

Proyecto de Producción y Comercialización de “Jugo de Granadilla para los Niños de 6 Meses a 2 Años de Edad en el Cantón Guayaquil”

Ing. Constantino Francisco Tobalina Dito ⁽¹⁾

Elvia Eliza Alcoser Guambo ⁽²⁾

Andrea Elena Soria Nieto ⁽³⁾

Blanca Mercedes Tenemaza Pacheco ⁽⁴⁾

Facultad De Economía Y Negocios ^{(1) (2) (3) (4)}

Escuela Superior Politécnica Del Litoral (ESPOL)

Campus Gustavo Galindo, Km 30.5 Vía Perimetral

Apartado 09-01-5863. Guayaquil-Ecuador

Ingeniero Comercial. Master en Finanzas. Master en Adm. de Empresas. ⁽¹⁾

ctobalin@espol.edu.ec ⁽¹⁾ elvalco@espol.edu.ec ⁽²⁾

andesori@espol.edu.ec ⁽³⁾ blmetene@espol.edu.ec ⁽⁴⁾

Resumen

Nuestro proyecto se basa sobre un producto el cual es un jugo 100% natural pulposo tan natural como los preparados en casa que aprovecha todas las bondades de la granadilla y está orientado no sólo a preparar el estómago para la sana digestión del niño, sino también este producto consiste en ofrecer al mercado una bebida nutritiva hecha a base de Granadilla, destacada por su contenido en fibra, niveles altos de vitamina A y B2, y niveles moderados de vitamina C, además del fósforo, hierro y calcio de su fruta y su ayuda a la digestión, pudiendo llegar a ser un sustituto saludable de las bebidas artificiales que generan efectos dañinos en la salud de los niños a medida que lleguen a su última etapa de desarrollo (recomendado por pediatras) y hasta de adultos. Teniendo en consideración que la madre tradicional disponía de tiempo completo para su hogar y cuidado de sus hijos, ahora en los tiempos modernos la madre de familia también trabaja lo que en ocasiones no le permite cumplir con todos de roles de ama de casa y madre, esto ha ocasionado problemas de desnutrición en la alimentación del bebé. El Jugo de granadilla “DULCE BABYDILLA” es el producto de creación de una nueva línea no existente actualmente en el mercado de jugos para bebés, la cual se realizará la prueba de concepto para comprobar el estudio factible de la demanda e inversión que involucra la realización de este importante plan de participación para el desarrollo económico.

Palabras Claves: producción de granadilla, comercialización de granadilla, jugo de granadilla, elaboración de jugo de granadilla, jugo de granadilla para niños, granadilla.

Abstract

Our project is based on a product which is a 100% juice pulpy as natural as those prepared at home that takes advantage of all the virtues of passion and It is geared not only to prepare the stomach for digestion healthy child, but this product is to offer the market a nutritional drink made from Granadilla, noted for its fiber content, high levels of vitamin A and B2, and moderate levels of vitamin C and phosphorus, iron and calcium from your fruit and your help digestion, but could be a healthy substitute for artificial drinks generate harmful effects on the health of children as they reach their final stage of development (recommended by pediatricians), and even adults. Taking into consideration that the traditional mother full time available for your home and care for their children, nowadays in modern times, the mother also works which sometimes prevents you meet all of the roles of housewife and mother This has caused problems of malnutrition in infant feeding. The passion fruit juice "SWEET BABYDILLA" is the product of creating a new line is not currently available in the juice market for babies, which will carry out the of concept to test the feasibility study and investment demand that involves making of this important engagement plan for economic development.

Keywords: passion fruit production, marketing of passion fruit, passion fruit juice, passion fruit juice production, juice for children passion fruit, passion fruit.

1. Introducción

La industria alimenticia es una de las más importantes y numerosas que posee cada país es por esto que necesita constante innovación y mejoras en sus productos, es aquí donde se realiza proyectos relacionados con estos temas se vuelve de suma importancia para la reactivación económica del país. El Ecuador es un país agrícola que posee gran diversidad en cultivos, teniendo poco avance tecnológico y capacitación en esta área, que no le ha permitido llegar a una industrialización con la gama de productos existente. Al industrializar de granadilla, realizando nuestro producto se generará plazas de empleo, que contribuye para el crecimiento económico del país. Todos los expertos coinciden en señalar que la industria alimenticia vive una ebullición de nuevos productos, sin duda contagiada por la creatividad proveniente de los países desarrollados.

Por esto el presente trabajo mostrará una opción, una idea de cambio, realizando el perfil de un desarrollo de un producto basado en estudio de mercado, hemos escogido la elaboración de un jugo de Granadilla para bebés a partir de los 6 meses hasta los 2 años de edad, utilizando tecnología que sea conocida en nuestro medio y no cause perjuicios para la alimentación del consumidor ya que es un sector delicado a quien se le va a considerar. El perfil del proyecto a realizar tendrá una descripción del desarrollo del producto, posible marca comercial, análisis del mercado, predicciones de los costos, estrategia de desarrollo, factibilidad técnica y todo el aporte requerido para dar a conocer este propósito.

2. Hipótesis General

Las madres trabajadoras desean una bebida natural que a más de ayudar a la salud de sus bebés, ofrezca propiedades multivitamínicas que les ayude a nutrir al Bebe mientras les facilita cuidar la salud y así ahorrar tiempo en preparar un jugo casero de granadilla.

3. Objetivo General

Determinar la rentabilidad en la realización del proyecto de jugo de granadilla ofreciéndoles los más altos estándares de calidad y preparados en forma completamente natural que aporte con las necesidades nutricionales de estos.

3.1 Objetivos Específicos

1. Establecer una estrategia adecuada de distribución y comercialización del la bebida de granadilla a través de un plan de marketing.
2. Determinar el monto de la inversión necesaria, así como los costes de producción, distribución y comercialización del producto.

3. Determinar el conocimiento y las características deseadas del producto por parte del consumidor meta, mediante la realización del estudio de mercado.
4. Determinar la demanda como factor clave para la capacidad de producción.
5. Analizar la factibilidad financiera de llevar a cabo el proyecto. Estimar costos de producción y estimar capital de trabajo con el cual iniciamos el proyecto.

4. Definición del Producto

El producto es un jugo 100% natural pulposo tan natural como los preparados en casa que aprovecha todas las bondades de la granadilla y está orientado no sólo a preparar el estómago para la sana digestión del niño, sino también este producto consiste en ofrecer al mercado una bebida nutritiva hecha a base de Granadilla, destacada por su contenido en fibra, niveles altos de vitamina A y B2, y niveles moderados de vitamina C, además del fósforo, hierro y calcio de su fruta y su ayuda a la digestión, pudiendo llegar a ser un sustituto saludable de las bebidas artificiales que generan efectos dañinos en la salud de los niños a medida que lleguen a su última etapa de desarrollo y hasta de adultos. Por todas estas propiedades, este producto nutritivo es ideal para bebés, en etapa de crecimiento que le ayuda en su salud. Además consta de un sabor muy suave, textura espesa especial para los bebés, como lo que las amas de casa preparan en sus hogares.



Figura: 1 Valores Nutricionales de la granadilla

Tabla: 1 El valor nutritivo del jugo de granadilla en 100 gramos Según INCAP-OPS (1996),

Energía (kcal)	94,0
Proteínas (g)	2,4
Grasa (g)	2,8
Fibra dietética (g)	10,9
Magnesio (mg)	29,0
Sodio (mg)	28,0
Potasio (mg)	348,0
Vitamina B ₆	0,06
Vitamina C (mg)	20,0
Ácido fólico (mg)	20,0
Carbohidratos (total)	17,3
Cenizas (g)	1,2
Calcio (mg)	10,0
Fósforo (mg)	64,0
Hierro (mg)	0,9
Niacina (mg)	1,6

4.1 Condiciones ambientales

Este cultivo se ubica preferentemente en los valles interandinos y en las estribaciones de la cordillera de los Andes. El producto es de consumo principalmente de la población local, pero la demanda para el consumo en otros países va en crecimiento para lo cual en Ecuador se ha incrementado las áreas de cultivo, lo que permite ofrecer para su comercialización en mercados del exterior. En los principales mercados internacionales especialmente en Europa, Estados Unidos, Japón entre otros se está desarrollando de manera creciente y sostenida, una demanda de productos agrícolas obtenidos de manera más "limpia", con menor impacto ambiental e incluso demandas específicas de productos orgánicos, que promueven la no utilización de químicos en su cultivo.

En el Mundo. Los canales de distribución más importantes para esta fruta exótica son mayoristas de productos especiales como frescos en general. Los principales mercados importadores de esta fruta son Europa (Alemania, Francia, Bélgica, Holanda), Canadá y Estados Unidos. En cuanto a nuestro mayor proveedor de granadilla tenemos a Colombia, debido a la alta oferta de la fruta por parte de sus mayoristas para distribución en el mercado de la localidad "Monte Bello"

Producción Nacional

En Ecuador la utilización de plantas de mejor calidad dan lugar a plantaciones comerciales con buena

productividad en las provincias de Imbabura y Tungurahua principalmente. El cultivo de la granadilla se distribuye especialmente en los valles secos y sub húmedos de la Sierra Ecuatoriana tales como: Pimampiro, Ambuqui, Atuntaqui, Guayllabamba, Nanegalito, Yaruquí, Patate, Baños, Pelileo, Guano Gualaceo, Girón, Santa Isabel, Vilcabamba y Loja. La granadilla se desarrolla en climas sub cálidos entre los 1800 – 2400 msnm a una temperatura entre 12 y 20 ° C.

Canales de comercialización

Los Principales Canales De Comercialización Son: Intermediarios, Asociaciones, Ferias De Agricultor Y Supermercados.

El Centro Nacional De Abastecimiento Y Distribución De Alimento (Cenada) Y Mercado De Mayoreo Son Canales Que Participan Bastante En La Comercialización De La Granadilla, Principalmente Durante Los Picos De Oferta

4.2 Estrategia de desarrollo

Crear un producto derivado de la granadilla el cual iría dirigido al mercado interno, hacia las personas que tengan a su cuidado a bebés a partir de 6 meses de edad en adelante. Se inicia con la investigación de mercado y estará dirigido a un segmento de la población infantil por lo tanto el nivel de la pirámide a conquistar es el básico. Nuestra empresa Inventará la estrategia, introduciendo el jugo de granadilla el cual tiene un sabor de frutas naturales con todas las propiedades nutricionales de la granadilla tales como la vitamina B₂ y C además aportan carbohidratos que constituyen la fuente más importante de energía para apoyar un adecuado crecimiento en los bebés. Desarrollar un producto nuevo, dirigido a un sector específico de la población del Cantón de Guayaquil.

4.2.1 Objetivos vinculados al desarrollo

Dar un valor agregado a la granadilla de pequeños grupos campesinos de tal manera que se revierta en un beneficio económico que genere su auto desarrollo. Desarrollar el jugo de granadilla y su lanzamiento al mercado en un tiempo de seis meses previo un exhaustivo estudio de mercado del sector segmentado al que va dirigido. Implementar a nuestra empresa personal altamente calificado y financiamiento de nuestro proceso mediante préstamos bancarios.

4.2.3 Objetivos vinculados al resultado

Ampliar el mercado nacional de bebidas instantáneas para bebés.

Convertirnos en una empresa líder en el mercado de productos para bebés, al ofrecer productos de excelente calidad que constituyan un aporte adecuado para el crecimiento del bebé. Brindar un producto que satisfaga las necesidades de nuestros consumidores en calidad, aporte nutricional y en costos. Seleccionar una estrategia que potencie las características innatas de nuestro producto y las condiciones de oportunidad del nicho de mercado que hemos identificado. Elaborar un producto de alta calidad nutricional para que el consumidor prefiera nuestro producto tanto por calidad como por costo. Realizar estudios de cultura del consumo de alimentos para bebés dentro del segmento seleccionado al cual va dirigido nuestro producto. Concienciar al campesino sobre la importancia de su materia prima y que en lo posterior será industrializada y por ello requiere de un cuidado exhausto a la hora de la cosecha para evitar pérdidas. El producto ya elaborado va a disposición del cliente en los diferentes puntos de venta como: supermercados, farmacias, tiendas y centros pediátricos, siendo reconocido o solicitado en su compra por sus propiedades.

4.3 Macro Localización

En el análisis específico de la ubicación de la planta se ha creído conveniente seleccionar la macro localización dentro de la provincia del Guayas por tener un clima cálido y unas óptimas condiciones para la producción de jugo de granadilla. De los elementos que constituyen una fuerza localizada importante, y en algunos casos decisivos, es la elección final de la localización de la planta. Entre los recursos que merecen mayor atención podemos destacar, la mano de obra, la materia prima, energía eléctrica, combustible y el agua. La influencia de cada uno de ellos nos ha permitido determinar la adecuada localización.

4.4 Micro localización

Considerando el estudio de los factores de localización, se justifica la implementación de la productora del delicioso jugo de granadilla en la ciudad de Guayaquil. Esta ubicación cuenta con una de las mejores vías de la ciudad en condiciones favorables y hacia los diferentes sectores de la ciudad, permitiendo transportar la materia prima y el producto terminado sin ningún problema. Ubicación propuesta que beneficia el presente proyecto de inversión, ya que las condiciones de clima en este caso cálido benefician a la elaboración del producto las características del terreno son apropiados para esta actividad. En la Micro localización de la empresa tomamos en cuenta que

la fábrica se encuentre lo suficientemente apartada de la contaminación. Las instalaciones son las adecuadas para su funcionamiento como: agua, luz, teléfono y las respectivas divisiones.

Análisis de la disponibilidad de los suministros e insumos

Los insumos detallados a continuación son los que le entregaremos a la planta productora para que elabore nuestro producto.

Materia Prima: Ganadilla y cebada procesada Para la elaboración de nuestro producto utilizaremos la pulpa de la granadilla y para darle mejor sabor y color se le adhiere a la misma azúcar, colorante, y el envase será en vidrio de 8 onzas o de 180 ml. Insumos: Agua, Azúcar, aditivos (ácido cítrico, benzoato de sodio) y envases.

La materia prima se refiere a los materiales que no tienen valor agregado y que sirvan para transformarlos en bienes o servicios mediante el proceso productivo. Para la compra de la materia prima se considera lo siguiente:

- Las cantidades requeridas.
- Fuentes y cantidades disponibles.
- Costos de cada materia prima.
- Costos de transporte.
- Tamaño, embalaje.
- Programar el abastecimiento de materia prima.

5. Análisis de la demanda

Al ser un producto natural nutritivo que ofrece muchos beneficios, a los consumidores potenciales, en la actualidad es posible hallar en el mercado innumerables jugos naturales y bebidas, sin embargo, ninguna es potencialmente creada para los bebés, no existe un jugo natural que brinde los beneficios en la salud de los bebés como la granadilla, siendo estas propiedades las que lo harían elegible por los consumidores (al realizar el análisis hemos detectado una demanda satisfecha no saturada, pues aún existe nicho para nuestro producto, el cual será introducido con relativo éxito al informar al consumidor sobre sus beneficios). Se lo cuantificará en el Poder adquisitivo de los consumidores y la demanda según el estudio de mercado.

La naturaleza del producto permite ofrecer precios accesibles principalmente a los estratos sociales medios y medios altos.

5.1 Proyección de la demanda

El objetivo de nuestra empresa es cubrir el mercado del cantón Guayaquil, tomando como objetivo madres trabajadoras que posean hijos de entre 6 meses a 2 años de edad, inicialmente consideramos 2.366.902 de habitantes que posee el cantón Guayaquil, de esta población solo el 31,471%

pertenece al grupo femenino lo que nos da 744.888. De este total de 744.888 el 41,4% comprende a madres que posee trabajos o tienen actividad laboral que corresponde a un total de 308.384 mujeres según datos de la Organización P.E.A.

Tabla 2: elaborado por las Autoras
Porcentaje De La PEA Por Sexo, Según Rama De Actividad (Censo 2001)

Rama de actividad	Mujer
Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	0
Pesca	0
Explotación de minas y canteras	0
Industrias Manufactureras	4
Suministro de energía eléctrica, gas y agua	0
Construcción	0
Comercio al por mayor y menor, rep. veh, efec. pers.	13,2
Hoteles y restaurantes	2
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	2
Intermediación financiera	1
Actividades inmobiliarias, empresarial	1
Administración pública y defensa	1
Enseñanza	5
Actividades de servicio social y de salud	2
Otras actividades comunitarias sociales	2
Hogares con servicio doméstico	3
Organización y órganos extraterritoriales	0
Total	41,4

Del total de mujeres trabajadores 308.384 el 70% posee nivel económico medio y medio alto con ciertos rasgos de nivel bajo lo que nos da un 215.869 habitantes.

El 59,208% tiene hijos de entre los 6 meses a 2 años lo que nos da una población objetivo de 127.812 habitantes.

De este resultado final nos guiamos por el principio de Porter que nos recomienda que para capturar el mercado con un producto nuevo necesitamos estimar un 10% de nuestra población objetivo por lo tanto de los 127.812 solo estimaremos 12.781 como target.

6. Metodología

- ✓ Información primaria: Entrevista a especialistas en el cuidado del bebé, encuestas ya sea en centros comerciales, hospitales y centros de pediatría, donde tengan más concurrencia de personas con nuestra población objetivo.
- ✓ Información Secundaria: Para ver las especialidades y datos extras de la granadilla, esta información la recolectaríamos con ayuda de sitios Web (Internet), y revistas.

Vamos a utilizar datos del INEC para tener una idea del tamaño del segmento de mercado al cual estamos dirigidos.

6.1 Determinación del universo

6.1.1 Objetivos del estudio de mercado

- Con la investigación de mercado se espera identificar las características de la demanda potencial.
- Determinar el segmento de mercado, que permita estimar una posible demanda.
- Saber el grado de aceptación del producto en la población guayaquileña, debido a que el ingrediente principal no es común en el medio.
- Definir puntos de ventas estratégicos que brinden facilidad al consumidor para asegurar una respetable participación dentro del mercado.
- Conocer las preferencias de los consumidores en cuanto a la presentación, envase y contenido en el que desean encontrar el producto, de tal forma que podamos lanzar un producto con las características que ellos deseen.
- Determinar si existe la necesidad insatisfecha al consumir productos similares como alimentos vitamínicos preparados
- Analizar las fortalezas y debilidades actuales de los productos industrializados.
- Obtener un precio referencia que especifique la disponibilidad pagar del consumidor.

6.1.1 Selección del método de muestreo

• Métodos específicos de muestreo o Selección

El método elegido para la obtención de la muestra es el "Muestreo Aleatorio Simple".

6.2 Descripción de la aplicación del método

Este método fue elegido porque ofrece mayor facilidad en el momento de tomar la muestra. Los resultados que esperamos obtener con este método, nos ofrece un número considerable de encuestas para obtener nuestros objetivos.

6.3 Técnicas específicas de muestreo

6.3.1 Técnica no probabilísticas muestreo por conveniencia

Se selecciona al posible encuestado según el lugar correcto de donde se encuentran, en este caso lo vamos hacer en centros comerciales, comisariatos y centros comerciales.

6.4 Descripción de la aplicación de cada técnica a su investigación.

6.4.1 Muestreo por conveniencia

Los entrevistadores inician las encuestas y entrevistas a partir de las 10h00 hasta las 16h00, en este lapso de tiempo seleccionaran a todos los posibles encuestados y entrevistados que se cree necesario. Después que los encuestados sean seleccionaron deberán estar en el lugar correcto y en el tiempo correcto para poder entrevistar o proceder a la encuesta.

El entrevistado hará las preguntas correspondientes a mujeres de entre 18 a 45 años de edad y una vez llenado se sigue con las siguientes personas. Cabe resaltar que al no ser probabilístico los encuestados pueden volver a ser entrevistados ya que el entrevistador está en la obligación de hacer el llenado de los cuestionarios a las personas que estén disponibles.

6.5 Población y Muestra

Tamaño de la muestra

Para determinar el tamaño de la muestra, se utiliza la técnica de muestreo restringido aleatorio donde hay que considerar la población anteriormente definida, en la cual se está tomando en cuenta a personas mayores de 18 años de edad.

Para determinar el número de encuestas a realizar, se establece un grado de confianza del 95% y un margen de error del 0,05658 y además se toman en cuenta los siguientes factores:

Grado de confianza (z)

Es el porcentaje de datos que se abarca, dado el nivel de confianza establecido del 95%. Para este grado de confianza corresponde un valor de z de 1.96 obtenido de una tabla de distribución normal.

Máximo error permisible (e)

Es el error que se puede aceptar con base a una muestra "n" y un límite o grado de confianza "X". Este error ha sido definido con un margen del 0,05658.

Porción estimada (P)

Es la probabilidad de ocurrencia de un fenómeno en específico, en este caso, es que la población objetivo esté dispuesta a consumir un jugo natural de granadilla; puesto que no se tiene ninguna información previa, se toma el promedio con el que se trabaja en estos casos, que es del 50% de que consuman el producto. Para hallar el número de personas a encuestar, aplicamos la fórmula de una población infinita mayor a 100,000 unidades) el tamaño de la población N= 1000000 habitantes del Cantón Guayaquil, por lo tanto, la fórmula es la siguiente:

$$n = \frac{(z)^2 pq}{e^2}$$

Donde:

n :Tamaño de la muestra

z :1,96

p: 0,5

q: (1-p):(1-0,5) = 0,5

E= 5,658%

n =300,00346

n ≅ 300 encuestas a realizar

Obteniendo un resultado de 300 encuestas a realizar en nuestro proyecto.

7. Conclusiones:

Una vez analizado el proyecto en todas sus partes se ha llegado a las siguientes conclusiones:

1. De los resultados obtenidos en el estudio de mercado permiten manifestar que se podrá contar con un mercado en el ámbito local suficiente como para implementar una Microempresa Comercializadora y Productora de Jugo de Granadilla.
2. Gracias a la investigación de mercado podemos afirmar que algunos objetivos que hemos planeado al principio del proyecto se pueden cristalizar.
3. La investigación arroja resultados positivos sobre el comportamiento de las personas frente a nuestro producto, ahora queda de nuestra parte realizar un análisis técnico y asumir los costos y gastos que debemos solventar para terminar este proyecto.
4. Nuestros consumidores al 100% serán aquellas madres trabajadoras y hemos detectado además

que su comportamiento tiene una teoría, que al perfilarla se ubican como Consumidores Pragmáticos, los mismos que desean calidad al menor precio.

5. Este estudio constituye la primera parte de un proyecto largo y ambicioso que tendrá una investigación concluyente, siendo la pauta para decidir si un proyecto es factible o no en materia de demanda.
6. Ahora que hemos demostrado mediante una buena investigación que nuestro producto "DULCE BABYDILLA" tendrá la aceptación necesaria, nos queda tomar en cuenta cada uno de los puntos que se han estudiado en las encuestas y ponerlas en práctica para mejorar el producto y así finalmente llegar a los consumidores con las exigencias y requerimientos que ellos han transmitido necesarios en nuestra encuesta.
7. para alcanzar los objetivos del proyecto se requiere de una inversión de total de \$ 116.455. esta alternativa de producir la deliciosa bebida de jugo de granadilla es rentable desde el punto de vista financiero por los siguientes identificadores:
valor actual neto (van) = \$ 25.697.60

Siendo el van mayor a cero se deduce que se obtendrá un retorno líquido favorable a través de la vida útil del proyecto.

Tasa interna de retorno (TIR) = 17,40%
el proyecto es aceptable puesto que es mayor al costo de capital.

Tasa de descuento (TMAR) = 13,20%
dado que la tasa interna de retorno (TIR= 17,40%%) es mayor a la tasa de descuento (TMAR= 13,20%) nos indica que nuestro proyecto es rentable.

Análisis de sensibilidad

Realizamos el análisis de sensibilidad para saber cuan sensible es el proyecto ante cambios porcentuales de las variaciones significativas, siendo este análisis una poderosa herramienta de evaluación que ayuda a los criterios insuficientemente analizados del proyecto a fortalecerlos en la medida que estos sean superados y manejados estratégicamente.

En los análisis respecto del VAN con la tmar y las variaciones de los precios con su respectivo análisis del van con los ingresos, los cambios porcentuales son muy sensibles debido a fluctuaciones que existen en el mercado por la baja participación del beta del sector de jugos.

8. Recomendaciones

En micro empresas con tendencia hacer fábricas en un futuro se debería tener personal idóneo y capacitado ya que las maquinarias que se utilizan son costosas.

Se recomienda iniciar con la comercialización del jugo de granadilla ya que existe una demanda en el mercado que aun no se ha explorado por completo y que contamos con todos los recursos necesarios. Para realizar una investigación de mercado de un producto nuevo debemos planificar con un tiempo previo para el trabajo de campo en caso de ser sectores públicos debido al trámite para proceder con nuestro objetivo.

9. Referencias

- [1] Como diseñar un Plan de Negocio. Autor Graham Friend y Stefan Zehle
- [2] Proyectos de Inversión. Autor Ing. Gustavo Guerrero Macías, Msc. ESPOL Edición 2007
- [3] Evaluación de proyectos. Autor Nassir Sapag. Edición 2008.
- [4] www.google.com
- [5] www.evisos.com
- [6] www.quebarato.com
- [7] banco central del ecuador www.bce.fin.ec
- [8] INEC www.inec.gov.ec
- [9] www.ecuadorencifras.com
- [10] www.yahooofinance.com
- [11] www.iniac.gov.ec
- [12] www.bce.fin.ec/contenido.php?cnt=arb0000003
- [13] <http://www.botanical-online.com/medicinalspassiflora.htm>