*.
- Caicedo, G. (2016). Ecuador cimienta un ecosistema para emprendedores . *Lideres* .
- Ceipa, I. U. (Dirección). (2014). *Entorno Economico* [Película].
- Chiavenato, I. (1993). *Iniciación a la Organización y Técnica Comercial*. Publisher, McGraw-Hill.
- Código de Trabajo. (2005). Obtenido de <http://www.justicia.gob.ec/wp-content/uploads/2015/05/CODIGO-DEL-TRABAJO.pdf>

- Collado, R. T. (2016). *NUTRICION* . Obtenido de ASOCIACION ESPAÑOLA DE MEDICOS NATURISTAS : <https://www.lifeder.com/propiedades-del-mangostino/>
- Comisión Europea: Comunicación de la Comisión al Consejo, a. P. (2003). *Política de la innovación*. Obtenido de [http://europa.eu.int/eur-lex/es/com/cnc/2003/com2003\\_0104es01.pdf](http://europa.eu.int/eur-lex/es/com/cnc/2003/com2003_0104es01.pdf).
- Constitución de la República del Ecuador. (2008).
- Constitución de la República del Ecuador. (2008).
- Constitución de la República del Ecuador. (2008).
- Daniel Lederman, Julian Messina, Samuel Pienknagura y Jamele Rigolini. (2014). *EL EMPRENDIMIENTO EN AMERICA LATINA MUCHAS EMPRESAS Y POCA INNOVACION*. Banco Mundial .
- David Urbano, Nuria Toledano Garrido . (2008). *Invitacion al emprendimiento: Una aproximacion a la creacion de empresas* (Vol. 1er volumen). BARCELONA: UOC.
- David, Ma. Mercedes; López, Daniel. (2014). *Evaluación del efecto de taninos obtenidos de la garcinia mangostana L. sobre los microorganismos de interés agrícola erwinia sp, fusarium sp, penicillium sp y botrytis sp*. Obtenido de Universitaria Agraria de Colombia : [https://issuu.com/maosabo/docs/monograf\\_\\_a](https://issuu.com/maosabo/docs/monograf__a)
- Daza, D., Herrera, V., Murillo, E., & Mendez, J. (2014). Evaluación de propiedades antioxidantes de parte comestible y no comestible de la pitahaya, uchuva y magostino. *Publicación de Biotecnología en el sector agropecuario y agroindustrial, Vol 12.* , 98-105.
- Dazar, D., Murillo, E., Mendez, J., Murillo, W., Moyano, D., & Osorio, N. (2012). Potencial antioxidante de la cáscara del magostino. *Publicación de Redalyc*, 5355-5356.
- de Deobold B. Van Dalen y William J. Meyer. (12 de 09 de 2006). *LA INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA*. Obtenido de <https://noemagico.blogia.com/2006/091301-la-investigaci-n-descriptiva.php>
- Diccionario de Marketing, d. C. (s.f.). *Diccionario de Marketing, de Cultural S.A.*, . pagina 10.
- Dosi, G. (1988). *Technical Change and Economic Theory*.

- Drucker, P. F. (Agosto de 2004). *La disciplina de la innovacion* . Obtenido de <http://www.sela.org/media/2366647/r-la-disciplina-de-la-innovacion.pdf>
- ECONOMIA. (2007). *ECONOMIA* . Obtenido de <http://www.economia48.com/spa/d/empresa/empresa.htm>
- Economia, E. d. (2016). Obtenido de <http://www.economia48.com/spa/d/output/output.htm>
- Eroski, F. (2015). MANGOSTAN.
- Fernández, M. M. (1997). *Gestión tecnológica para un salto en el desarrollo industrial*. Madrid.
- Ferras, X. (21 de Septiembre de 2014). *INNOVACION* . Obtenido de UNA DEFINICION DE INNOVACION: <http://xavierferras.blogspot.com/2014/09/una-definicion-de-innovacion.html>
- Ferreira, D. A. (25 de Septiembre de 2012). Obtenido de [http://www.ammim.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1734:opinion-medica-sobre-el-mangostan&catid=3:articulos-medicos&Itemid=565](http://www.ammim.org/index.php?option=com_content&view=article&id=1734:opinion-medica-sobre-el-mangostan&catid=3:articulos-medicos&Itemid=565)
- Fonseca, M. F. (2013). *Mas alla del Business Plan*. Mexico: LID Editorial.
- Freeman, C. (1971). *The Foundatin for Economic Education The Freeman*.
- Freire, A. (03 de 05 de 2012). *NEGOCIOS Y BOLSAS*. (C. Tapia, Editor) Obtenido de <http://negociosybolsa.blogspot.com/2012/05/el-triangulo-del-emprendedor-exitoso.html>
- Fundación E, M. P. (s.f.). Obtenido de <https://www.entrepreneur.com/article/264164>
- Galea, M. (2016). *LIFEDER*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/propiedades-del-mangostino/>
- Galea, M. T. (2011). 10 Excelentes Propiedades del Mangostino para la salud. *Lifeder*.
- Garrido, D. G. (13 de 08 de 2012). Obtenido de <http://www.equilibriummedicinatural.com/jugo-de-mangostino-el-rey-de-los-zumos/>

- Garrido, D. G. (13 de 08 de 2012). *EQUILIBRIUM MEDICINA NATURAL* . Obtenido de <http://www.equilibriummedicinatural.com/jugo-de-mangostino-el-rey-de-los-zumos/>
- Garrido, D. G. (13 de 08 de 2012). *Equilibriummedicinatural*. Obtenido de <http://www.equilibriummedicinatural.com/jugo-de-mangostino-el-rey-de-los-zumos/>
- Garrido,Rubén; Fernandez, Juan; Mañas, Elena; Peinado, Ma. Luisa. (2012). *Analisis del Entorno Economico de la empresa*. Editorial: PIRAMIDE.
- Gomez, M. (2011). *Transcripción de Propuesta de aprovechamiento integral del fruto del mangostino*. Obtenido de <https://prezi.com/xcteyiinyd6u/propuesta-de-aprovechamiento-integral-del-fruto-del-mangostino/>
- Heidemeyer, P. (10 de Marzo de 2017). Beneficios del Mangostino. *Nutridieta*.
- ICM-Espol, C. d. (2010). Obtenido de [https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/14779/43/2\\_SECTORES%20MUNICIPALES.pdf](https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/14779/43/2_SECTORES%20MUNICIPALES.pdf)/[http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Infografias/asi\\_esGuayaquil\\_cifra\\_a\\_cifra.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Infografias/asi_esGuayaquil_cifra_a_cifra.pdf)
- Idalberto, C. (2004). *Introduccion a la Teoria General de la Administracion*. (S. Edicion, Ed.) McGraw-Hill .
- INEC. (Diciembre de 2016). *Instituto Nacional de Estadística y Censos*. Obtenido de [www.ecuadorencifras.gob.ec](http://www.ecuadorencifras.gob.ec)
- Isenberg, D. (2013). *Worthless, Impossible and Stupid: How Contrarian Entrepreneurs Create and Capture Extraordinary Value*.
- Jander, G. (02 de 03 de 2016). *Que Es Emprender?* Obtenido de <http://grupojander.blogspot.com/2016/03/el-ecosistema-emprendedor.html>
- jlacedo. (25 de enero de 2010). Entorno Economico. *El Entorno Economico*.
- Julián Pérez Porto y María Merino. (2008). Obtenido de <http://definicion.de/estrategia/>
- Junco, J. G. (2001). *Prácticas De La Gestion Empresarial* (Vol. 41 p). Madrid: Madrid: Mc Graw Hill,2001.

- Kundel, S. (1991). *Google Academico*. Obtenido de EL CONCEPTO DE EMPRENDIMIENTO Y SU RELACION CON LA EDUCACION, EL EMPLEO Y EL DESARROLLO LOCAL.
- Lacoste, J. A. (18 de Febrero de 2015). *Trending*. Obtenido de ¿QUÉ ES REALMENTE UN ECOSISTEMA EMPRENDEDOR?: <http://jalacoste.com/que-es-realmente-un-ecosistema-emprendedor>
- Ley de Compañías. (1999).
- Ley de Fomento Artesanal. (2006).
- Ley de Gestión Ambiental. (2004).
- Ley Orgánica de Incentivos Tributarios. (2016).
- Ley Orgánica de Régimen de Soberanía Alimentaria. (2010).
- Lourdes Múch Galindo, José García Martínez. (2005). *Fundamentos de administración*. Mexico: Trillas.
- Luyo, J. L. (22 de Julio de 2013). *RECURSOS DE LA EMPRESA: HUMANOS, MATERIALES, FINANCIEROS Y TECNOLOGICOS*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/pepelucholuyoluyo/14-va-semana-rh-rf-rm-rt-re>
- M., M. B. (2004). Mangostino y Noni otra oportunidad exportable.
- Mairena, A. U. (2015). EL ECOSISTEMA EMPRENDEDOR. *Tiempos de Negocio*.
- Mangostan, A. M. (2007). Historia del Mangostan.
- Maria Esperanza Valdes Lias, R. M. (2012). *Guia del Ecosistema Emprendedor*. Madrid: Fundación de la Universidad Autónoma de Madrid.
- Maria Veronica Estrella Suarez, Arturo Gonzalez Vasquez. (2014). *Desarrollo Sustentable*. Mexico: Primera Edicion EBOOK.
- MCKINSEY. (1980). *Business System*.
- Mendez, I. G. (2017). Que es un ecosistema Emprendedor? *Emprendedores*.
- Mendoza, G. (2012). *Compendio de Mercadeo de Productos Agropecuarios*. COSTA RICA: Servicio Editorial IICA 2DA EDICION .

- Menéndez Villaseco, Alberto Perez. (21 de Junio de 2016). *Estudio de viabilidad económico-financiera, medioambiental y social de la construcción de una bodega en Peñaranda de Duero (Burgos)*. Obtenido de <http://oa.upm.es/43518/>
- Merino, J. P. (02 de Diciembre de 2013). *Definiciones* .
- Monllor, J. (. (2007). *INTRODUCCIÓN A LA EMPRESA*. Murcia: Diego Marin.
- Niño, J. S. (8 de Septiembre de 2015). *AGRONEGOCIOS*. Obtenido de <https://agronegocios.uniandes.edu.co/2015/09/08/el-mangostino-la-fruta-de-la-vida-una-mirada-medicinal/>
- Normalizacion, I. E. (2017). *INEN* . Obtenido de <http://www.normalizacion.gob.ec/>
- OKDIARIO. (01 de 07 de 2017). Obtenido de OKDIARIO: <https://okdiario.com/vida-sana/2017/07/01/mangostino-beneficios-propiedades-54316>
- Olivares, S. (23 de Noviembre de 2013). *Entorno Economico* . Obtenido de <http://snderha.blogspot.com/2013/11/entorno-economico.html>
- OMS. (2017). *Organización Mundial de la Salud*. Obtenido de <http://www.who.int/features/factfiles/es/>
- Parra, E. L. (2015). *Estudio Tecnico... Elemento indispensable en la evaluacion de proyectos de inversion* . Obtenido de <http://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no56/estudiotecnico.pdf>
- Paulo, O. (2015). *Mangostan*.
- Perez, C. (2015). Mangostan Beneficios y Propiedades. *Natursan*.
- Perez, M. d. (2016). *Factores de Produccion*. Peru.
- Plan Nacional el Buen Vivir. (2013).
- Porter, M. (2003). *Ventaja competitiva: creación y sostenimiento de un desempeño superior*. . México: primera edición 1987; segunda edición, 2002; 1ª reimpresión 2003, 555 p. .
- Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*.
- Porto., J. P. (2017). Obtenido de <http://definicion.de/costo-de-produccion/>

- PRODEM. (DICIEMBRE de 2012). *PRODEM*. Obtenido de Emprendimiento, ecosistema y competitividad en América Latina: <http://www.prodem.ungs.edu.ar/blog/2012/12/emprendimiento-ecosistema-y-competitividad-en-america-latina/>
- Rabanal, M. d. (2003). *Entorno Economico Actual*. Ediciones paraninfo, s.a.
- Ramírez Almaguer, Vidal Marrero y Domínguez Rodríguez. (Marzo de 2009). "*Etapas del Análisis de Factibilidad. Compendio Bibliográfico*" en *Contribuciones a la Economía*. Obtenido de <http://www.eumed.net/ce/2009a/amr.htm>
- Rasheed, H. (2012). *Innovation Strategy: Seven Keys to Creative Leadership and a Sustainable Business Model* (Vol. 3 Volumenenes).
- Rico, V. (2017). *Que es un estudio de Mercado* . Obtenido de [https://www.estudiosdemercado.org/que\\_es\\_un\\_estudio\\_de\\_mercado.html](https://www.estudiosdemercado.org/que_es_un_estudio_de_mercado.html)
- Roberts, D. y Woods, C. (2005). *Changing the world on a shoestring: The concept of social entrepreneurship*. (Vols. 7 ( 1), 45-51). University of Auckland Business Review.
- Rodriguez, S. (12 de Marzo de 2017). *Curacancernatural.org*. Obtenido de <https://curacancernatural.org/mangostan/>
- Romero, R. (2011). *MARKETING*. Palmir E.I.R.L PAGINA 9.
- Ruben Garrido Yserte, Juan de Lucio Fernandez, Elena Mañas Alcon, Maria Luisa Peinado Gracia;. (2012). *Analisis del Entorno Economico de la empresa*. Editorial: PIRAMIDE.
- Sanders, K. (10 de Febrero de 2014). *NaturalHealth365*. Obtenido de [https://www.naturalhealth365.com/0895\\_mangosteen\\_cancer.html/#disqus\\_thread](https://www.naturalhealth365.com/0895_mangosteen_cancer.html/#disqus_thread)
- Schumpeter, J. (1978). *Teoría del desenvolvimiento económico*. Mexico: Fondo de Cultura Económica.
- Schumpeter, J. (07 de 05 de 2012). *Emprendimiento de Exito*. (J. Oliveros, Editor) Obtenido de [http://emprendimientodeexito.blogspot.com/p/la-concepcion-de-schumpeter-de\\_15.html](http://emprendimientodeexito.blogspot.com/p/la-concepcion-de-schumpeter-de_15.html)

- SENPLADES. (2013-2017). *SENPLADES PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR* . Obtenido de <http://www.buenvivir.gob.ec/objetivo-10.-impulsar-la-transformacion-de-la-matriz-productiva#tabs2>
- Shane, S. y Venkataraman, S. (2000). *The Promise of Entrepreneurship* (Vols. 25 (1) 217-226). Estados Unidos: Academy of Management Review.
- Silvana Zalamea Piedra, Silvia Peña González. (2015). Articulación de los actores del ecosistema emprendedor como herramienta efectiva para la transición de un proyecto emprendedor a un proyecto comercialmente viable.
- Stevenson, H. (2000). *Break through Entrepreneur ship*. Estados Unidos .
- Stock, A. N. (06 de Febrero de 2017). Qué son y en qué consisten los ecosistemas emprendedores. *TicBeat*.
- Thompson, I. (2006). *Definición de Empresa*. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/empresa-definicion-concepto.html#notas>
- Thompson, J. (17 de Abril de 2009). *Todo sobre proyectos*. Obtenido de Estudio de prefactibilidad : <http://todosobreproyectos.blogspot.com/2009/04/estudio-de-prefactibilidad.html>
- TIBANA, M. R. (2009). *Emprendimiento, una opción para el desarrollo* (Vol. Vol 3). Pereira: Scientia et Technica Año XV.
- Valdes, M. E., & Vidal, R. (2012). *Guia del Ecosistema Emprendedor*. Madrid: Fundación de la Universidad Autónoma de Madrid.
- VAN STEL, A. y. (2004). *The Link between Firm Births and Job Creation: Is there a Upas Tree Effect? Regional Studies* (Vol. Vol 38).
- Veciana, J. M. (2005). *Creacion de Empresas un Enfoque Gerencial*. española.
- Veciana, J. M. (2005). *Creacion de Empresas un Enfoque Gerencial* .
- Vesga, R. (2009). *EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN EN COLOMBIA: ¿QUÉ NOS ESTÁ HACIENDO FALTA?*

Villalba, J. (2015). *ETAPAS DEL PROCESO ADMINISTRATIVO*. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos12/proce/proce.shtml>

Villegas, R. V. (2001). *Innovación empresarial: arte y ciencia en la creación de empresas* (Segunda ed.). Bogotá: Pearson Educacion de Colombia.

Zalamea, Silvana; Peña, Silvia. (2015). Articulación de los actores del ecosistema emprendedor como herramienta efectiva para la transición de un proyecto emprendedor a un proyecto comercialmente viable.

Zapata, J. P. (2013). *MANGOSTINO LA REINA DE LAS FRUTAS EXOTICAS*.

Zoilo Pollares Villegas, D. R. (1983). *Hacer empresa un Reto* . Barcelona: Ariel, Barcelona .