



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**TRABAJO DE GRADO**

**TEMA:**

“CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PARA LA PRODUCCIÓN Y  
COMERCIALIZACIÓN DE CHAMPIÑONES ORGÁNICOS EN LA  
PARROQUIA SAN PABLO, CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE  
IMBABURA”

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL

**AUTORA:** DIGNA MARÍA COLTA CAMUENDO

**DIRECTOR:** Ph.D. BYRON ACOSTA ANDINO

**IBARRA, JUNIO 2018**

## RESUMEN EJECUTIVO

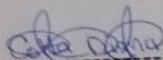
La siguiente investigación determina la creación de una microempresa para la producción y comercialización de champiñones orgánicos en la parroquia San Pablo, cantón Otavalo, Provincia de Imbabura, razón por la cual se consideró que la metodología de la investigación aplicada es cuantitativa ya que se utiliza datos numéricos y estadísticos, a la vez es de tipo exploratoria debido a que se analiza investigaciones relacionadas; por lo tanto se aplicó encuesta a 382 personas y a 12 locales de comida de la ciudad. Además se aplicó fichas de observación a 4 supermercados. En el diagnóstico situacional se obtuvo como resultado que la zona cuenta con un clima óptimo para la producción de champiñones, además existe materia prima suficiente para aprovechar en el proyecto y no existen productores en la parroquia. Con la investigación de campo se verificó la aceptabilidad del champiñón dando como resultado la demanda potencial de 1580 bandejas de champiñones mensuales; en lo referente a la oferta 715 bandejas mensuales los cuales son distribuidos a través de supermercados, dando como resultado una demanda insatisfecha de 865 bandejas. El estudio técnico permitió establecer la localización en la comunidad de Casco Valenzuela por la cercanía a la materia prima, también se definió que la inversión inicial es de 3.720,11 dólares. Dentro del presupuesto Operacional se estableció que los ingresos son buenos mediante una proyección de ventas ya que cubren con los egresos de la actividad económica generando una utilidad neta de 1.974,84 dólares al año. Mediante la planificación estratégica se estableció el direccionamiento del proyecto para el cumplimiento del giro del negocio. Se analizó los impactos que genera el emprendimiento representando un nivel positivo medio con 2,5 debido a que se utilizan materiales de agricultura naturales, siendo rentable con puesta en marcha de la microempresa y dinamizando la economía del sector.

## EXECUTIVE SUMMARY

The following investigation determine the creation of a microenterprise for the production and commercialization of organic mushrooms in the San Pablo parish, canton Otavalo, Imbabura Province, reason for which it was considered that the applied research methodology is quantitative since numerical data is used and statistical, at the same time it is of exploratory type because it is analyzed related researches; therefore, a survey was applied to 382 people and 12 food stores in the city. In addition, observation sheets were applied to 4 supermarkets. In the situational diagnosis was obtained as a result that the zone has an optimal climate for the production of mushrooms, there is also enough raw material to take advantage of in the project and there are no producers in the parish. With field research, the acceptability of the mushroom was verified, resulting in the potential demand of 1580 mushroom trays monthly; in relation to the offer 715 monthly trays which are distributed through supermarkets, resulting an unsatisfied demand of 865 trays. The technical study allowed to establish the location, in the Casco Valenzuela community for the proximity to the raw material, it was also defined that the initial investment is 3.720,11 dollars. Inside of the Operational Budget it was established that income are good by means of a sales projection since they cover with the expenses of the economic activity generating a net profit of 1.974,84 for year. Through strategic planning was established the direction of the project to accomplish with the business turn. The impacts generated by the enterprise were analyzed, representing an average positive level of 2.5 due to the use of natural agricultural materials, being profitable with start-up of the microenterprise and energizing the economy of the sector.

## AUTORIA

Yo, COLTA CAMUENDO DIGNA MARÍA, portadora de la cédula de ciudadanía No. 100485560-5, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría: **“CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CHAMPIÑONES ORGÁNICOS EN LA PARROQUIA SAN PABLO, CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”**, que no ha sido presentado para ningún grado ni calificación profesional; y se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

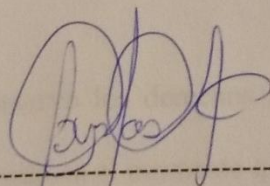


Digna María Colta Camuendo

100485560-5

## CERTIFICACIÓN

En calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por la señorita egresada **Digna María Colta Camuendo** con cédula de identidad No. 100485560-5, ha trabajado en el desarrollo del proyecto titulado: **“CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CHAMPIÑONES ORGÁNICOS EN LA PARROQUIA SAN PABLO, CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”**, previo a la obtención del Título de Ingeniera Comercial, realizándola con interés profesional y responsabilidad, lo cual certifico en honor a la verdad.



-----  
PhD. Byron Acosta Andino  
**DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO**

**CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA  
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

Yo, Digna María Colta Camuendo, con cédula de identidad no. 100485560-5, manifesté mi voluntad de conceder a la Universidad Técnica del Norte los Derechos Patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4,5 y 6 en calidad de autora de la obra o trabajo de grado denominado: **“CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CHAMPIÑONES ORGÁNICOS EN LA PARROQUIA SAN PABLO, CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”**, que ha sido desarrollada para optar por el título de : **INGENIERA COMERCIAL**, en la **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago la entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Ibarra, los 18 días del mes de julio del 2018

-----  
Digna María Colta Camuendo  
100485560-5

## BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

### AUTORIZACIÓN DEL USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

#### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional determina la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejamos sentada nuestra voluntad de participar en este proyecto, para lo cual ponemos a disposición la siguiente información:

<b>DATOS DEL CONTACTO</b>	
<b>Cédula de Identidad:</b>	100485560-5
<b>Apellidos y Nombres:</b>	Colta Camuendo Digna María
<b>Dirección:</b>	Comunidad Casco Valenzuela, parroquia San Pablo, cantón Otavalo, provincia de Imbabura
<b>E-mail:</b>	<a href="mailto:dignacolta0@gmail.com">dignacolta0@gmail.com</a>
<b>Teléfono Móvil:</b>	0984411583/0967677401
<b>DATOS DE LA OBRA</b>	
<b>Título:</b>	“CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CHAMPIÑONES ORGÁNICOS EN LA PARROQUIA SAN PABLO, CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”
<b>Autor:</b>	Digna María Colta Camuendo
<b>Fecha:</b>	21/06/2018
<b>Programa:</b>	Pregrado <input checked="" type="checkbox"/>
<b>Título por el que opta:</b>	Ingeniera Comercial
<b>Director:</b>	PhD. Byron Acosta Andino



## AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD


Yo, Digna María Colta Camuendo, con cédula de ciudadanía N° 100485560-5, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Art. 144.

## CONCORDANCIA

La Autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por terceros.

Ibarra, a los 18 días del mes de julio del 2018

LA AUTORA

  
-----  
Digna María Colta Camuendo  
100485560-5



## **DEDICATORIA**

El presente trabajo está dedicado a Dios, quien me ha guiado y me ha dado la esperanza de seguir por los sueños anhelados a mi vida, ayudando a superar cada obstáculo que se presentó en el transcurso de la etapa universitaria.

A mis padres María y Antonio, por brindarme su amor, paciencia y depositar la confianza en mí, quienes fueron el motor principal para alcanzar el objetivo de culminar la carrera y me hicieron un mejor ser humano. A mis hermanos por sus palabras de aliento.

**Digna Colta**

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero agradecer primeramente a Dios por la guía constante en mi camino, quien me ha dado las fuerzas y la sabiduría necesaria para alcanzar esta meta, por todas las bendiciones que he recibido en mi vida.

Agradecer inmensamente a la Universidad Técnica del Norte y maestros quienes día a día fueron formándome académicamente con sus conocimientos y consejos para la vida diaria.

A mis padres por su apoyo incondicional esfuerzo y empuje en mi formación profesional, quienes me brindaron principios correctos para ser una ciudadana respetuosa ante la ley, a mis hermanos por el amor incondicional.

Agradecer de manera muy especial a mi Director de Trabajo de Grado PhD. Byron Acosta por la guía constante en la realización de este proyecto y a la ex docente PhD. Cecilia Parra por su apoyo en diferentes fases de mi crecimiento profesional.

A mis amigas por su amistad, cariño y ayuda que me brindaron en el transcurso de esta etapa, una gran bendición haberlas conocido.

**Digna Colta**

## INDICE DE CONTENIDOS

EXECUTIVE SUMMARY .....	iii
AUTORIA.....	iv
CERTIFICACIÓN .....	v
CESIÓN DE DERCHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE .....	vi
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA .....	vii
AUTORIZACIÓN DEL USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE .....	vii
AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD .....	viii
CONCORDANCIA .....	viii
DEDICATORIA.....	ix
AGRADECIMIENTO .....	x
INDICE DE CONTENIDOS .....	xi
ÍNDICE DE TABLAS .....	xiv
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xvii
JUSTIFICACIÓN .....	xix
CAPITULO I.....	21
1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL .....	21
1.1. ANTECEDENTES .....	21
1.2. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO .....	22
1.2.1. OBJETIVO GENERAL.....	22
1.3. VARIABLES DIAGNÓSTICAS .....	23
1.4. INDICADORES .....	23
1.5. ESTABLECIMIENTO DE LA MATRÍZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA.....	25
1.6. ANÁLISIS DE LOS INDICADORES.....	26
1.7. MATRIZ AOR .....	38
1.7.1. Cruces estratégicos de la matriz AOR .....	39
1.8. DETERMINAR LAS OPORTUNIDADES DEL EMPRENDIMIENTO.....	40
CAPÍTULO II.....	41
2. MARCO TEÓRICO.....	41
2.1. EMPRENDIMIENTO .....	41
2.2. MICROEMPRESA.....	42
2.3. CHAMPIÑONES O HONGOS COMESTIBLES .....	43
2.4. ESTUDIO DE MERCADO.....	46
2.5. PLAN DE COMERCIALIZACIÓN .....	49
2.6. ESTUDIO TÉCNICO.....	52

2.7.	PRESUPUESTO OPERACIONAL .....	53
2.8.	ESTRUCTURA ORGANIZATIVA.....	55
2.9.	IMPACTOS .....	56
2.10.	ORGANIZACIÓN METODOLÓGICA.....	56
2.11.	RECURSOS .....	58
CAPÍTULO III .....		59
3.	ESTUDIO DE MERCADO .....	59
3.1.	PRESENTACIÓN .....	59
3.2.	OBJETIVOS .....	59
3.3.	VARIABLES .....	60
3.4.	INDICADORES .....	60
3.5.	MATRIZ DE ESTUDIO DE MERCADO .....	63
3.6.	Ejecución de la investigación de campo.....	65
3.7.	ESTUDIO DE MERCADO.....	97
3.8.	ESTUDIO DE LA COMPETENCIA .....	100
3.9.	ANÁLISIS DE LA DEMANDA .....	102
3.11.	PRECIO .....	105
3.12.	ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN .....	107
3.13.	CONCLUSIONES .....	109
CAPÍTULO IV .....		111
4.	ESTUDIO TÉCNICO .....	111
4.1.	PRESENTACIÓN DEL CAPITULO.....	111
4.2.	OBJETIVOS .....	111
4.3.	LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	112
4.4.	TAMAÑO DEL PROYECTO.....	118
4.5.	PROCESO DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN .....	122
4.6.	PRESUPUESTO DE LA INVERSIÓN .....	129
CAPÍTULO V .....		142
5.	PRESUPUESTO OPERACIONAL.....	142
5.1.	INTRODUCCIÓN.....	142
5.2.	OBJETIVOS.....	142
5.3.	INVERSIÓN INICIAL.....	143
5.4.	PRESUPUESTO DE INGRESOS .....	143
5.5.	Presupuesto de Ventas .....	143
5.6.	PRESUPUESTO DE COSTO DE PRODUCCIÓN Y VENTAS .....	147
5.7.	PRESUPUESTO DE GASTOS OPERACIONALES .....	155
5.8.	ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA.....	158
5.9.	TOMA DE DECISIONES .....	161
CAPÍTULO VI.....		165
6.	ESTRUCTURA ORGANIZATIVA .....	165
6.1.	PRESENTACIÓN .....	165
6.2.	OBJETIVOS .....	165
6.3.	NOMBRE DE LA MICROEMPRESA.....	166
6.4.	MISIÓN .....	166
6.5.	VISIÓN.....	167

6.6.	PRINCIPIOS Y VALORES .....	167
6.7.	POLÍTICAS.....	168
6.8.	ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL .....	169
6.9.	DESCRIPCIÓN DE PUESTOS .....	170
6.10.	ASPECTOS LEGALES DE FUNCIONAMIENTO .....	173
6.11.	CONSTITUCIÓN LEGAL.....	177
CAPÍTULO VII.....		179
7.	IMPACTOS .....	179
7.1.	PRESENTACIÓN .....	179
7.2.	OBJETIVOS.....	180
7.3.	IMPACTO AMBIENTAL.....	180
7.4.	IMPACTO ECONÓMICO .....	182
CONCLUSIONES .....		184
RECOMENDACIONES .....		186
BIBLIOGRAFÍA: .....		187
ANEXOS .....		191

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Matriz de relación diagnóstica.....	25
Tabla 2: Cultivo anual de champiñones de la empresa Invedelca C.A.....	31
Tabla 3: Cuadro Comparativo de la Competencia.....	33
Tabla 4: Descripción de la Matriz AOOR .....	38
Tabla 5: Matriz de estudio de mercado.....	63
Tabla 6: consumo de champiñones en la población otavaleña .....	67
Tabla 7: Lugar de adquisición de champiñones.....	68
Tabla 8: Presentación de preferencia .....	69
Tabla 9: Frecuencia de adquisición.....	70
Tabla 10: Cantidad de champiñones demandados .....	71
Tabla 11: calidad de los champiñones .....	72
Tabla 12: Aspectos que se consideren al momento de la adquisición .....	73
Tabla 13: Oferta al consumidor .....	74
Tabla 14: Cantidad de bandejas de champiñones .....	75
Tabla 15: Presentación que desean en los champiñones.....	76
Tabla 16: Valor que desean pagar por los champiñones.....	77
Tabla 17: Medios para conocer el producto.....	78
Tabla 18: Lugar donde desean adquirir los champiñones.....	79
Tabla 19: Adquisición de Champiñones .....	82
Tabla 20: Lugar de Adquisición .....	83
Tabla 21: Forma de Adquisición.....	84
Tabla 22: Cantidad de bandejas que adquiere.....	85
Tabla 23: Precio de la oferta .....	86
Tabla 24: Calidad de la oferta actual .....	87
Tabla 25: Apoyo a la creación de la microempresa. ....	88
Tabla 26: Cantidad que estaría dispuesto a adquirir .....	89
Tabla 27: Valor que está dispuesto a pagar .....	90
Tabla 28: Tabla de Valoración de la calidad .....	94
Tabla 29: Calificación del Precio de la competencia.....	95
Tabla 30: Cuadro comparativo de los supermercados que comercializan champiñones .....	96
Tabla 31: Cálculo de Demanda población 1 y 3 .....	104
Tabla 32: Cuadro de la Oferta.....	105



Tabla 33: Cuadro resumen de la demanda y la oferta.....	105
Tabla 34: Tabla de Precios de la competencia.....	106
Tabla 35: Precio promedio de la Competencia.....	106
Tabla 36: Escala de calificación.....	114
Tabla 37: Matriz de Macro localización.....	115
Tabla 38: Matriz de localización de los sectores de la parroquia.....	116
Tabla 39: Requerimientos para la inversión.....	121
Tabla 40: Porciones de los materiales para la elaboración del Compuesto.....	124
Tabla 41: Diagrama analítico de tiempos del proceso de cultivo de champiñones.....	127
Tabla 42: Detalle de Maquinaria y Equipo.....	129
Tabla 43: Detalle de Muebles y Enseres.....	130
Tabla 44: Detalle de Equipo de Cómputo.....	130
Tabla 45: Detalle de las herramientas de Producción.....	130
Tabla 46: Detalle de los insumos necesarios para la producción.....	131
Tabla 47: Detalle de la Inversión Fija.....	131
Tabla 48: Cuadro de Depreciación de Activos Fijos.....	132
Tabla 49: Detalle del Gasto de Constitución.....	132
Tabla 50: Detalle de la Materia Prima Directa.....	133
Tabla 51: Nómina de Producción.....	134
Tabla 52: Detalle de CIFs en la producción de champiñones.....	134
Tabla 53: Detalle de Depreciación de Activos Fijos (Producción).....	135
Tabla 54: Descripción de Consumo de energía en la parte Productiva.....	135
Tabla 55: Sueldo del Gerente.....	136
Tabla 56: Detalle de consumo de energía eléctrica.....	136
Tabla 57: Detalle de los servicios básicos.....	137
Tabla 58: Descripción de Suministros de oficina.....	137
Tabla 59: Descripción de suministros de Limpieza.....	137
Tabla 60: Descripción de Gastos de Ventas.....	138
Tabla 61: Tabla de depreciación mensual Administrativo.....	138
Tabla 62: Descripción de los Gastos Administrativos.....	138
Tabla 63: Detalle del Capital de Trabajo.....	139
Tabla 64: Detalle de la Inversión Total.....	140
Tabla 65: Detalle del monto de inversión propia.....	141
Tabla 66: Detalle de la Inversión Inicial Total.....	143

Tabla 67: Cuadro de Presupuesto de Ventas Mensuales .....	145
Tabla 68: Recuperación de la Cartera.....	145
Tabla 69: Presupuesto de Producción Mensual .....	146
Tabla 70: Presupuesto de Costo de Producción y Ventas Proforma.....	148
Tabla 71: Presupuesto de Materia Prima e Insumos .....	150
Tabla 72: Presupuesto de Mano de Obra .....	152
Tabla 73: Presupuesto de Costos Indirectos de Fabricación.....	154
Tabla 74: Sueldos Administrativos que se incurrirán durante un año .....	156
Tabla 75: Presupuestos de Gastos Administrativos y de Ventas Proforma .....	157
Tabla 76: Estado de situación Inicial del mes de Enero. ....	158
Tabla 77: Estado de Resultado Proforma.....	159
Tabla 78: Flujo de Caja Proforma.....	160
Tabla 79: Costos Variables .....	162
Tabla 80: Costos Fijos .....	162
Tabla 81: Cálculo del Punto de Equilibrio Cantidades .....	164
Tabla 82: Cálculo del Punto de Equilibrio en Dólares .....	164
Tabla 83: Matriz de valoración de Impactos.....	179
Tabla 84: Cuadro de Análisis de Impacto Ambiental .....	180
Tabla 85: Cuadro de análisis de Impacto Económico.....	182

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Mapa de ubicación de la parroquia San Pablo.....	26
Gráfico 2: Sistema de Cultivo Americano.....	29
Gráfico 3: Sistema de Cultivo Holandés.....	30
Gráfico 4: Sistema de Cultivo Francés.....	30
Gráfico 5: Distribución de la población Económicamente activa cantonal.....	35
Gráfico 6: Actividades económicas cantón Otavalo.....	35
Gráfico 7: Indicadores de Empleo en el Cantón Otavalo.....	36
Gráfico 8: Consumo de champiñones en la población otavaleña.....	67
Gráfico 9: lugar de adquisición de champiñones.....	68
Gráfico 10: Presentación de preferencia.....	69
Gráfico 11: Frecuencia de adquisición.....	70
Gráfico 12: Cantidad de champiñones demandados.....	71
Gráfico 13: calidad de los champiñones.....	72
Gráfico 14: Aspectos que se consideran al momento de la adquisición.....	73
Gráfico 15: Oferta al consumidor.....	74
Gráfico 16: Cantidad de bandejas de champiñones.....	75
Gráfico 17: Presentación que desean en los champiñones.....	76
Gráfico 18: Valor que desean pagar por los champiñones.....	77
Gráfico 19: Medios para conocer el producto.....	78
Gráfico 20: Lugar donde desean adquirir los champiñones.....	79
Gráfico 21: Adquisición de Champiñones.....	82
Gráfico 22: Lugar de Adquisición.....	83
Gráfico 23: Forma de adquisición.....	84
Gráfico 24: Cantidad que adquiere.....	85
Gráfico 25: Precio de la oferta.....	86
Gráfico 26: Calidad de la oferta actual.....	87
Gráfico 27: Apoyo para la creación.....	88
Gráfico 28: Cantidad que están dispuestos a adquirir.....	89
Gráfico 29: Valor que están dispuesto a pagar.....	90
Gráfico 30: Canal de distribución indirecta.....	109
Gráfico 31: Macro localización del emprendimiento.....	113

Gráfico 32: Croquis de la micro localización .....	115
Gráfico 33: Croquis específico de la ubicación .....	116
Gráfico 34: Diseño de la planta .....	122
Gráfico 35: Desembolso en costos de producción.....	147

## ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN

Ilustración 1: los champiñones y su contenido nutricional.....	98
Ilustración 2: partes del Champiñón .....	99
Ilustración 3: Flujo grama de procesos de champiñones .....	126
Ilustración 4: Organigrama Organizacional.....	170

## JUSTIFICACIÓN

En la actualidad *“los consumidores buscan productos naturales y nutritivos con los cuales alimentarse”* así lo afirma la revista el ciudadano (2017), según las últimas encuestas de salud y nutrición realizadas en el año 2012 muestran que *“más de la mitad de la población padece de alguna enfermedad relacionada con la obesidad en Ecuador”*, lo que deja un espacio para la creación de una microempresa productora y comercializadora de champiñones orgánico.

*“Los champiñones son ricos en minerales como el selenio, magnesio, fósforo, yodo, calcio, zinc y potasio, vitaminas A, B1, B2, B3, B5, B9, C, D y E, proteína vegetal y fibra. Por lo tanto tienen acción antioxidante, hepatoprotectora, inmunoestimulante, diuréticos”* (Ecoagricultor, 2013).

Otro factor importante que va a diferenciar al producto y a la microempresa de la competencia, es que se van a producir los champiñones de forma orgánica, los cuales brindan los nutrientes necesarios al consumidor sin afectar la salud, es decir todo su proceso productivo hasta el empaque no se va utilizar químicos o sustancias tóxicas que puedan alterar el valor nutricional, el cuidado del medioambiente es sumamente importante para lograr su certificación definitiva.

Igualmente en los diferentes restaurantes de la localidad, el champiñón ha sido un producto apetecible por el sabor y nutrientes que ofrece, ya que se utiliza de diferente forma, ya sea en ensaladas, hamburguesas, platillos especiales, pizzas entre otros.

En cuanto al ámbito ambiental al no usar químicos para la reducción de la misma generará impactos positivos, evitando la contaminación de la atmosfera y también conservando el medio ambiente, ya que se va utilizar paja, agua y humus, que también se obtiene de procesos naturales.

## **OBJETIVOS DEL POYECTO**

### **OBJETIVO GENERAL**

Identificar las posibilidades para la creación de una microempresa productora y comercializadora de champiñones orgánicos en la parroquia San Pablo, Cantón Otavalo.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- ✓ Desarrollar un diagnóstico situacional de la producción y comercialización de champiñones orgánicos, en el cantón Otavalo y en el Ecuador.
- ✓ Establecer el marco teórico que sustente el emprendimiento de champiñones orgánicos.
- ✓ Ejecutar un estudio de mercado, con la finalidad de determinar la oferta, demanda y el nivel de aceptabilidad de los champiñones, en el cantón Otavalo.
- ✓ Efectuar un estudio técnico del emprendimiento en el cual se determine el tamaño, la localización, la ingeniería y la inversión requerida.
- ✓ Elaborar un presupuesto operacional para establecer las estimaciones de inversiones necesarias, para que se desarrolle el emprendimiento.
- ✓ Diseñar una estructura organizacional que facilite alcanzar los objetivos y metas establecidas, con una administración eficiente.
- ✓ Identificar el impacto económico y ambiental que genere la gestión del emprendimiento, con el fin de mitigar los efectos negativos y potencializar los positivos.



## CAPITULO I

### 1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.

#### 1.1. ANTECEDENTES.

*“La provincia de Imbabura está ubicada al norte del país, cuenta con varios cantones, siendo el cantón Otavalo una de las tierras privilegiadas, debido a la ubicación geográfica”* como lo menciona en el PDOT (2015), este cantón está conformada por 10 parroquias, siendo una de ellas la parroquia San Pablo, lugar donde se va a realizar el emprendimiento.

La temperatura de la parroquia oscila entre los 12°C y los 19°C; además, existe disponibilidad de insumos orgánicos por lo que en el (PDOT, 2015) p. 12, demuestra que la localización es estratégica para el emprendimiento. Las estaciones de invierno y verano proporcionan al productor grandes oportunidades en los cultivos. Además los habitantes del sector se ocupan de la agricultura y ganadería, existiendo diferentes productos primarios, con los cuales subsisten sus necesidades de alimentación.

En investigaciones realizadas por Freire & Vásquez, (2015) se conoce que *“hoy en día se están dando los cultivos de hongos o champiñones de forma sistematizada”*, dentro de esta se destaca la producción de hongos, champiñones blancos o callambas (*Agaricus Bisporus*), champiñones ostra (*Pleurotus ostreatu*) blancos y rosas, que son procesados y distribuidos en el mercado nacional y a la vez están siendo vendidos al exterior.

Es importante recalcar que aportan grandes beneficios a la salud, por su alto contenido nutricional recalcado de la investigación realizada por Córdova, Reyes, & Vera, (2015), además en el contenido nutricional de champiñones ofertados por la empresa CepaProducción mencionan que *“contiene potasio, carbohidratos, vitamina A,*

*proteínas, calcio, hierro, entre otros, ideal para personas que quieran mantener una dieta balanceada o quieran bajar de peso”. “También el champiñón es utilizado como medicina en otros países, ya que cuenta con una propiedad anticancerígena, que sirve para eliminar la células malignas del cuerpo, además de bajar el nivel de colesterol del cuerpo, como en Asia que lo extraen esas propiedades medicinales”, según menciona el biólogo Viteri, (2017), además menciona que en Ecuador el consumo es moderado ya que lo consumen solo con ciertos alimentos como la pizza.*

Con la investigación y la información obtenida, se presenta la oportunidad de la creación de una microempresa productora y comercializadora de champiñones orgánicos en la parroquia San Pablo, cantón Otavalo, la misma que permitirá fomentar el trabajo por cuenta propia, obteniendo ingresos para cubrir con las necesidades básicas del emprendedor y la familia al ser autosuficientes, a la vez dinamizando la economía local.

## **1.2. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO**

### **1.2.1. OBJETIVO GENERAL**

Desarrollar un diagnóstico situacional de la producción y comercialización de champiñones orgánicos, en el cantón Otavalo y en el Ecuador.

#### **1.2.1.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.**

- ✓ Detallar la ubicación geográfica, superficie y clima de la parroquia San Pablo, cantón Otavalo.
- ✓ Analizar el sector agrícola de champiñones y el volumen de producción en Ecuador.
- ✓ Identificar el sistema de comercialización de champiñones en el cantón Otavalo.

- ✓ Analizar los indicadores socioeconómicos a fin de realizar pronósticos, y determinar la situación económica del cantón Otavalo.

### **1.3. VARIABLES DIAGNÓSTICAS**

Las principales variables que se utilizarán son las siguientes:

- ❖ Geográficas
- ❖ Producción
- ❖ Comercialización
- ❖ Socioeconómicas

### **1.4. INDICADORES**

#### **VARIABLE: GEOGRÁFICAS**

##### **INDICADORES:**

- ✓ Ubicación geográfica
- ✓ Superficie
- ✓ Clima
- ✓ Tipo de suelo

#### **VARIABLE: PRODUCCIÓN**

##### **INDICADORES:**

- ✓ Sistema de cultivo de champiñones
- ✓ Volumen de producción en el Ecuador
- ✓ Disponibilidad de la materia prima e insumos
- ✓ Calidad del producto

**VARIABLE: COMERCIALIZACIÓN****INDICADORES:**

- ✓ Oferta actual de champiñones
- ✓ Demanda actual
- ✓ Precio competitivo
- ✓ Competencia

**VARIABLE: SOCIOECONÓMICAS****INDICADORES:**

- ✓ PEA del cantón Otavalo
- ✓ Principales actividades económicas del cantón Otavalo.
- ✓ Tasa de empleo, desempleo y subempleo

## 1.5. ESTABLECIMIENTO DE LA MATRÍZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

**Tabla 1: Matriz de relación diagnóstica**

OBJETIVOS	VARIABLE	INDICADOR	FUENTE	TÉCNICAS	PÚBLICO META
<b>Detallar la ubicación geográfica, superficie y clima de la parroquia San Pablo, cantón Otavalo.</b>	Variable Geográfico	Ubicación geográfica Superficie Clima Tipo de suelo	-Revisión Documental	Plan de Ordenamiento Territorial, San Pablo de Lago, Otavalo, Imbabura, año 2015.	-GAD Parroquial
<b>Analizar el sector agrícola de champiñones y el volumen de producción en Ecuador.</b>	Variable de producción	Sistema de cultivo de champiñones. Volumen de producción en el Ecuador. Disponibilidad de la materia prima e insumos. Calidad del producto.	-Investigación de campo. -Revisión documental. -Opinión de Expertos	Entrevista. Ficha de Observación	-Ingeniero Agrónomo y especialista en cultivos de champiñones. -Empresas/ supermercados que producen/comercializan el producto. -Páginas web de cada empresa productora.
<b>Identificar el sistema de comercialización de champiñones en el cantón Otavalo.</b>	Variable de Comercialización	Oferta actual de champiñones. Demanda actual Precio competitivo Competencia	-Investigación de campo -Revisión Documental	Encuesta Fichas de Observación. Consulta en internet	-Población del cantón Otavalo (Consumidores Finales). -Empresas/ supermercados que producen/comercializan el producto. -Páginas webs de cada empresa productora
<b>Analizar los indicadores socioeconómicos a fin de realizar pronósticos, y determinar la situación económica del cantón Otavalo.</b>	Variable Socioeconómica	PEA del cantón Otavalo Principales actividades económicas del cantón Otavalo. Empleo y desempleo	-Revisión de Datos económicos -Investigación de campo	Consulta en Internet	- PDOT cantón Otavalo, administración 2015 -Página de Banco Central del Ecuador (Indicadores Económicos)

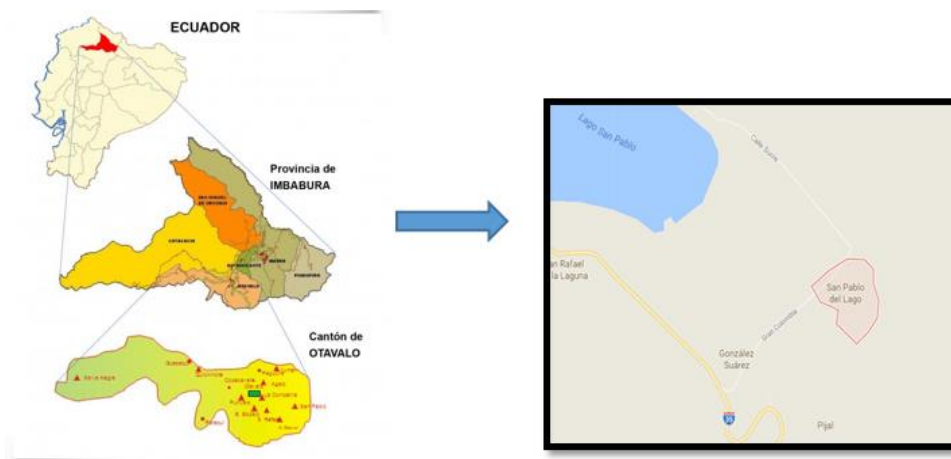
Elaborado por: La Autora

## 1.6. ANÁLISIS DE LOS INDICADORES

### VARIABLE: GEOGRÁFICAS

#### INDICADORES:

##### ✓ Ubicación geográfica



**Gráfico 1: Mapa de ubicación de la parroquia San Pablo.**

Fuente: Google Maps

*“La parroquia San Pablo del Lago, se encuentra ubicada en el cantón Otavalo, provincia de Imbabura a 40 km de la capital provincial y a 95 km de la ciudad de Quito capital del Ecuador. La parroquia, se creó el 29 de mayo de 1861 mediante ordenanza Municipal. La población de acuerdo al último censo del año 2010 es de 9.901 habitantes y representa el 9,44% de la población total del cantón de Otavalo. La cabecera parroquial constituye el principal núcleo de asentamientos humanos donde habitan la mayoría de habitantes con auto-identificación mestiza y el resto se distribuyen en 11 comunidades con auto-identificación indígena” ( PDOT, 2015, p. 1).*



### ✓ **Superficie**

*“La parroquia San Pablo posee una extensión de 64, 08 Km<sup>2</sup> y limita al norte con la parroquia “La Esperanza” (cantón Ibarra con la divisoria de agua del volcán Imbabura); al sur con las parroquias rurales de González Suarez (nacientes del Río Itambi que desemboca en el Lago San Pablo del Lago) y la parroquia rural de San Rafael; al este, la Esperanza (cantón Ibarra con la divisoria de agua del volcán Imbabura) y Angochagua, finalmente al oeste con la parroquia urbana de Otavalo desde el volcán Imbabura bajando por las nacientes de la quebrada Macufishi que desemboca en el Lago San Pablo del Lago y la parroquia rural de San Rafael por el Río Itambi” (PDOT, 2015).*

### ✓ **Relieve**

*“La parroquia tiene 6 rangos de pendientes que definen el relieve, correspondiendo a planas con el 24,59% con relación al total de la superficie; suavemente inclinadas con el 8,20% distribuidas en la sección baja de la parroquia; fuertemente inclinadas con el 22,93%; montañosas con el 25,97%; muy montañosas con el 11,91% y pendientes escarpadas con el 6.40% que se encuentran en la sección alta hacia el volcán Imbabura” ( PDOT, 2015, p. 4).*

### ✓ **Clima**

*“La parroquia está ubicada cerca al núcleo urbano de la ciudad de Otavalo y forma parte de la cuenca hidrográfica del lago San Pablo o Imbakucha. Posee temperaturas que oscilan en 12° y 19°C, mientras que las precipitaciones varían de 750 a 1000 mm anuales, originando 2 zonas de vida representativas para las formaciones ecológicas como se describe a continuación:*

**Bosque muy húmedo Montano (bmh-M):** Los rangos de altitud y de temperatura son casi equivalentes a los del bosque húmedo Montano. Esta formación vegetal corresponde a la denominada Ceja de Montaña, caracterizándose por una alta incidencia de neblina y un hábitat de humedad.

**Bosque húmedo Montano (bh-M):** Los rangos de temperatura media anual se ubican entre los 7° y 12°C, siendo un subpáramo húmedo, en la cual sus temperaturas son más bajas, factor que reduce la evapotranspiración potencial haciendo de este clima un ambiente húmedo a pesar del riesgo de heladas” ( PDOT, 2015, p. 5).

#### ✓ Tipo de suelo

“Debido a las formaciones geológicas y materia orgánica depositada en la superficie terrestre se ha generado diferentes tipos de suelo como son:

**Los Orthent (Entisoles)**, los cuales están formados por superficies recientemente erosionadas teniendo a poca profundidad roca consolidada o materiales no consolidados, también poseen una textura franca, arenosa o arcillosa, conforman el 17.98% del territorio. **Andept (Inceptisoles)**, tienen un horizonte superficial oscuro generalmente; ricos en humus 5 y sílice amorfo, representado el 18.70% del territorio. De igual forma los suelos de tipo **Tropept (Inceptisoles)**, son aquellos suelos que se encuentran en bajas latitudes, poseen un horizonte pardusco o rojizo, correspondiendo al 19.31%; **Udoll (Molisolles)** que tienen un régimen hídrico único teniendo tonalidades rojizas marronáceas a lo largo del perfil con el 29.54%” ( PDOT, 2015, pp. 4 - 5).

## VARIABLE: PRODUCCIÓN

### INDICADORES:

#### ✓ **Sistemas de cultivo de champiñones**

De acuerdo al manual práctico de producción de champiñones de Fernandez Michel, (2005), p. 20 “*Existen tres sistemas de producción conocidos en el mundo:*

- **Sistema Americano:** *Comúnmente este sistema es utilizado en Estados Unidos y es conocido también como sistema de camas; el cual se caracteriza por emplearse un tipo de bases de camas de madera invertidas donde es colocada la composta”.*



**Gráfico 2: Sistema de Cultivo Americano.**

**Fuente:** Manual práctico de producciones, Fernández Michael (2005)

- “**Sistema Holandés:** *Este sistema es actualmente el que tiene mayor tecnología en materia de producción de champiñones, este sistema es conocido también como sistema de bandejas”.*

En este sistema todas las operaciones y procesos de cultivo se realizan prácticamente dentro de los cuartos de producción y casi en su totalidad las labores de cultivo son manejados con sistemas computarizados.



**Gráfico 3: Sistema de Cultivo Holandés.**

**Fuentes:** Manual Práctico de producciones, Fernández Michael (2005)

- *“Sistema Francés: Este sistema es conocido también como sistema de bolsa plástica y es actualmente el más empleado por ser práctico y ajustable a diferentes niveles de inversión”.*



**Gráfico 4: Sistema de Cultivo Francés.**

**Fuente:** Manual Práctico de producciones, Fernández Michael, (2005)

En el emprendimiento se va utilizar el sistema Francés; es decir, es adecuado para iniciar la microempresa, la producción se realiza en fundas de 1,50 kilos, los cuales los mantienen en cámaras o cuartos preparados para esto y no requiere que invierta un monto grande.

### ✓ Volumen de producción en el Ecuador

En cuanto al volumen de producción, *“Ecuador comenzó la producción en el año 1968 con 45.450 kg de hongos frescos y 363.600 kg de enlatados y más del 90% se destinaron a la exportación”* Revista Lideres, (2015).

Actualmente existen 3 grandes empresas ubicadas al norte del país: el primero es Invedelca C.A., en la siguiente tabla se detalla el volumen de producción:

**Tabla 2: Cultivo anual de champiñones de la empresa Invedelca C.A.**

Empresa	AÑO		
	2011	2015	2016
<i>“Invedelca C.A.: ubicada en la ciudad de Quito, se dedica a la producción de champiñones agaricus bisporus desde hace 34 años”.</i>	160.000 libras	220.000 libras	4'000.000 libras

**Fuente:** Guipi (2017)  
**Elaborado por:** La Autora

*“La segunda es la Empresa Kennet C.A., cuenta con una capacidad de producción de 200 mil de toneladas por año las cuales el 80% de productos son empacados y 20% en champiñones enlatados”.* (Kennet C.A., 2017)

*“Otra empresa que se considera es Cepa Producciones también Inició su producción en el año 2010, en la actualidad produce 300 toneladas de champiñones frescos anuales, con la más alta tecnología y estándares de calidad y los distribuye en todos los supermercados del país”.* (Cepa Producción, 2012)

Las empresas anteriormente mencionadas producen para el mercado nacional y además exportan al mercado exterior, ya que los champiñones son productos muy apetecibles en el extranjero.

✓ **Disponibilidad de la materia prima e insumos**

Mediante la técnica de observación, se va analizar al sector agrícola del lugar donde se creará el proyecto, para identificar la disponibilidad de los insumos, debido a que el compost para cultivar los champiñones está conformado de: tamo, viruta, paja, y cáscara de fréjol; los cuales brindan una buena alimentación para los champiñones.

✓ **Calidad del producto**

Mediante la observación y la utilización de la ficha, se podrá identificar la calidad del producto en supermercados, de la misma manera el tiempo de duración en las perchas; además mediante una encuesta se va a determinar el criterio que tienen los consumidores del champiñón que adquieren y en qué lugares lo adquieren, estos datos servirán como fuente primaria para considerar en la creación del emprendimiento.

**VARIABLE: COMERCIALIZACIÓN**

**INDICADORES:**

✓ **Oferta actual de champiñones**

Se identificará las empresas que cultiven y oferten champiñones y en qué lugar están ubicados, además de las fortalezas y debilidades que estas tengan.

Según investigaciones de Freire, Alvarez & Vásquez; Fernandez,( 2015),  
*“Existen 5 empresas que proveen champiñones en Ecuador y están ubicados al norte del país, en Quito y Tabacundo, los cuales son: Cepa Producción Cia. Ltda, Empresa CIA. LTDA, Invedelca S.A., Empresa Kennet C.A, Empresa Sipia S.A. y Corporación Favorita C.A”.*

Estas empresas básicamente producen champiñones blancos y portobellos, estas producen productos empacados y enlatados para el mercado nacional e internacional, es decir su forma de producción es en masa.

#### ✓ **Demanda actual de champiñones**

Con la encuesta que se va a aplicar a la muestra seleccionada se podrá identificar el consumo de champiñones en el cantón Otavalo y a la vez se considerará los lugares a los que frecuentan para adquirir el producto.

#### ✓ **Precio competitivo**

Mediante la técnica de observación directa y el llenado de la ficha de observación se identificará a los supermercados y principales tiendas de Otavalo como: TIA, SANTA MARIA, LA MIA, GRAN AKI, COMISARIATO OTAVALO, y se determinará los precios del mercado.

#### ✓ **Competencia**

En cuanto a la competencia directa que va a tener el emprendimiento, se analizarán las empresas productoras de champiñones ubicadas en la capital de país, y según investigaciones se consideraron que son las siguientes:

**Tabla 3: Cuadro Comparativo de la Competencia**

<b>EMPRESA</b>	<b>CARACTERÍSTICAS</b>
Cepa Producción Cía. Ltda	“CepaProducción Cía. Ltda., productora de champiñones con la marca Cepa, está ubicada en Cubinche cerca de Tabacundo, en la Provincia de Pichincha. En la página web de la empresa afirman que cuentan con la planta de producción de champiñones más moderna del país. Cepa, es la nueva marca líder en champiñones frescos del mercado ecuatoriano, producidos con los más rigurosas medidas de higiene, entregamos un producto cuidadosamente seleccionado de una consistencia y blancura únicas, contribuyendo a la dieta alimenticia del consumidor ecuatoriano” (Cepa Producción, 2012).
Kennet C.A.	“En 1969 un grupo de empresarios promovieron en Quito la idea de fundar una nueva agroindustria, con el objetivo principal de atender el mercado externo: al Grupo Andino y al

	mercado de los Estados Unidos. Está ubicado en San José en la parroquia Puenbo, a 25 Km de la ciudad de Quito. Su nombre (Kennet) viene de un inversionista norteamericano; en la actualidad la empresa dispone de un área de 12 cámaras de cultivo, 2 cámaras de pasteurización, 2 cámaras de incubación; el área disponible para la preparación de compost, el área de siembra de las esporas del champiñón y el área industrial, refrigeración, y despacho del producto” (Kennet C.A., 2017).
Invedelca S.A.	“INVEDELCA S.A. es la más importante empresa productora de champiñones del Ecuador, que mediante un sistema de control total de la calidad y de un excelente servicio al cliente, ha logrado posicionar la marca Güipi como líder del mercado. La planta de Invedelca S.A., productora de champiñones Güipi, inició su producción en 1981 y se ubica sobre la Panamericana Sur, kilómetro 12, entre las parroquias de Tambillo y Aloag, en la Provincia de Pichincha a pocos kilómetros de Quito” (Invedelca S.A., 2017).
Sipia S.A.	“La empresa SIPIA S.A., está ubicado en Av. Interoceánica Km 21 S/N Saturdino Puente, Puenbo, Pichincha y su objetivo principal ha sido siempre la calidad. Para ello ha sabido conjugar a la perfección la experiencia adquirida durante más de 35 años en la elaboración de los mejores productos, bajo exigentes normas de calidad” (Alimentossnob, 2017).

Fuente: Páginas web de las empresas

Elaborado por: La Autora

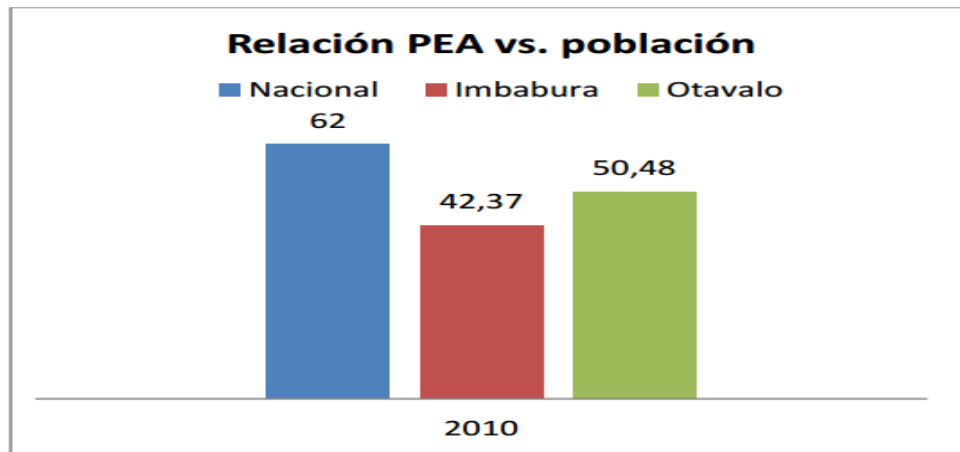
## VARIABLE: SOCIOECONÓMICAS

### INDICADORES:

#### ✓ PEA del cantón Otavalo

En el PDOT, (2015, pp. 80-83), menciona que: *“Los 104874 habitantes del cantón Otavalo el 50,48% se sitúa dentro de la PEA. Y al realizar un análisis histórico de la PEA Cantonal se evidencia un crecimiento del 1,68% de la misma en el período comprendido entre los años 2001 al 2010. Y respecto a la distribución interna de la PEA en el cantón Otavalo, se observa una concentración en el área urbana (ciudad de Otavalo) con 27210 personas lo que representa el 51,58% del total de la población de esta área”*. Este dato ayudará a escoger una muestra de población para realizar el estudio de mercado del producto.

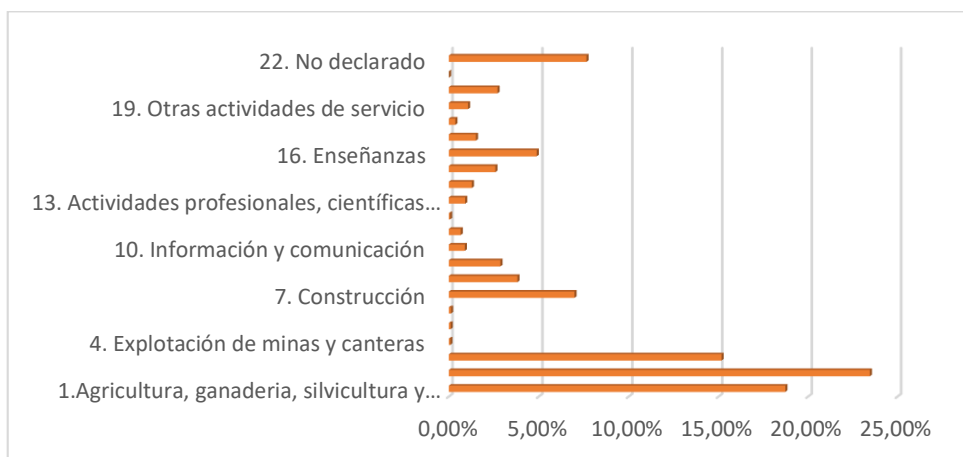




**Gráfico 5: Distribución de la población Económicamente activa cantonal.**  
Fuente: PDOT Otavalo, 2015.

#### ✓ Principales actividades económicas del cantón Otavalo

Para este indicador se ha considerado a la población ocupada del cantón Otavalo y la participación por áreas y ramas de actividad, como se muestra en la siguiente gráfica:



**Gráfico 6: Actividades económicas cantón Otavalo.**

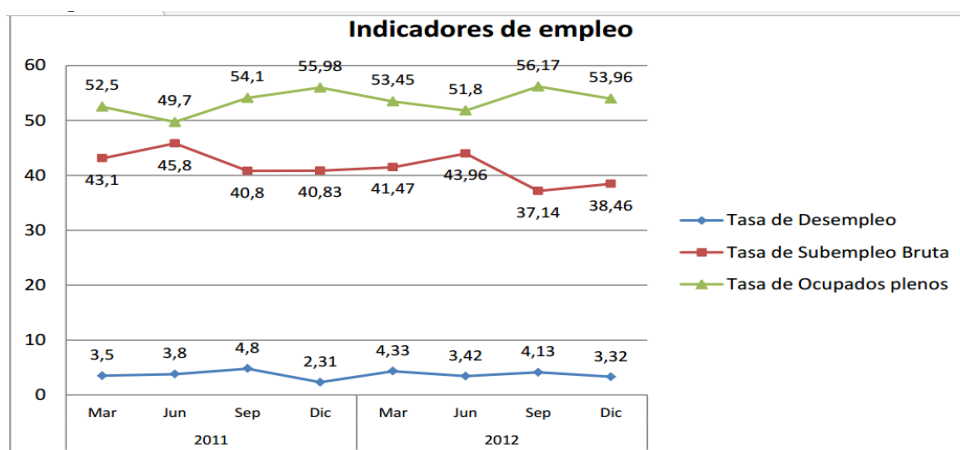
Fuente: PDOT Otavalo 2015-SENPLADES 2014.

Elaborado por: La Autora.

En el gráfico se observa que la mayor parte de la población económicamente activa está ubicada en actividades de manufactura, seguida de agricultura, ganadería; es decir la población otavaleña obtiene ingresos de la agricultura y la manufactura en caso de artesanías.

### ✓ Tasa de empleo, desempleo y subempleo

“En el último trimestre del año 2012 la tasa de empleo del cantón Otavalo se ubicó en 53,96%, se puede observar que en relación al anterior trimestre ha bajado en 2,21%, en cambio la tasa de subempleo tuvo un aumento. Este indicador ayuda a conocer si la población está en capacidad de satisfacer sus necesidades básicas, como son la alimentación, vestimenta, salud y vivienda” (Plan de Ordenamiento Territorial Otavalo, 2015).



**Gráfico 7: Indicadores de Empleo en el Cantón Otavalo**

Fuente: PDOT Otavalo 2015-SENPLADES 2014.

Elaborado por: La Autora.

**Identificación de la población:** Con la finalidad de obtener la información necesaria para la investigación de este emprendimiento se identificará 3 tipos de población:

**Población 1:** Conformada por pizzerías y restaurantes del cantón Otavalo, para aplicar encuestas.

**Población 2:** Conformada por supermercados de la ciudad a los cuales se aplicará las fichas de observación en cada una de ellas para identificar los productos que ofertan y de que empresas son aliados.

**Población 3:** Conformada por consumidores finales de champiñones a quienes se les aplicará una encuesta y para lo cual se considera realizar el cálculo de la muestra que se detalla a continuación:

### **CÁLCULO DE LA MUESTRA**

En cuanto al cálculo de la muestra resulta que: *“Los 104874 habitantes que corresponden al cantón Otavalo se consideró el 50,48% que representa a la Población Económicamente Activa (PEA), equivalente a 52940,3952 habitantes perteneciente a la PEA”* (PDOT, 2015, p. 80).

En el mismo Plan de Ordenamiento Territorial Otavalo,( 2015, p. 80), mencionan que: *“La tasa de crecimiento de la PEA es de 1,68%”*. Por lo tanto en base a lo anterior el cálculo de la muestra para el emprendimiento proyectado para el año 2017, se realiza con el número de la PEA del año 2010 por la tasa de crecimiento elevado al séptimo exponente lo cual queda así:  $52940,3952(1+0,0168)^7$ .

$$n = \frac{NK^2PQ}{e^2(N - 1) + K^2PQ}$$

**En donde:**

**n=** Tamaño de la muestra

**k=** Percentil de la distribución normal para una confiabilidad determinada. (100% - nivel de confianza= 95% equivalente a 1,96)

**N=** Tamaño de la población (59488,90045 PEA Otavalo proyectada para el año 2017)

**P=** Probabilidad que se produzca un fenómeno o proporción muestra (0,5)

**Q=** Probabilidad contraria a que se produzca (0,5)

**e=** error absoluto (0,05)

## 1.7. MATRIZ AOR

**Tabla 4: Descripción de la Matriz AOR**

<b>ALIADOS</b>	<b>OPONENTES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aceptación de los champiñones en el mercado</li> <li>- Instituciones financieras del gobierno que brindan microcréditos para emprendimientos.</li> <li>- Ministerio de Agricultura, que brinda capacitaciones sobre buenas prácticas agrícolas.</li> <li>- Ingenieros agrónomos expertos en cultivos de champiñones, que aportan con sus conocimientos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Empresas dedicadas a la producción y comercialización de champiñones posicionadas en el mercado.</li> <li>- Dificultad para producir en masa debido a que la producción es de forma artesanal.</li> <li>- Dificultad para comercializar el producto en supermercados, debido a las exigencias de certificaciones.</li> <li>- Dificultad en encontrar semillas de calidad en el país.</li> </ul>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>RIESGOS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- La parroquia San Pablo cuenta con el clima adecuado para el cultivo de champiñones.</li> <li>- Generación de fuentes de empleo para el emprendedor y personas del sector.</li> <li>- Aprovechamiento variado de insumos necesarios para la producción, en el mismo sector.</li> <li>- No requiere de grandes maquinarias y equipos para la producción.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Adquisición de semilla o micelio no certificada.</li> <li>- La situación económica actual que atraviesa el país, disminuye el poder adquisitivo de la población.</li> <li>- Enfermedades que ocasionen la pérdida parcial o total del cultivo de champiñones y no poder controlarlos.</li> <li>- Descuido en la supervisión de la cámara ya que requiere constante chequeo de la temperatura y la ventilación.</li> </ul>

**Fuente:** Observación Directa

**Elaborado por:** La Autora.

### 1.7.1. CRUCES ESTRATÉGICOS DE LA MATRIZ AOOD

<b>ESTRATEGÍAS AO (Aliados y Oportunidades)</b>	<b>ESTRATEGÍAS OO (Oponentes y Oportunidades)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Debido a la existencia de aceptación de los champiñones en el mercado, se puede aprovechar el clima con el que cuenta la parroquia San pablo y crear una empresa productora y comercializadora de champiñones de la misma variedad y otras para satisfacer al cliente.</li> <li>- Se puede solicitar un microcrédito a las Instituciones Financieras para la infraestructura, la materia prima e insumos para el cultivo de champiñones, de esta manera generar fuentes de empleo.</li> <li>- Aprovechando las capacitaciones que brinda el Ministerio de agricultura se puede tener la perspectiva de que tipo de insumo vegetal es adecuado para este cultivo, el cuidado que se debe tener para obtener una certificación que hace al producto más competitivo.</li> <li>- Si se solicita al ministerio de agricultura, ellos proporcionan ingenieros que guían con las buenas prácticas en este caso en la producción de forma artesanal, para obtener una buena producción, ya que no se requiere de grandes maquinarias para la producción</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Establecer alianzas estratégicas con pizzerías y restaurantes ubicados en el cantón Otavalo, entregando los productos a domicilio, ya que el clima de San Pablo favorece la producción.</li> <li>- La dificultad con la producción en masa se puede solucionar primero satisfaciendo a una población en este caso realizando ventas a domicilio y a pequeños locales de comida, de esta manera creando fuentes de empleo.</li> <li>- Los supermercados son los principales medios para hacer llegar el producto al consumidor final, pero las exigencias en certificaciones del producto así como de la empresa son elevadas por parte del supermercado; pero se puede obtener un precio competitivo debido a la existencia de insumos en el mismo sector.</li> <li>- Se presenta la oportunidad de una producción sin necesidad de grandes maquinarias, por lo tanto la inversión no sería muy alta, por otra parte la dificultad en encontrar semilla de calidad se puede solucionar con capacitaciones para producir los micelios en la misma microempresa con guía de Ingenieros agrónomos.</li> </ul>
<p><b>ESTRATEGIAS AR (Aliado y Riesgo)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Con la aceptabilidad de los champiñones por la población en el mercado, es necesario proveerse de semillas o micelios de calidad y obtener champiñones de calidad.</li> <li>- las Instituciones Financieras ayudan a emprendimientos otorgando microcréditos, pero la situación económica de país puede interferir generando muchas exigencias para financiar el emprendimiento.</li> <li>- Recibir las capacitaciones que otorga el Ministerio de agricultura, para evitar la pérdida en la producción de champiñones, al igual que controlar las enfermedades que asechen al cultivo.</li> <li>- Establecer cronogramas en la que cada trimestre el cultivo sea supervisado por un ingeniero agrónomo, ya que un descuido en la supervisión de la cámara se puede perder el cultivo.</li> </ul>	<p><b>ESTRATEGIAS OR (Oponentes y Riesgos)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Obtener semillas certificadas en el país al realizar alianzas con empresas dedicadas a la producción de champiñones obteniendo excelente productos y de diferentes variedades de champiñones.</li> <li>- Integrar más agricultores para producir en masa y abastecer el mercado local, obtener certificaciones importantes con buenos manejos en los cultivos lo cual ayuda a hacerle frente a la competencia y a la vez otorgar fuentes de empleo para aquellas personas desempleadas del sector.</li> <li>- Obtener capacitaciones en todos los ámbitos como se pueda y en especial en el cultivo para ofrecen productos de calidad, controlando factores que dañen el cultivo.</li> <li>- Dotarse de una buena mano de obra, capacitación constante para reducir y prevenir enfermedades en el cultivo, supervisándolo constantemente.</li> </ul>

**Fuente:** Observación Directa

**Elaborado por:** La Autora.

## **1.8. DETERMINAR LAS OPORTUNIDADES DEL EMPRENDIMIENTO**

*“Las principales actividades económicas del cantón Otavalo son el comercio y la agricultura”*, así lo afirma en el PDOT (2015), además cuenta con clima y suelos adecuados para cultivo de diferentes productos primarios, promoviendo la creación de muchas empresas dedicadas a la producción y comercialización de productos agrícolas. Igualmente para la producción de champiñones la parroquia de San Pablo provee de insumos necesarios para realizar el compost que sirven de alimento para los champiñones.

Más del 50% de la población del cantón Otavalo, está considerada dentro de PEA, lo que demuestra que si cuenta con ingresos necesarios para cubrir sus necesidades básicas.

Mediante la obtención de información de las ubicaciones de las grandes empresas productoras de champiñones se ha podido identificar que en el sector carece de empresas productoras de champiñones, por lo que se puede crear una microempresa en la parroquia, y este se relacionan con la preparación académica que se ha obtenido a través de los años ya que el perfil de un administrador es ser líder y emprendedor. Además este emprendimiento con una visión de crecimiento en el futuro beneficiará a la parroquia y al cantón contribuyendo económicamente, para lo cual se requerirá también mano de obra y se ha podido investigar que no hay variedad en el champiñón debido a que las 5 empresas analizadas producen champiñones blancos de clase (*agaricus bisporus*).

Con estos antecedentes se verifica la creación de una microempresa productora y comercializadora de champiñones orgánicos en la parroquia San Pablo, ya que el producto brinda grandes beneficios nutricionales al ser humano y con ser orgánico adicionalmente al medio ambiente.

## **CAPÍTULO II**

### **2. MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. EMPRENDIMIENTO**

##### **2.1.1. DEFINICIÓN**

*“El emprendimiento es la búsqueda de oportunidades independientemente de los recursos controlados, utilizando la innovación para identificar oportunidades en el mercado y solucionar problemas”* (Moreno Castro T. F., 2016).

Partiendo de la definición que ha manifestado, puedo definir que un emprendimiento nace de una necesidad que al aprovecharla se transforma en una oportunidad, la cual requiere alimentar con ideas y habilidades que uno posea como emprendedor, ya sea creando un nuevo producto o servicio o mejorando uno ya existente generando un mutuo beneficio tanto para el propietario como para la sociedad.

##### **2.1.2. IMPORTANCIA**

Según Schnarch, (2014, p. 43) *“La importancia de promover el emprendimiento desde el BID (Banco Interamericano de Desarrollo), viene del impacto que tiene sobre la prosperidad nacional. Los emprendedores construyen nuevas empresas, que a su vez crean trabajo y aumentan la demanda en otros sectores con los que se vinculan”*.

Es importante crear las MIPYMES, porque generan impactos positivos mejorando la productividad e innovando la economía de un país, además genera fuentes de empleo y sacia los requerimientos de la sociedad, con bienes o servicios. En el Ecuador la

mayoría de los negocios corresponde a emprendimientos quee generan dentro de la familia, por necesidades que enfrentan.

## **2.2. MICROEMPRESA**

### **2.2.1. DEFINICIÓN**

En cuanto a la definición de microempresa SRI, (2017) menciona lo siguiente:

*“Se conoce como Mipymes al conjunto de micro, pequeñas y medianas empresas que de acuerdo a su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores, y su nivel de producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades económicas”.*

Se determina que las microempresas se identifican por el monto invertido, por el volumen de ventas y el número de personas que laboran, además muchas de ellas están conformados por propietarios que son los mismos familiares, por lo general colaboran entre todos los miembros en la realización de las diferentes tareas para prestar el servicio o generar el producto.

### **2.2.2. CARACTERÍSTICAS**

Para Monteros, (2011) *“Las características de la microempresa son las siguientes:*

- *Las microempresas son de tipo familiar*
- *Se mantienen en sitios donde se originó la actividad original o el emprendimiento.*
- *El personal no cuenta con experiencia ni capacitaciones*
- *Utilizan una inversión mínima”.*

Al analizar los pensamientos de los autores se puede definir que las características generales que tienen estas microempresas son: se desarrollan dentro de la familia,



generan empleo a los mismos miembros de la familia que son los propietarios, el capital que se invierte no es un monto elevado, no requieren de maquinarias o tecnologías avanzadas, la capacidad de producción o de prestar servicio es mínima y la comercialización por lo general son en mercados locales.

### **2.2.3. IMPORTANCIA DE LA MICROEMPRESA**

*La importancia manifestada según SRI, (2017) “Las PYMES en nuestro país se encuentran en particular en la producción de bienes y servicios, siendo la base del desarrollo social del país tanto produciendo, demandando y comprando productos o añadiendo valor agregado, por lo que se constituyen en un actor fundamental en la generación de riqueza y empleo. Las microempresas proveen trabajo a un gran porcentaje de los trabajadores de ingresos medios y bajos en Ecuador”.*

Desde el punto de vista económico la importancia de las microempresas radica en que generan ingresos para el país y en el ámbito social generan fuentes de empleo y beneficios para los miembros de la familia. Además buscan satisfacer las demandas existentes en el mercado con la producción de bienes o servicios.

## **2.3. CHAMPIÑONES O HONGOS COMESTIBLES**

### **2.3.1. CARACTERÍSTICAS DE LOS HONGOS O CHAMPIÑONES**

*“Los champiñones crecen de manera natural en troncos en descomposición o en diferentes materiales obtenidos de las actividades agrícolas. Por esta razón es posible cultivarlas en desechos de la agroindustria. Se alimentan de la materia orgánica en la que están creciendo, por ello es importante suministrar sustratos adecuados al hongo cuando se le intente cultivar, para que los nutrientes puedan ser aprovechados por él”(Gaitán, 2017).*

Generalizando las características mencionadas anteriormente los hongos nacen en lugares húmedos y fríos, su alimento es el compuesto orgánico o desechos vegetales los cuales brindan los nutrientes necesarios a los hongos, además es muy importante que no esté expuesta directamente al sol ya que pueden secarse y no producen clorofila, poseen grandes proteínas y nutrientes beneficiosos en la alimentación.

### **2.3.2. BENEFICIOS DE LOS CHAMPIÑONES O HONGOS COMESTIBLES**

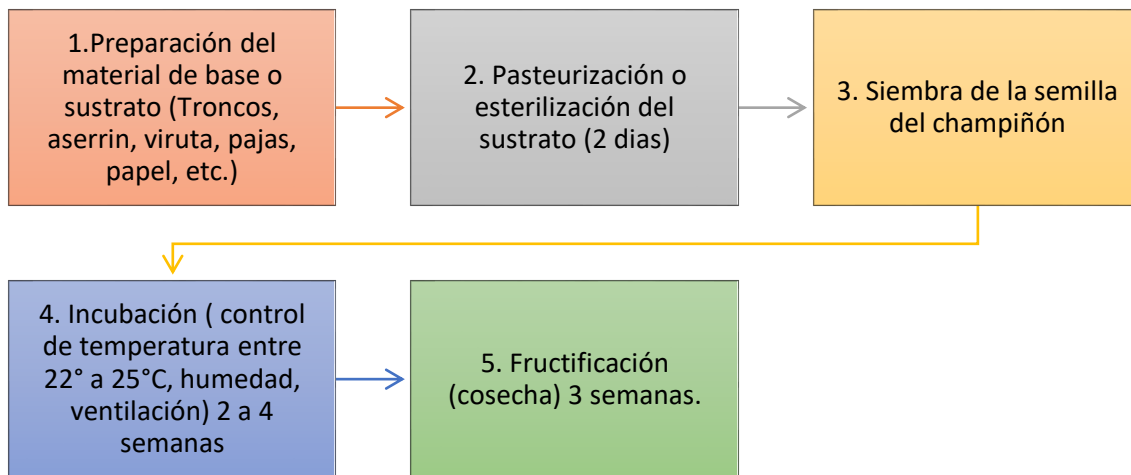
Los beneficios que menciona (Gaitán, 2017) “*son las siguientes:*

- ✓ *Estos hongos se consideran un complemento alimenticio de un aceptable valor nutrimental.*
  - ✓ *Sus proteínas contienen todos los aminoácidos esenciales.*
  - ✓ *Presenta entre el 57 y 61 % de carbohidratos con base a su peso seco, 26 % de proteína y 11.9% de fibra, además es bajo en grasas.*
  - ✓ *Vitaminas como la niacina, tiamina (vitamina B1), B12 y C.*
  - ✓ *Minerales como el potasio, fósforo y calcio, entre otros, también están presentes.*
- Así también, las setas contienen polisacáridos anticancerígenos y también eritadenina, compuesto aprobado en los Estados Unidos por la FDA (Food and Drug Administration) en 1987, para tratar los altos niveles de colesterol en sangre”.*

Los champiñones contienen altos nutrientes y beneficios para la salud, sirve de complemento en la dieta de las personas, además ayuda a prevenir algunas enfermedades que pueden ser crónicas la obesidad, en fin beneficia a todo el organismo del cuerpo.

### 2.3.3. CULTIVO DE CHAMPIÑONES

En cuanto al cultivo de champiñones Soriano, (2015) menciona que: *“Cada una de las etapas del cultivo posee requerimientos especiales ya sea de climatización, instalaciones o rutinas de proceso, además establece la siguiente ilustración donde se resumen el proceso de cultivo de los champiñones:*



El cultivo implica una serie de procesos que se siguen con la debida precaución y cuidado para obtener un resultado deseado, tal como en el cultivo de otros productos, en cada paso se identifican los requerimientos para obtener una buena cosecha de los champiñones y a la vez mantener el control de las plagas y enfermedades que afecten el cultivo.

### 2.3.4. IMPORTANCIA EN LA DIETA Y ALIMENTACIÓN

(Mercola, 2016) Menciona que: *“Uno los compuestos medicinales activos encontrados en los hongos ha sido identificado como un medicamento muy bueno para combatir el cáncer. Estudios más recientes también sugieren que tiene potentes características antiinflamatorias que podrían ser de utilidad para todas aquellas personas que padecen de: asma, artritis reumatoide, insuficiencia renal y daño causado por un derrame cerebral”.*

El champiñón es importante porque contiene propiedades nutricionales y medicinales para la población con los cuales se pueden tratar y prevén ir múltiples enfermedades con el consumo, sin necesidad de pastillas u otras sustancias que pueden causar otros daños a la salud de las personas.

## **2.4. ESTUDIO DE MERCADO**

### **2.4.1. DEFINICIÓN**

(Flórez, 2015, p. 21) *Manifiesta “El estudio de mercado en los proyectos de inversión privados, busca cuantificar los bienes y/o servicios que la empresa debe producir y vender para satisfacer las necesidades del consumidor final. En los proyectos públicos, se orientan hacia el mejoramiento de las condiciones económicas y sociales de la comunidad que beneficia con el proyecto”.*

El estudio de mercado permite conocer la demanda y la oferta de un producto o servicio y mediante la cual se puede determinar el grado de aceptabilidad, además se la realiza con la finalidad de introducir un nuevo producto o mejorar uno ya existente en el mercado. Las empresas pagan mucho dinero para poder realizar una buena investigación de mercado pero pueden surgir errores si no se las aplica correcta los instrumentos de investigación.

### **2.4.2. PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

Sapag & Sapag, (2014, p. 69) menciona que: *“Existen diversas maneras de definir el proceso de estudio de mercado, la más fácil es aquella que esté en función del carácter cronológico de la información que se analiza, de acuerdo a esto se definen 3 etapas: a) un análisis histórico de mercado, b) un análisis de la situación vigente y c) un análisis de la situación proyectada”.*

Por lo tanto el proceso de investigación de mercado está constituido por pasos que se aplican a fin de obtener información sobre el mercado, los cuales ayudan en la toma de decisiones. Los procesos partiendo de un análisis histórico es decir la demanda y oferta para analizar la situación actual y poder proyectarla los mismos datos en un futuro.

#### **2.4.2.1. DEFINICIÓN DE OFERTA**

Según Baca Urbina, (2014, p. 18) dice que: *“La oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes o productores está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado”*.

Se puede decir que la oferta son bienes y/o servicios que los productores colocan a disposición de los consumidores a un precio establecido, este debe estar al alcance de los clientes. Si los precios suben la oferta aumenta también ya que desean vender más y si los precios bajan la oferta baja.

#### **2.4.2.2. DEFINICIÓN DE DEMANDA**

En cuanto a la demanda definen:

Según Baca Urbina, (2014, p. 17) *“Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un proceso determinado”*.

En cuanto a la demanda es el número de bienes o servicios que los consumidores desean adquirir para satisfacer sus necesidades; esto depende mucho del poder adquisitivo de las personas, es decir si el precio baja la demanda aumenta y si el precio sube la demanda baja.

#### **2.4.2.3. DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA**

Según (Díaz, Parra, & López, 2012, p. 42) *“La demanda potencial Insatisfecha corresponde a aquella parte del mercado que no ha sido satisfecha y*

*que la empresa espera entrar a atender. El mercado potencial se halla al cruzar los datos de la demanda proyectada con la oferta proyectada”.*

La demanda potencial insatisfecha es la diferencia entre la oferta y la demanda es decir, es parte del mercado que esta desatendida y que la empresa desea cubrir en un futuro con el producto o servicio que se creó o se mejoró.

#### **2.4.2.4. SEGMENTACIÓN DE MERCADO**

El siguiente autor define la segmentación de mercado de la siguiente manera:

*“La segmentación de mercado permite organizar y clasificar la demanda, de acuerdo a ciertos y determinados atributos como: el número actual de consumidores potenciales y finales, los lugares donde suelen comparar los consumidores, la ubicación geográfica de los productores y distribuidores, entre otras características”* Flores Uribe, (2015, p. 37).

Por lo tanto podemos decir que una segmentación de mercado se refiere a la agrupación de consumidores de acuerdo a ciertos gustos o preferencias, dependiendo del lugar donde vivan, es decir hacer grupos mediante las características comunes que estas tengan en relación al producto que se va a ofertar.

#### **2.4.3. IMPORTANCIA**

El autor menciona la importancia del estudio de mercado de la siguiente manera:

Según Vargas Belmonte, (2013, p. 43) *“Mediante la investigación de mercado la empresa obtiene información sobre las características más importantes del comportamiento de compras de los clientes objetivos del producto servicio que comercializa la empresa”.*

El estudio de mercado es una parte fundamental de un negocio, en la cual se obtiene información primaria y se analiza si el producto que se va a ofertar va tener acogida y da una dirección de a qué tipo de clientes debe dirigir el producto, y mediante esto se analiza a la competencia en cuanto al precio y el nivel de competitividad que existe, si se realiza un buen estudio se puede llegar al éxito.

## **2.5. PLAN DE COMERCIALIZACIÓN**

### **2.5.1. DEFINICIÓN DE COMERCIALIZACIÓN**

Según Flores Uribe, (2015, p. 44) menciona que: *“En la comercialización se tiene en cuenta las formas de almacenamiento, los sistemas de transportes empleados, la presentación del producto o servicio, el crédito a los consumidores, la asistencia técnica a los usuarios, los mecanismos de promoción y publicidad”*.

Se puede decir que la comercialización se refiere principalmente por que medios se va hacer llegar el producto/servicio al consumidor final, como se va dar a conocer, en que presentaciones prefieren y cuales son los mecanismos adecuados para que llegue a tiempo a su destino final.

### **2.5.2. MARKETING**

*“El marketing es la actividad, conjunto de procesos, desarrolladas por organizaciones y personas para crear, comunicar, distribuir, e intercambiar ofertas que tienen valor para los consumidores, clientes, socios y para la sociedad en general”*García Prado, (2015, p. 3).

El marketing es una táctica utilizada para dar a conocer el producto a través de publicidad por diferentes medios, mostrándolo atractivo ante el cliente, innovando en la presentación, color del envase, etc.

### 2.5.3. MARKETING MIX

Según Uribe & Reinoso, (2013, p. 98) *“La mezcla de mercadeo o marketing mix consiste en ofrecer el mejor producto, al mejor precio, con una excelente, atención al cliente, canales de distribución y una buena estrategia publicitaria”*.

El marketing es la herramienta que utiliza para comerciar, utilizando una mezcla de las variables que conforma como el precio, la distribución de cliente y promoción, que se tiene que conjugar para poder aprovecharla con un solo objetivo que es vender el bien o servicio.

#### 2.5.3.1. VARIABLES DEL MARKETING MIX

En cuanto a las variables del marketing mix los siguientes autores mencionaron que:

*“El plan de marketing combina los elementos del marketing mix y toma decisiones sobre producto, precio, promoción y distribución, también conocidas como las 4 P,s del marketing. Se apoya en el conocimiento de la situación de la empresa, tanto a nivel interno, como del entorno que le rodea”* Vargas Belmonte, (2013, p. 13).

Según García Prado, (2015, pp. 6-7) menciona que: *“Las variables son las siguientes:*

- ✓ *Producto: hace referencia a cualquier bien, servicio, idea o entidad que se encuentre en un mercado y que se pueda adquirir.*
- ✓ *Precio: consiste en el valor de intercambio de un bien, el mismo viene determinado por una utilidad o la satisfacción derivada de la adquisición o consumo del producto en cuestión.*
- ✓ *Distribución (place): tiene por objeto poner el producto a disposición del cliente de la manera más eficaz.*



- ✓ *Promoción: busca transmitir un mensaje al conjunto del público objetivo al que se dirige, es decir se pretende que el público conozca el producto o el servicio”.*

El marketing combina importantes variables como producto, precio, plaza y promoción, con la finalidad de utilizar las diferentes acciones y recursos necesarios para comercializar el producto, es vital tener el conocimiento de la empresa interna y externa, para analizar la competencia para determinar el precio competitivo de los productos similares o sustitutos.

### **2.5.3.2. EXTRATEGIAS DEL MARKETING MIX**

Los autores Uribe & Reinoso, (2013, p. 86) definen que:

*“La estrategia de marketing del emprendedor debe considerar aspectos básicos del mismo: entorno, competencia, oferta, demanda, distribución, ventas y comunicación, además de la investigación de mercado necesaria para detectar y conocer factores que pueden influir en el desarrollo del proyecto o emprendimiento”.*

Una estrategia implica actividades en las que se tiene que asignar recursos para cumplir los objetivos como empresa y como empresario o propietario del negocio, por lo tanto utilizan recursos económicos, tecnológicos, talento humano para el mercadeo de un producto/servicio a fin de ser competitiva en el entorno que se relaciona.

### **2.5.3.3. IMPORTANCIA**

*“La misión fundamental del marketing es obtener la máxima satisfacción del cliente potencial o real, para lo cual la empresa tendrá que adoptar decisiones como diseñar el producto o servicio , determinar el precio y formas de distribución efectivos”*

García Prado, (2015, p. 6).

El marketing es una herramienta útil y necesario para dar a conocer un producto, siempre y cuando se lo realice correctamente, facilitando que el producto sea promocionado por diferentes medios y llegue de forma segura hacia el consumidor que es el publico meta.

## **2.6. ESTUDIO TÉCNICO**

### **2.6.1. DEFINICIÓN**

Definiendo el estudio técnico los siguientes autores mencionan que:

*“El estudio técnico consiste en verificar la posibilidad técnica de producir el bien o servicio con los medios que se disponen, además permite establecer cómo se producirá aquel proyecto que se va a comercializar y para el cual se ha definido un mercado específico”* Vargas Belmonte, (2013, p. 129).

El estudio técnico es otro punto trascendental de todo proyecto o emprendimiento, en el cual se analiza la capacidad, el tamaño, los costos que se deben incurrir, la forma de producir, además de verificar o adoptar mejores técnicas de producción que ayuden a optimizar los recursos.

### **2.6.2. IMPORTANCIA**

Baca Urbina, (2014) señala que: *“Mediante el estudio técnico se puede identificar variables muy importantes que son: localización cerca del abastecimiento de la materia prima e insumos y la ubicación de la microempresa al analizar debidamente las variables de costo de transporte de insumos o de productos , la disponibilidad del recurso humano, normas y leyes favorables”*.

La importancia del estudio técnico consiste en definir la ingeniería del proceso productivo del bien o prestación de servicio en la cual se determina el lugar, el tamaño y

la capacidad óptima que tiene para cubrir con la demanda del mercado al que a se dirige, mediante esto aprovechar al máximo los recursos que se tenga disponible.

## **2.7. PRESUPUESTO OPERACIONAL**

### **2.7.1. DEFINICIÓN**

*“Un presupuesto operacional es la expresión cuantificada del plan de acción y constituye una herramienta adecuada para la coordinación e implantación de este plan o proceso de producción, adicionalmente los costos que se incurran”* Toro López (2016, p. 4).

El presupuesto operacional es una herramienta utilizada para planificar económicamente todos los gastos e ingresos que se van a incurrin en la implementación del proyecto; está estrechamente relacionada con los costos que se incurran en la parte operativa o productiva de la empresa como es la compra de materia prima, mano de obra transformacion, la venta, entre otros aspectos.

### **2.7.2. IMPORTANCIA**

Según Díaz, Parra, & López (2012, p. 12) menciona que: *“Como herramienta de la administración el presupuesto se puede hacer frente a las incertidumbres, que siempre están presentes en todos los aspectos de la economía, las finanzas, las políticas gubernamentales, entre otros fenómenos, que afecten en mayor o menor grado los planes, programas y proyectos que se tengan para el desempeño de toda empresa”*.

El presupuesto operacional es importante porque mediante esta se puede realizar un análisis económico de la rentabilidad del negocio y tomar decisiones, sobre todo conocer si el proyecto es rentable para invertir, y cuánto dinero se debe desembolsar en un determinado periodo.

### **2.7.3. PRESUPUESTO DE VENTAS**

Díaz, Parra, & López (2012, p. 38) dicen que: *“El presupuesto de venta es el punto de partida del proceso presupuestal, una vez definidos los niveles de ventas , la empresa tiene que empezar a planear la producción necesaria para alcanzar a cubrir la demanda proyectada y además los niveles de inventarios apropiados. Al elaborar el presupuesto se debe analizar factores internos y externos que lo afecten”*.

En el presupuesto de ventas se establecen las cantidades que se estima vender, basado en la demanda obtenida del estudio de mercado, sirve como guía continua que debe ser controlado y evaluado, esta cantidad puede ser fija o también se puede establecer las cantidades mediante estimaciones estacionarias dependiendo del giro del negocio.

### **2.7.4. PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA E INSUMOS**

Según Díaz, Parra, & López (2012, p. 99) *“El presupuesto está conformado con la materia prima directa que se relacionan plenamente con el producto y segundo es la materia prima indirecta, los cuales no se identifican fácilmente y forman parte de los costos indirectos de fabricación”*.

El presupuesto de materia prima e insumos sirve como un instrumento para preveer que es lo que necesito y cuanto debo invertir en la compra de materias primas e insumos, además ayuda a controlar los costos y establecer una visión más clara de ello.

### **2.7.5. PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA**

*“Este presupuesto incluye la cantidad de horas de mano de obra directa e indirecta y el costo de los mismos; la primera es aquella que participa directamente en la elaboración del producto y se conforma principalmente de*

*la labor de los operarios, la mano de obra indirecta con los supervisores y gerentes” Díaz, Parra, & López (2012, p. 102).*

Es decir el presupuesto de la mano de obra establece cuanto personal se requiere para producir el producto y satisfacer la demanda existente, además ayuda a llevar un control adecuado de este factor de costo que servirá para determinar el precio de venta.

## **2.8. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA**

### **2.8.1. DEFINICIÓN**

En cuanto a la estructura organizativa Flores Uribe (2015, p. 65) mencionan lo siguiente:

*“La estructura organizativa hace referencia a la definición de la estructura orgánica de la empresa, personal de planta, asignación de funciones básicas a cada cargo, establecimiento de límites de autoridad y responsabilidad, el proceso de reclutamiento, selección, inducción y capacitación, identificación de canales de comunicación, etc”.*

La estructura organizativa esta relacionada con la organización y la dirección estratégica, en la cual se establecen autoridades, dependencias y responsabilidades en cada uno de los departamento de la empresa, asi como también el rol que van a realizar cada personal a fin de cumplir con los objetivos y metas establecidas.

### **2.8.2. IMPORTANCIA**

Los siguientes autores manifiestan la importancia de la estructura organizacional:

Según Flores (2015, p. 65) *“La estructura organizativa es de suma relevancia desde la formulación del plan de negocios , conviene definir la estructura organizativa que más se ajusta y que aporte con la estructura orgánica eficiente que permita lograr los objetivos propuestos”.*

La estructura organizacional ayuda a direccionarse de manera ordenada hacia el objetivo planteado, gestionado de mejor manera los recursos; más aun al talento humano para aprovechar los diferentes conocimientos, habilidades y aptitudes con los que cuentan.

## **2.9. IMPACTOS**

### **2.9.1. IMPACTO AMBIENTAL**

Según Sapag & Sapag (2014, p. 33) menciona que: *“Para el estudio del impacto ambiental sugiere introducir las normas ISO 14000, en la evaluación de proyectos, para dar a los consumidores una mejora ambiental continua de los productos y servicios que proporcionará la inversión, es decir consiste en la búsqueda de un proceso continuo de mejoramiento ambiental en toda la cadena de producción”*.

Una empresa socialmente responsable con el ambiente es una empresa sustentable y sostenible, para ello implementan estrategias que ayuden a optimizar los recursos y los desechos que se produzcan para disminuir el impacto que causen al ambiente y a la sociedad.

## **2.10. ORGANIZACIÓN METODOLÓGICA**

### **2.10.1. TIPOS DE METODOLOGÍAS**

Según Bernal (2010, p. 59) menciona que: *“En la actualidad se han renovado los métodos científicos de acuerdo a la escuela y paradigmas de la investigación los cuales son los siguientes:*

- **Método Inductivo:** *este método utiliza el razonamiento para obtener conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como válidos, para llegar a conclusiones de carácter general.*

- **Método Deductivo:** *este método consiste en tomar conclusiones generales para obtener explicaciones particulares*
- **Método Analítico:** *este proceso consiste en descomponer un objeto de estudio, separando cada una de las partes de un todo para estudiar en forma individual.*
- **Método Sintético:** *integra los componentes dispersos de un objeto para estudiarlas en su totalidad.*
- **Método Histórico comparativo:** *procedimiento y esclarecimiento de los fenómenos culturales que consiste en establecer semejanzas.*
- **Método Cualitativos y cuantitativos:** *la primera estudia las características y comportamientos de los fenómenos sociales. Y la segunda se fundamenta en la medición de características”.*

Las metodologías que se utilicen dependen del autor y de la investigación, sin embargo el método cuantitativo y cualitativo se debe utilizar conjuntamente ya que en una investigación se debe analizar aspectos cualitativos y también aspectos estadísticos que presente como dato histórico para realizar un análisis completo, además dan mayor confiabilidad a la información que se obtuvo.

### **2.10.2. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS**

*“Las técnicas específicas permiten obtener información a través de las encuestas, mismas que serán tabuladas y analizadas para obtener conclusiones importantes que nos ayude a determinar la problemática de la investigación” Kloter & Armstrong, (2012).*

Cada investigador puede utilizar diferentes técnicas o instrumentos de acuerdo al tipo de metodología de la investigación que esté aplicando, pero las más comunes y las más utilizadas son la entrevista consiste en un serie de preguntas que se realiza a un

individuo quien tenga conocimientos sobre el tema investigado o conozca del ámbito, la encuesta que se realiza a un grupo de individuos seleccionadas y la observación directa que es una técnica utilizada para analizar específicamente a la competencia, consta de serie de características para poder analizar.

## **2.11. RECURSOS**

### **2.11.1. TALENTO HUMANO**

*“El capital humano o talento humano es el conjunto de los conocimientos, habilidades y capacidades de los empleados de una organización. Es así que las empresas que adquieren y utilizan su capital humano más eficazmente que sus competidores, crean mayores ventajas competitivas”* Sánchez Fernández M. D. (2013, p. 135).

El talento humano es el factor más importante con lo que las empresas pueden contar, es diferente a los otros recursos, ya que aportan conocimientos ideas y habilidades para el logro de los objetivos de las empresas, tiene la capacidad de motivar a sus semejantes y lograr un trabajo en equipo con el fin común.



## **CAPÍTULO III**

### **3. ESTUDIO DE MERCADO**

#### **3.1. PRESENTACIÓN**

Mediante este capítulo se va a recoger y analizar la información obtenida mediante la metodología de la investigación, para determinar la oferta y demanda de champiñones y a la vez observar la oportunidad de crear una microempresa para la producción y comercialización de champiñones en la parroquia San Pablo, del cantón Otavalo.

Además en el estudio de mercado se establece la demanda potencial existente de los champiñones, mediante investigación de campo, entrevistas a expertos en cultivos de estos productos y observación directa a los lugares donde comercialicen los champiñones. Además se determinan los requerimientos de los clientes en cuanto a los champiñones como gustos, preferencias y otras necesidades que requieren satisfacer, obteniendo información relevante sobre la oferta y demanda actual.

#### **3.2. OBJETIVOS**

##### **3.2.1. OBJETIVO GENERAL**

Ejecutar un estudio de mercado, con la finalidad de determinar la oferta, demanda y el nivel de aceptabilidad de los champiñones, en el cantón Otavalo.

##### **3.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Determinar la oferta existente de los champiñones y analizar el nivel de competencia existente en el cantón Otavalo
- Identificar gustos y preferencias en la demanda de los champiñones existente en la población económicamente activa, del cantón Otavalo.
- Establecer el precio competitivo de los champiñones.

- Investigar las estrategias de comercialización y adoptarlas al emprendimiento.

### **3.3. VARIABLES**

Las principales variables que direccionan el estudio de mercado son las siguientes:

- ✓ Producto
- ✓ Oferta
- ✓ Demanda
- ✓ Competencia
- ✓ Precio
- ✓ Estrategias de Comercialización/Marketing Mix

### **3.4. INDICADORES**

#### **VARIABLE: PRODUCTO**

##### **INDICADORES:**

- ✓ Identificación del producto
- ✓ Características
- ✓ Presentación
- ✓ Proceso productivo

#### **VARIABLE: OFERTA**

##### **INDICADORES:**

- ✓ Oferta actual en cuanto a champiñones y otros hongos comestibles
- ✓ Precio de la competencia
- ✓ Volumen de ventas de la competencia
- ✓ Lugar donde oferta la competencia

**VARIABLE: DEMANDA****INDICADORES:**

- ✓ Consumo de champiñones
- ✓ Aceptabilidad de los champiñones
- ✓ Frecuencia de compra de champiñones
- ✓ Cantidad de demanda de champiñones

**VARIABLE: COMPETENCIA****INDICADORES:**

- ✓ Cantidad de empresas que comercializan champiñones en la ciudad de Otavalo
- ✓ Identificación de variedad de champiñones que ofertan
- ✓ Grado de satisfacción
- ✓ Tiempos de entrega

**VARIABLE: PRECIO****INDICADORES:**

- ✓ Costos de producción
- ✓ Fijación de precios de la competencia
- ✓ Descuentos por volumen
- ✓ Nivel socioeconómico de los clientes

**VARIABLE: ESTRATEGÍAS DE COMERCIALIZACIÓN****INDICADORES:**

- ✓ Presentación del champiñon

- ✓ Lugar de adquisición de champiñones
- ✓ Publicidad y mercadeo de champiñones
- ✓ Medios de comunicación

### 3.5. MATRIZ DE ESTUDIO DE MERCADO

**Tabla 5: Matriz de estudio de mercado**

<b>OBJETIVO</b>	<b>VARIABLE</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>FUENTE DE INFORMACIÓN</b>	<b>TÉCNICA</b>	<b>PÚBLICO META</b>
Identificar gustos y preferencias de los consumidores en cuanto a los champiñones u otros hongos comestibles.	Producto	- Identificación del producto -Características -Presentación -Proceso productivo	-Investigación de campo -Observación Directa	-Entrevista -Ficha de Observación	-Ingeniero agrónomo -Supermercados y tiendas
Determinar la oferta existente de los champiñones en el cantón Otavalo	Oferta	-Oferta actual en cuanto a champiñones u hongos -Precio de la competencia -Volumen de ventas de la competencia -Lugar donde oferta la competencia	-Investigación de campo -Observación Directa	Encuesta Ficha de Observación	-PEA del cantón Otavalo -Supermercados y tiendas
Identificar la demanda existente en la población económicamente activa, del cantón Otavalo.	Demanda	-Consumo de champiñones -Aceptabilidad de los champiñones -Frecuencia de compra de champiñones -Cantidad de demanda de champiñones	-Investigación de campo	-Encuesta	- PEA del cantón Otavalo

Analizar el nivel de competencia existente en el cantón, en cuanto la comercialización de champiñones.	Competencia	-Cantidad de empresas que comercializan champiñones en la ciudad de Otavalo -Identificación de variedad de champiñones que ofertan -Grado de satisfacción -Tiempos de entrega	-Investigación de campo -Observación Directa	-Encuesta -Ficha de observación	- PEA de cantón Otavalo -Supermercados y tiendas.
Establecer el precio competitivo de los champiñones.	Precios	-Costo de producción -Fijación de precios de la competencia -Descuentos por volumen -Nivel socioeconómico de los clientes	-Revisión Documental -Investigación de campo -Observación Directa	-Libros -Encuesta -Ficha de Observación/Cliente Oculto	-Textos de Costos de producción -PEA del cantón Otavalo -Supercados y tiendas.
Investigar las estrategias de comercialización y adoptarlas al emprendimiento.	Marketing Mix (Producto, precio, distribución, promoción)	-Presentación del champiñon -Lugar de adquisición de champiñones -Publicidad y mercadeo de champiñones -Medios de comunicación	-Revisión Documental -Investigación de campo	- Libros -Encuesta	-Textos de Marketing -PEA del cantón Otavalo.

**Fuente:** Observación Directa

**Elaborado por:** La Autora

### 3.6. Ejecución de la investigación de campo

#### 3.6.1. Identificación de la población

Con la finalidad de obtener la información necesaria para la investigación de este emprendimiento se identificará 3 tipos de población:

**Población 1:** Conformada por consumidores finales de champiñones a quienes se le aplicó una encuesta y para lo cual se consideró realizar el cálculo de la muestra.

**Población 2:** Conformada por supermercados de la ciudad a los cuales se aplicará las fichas de observación en cada una de ella para identificar los productos que oferta y de que empresas son aliados.

**Población 3:** Conformada por pizzerías y restaurantes del cantón Otavalo, para aplicar encuestas.

#### CALCULO DE LA MUESTRA PARA LA POBLACIÓN 1

*“En cuanto al cálculo de la muestra de los 104874 habitantes que corresponden al cantón Otavalo se consideró el 50,48% que representa a la Población Económicamente Activa (PEA), equivalente a 52940,3952 habitantes perteneciente a la PEA”; PDOT,( 2015, pág. 80).*

De la misma manera mencionan que *“la tasa de crecimiento de la PEA es de 1,68%”*.

Por lo tanto en base a lo anterior el cálculo de la muestra para el emprendimiento proyectado para el año 2017, se realiza con el número de la PEA del año 2010 por la tasa de crecimiento elevado al séptimo exponente lo cual queda así:

$$52940,3952(1+0,0168)^7$$

$$n = \frac{NK^2PQ}{e^2(N-1)+K^2PQ}$$

**En donde:**

**n**= Tamaño de la muestra

**k**= Percentil de la distribución normal para una confiabilidad determinada. (100% - nivel de confianza= 95% equivalente a 1,96)

**N**= Tamaño de la población (59488,90045 PEA Otavalo proyectada para el año 2017)

**P**= Probabilidad que se produzca un fenómeno o proporción muestra (0,5)

**Q**= Probabilidad contraria a que se produzca (0,5)

**e**= error absoluto (0,05)

**Cálculo:**

$$n = \frac{59488,90045 * (1,96)^2 * (0,5)(0,5)}{(0,05)^2 * (59488,90045 - 1) + (1,96)^2 * (0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{57133,13999}{149,6801511}$$

$$n = 381,7015 = 382$$

### **3.6.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS OBTENIDOS CON LA ENCUESTA**

Para levantar información relevante de la población 3 se aplicó la encuesta que está ubicada en anexos, como técnica de investigación y como instrumento se utilizó el formulario, en la cual se obtuvieron los siguientes resultados, mediante la utilización del paquete estadístico profesional SPSS versión 21.0, lo cual facilita la tabulación de la información.



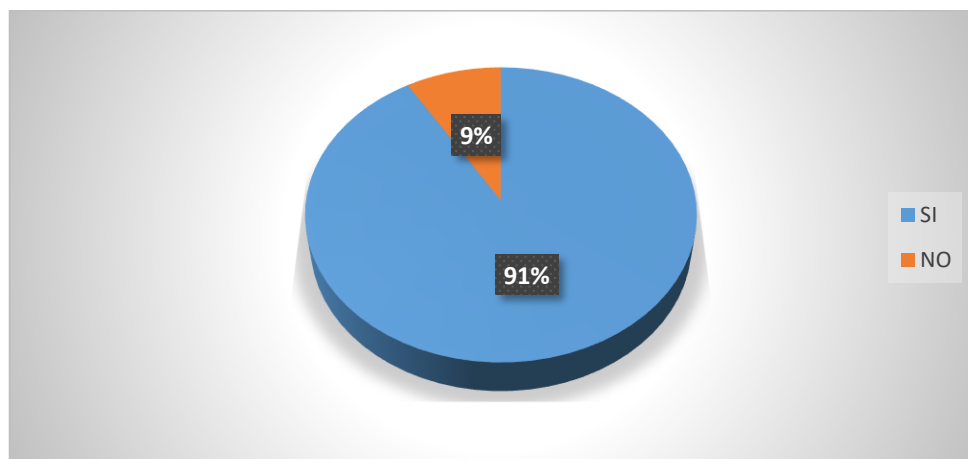
a) **Encuesta Población del cantón Otavalo**

1. **¿Consume usted champiñones?**

**Tabla 6: consumo de champiñones en la población otavaleña**

	Frecuencia	Porcentaje
SI	348	91,1
NO	34	8,9
Total	382	100,0

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La Autora



**Gráfico 8: Consumo de champiñones en la población otavaleña**

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La Autora

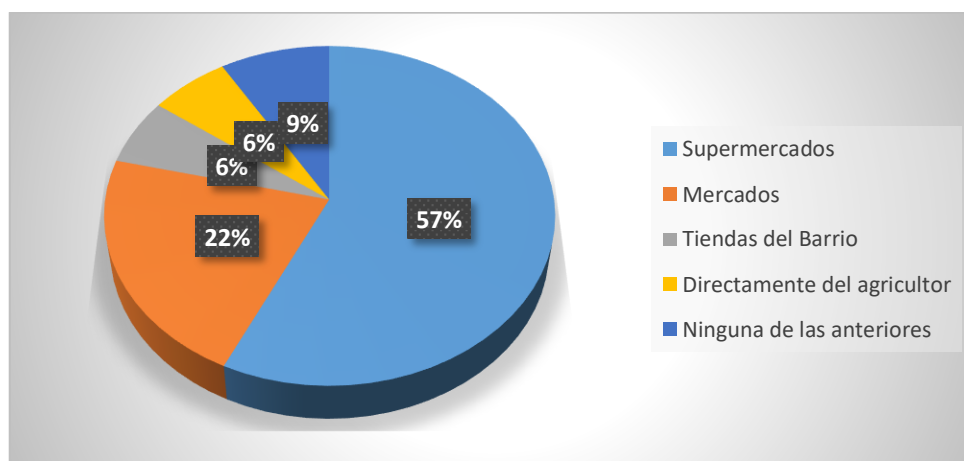
**Análisis:** La mayor parte de la población Otavaleña representada con un 91%, si consumen los champiñones lo que indica que si hay mercado para este producto y que lo incluyen en las diferentes comidas que preparan en el hogar.

## 2. ¿Dónde adquiere usted los champiñones?

**Tabla 7: Lugar de adquisición de champiñones**

	Frecuencia	Porcentaje
Supermercados	218	57,1
Mercados	83	21,7
Tiendas del Barrio	24	6,3
Directamente del agricultor	24	6,3
Ninguna de las anteriores	33	8,6
Total	382	100,0

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La Autora



**Gráfico 9: lugar de adquisición de champiñones**

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La Autora

**Análisis:** Los lugares donde frecuenta la mayoría de la población otavaleña para adquirir los champiñones son los supermercados, y otra gran parte en mercados, ya que existe mayor variedad que en los comisariatos, pueden palpar las características y la calidad de los champiñones directamente antes de pagar.

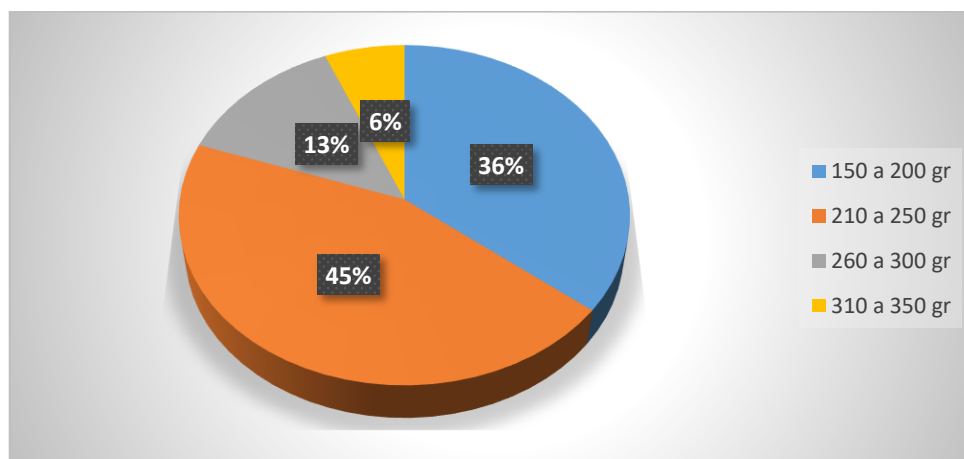
### 3. ¿Qué tipo de presentación de champiñones prefiere?

**Tabla 8: Presentación de preferencia**

Variables	Frecuencia	Porcentaje
150 a 200 gr	136	35,6
210 a 250 gr	171	44,8
260 a 300 gr	51	13,4
310 a 350 gr	24	6,3
Total	382	100,0

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora



**Gráfico 10: Presentación de preferencia**

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

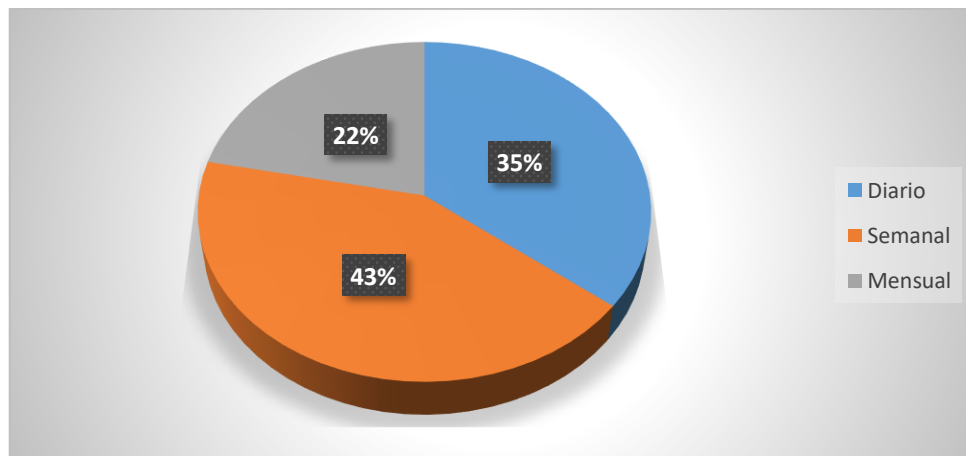
**Análisis:** La población encuestada adquiere mayormente champiñones en presentación de 210 gr a 250 gr, lo que resulta que es el peso promedio con el que generalmente se deleitan en los hogares, una de las posibles razones proviene la cantidad óptima de champiñones, es especial si la familia es grande; seguidamente manifestaron que adquieren de 150gr a 200 gr, es decir para familias pequeñas.

#### 4. ¿Con qué frecuencia adquiere los champiñones?

**Tabla 9: Frecuencia de adquisición**

	Frecuencia	Porcentaje
Diario	136	35,6
Semanal	163	42,7
Mensual	83	21,7
Total	382	100,0

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La Autora



**Gráfico 11: Frecuencia de adquisición**

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La Autora

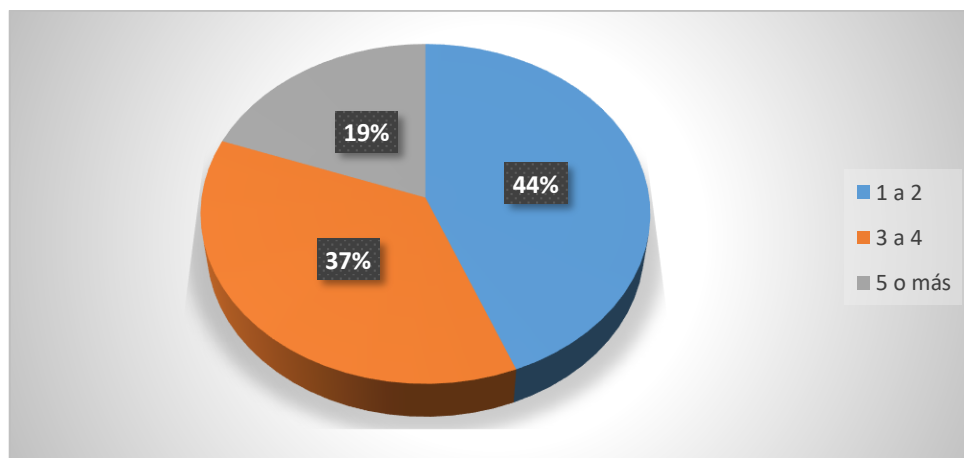
**Análisis:** La mayoría de la población que es un 43% adquiere champiñones semanalmente en los supermercados, seguidamente otra parte de la población manifiesta que lo adquieren diariamente, lo que demuestra que si existe un consumo frecuente de champiñones y no requiere de días festivos o temporadas para adquirir este producto.

## 5. ¿Cuántas bandejas o latas de champiñones adquiere semanalmente?

**Tabla 10: Cantidad de champiñones demandados**

	Frecuencia	Porcentaje
1 a 2	168	44,0
3 a 4	140	36,6
5 o más	74	19,4
Total	382	100,0

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La Autora



**Gráfico 12: Cantidad de champiñones demandados**

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La Autora

**Análisis:** La mayor parte de la población otavaleña manifiesta que adquieren una a dos unidades a la semana, es decir, por familia existe una demanda considerable ya que serían ocho unidades al mes, seguidamente otra parte adquieren de tres a cuatro bandejas a la semana, lo cual se suma como dato importante para la demanda de champiñones, ya que en la actualidad se ha incrementado la cultura de alimentarse sanamente a través de muchas campañas.

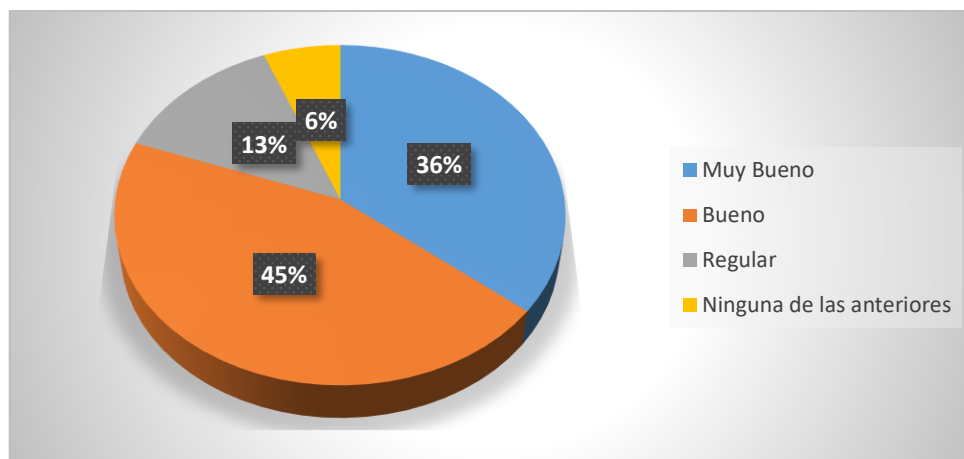
## 6. ¿La calidad de los champiñones que usted adquiere actualmente es?

**Tabla 11: calidad de los champiñones**

	Frecuencia	Porcentaje
Muy Bueno	136	35,6
Bueno	171	44,8
Regular	52	13,6
Ninguna de las anteriores	23	6,0
Total	382	100,0

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora



**Gráfico 13: calidad de los champiñones**

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

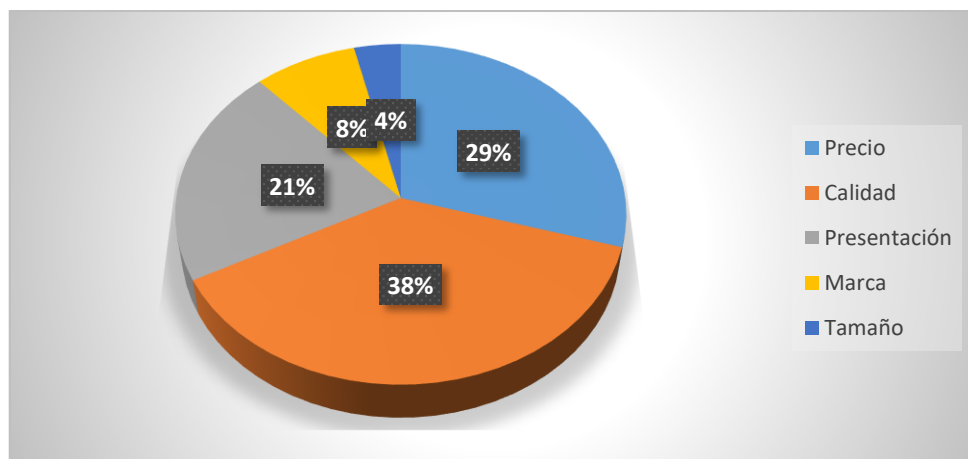
**Análisis:** Gran parte de la población mencionaron que la oferta actual es buena, y otra parte indican que es muy buena, por lo tanto se entiende que los champiñones satisfacen las necesidades del consumidor, si existe mayor producción habrá demanda, ya que son productos ricos en nutrientes necesarios, para la salud de las personas.

## 7. ¿Qué aspectos toma en cuenta para adquirir los champiñones?

**Tabla 12: Aspectos que se consideren al momento de la adquisición**

	Frecuencia	Porcentaje
Precio	113	29,6
Calidad	144	37,7
Presentación	80	20,9
Marca	31	8,1
Tamaño	14	3,7
Total	382	100,0

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La Autora



**Gráfico 14: Aspectos que se consideran al momento de la adquisición**

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La Autora

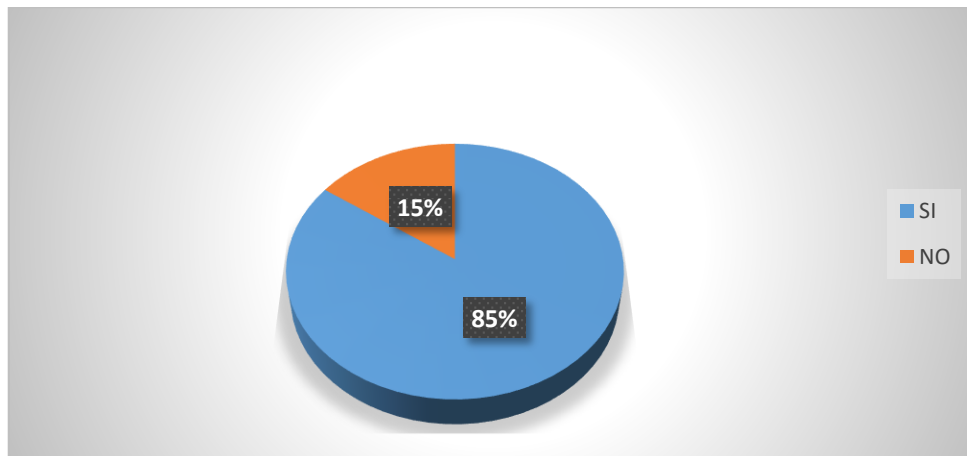
**Análisis:** El cliente es una persona muy observadora por lo que la mayor parte de la población encuestada observa la calidad de producto al momento de la compra de los champiñones, seguidamente de los precios que es el poder adquisitivo con el que cuentan, es decir, a mayor calidad mayor demanda.

## 8. ¿Le gustaría adquirir champiñones cultivados orgánicamente?

**Tabla 13: Oferta al consumidor**

	Frecuencia	Porcentaje
SI	324	84,8
NO	58	15,2
Total	382	100,0

**Fuente:** Encuesta  
**Elaborado por:** La Autora



**Gráfico 15: Oferta al consumidor**

**Fuente:** Encuesta  
**Elaborado por:** La Autora

**Análisis:** El 85% de la muestra mencionó que si desean adquirir los champiñones orgánicos debido a los beneficios que ofrece al consumidor, además la tendencia de consumir productos nutritivos ha aumentado en la actualidad, indicando así una oportunidad para emprender y produciendo champiñones.

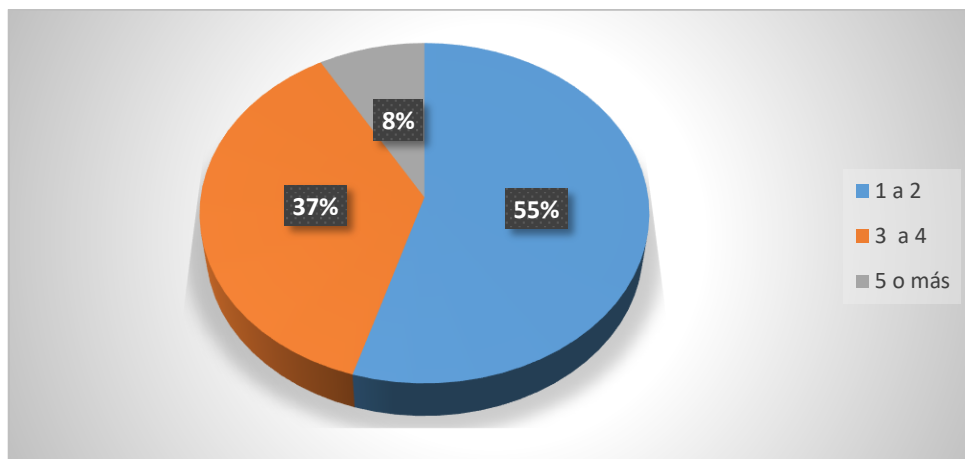


**9. ¿Cuántas bandejas de 230 gr de champiñones estaría dispuesto a adquirir semanalmente?**

**Tabla 14: Cantidad de bandejas de champiñones**

	Frecuencia	Porcentaje
1 a 2	209	54,7
3 a 4	141	36,9
5 o más	32	8,4
Total	382	100,0

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La Autora



**Gráfico 16: Cantidad de bandejas de champiñones**

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La Autora

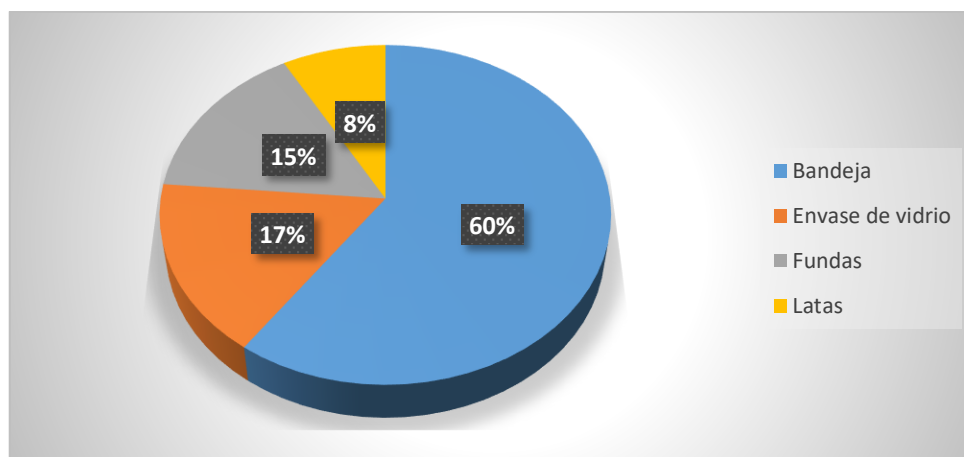
**Análisis:** A través de la encuesta realizada manifestaron que más de la mitad de la muestra desean adquirir de una a dos bandejas a la semana y otra parte desean adquirir de tres a cuatro bandejas a la semana por familia, lo que muestra que si hay demanda que se debe satisfacer en la ciudad de Otavalo.

## 10. ¿En qué presentación le gustaría adquirir los champiñones?

**Tabla 15: Presentación que desean en los champiñones**

	Frecuencia	Porcentaje
Bandeja	229	60,0
Envase de vidrio	63	16,5
Fundas	59	15,4
Latas	31	8,1
Total	382	100,0

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La Autora



**Gráfico 17: Presentación que desean en los champiñones**

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La Autora

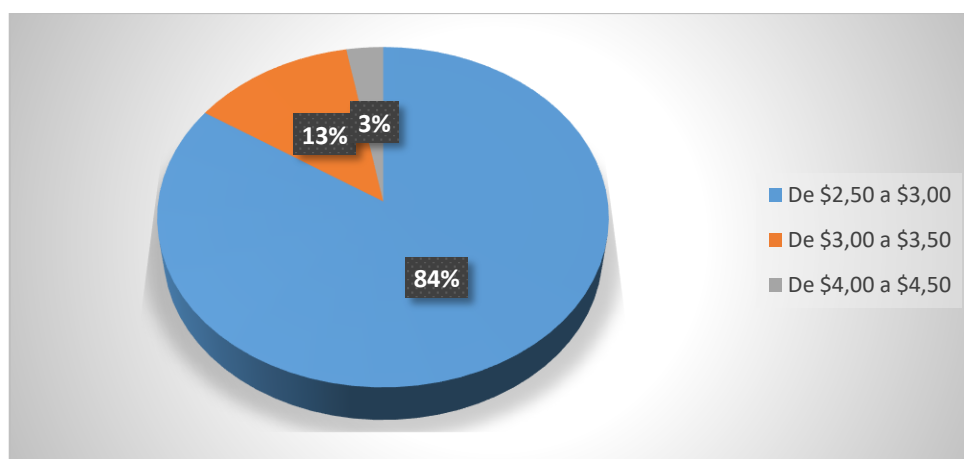
**Análisis:** La mayoría de la muestra prefiere el envase tradicional que es la bandeja de espuma flex, lo cual indica que es un buen empaque, ya que protege a los champiñones de dañarse o aplastarse, y los consumidores se sienten a gustos con esta presentación. Además otros grupos manifiestan que le gustaría el envase de vidrio, ya que es un buen conservador de alimentos.

### 11. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la bandeja de 230 gr de champiñones?

**Tabla 16: Valor que desean pagar por los champiñones**

	Frecuencia	Porcentaje
De \$2,50 a \$3,00	322	84,3
De \$3,00 a \$3,50	49	12,8
De \$4,00 a \$4,50	11	2,9
Total	382	100,0

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La Autora



**Gráfico 18: Valor que desean pagar por los champiñones**

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La Autora

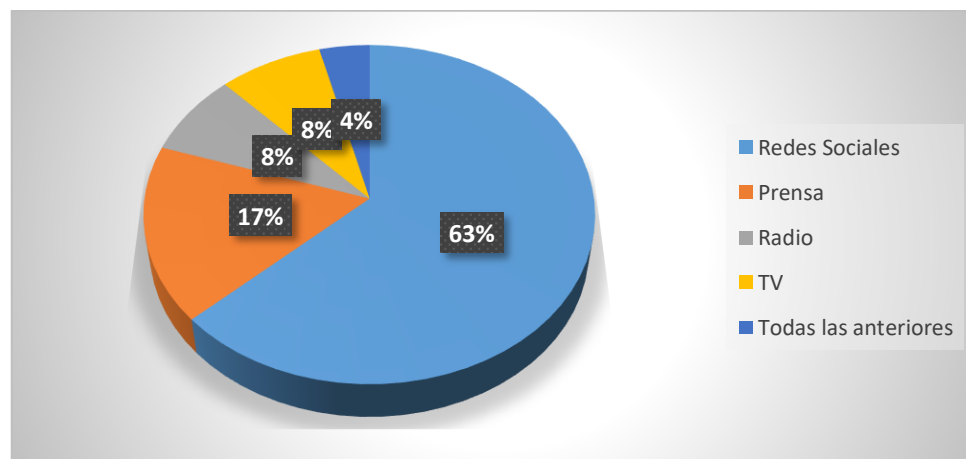
**Análisis:** La mayoría de la población otavaleña desea adquirir champiñones por un precio que esté al alcance de sus bolsillos, es decir están dispuestos a pagar de \$1,80 a \$2,30 dólares por la bandeja de 230 gr, es decir es un precio considerable y factible para los consumidores ya que la oferta actual solo es en gramos.

## 12. ¿Por qué medios desearía conocer el producto?

**Tabla 17: Medios para conocer el producto**

	Frecuencia	Porcentaje
Redes Sociales	241	63,1
Prensa	65	17,0
Radio	30	7,9
TV	31	8,1
Todas las anteriores	15	3,9
Total	382	100,0

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La Autora



**Gráfico 19: Medios para conocer el producto**

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La Autora

**Análisis:** Gran parte de la población desea que le informen acerca de los champiñones por las redes sociales, en la actualidad todos cuentan con un teléfono inteligente y además es una tendencia mundial para informar y realizar publicidad de productos; otra parte desea conocer mediante la prensa, y otros medios. Utilizando todos los medios posibles se puede dar a conocer mayormente a la población.

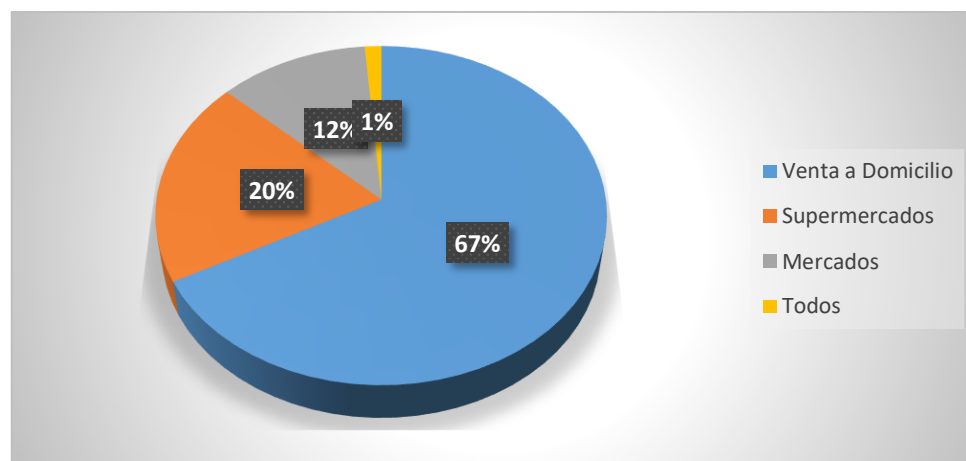
### 13. ¿En dónde desearía adquirir los champiñones?

**Tabla 18: Lugar donde desean adquirir los champiñones**

	Frecuencia	Porcentaje
Venta a Domicilio	257	67,3
Supermercados	75	19,6
Mercados	45	11,8
Todos	5	1,3
Total	382	100,0

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora



**Gráfico 20: Lugar donde desean adquirir los champiñones**

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

**Análisis:** El 67% de la muestra manifiesta que desean adquirir champiñones a domicilio, una parte desea adquirirlos en supermercados, lo cual indica que existe la oportunidad de ofertar los champiñones producidos orgánicamente, y a la vez ofreciendo productos frescos al consumidor, la cual brinda una ventaja competitiva frente a las empresas productoras establecidas hace años.

### **3.6.3. Análisis global de la encuesta aplicada a la población del cantón Otavalo**

De las personas encuestadas son en su mayoría padres de familia, quienes están considerados dentro de la PEA, lo cual hace posible la adquisición de champiñones. Según los datos la adquisición de champiñones es en su mayoría de forma semanal, en sus lugares de preferencia que son supermercados, seguidamente otra parte de la muestra manifiesta que lo consume a diario, es decir si existe un consumo frecuente de champiñones y no requiere de días festivos o temporadas para adquirir este producto.

Los lugares donde frecuenta la mayoría de la población otavaleña para adquirir los champiñones son a supermercados, por lo tanto mencionaron que la oferta actual es buena, y otra parte indican que es muy buena, lo que se entiende que los champiñones satisfacen las necesidades del consumidor, si existe mayor producción habrá demanda, ya que son productos ricos en nutrientes necesarios.

La presentación que desean de la oferta actual, es la presentación de 230 gr, lo que resulta que es el peso promedio con el que generalmente se deleitan en los hogares, por un precio de \$2,50 a \$3,00 dólares por la bandeja, es decir es un precio considerable y factible para los consumidores y la oferta actual solo es en gramos.

Gran parte de la población desea que le informen acerca de los champiñones por las redes sociales, en la actualidad todos cuentan con un teléfono inteligente. La mayoría de la población manifiesta que desean adquirir champiñones a domicilio, una parte desea adquirirlos en supermercados, lo cual indica que existe la oportunidad de ofertar los champiñones con un valor agregado, y a la vez ofreciendo productos frescos al consumidor.

**b) Encuesta aplicado a las Pizzerías y Restaurantes de la ciudad**

Se aplicó encuestas a 12 locales de comida más conocidas por la población entre las cuales están pizzerías y restaurantes con el objetivo de determinar la demanda.

**1. Nombre de las pizzerías y restaurantes**

Los locales que se visitaron fueron los siguientes:

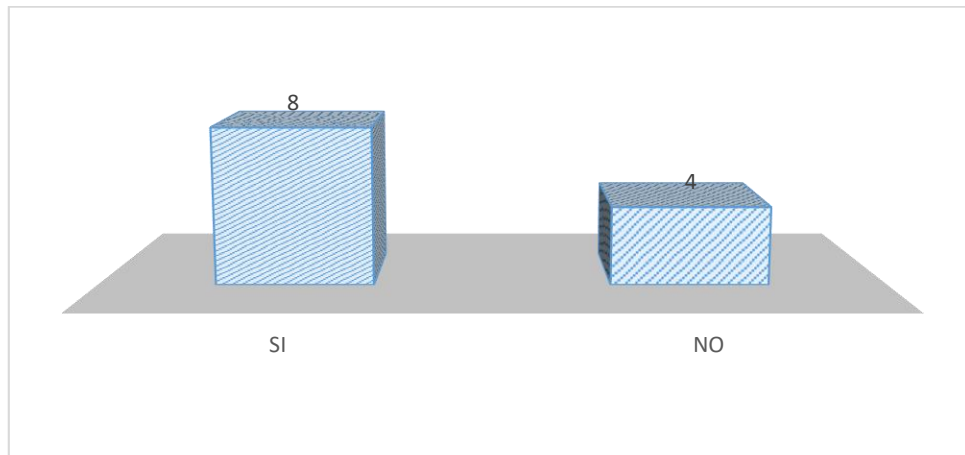
- ✓ Valentín Pizzería
- ✓ Pizzería Oscar 1 y 2
- ✓ Juanita Marquéz Restaurante
- ✓ Tuly's Pizzería
- ✓ Aly Micuy Restaurante
- ✓ Daniel's Restaurante
- ✓ Deli Restaurante
- ✓ Aly Alpa Restaurante
- ✓ Restaurante la Peruanita
- ✓ Sabor Imbabureño Restaurante
- ✓ Restaurante SISA
- ✓ Ally Huasi Restaurante

## 2. ¿Adquiere usted champiñones para preparar sus menús, pizza o platillos?

**Tabla 19: Adquisición de Champiñones**

	Frecuencia	Porcentaje
SI	8	66,7
NO	4	33,3
Total	12	100,0

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La Autora



**Gráfico 21: Adquisición de Champiñones**

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La Autora

**Análisis:** Mediante la encuesta se pudo verificar que 8 de los locales de comida manifestaron que si adquieren champiñones para sus menús, en especial las pizzerías quienes ofrecen esta variedad de pizza a sus clientes. Es un número considerable ya que pueden ser nuestros clientes potenciales.



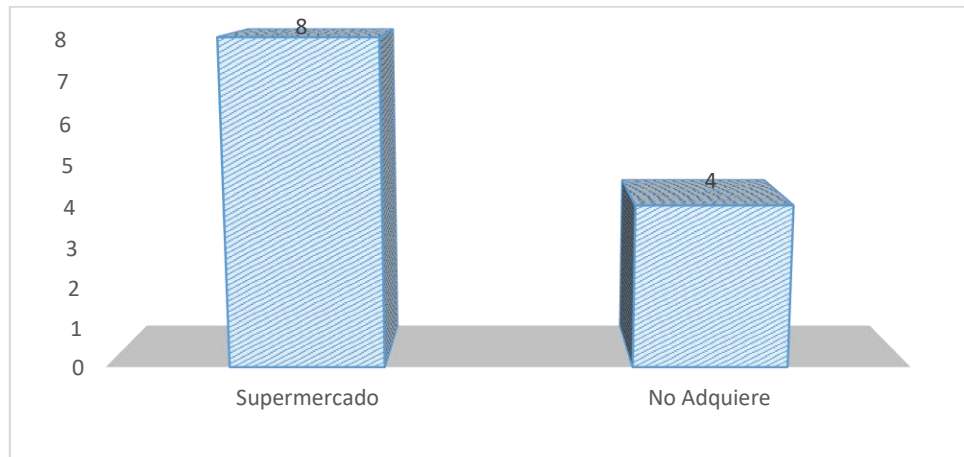
### 3. ¿Dónde adquiere actualmente los champiñones?

**Tabla 20: Lugar de Adquisición**

	Frecuencia	Porcentaje
Supermercados	8	66,7
No adquiere	4	33,3
Total	12	100,0

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora



**Gráfico 22: Lugar de Adquisición**

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

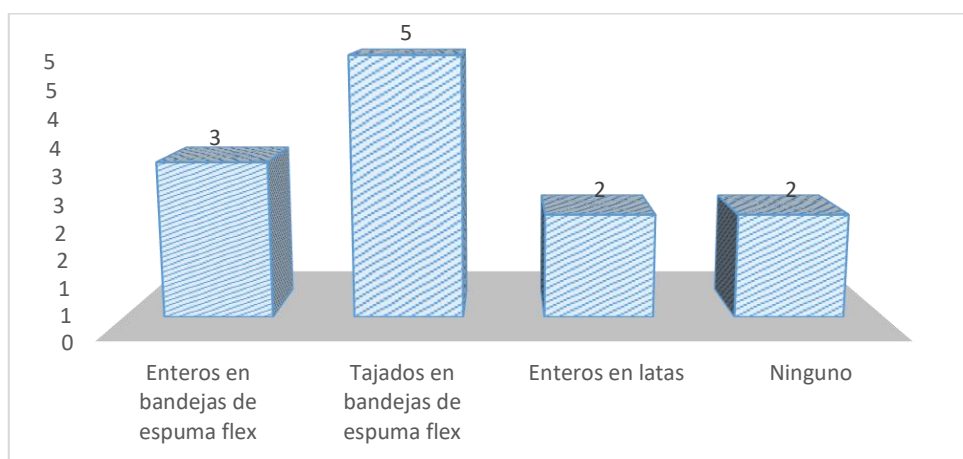
**Análisis:** 8 de los locales adquieren sus champiñones en los supermercados, considerando que es un producto difícil de encontrar en otros lugares, ya que las empresas productoras tienen alianzas con los supermercados y los clientes pueden adquirirlos con facilidad.

#### 4. ¿Cómo adquiere usted los champiñones?

**Tabla 21: Forma de Adquisición**

	Frecuencia	Porcentaje
Enteros en bandejas de espuma flex	3	25,0
Tajados en bandejas de espuma flex	5	41,7
Enteros en latas	2	16,7
Ninguno	2	16,7
Total	12	100,0

**Fuente:** Encuesta  
**Elaborado por:** La Autora



**Gráfico 23: Forma de adquisición**

**Fuente:** Encuesta  
**Elaborado por:** La Autora

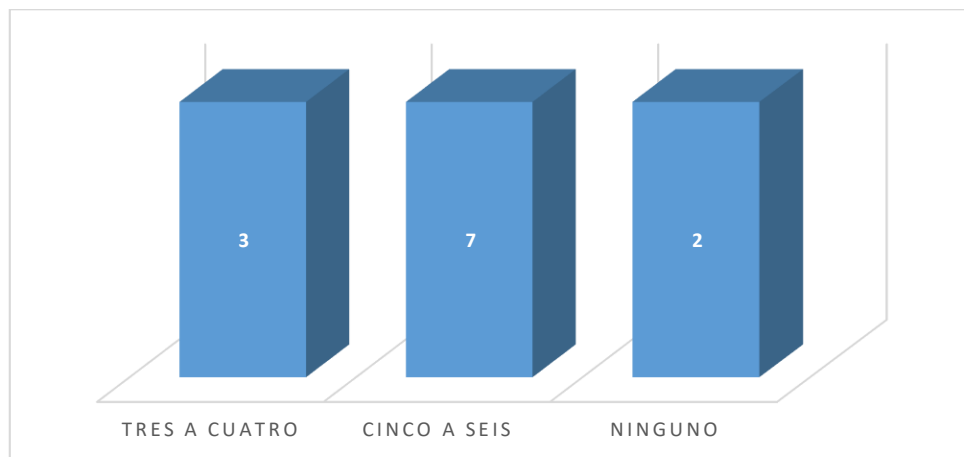
**Análisis:** En la encuesta manifestaron que 5 locales adquieren champiñones tajados y 3 champiñones enteros, lo que demuestra que la mayoría prefiere adquirir el champiñón libre de preservantes o enlatados.

## 5. ¿Cuántas bandejas o latas de champiñones adquiere semanalmente?

**Tabla 22: Cantidad de bandejas que adquiere**

	Frecuencia	Porcentaje
Tres a Cuatro	3	25,0
Cinco a seis	7	58,3
Ninguno	2	16,7
Total	12	100,0

**Fuente:** Encuesta  
**Elaborado por:** La Autora



**Gráfico 24: Cantidad que adquiere**

**Fuente:** Encuesta  
**Elaborado por:** La Autora

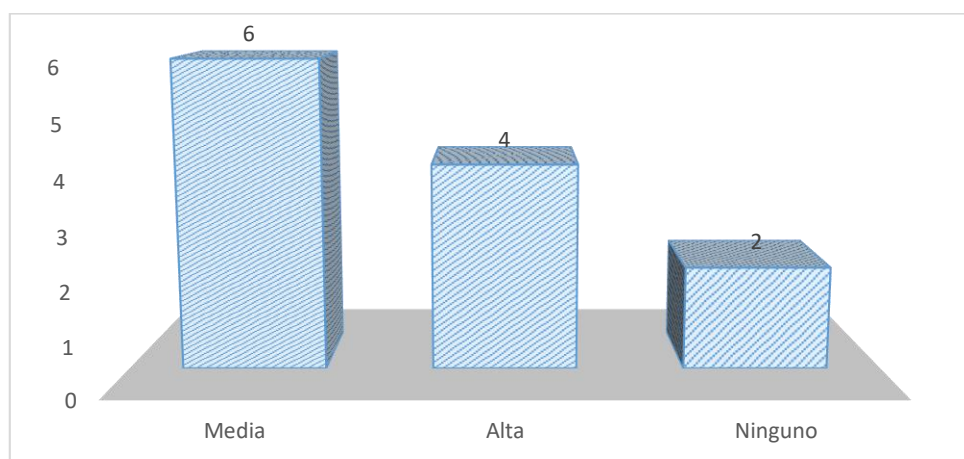
**Análisis:** 7 de los restaurantes y pizzerías manifiestan que adquieren de 5 a 6 bandejas a la semana, lo cual demuestra una demanda considerable y favorable para la microempresa.

6. ¿Considera que el precio de la oferta actual es?

**Tabla 23: Precio de la oferta**

	Frecuencia	Porcentaje
Media	6	50,0
Alta	4	33,3
Ninguno	2	16,7
Total	12	100,0

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La Autora



**Gráfico 25: Precio de la oferta**

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La Autora

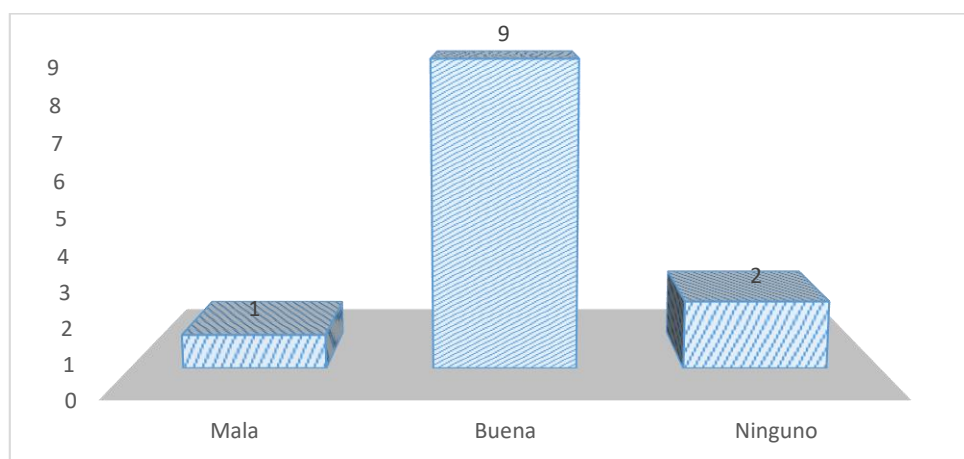
**Análisis:** 6 de los restaurantes y pizzerías encuestados manifestaron que el precio al que adquieren en los supermercados es media, es decir el precio que establezca la microempresa debe estar semejante al precio de la competencia para poder ofertar los champiñones.

## 7. ¿Cómo califica la calidad de la oferta de champiñones actual?

**Tabla 24: Calidad de la oferta actual**

	Frecuencia	Porcentaje
Mala	1	8,3
Buena	9	75,0
Ninguno	2	16,7
Total	12	100,0

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La Autora



**Gráfico 26: Calidad de la oferta actual**

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La Autora

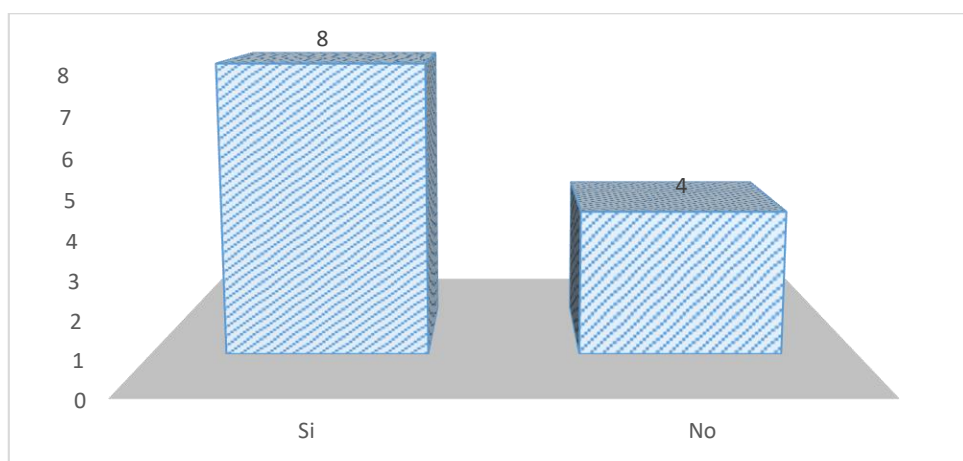
**Análisis:** En la encuesta 9 de los locales manifestaron que la calidad de los champiñones en los supermercados es buena, es decir que el producto ofertado debe ser de la misma calidad o mejor para de esta manera atraer a los clientes.

**8. ¿Usted está de acuerdo que se cree una microempresa productor y comercializadora de champiñones orgánicos en la parroquia San Pablo?**

**Tabla 25: Apoyo a la creación de la microempresa.**

	Frecuencia	Porcentaje
Si	8	66,7
No	4	33,3
Total	12	100,0

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La Autora



**Gráfico 27: Apoyo para la creación**

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La Autora

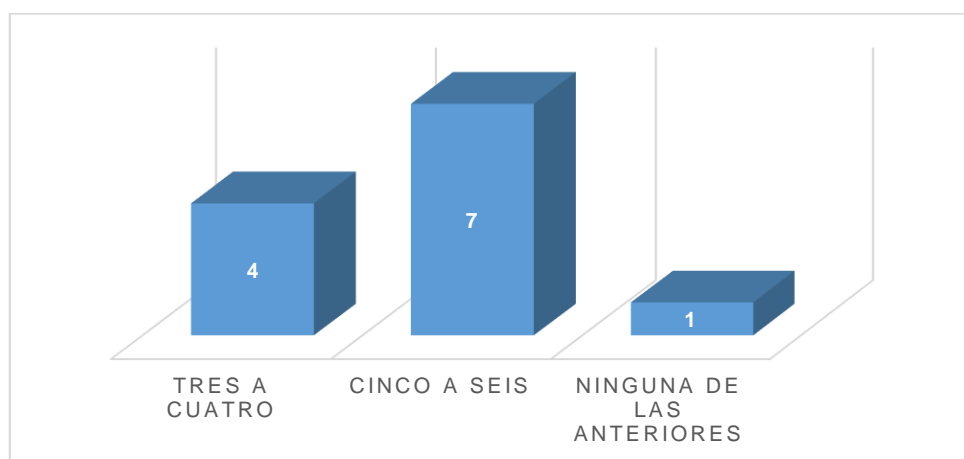
**Análisis:** 8 de los locales manifestaron que si están de acuerdo con que se cree una microempresa productora y comercializadora de champiñones, ya que tendrán mayor opciones como ofertantes para adquirir.

**9. ¿Cuántas bandejas de 230 gr de champiñones estaría dispuesto a adquirir semanalmente?**

**Tabla 26: Cantidad que estaría dispuesto a adquirir**

	Frecuencia	Porcentaje
Tres a Cuatro	4	33,3
Cinco a seis	7	58,3
Ninguna de las anteriores	1	8,3
Total	12	100,0

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La Autora



**Gráfico 28: Cantidad que están dispuestos a adquirir**

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La Autora

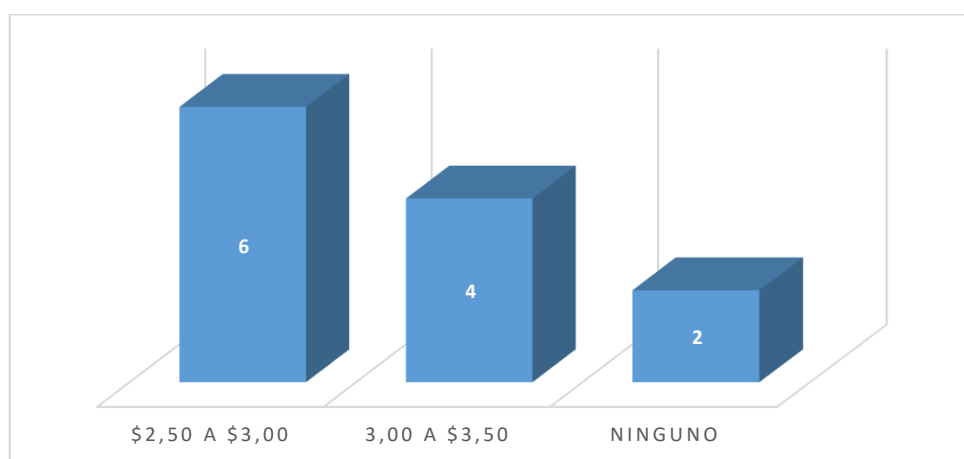
**Análisis:** 7 de los locales manifestaron que desean adquirir de 5 a 6 bandejas a la semana ya que es para su negocio, además es una demanda considerable para la microempresa ya que puede hacer convenios con ellas para ser el proveedor.

### 10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la bandeja de 230 gr de champiñones?

**Tabla 27: Valor que está dispuesto a pagar**

	Frecuencia	Porcentaje
\$2,50 a \$3,00	6	50
3,00 a \$3,50	4	33,3
Ninguno	2	16,7
Total	12	100

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La Autora



**Gráfico 29: Valor que están dispuesto a pagar**

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La Autora

**Análisis:** Los propietarios de los locales manifestaron que están dispuestos a pagar de \$2,50 a \$3,00 por la bandeja de champiñones, ya que es un precio accesible pero se establecerá un precio oficial incluyendo los costos de producción y en relación al precio de la competencia.

#### **Análisis General de la encuesta a la Población 3 (Pizzerías Y Restaurantes)**

Mediante la encuesta aplicada a 12 locales de comida entre las cuales están pizzerías y restaurantes se puede concluir que si adquieren champiñones para sus menús, principalmente en las pizzerías de la ciudad. Los propietarios adquieren generalmente en los supermercados ya que es el lugar donde pueden encontrar con facilidad el



producto y el tipo de champiñón que adquieren son los champiñones tajados y unos pocos enteros ya que desean sin conservantes.

8 locales están de acuerdo que se cree la microempresa y 7 están dispuesto a adquirir de 3 a 4 bandejas a la semana a un precio de \$2,50 a \$3,00 ya que es un precio semejante al de la competencia. Estos datos ayudan a establecer la demanda por parte de esta población.

### **c) OPINIÓN DE EXPERTO**

Cómo otra técnica de recolección de información se realizó una entrevista a dos ingenieros Agrónomos que tiene conocimiento del cultivo y manejo de champiñones, en la que se aplicó las siguientes preguntas.

#### **Cuestionario:**

##### **1. ¿Qué tipo de suelo se requiere para el cultivo de champiñones?**

Los dos entrevistados mediante su preparación y experiencia manifestaron que no se requiere contar con un terreno al aire libre ya que para el cultivo de champiñones se requiere una cámara donde se pueda controlar la temperatura y la humedad, además las materias primas requeridas para cultivar son los residuos vegetales como: tamo, viruta o aserrín, cáscara de fréjol, en ocasiones utilizan el estiércol también, los cuales proporcionan un buen alimento para los hongos o champiñones.

##### **2. ¿Cuál es la temperatura y la humedad adecuada para el cultivo de champiñones?**

Ambos ingenieros manifestaron que el clima es muy importante para este cultivo, depende del tipo de hongo a cultivar ya que no tienen que estar expuestas al sol, y que la temperatura ideal para que la incubación de los micelio de 24° a 28°C y para el

cultivo de champiñones la temperatura va de 15° a 20° C, con una humedad ambiental necesaria es relativamente alta que va de 80 a 90%, de esta manera no existirá inconvenientes para el cultivo. Lo esencial y la importancia aquí es la humedad ya que si está muy húmedo los micelios pueden pudrirse o si falta pueden secarse y dar frutos.

### **3. ¿Qué sistema de cultivo es adecuado utilizar?**

Mediante la entrevista realizada manifestaron que existen 3 sistemas de cultivo, las cuales son el sistema americano en la que construyen camas dentro de las cámaras donde se va a cultivar, la segunda es el sistema holandés que requiere tecnología ya que todo es monitoreado y controlado por computadores y la más utilizada es el sistema francesa conocido como el cultivo en fundas, este método se puede realizar de forma artesanal, ya que no requiere de mucha inversión.

### **4. ¿Qué productos orgánicos se debe utilizar para prevenir las enfermedades y demás factores que afecten a los champiñones?**

Los ingenieros manifestaron que los champiñones también son hongos, los cuales también están propensos a enfermedades y bacterias que puedan dañar los cultivos, por lo tanto es importante proveer de alimento necesario con excelente materia orgánica; además el manejo y el uso de todos los implementos para el ingreso a la cámara donde se está produciendo debe ser muy higiénico y limpio ya que es un producto comestible, es decir se debe utilizar guantes de manipulación, gorro para el cabello, mandil o ropa adecuada únicamente para la manipulación del producto, mascarilla para no contaminar ya que el hongo absorbe todo lo de su entorno.

**5. ¿Cuál es el tiempo adecuado para la cosecha y con qué herramientas cosecharlo?**

En lo que se requiera a la siembra, es necesario utilizar un sustrato esterilizado de champiñones o llamados también micelios, la producción dura aproximadamente de 85 a 90 días dependiendo de la comida de champiñones, y el medio ambiente que se le proporcione a los champiñones, la cosecha se lo hace manualmente no se requiere de ninguna herramienta o maquinaria, lo más importante es que antes de la siembra la cámara pueda estar bien desinfectada.

**6. ¿Cuál es el tiempo máximo de conservación una vez empaquetado?**

El producto es perecedero en poco tiempo, por lo tanto se requiere una cadena de refrigeración desde la cosecha hasta la percha, caso contrario el champiñón se van dañar, una vez cosechado la conservación de los champiñones debe ser en un frío de  $-3^{\circ}\text{C}$  a  $-4^{\circ}\text{C}$ , y tiene una duración de 15 días, cada empaquetado.

**7. ¿Cuál es la importancia de producir champiñones con productos orgánicos?**

Como toda producción orgánica es excelente e importante ya que contribuyen con un producto de calidad para la salud de las personas como para el cuidado del ambiente, ya que se han hecho mucho daño a los suelos, aguas y la naturaleza en sí, utilizando fertilizantes tóxicos; las Instituciones educativas y Universidades del país deben fomentar muchos emprendimientos orgánicos para que también contribuyan al país económicamente y no que no sigan creando profesionales del montón, con esto pueden generar empleo y ser dueño de un propio negocio.

## **Análisis global de la entrevista aplicada a los ingenieros agrónomos**

Con la información brindada se puede tener una idea de cómo es el proceso de cultivo de los champiñones, además brindan sugerencias que como emprendedores se debe conocer para evitar la pérdida de la producción, al igual que el uso de implementos necesarios para una producción limpia y adecuada; otro asunto muy importante es también de que estos ingenieros apoyan y motivan a que todos los estudiantes salgan de su preparación académica con una perspectiva de emprender y ser dueños de un propio negocio, en vez de solo salir con ideas de encontrar trabajos bajo relación de dependencia.

### **C) FICHA DE OBSERVACIÓN**

Esta técnica se aplicó para obtener información relevante de la oferta actual de champiñones en supermercados y comisariatos, mediante la observación directa a estos locales y determinar de qué empresas productoras son alianzas estratégicas.

A continuación se establece una tabla de valoración en una escala del 1 al 5, para las categorías Muy Buena, Buena y Regular en cuanto a la calidad de los champiñones:

**Tabla 28: Tabla de Valoración de la calidad**

Categorías / Nivel de Frescura	1	2	3	4	5
<b>Muy Buena</b>	x	X	x	x	X
<b>Buena</b>	x	X	x		
<b>Regular</b>	x	X			

Elaborado por: La Autora

Muy buena: se considera esta calificación, cuando tenga una puntuación de 5.

Buena: se considera esta calificación, cuando tenga una puntuación de 3.

Mala: se considera esta calificación, cuando tenga una puntuación de 2.

Igualmente se establecen la categoría para la calificación de los precios de champiñones en los supermercados que se ha visitado los cuales son los siguientes:

**Tabla 29: Calificación del Precio de la competencia**

Categorías /Rango de Precios	\$1,50 - \$2,50	\$2,60-\$3,00	\$3,50- \$4,00 o más
<b>Bajo</b>	X		
<b>Medio</b>		X	
<b>Alto</b>			X

**Elaborado por:** La Autora

**Tabla 30: Cuadro comparativo de los supermercados que comercializan champiñones**

Nombre de la empresa	Ubicación	Variedad de champiñones que oferta	Marca de champiñones que comercializa	Calidad del producto	Precio de venta al público	Presentación del producto	Tipos de envase utilizado
<b>Supermercado Aki</b>	Otavaló	Champiñones blancos (Agaricus bisporus) Champiñones blancos (Portobello)	CEPA (Empresa CepaProducción S.A.) GUIPI (Empresa Invedelca S.A.) KENNET (Empresa Kennet S.A.)	Bueno	Medio	Champiñones enteros, rebanados o laminados Champiñones enlatados enteros.	Bandeja de espuma flex Lata
<b>Supermercado TIA S.A.</b>	Otavaló	Champiñones blancos (Agaricus bisporus)	CEPA (Empresa CepaProducción S.A.) KENNET (Empresa Kennet S.A.) SNOBO (Empresa Sipia S.A.)	Muy bueno	Alto	Champiñones rebanados o laminados Champiñones enlatados entero	Bandeja de espuma flex Lata
<b>Supermercado Santa María</b>	Otavaló	Champiñones blancos (Agaricus bisporus) Champiñones (Portobello)	CEPA (Empresa CepaProducción S.A.) KENNET (Empresa Kennet S.A.)	Bueno	Medio	Champiñones enteros, rebanados o laminados Champiñones enlatados enteros.	Bandeja de espuma flex Lata
<b>Supermercado La Mia</b>	Otavaló	Champiñones blancos (Agaricus bisporus)	CEPA (Empresa CepaProducción S.A.)	Bueno	Medio	Champiñones enteros, rebanados o laminados Champiñones enlatados enteros.	Bandeja de espuma flex Lata

**Fuente:** Ficha de Observación

**Elaborado por:** La Autora

### ***3.6.2. Análisis General de la visitas a la empresas comercializadoras de champiñones***

En cuanto a la ficha de observación se realizó visita a 4 supermercados de la ciudad de Otavalo, considerada para la investigación donde comercialicen champiñones en diferentes presentaciones, y se verifico la oferta actual al igual que los precios.

Se pudo identificar que principalmente se comercializan las marcas CEPA, Guipi, Kennet y la marca Snobo que son champiñones enlatados, los cuales tiene mayor tiempo de duración. En la mayoría de los lugares visitados la presentación de los champiñones son empacados al vacío en bandejas de espuma flex y unos pocos enlatados, lo que requiere tener en una refrigeración por lo que si no adquieren rápido tienden a dañarse. En la mayoría de los supermercados los productos son frescos, ya que mantienen un control de inventarios hasta que el consumidor lo adquiera. Además los precios oscilan entre \$1 a \$5 dólares, dependiendo del tamaño del empaque o gramo de champiñones, esencialmente el precio más alto es de los champiñones enlatados.

## **3.7. ESTUDIO DE MERCADO**

### **3.7.1. Identificación del producto**

El champiñon es un producto perteneciente al reino fungi, y se produce en climas frios por lo general a una temperatura que oscila ente 16 y 30° C, se alimenta de desecho vegetal y agricola, su cosecha es muy sencilla ya que no requiere de grandes maquinarias , por lo tanto se cosecha manualmente. Es un producto multibenéfico porque contiene vitaminas, minerales y fibra.

El mercado de los hongos no muestra variedad en cuanto a los champiñones, ya que actualmente solo comercializan champiñones blancos de la clase (*agaricus bisporus*), estos son productos exóticos por lo tanto el precio es medio, por la tanto es atractivo.

Los champiñones se ofertan en estado natural, estas son enteros y tajados los cuales , se lo expende en bandejas de espuma flex los naturales y los procesados en latas y fundas; el peso varia de 100 gr a 450 gr, la Corporación Favorita comercializa enlatados o cremas.



<b>Información Nutricional del Champiñón Blanco (100g)</b>		
Total Calorías		Calorías de Grasa 2 % valor diario
Grasa	0,2 g	0%
Sodio	6mg	0%
Colesterol	0 mg	0%
Potasio	484 mg	14%
Carbohidratos totales	5,1 g	2%
Fibra Dietética	1,5 g	1%
Azucares	1,8 g	1%
Proteínas	0,5 g	5%
Vitamina A		0%
Calcio		1%
Hierro		3%

**Ilustración 1: Los champiñones y su contenido nutricional.**

Fuente: Fotografía

El producto se debe comercializar en un estado fresco, debido a que es perecible, para que tenga un mejor sabor, debe ser un producto de calidad. Los supermercados se abastecen de estos productos directamente de empresas cultivadoras de champiñones, los cuales mantienen un sistema de refrigeración desde la cosecha hasta llegar al consumidor, esta información se obtuvo al realizar la entrevista a un ingeniero agrónomo que conoce del cultivo de champiñones y al acudir a supermercados con la finalidad de aplicar la ficha de observación, en el cual se pudo corroborar esta información.

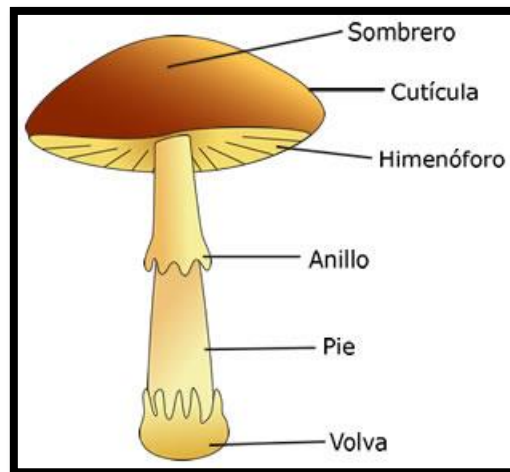
### **3.7.2. CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO**

Los champiñones se encuentran clasificados en el grupo de hongos comestibles, el tiempo de duración es máximo de una semana, por ende es mejor consumirlo fresco; Existen diferentes tipos de champiñones que son comestibles; pero en el mercado



nacional más se comercializa el champiñón blanco (*agaricus bisporus*) ya que según asegura la empresa Guipi.org, son las adecuadas para cultivar en Ecuador.

Las partes de los champiñones son generalmente el sombrero o pileo, himenio o lamela anillo, pie, hifa o el tronco y micelio que vienen a ser las raíces.



**Ilustración 2:** partes del Champiñón

**Fuente:** Guipi champiñones

Generalizando las características mencionadas anteriormente los hongos nacen en lugares húmedos y fríos, su alimento es el compuesto orgánico o desechos vegetales, los cuales brindan los nutrientes necesarios de los hongos, además es muy importante que no esté expuesta directamente al sol ya que pueden secarse, por ende la importancia de producirlos en cámaras.

### **3.7.3. MERCADO META**

#### **3.7.3.1. Segmentación de Mercado**

Una segmentación de mercado es una división de un mercado amplio, teniendo en cuenta similitudes de grupos con características semejantes, que permitan identificar y agruparlos de acuerdo a los requerimientos y las necesidades de tales segmentos en el emprendimiento de los champiñones se segmenta de acuerdo al siguiente criterio:

**Segmentación por área geográfica:** el producto (champiñones) va dirigido a la población del cantón Otavalo, provincia de Imbabura.

**Segmentación demográfica (ingresos):** en el emprendimiento se ha considerado a la población económicamente activa (PEA) del cantón Otavalo, ya que se considera que reciben ingresos, es decir tienen alguna fuente de empleo ya sea en el sector público y en el sector privado. Por lo general el consumo de los champiñones es en personas con ingresos medio y alto, ya que el costo es medio por ser un producto exótico. Además de pizzerías y restaurantes de la ciudad.

**Segmentación por género:** en esta agrupación se considera a tanto hombres como mujeres ya que el producto no diferencia el género, de las personas. Además es consumibles por todos, más aun cuando se trate de alimentarse bien.

### **3.7.3.2. Mercado meta**

En cuanto al mercado meta de la microempresa productora y comercializadora de champiñones orgánicos inicialmente será las pizzerías y restaurantes de la ciudad de Otavalo y la población económicamente activa (PEA) del mismo cantón, con una proyección en el futuro a los supermercados y comisariatos consideradas con empresas comercializadoras de gran escala. El producto va dirigido para la población con economía media.

## **3.8. ESTUDIO DE LA COMPETENCIA**

### **3.8.1. Análisis de la competencia directa**

Como competencia directa se identifica a 3 empresas productoras y comercializadoras de champiñones ubicadas en la provincia de Pichincha, y en cuanto a la ciudad de Otavalo se encuentran los supermercados que son alianzas estratégicas de las mismas y

cuentan con reconocimiento e importantes certificaciones y están establecidas hace mucho tiempo en el mercado los cuales son:

- ✓ Invedelca S.A. que ofrecen champiñones blancos en diferentes presentaciones y tamaños y el precio es medio lo cual es accesible para los consumidores.
- ✓ CepaProducción S.A. ofrecen champiñones blancos enteros o rebanados a precios accesibles, la calidad es buena.
- ✓ Kennet S.A. empresa productora de champiñones blancos enteros y rebanados, el precio es alto, ya que la calidad es excelente.
- ✓ Existen otra empresa que ofrece champiñones en conservas como es la Corporación Favorita, el precio es alto que según las fichas de observación varían en un rango de \$3,50 a \$5,00, de acuerdo al contenido del envase.

### **3.8.2. Análisis de la competencia indirecta**

Como competencia indirecta se ha observado empresas que comercializan frutas y verduras, ya que sustituyen al champiñón, a la vez son alimentos nutritivos y saludables, brindado nutrientes parecidos para el ser humano, también forma parte de esto la empresas que procesan las frutas y verduras en conservas.

Todas las empresas promocionan sus productos a través de redes sociales, Tv, radio y otros medios en las que se pueda dar a conocer el producto.

### **3.8.3. Fortalezas y debilidades de la competencia**

#### **Fortalezas:**

- ✓ Empresas reconocidas a nivel del país y otras a nivel internacional.
- ✓ Marca reconocida de champiñones

- ✓ Existencia de varios años en el mercado
- ✓ Producción a gran escala, que lo distribuyen a casi todo el país.
- ✓ Cuentan con importantes certificaciones
- ✓ Cuentan con infraestructuras y tecnologías modernas para el cultivo.

**Debilidades:**

- ✓ Costos elevados
- ✓ No hay gran variedad en cuanto al producto
- ✓ Utilizan como intermediarios solo supermercados, lo cual también hace que el precio aumente
- ✓ Lejanía en cuanto a la distribución del producto.

**3.9. ANÁLISIS DE LA DEMANDA**

La mayoría de la población adquiere champiñones semanalmente, lo que demuestra que si existe un consumo frecuente de champiñones y no requiere de días festivos para adquirir este producto, esto lo demuestran en la pregunta 4 de la encuesta. Además en la pregunta 3 el 44,8% prefieren en presentación de 210 gr a 250 gr , y con la ficha de observación se ha podido comprobar este dato analizando las presentaciones que ofertan actualmente en los supermercados, y otra pregunta que se ha considerado es la pregunta 5 el 44% de la población otavaleña manifiesta que adquieren una a dos unidades a la semana por familia, ya que en la actualidad se ha incrementado la cultura de alimentarse sanamente a través de muchas campañas.

**3.9.1. Naturaleza del consumidor**

El consumidor generalmente adquiere los champiñones en los supermercados ya que encuentran en diferentes presentaciones, marcas y precios que para ellos son accesibles,

además es un producto que no se puede encontrar fácilmente en mercados, tiendas pequeñas o tiendas de barrio.

### **3.9.2. Preferencias de los consumidores**

En la pregunta 6 la población encuestada manifestó que la calidad de la oferta actual de los champiñones es buena, seguidamente en la pregunta nueve manifiesta que al momento de adquirir los champiñones observan la calidad y el precio, es decir a mayor calidad con precios bajos mayor demanda. Y en la pregunta 3 manifestaron el contenido del producto prefieren.

### **3.9.3. Demanda Actual**

Con la finalidad de determinar la demanda actual de los champiñones en la encuesta aplicada a la PEA, se consideró la pregunta 1 tabla 6 y gráfico 8, en la que el 91% (348 personas) manifestaron que si adquieren los champiñones en supermercados por lo tanto ese porcentaje será considerada como grado de aceptabilidad.

### **3.9.4. Cantidad de demanda**

Mediante la investigación de campo 91% de la población encuestada adquiere de 1 a 2 bandejas de champiñones a la semana, por lo tanto se considera 1 bandejas por familia multiplicado por las 4 semanas para obtener la demanda mensual. De los cuales un 57% acuden a supermercados.

En cuanto a la población 3 la demanda se establece de la siguiente manera considerando la pregunta 5 y 9 de la encuesta en la que 7 locales manifestaron adquirir de 5 a 6 bandejas de champiñones y se va a tomar 5 como número base multiplicado por las 4 semanas.

**Tabla 31: Cálculo de Demanda población 1 y 3**

<b>Población</b>	<b>Cantidad de bandeja semanal</b>	<b>Cantidad de demanda al mes</b>
91% (348) población en general	1 bandeja (1*4)	1392
7 Locales de comida	5 bandejas (5*4)	140
4 Locales de comida	3 bandejas (3*4)	48
<b>Demanda Total</b>		<b>1580</b>

Elaborado Por: La Autora

La demanda total es de **1580 bandejas**, dentro de ella se hará contrato exclusivo para suministrar a los 11 locales de comidas cercanos a la microempresa, además, se va atender la demanda de la población.

### **3.10. ANÁLISIS DE LA OFERTA**

Es muy importante que se pueda realizar una análisis de la oferta ya que es un factor clave para determinar la demanda insatisfecha que se va a cubrir con la microempresa objeto de análisis. Dentro de la oferta de champiñones se encuentran marcas muy reconocidas de empresas ecuatorianas, mediante la ficha de observación se pudo identificar que son las siguientes empresas: CepaProducciones S.A., Envedelca S.A. y Kennet S.A. en las diferentes presentaciones, ubicadas en la capital del país. Y la distribuyen más en supermercados como, Gran AKI, SANTA MARÍA, TIA Y LA MÍA, en estos establecimientos se consultaron mediante ficha de observación las cantidades que ofrece semanalmente.

#### **3.10.1. Oferta Actual**

Como oferta actual se ha considerado la ficha de observación aplicada a los supermercados, en que se determina que la oferta asciende a 715 bandejas de champiñones de 230 gr. mensuales, los cuales fueron calculados de la siguiente manera:

**Tabla 32: Cuadro de la Oferta**

Supermercado	No. de Bandejas vendidas semanalmente	Total oferta Mensual bandejas de 230 gr.
<b>TIA S.A.</b>	30 bandejas (30*4)	120
<b>Gran Aki</b>	40 bandejas (40*4)	160
<b>Santa María</b>	35 bandejas (35*4)	140
<b>La Mia</b>	20 bandejas (20*4)	80
<b>Otras tiendas y mercado (43%) tabla 7</b>		215
<b>Total Oferta</b>		715

**Elaborado Por:** La Autora

También se pudo observar que la calidad es buena ya que mantienen un estricto control en cada una de las mercaderías y por el momento ofrecen, champiñones blancos (*agaricus bisporus*) enteros, tajados y en latas y en la encuesta que se aplicó la pregunta No. 5 manifestaron que generalmente adquiere champiñones en presentación de 210 gr a 250 gr, lo que resulta que es el peso promedio que generalmente los supermercados tienen mayor venta.

En base a los datos de la demanda y la oferta obtenidos, a continuación se detalla la demanda insatisfecha la cual va a captar la microempresa.

**Tabla 33: Cuadro resumen de la demanda y la oferta**

<b>DEMANDA MENSUAL</b>	<b>Um: De bandejas de 230 gr.</b>
Población general	1392
Pizzerías y restaurantes	188
<b>Total Demanda</b>	<b>1580</b>
<b>OFERTA MENSUAL</b>	
Supermercados	500
Otros suministros	215
<b>Total Oferta</b>	<b>715</b>
<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>	865
<b>PRODUCCIÓN PREVISTA</b>	432

**Elaborado Por:** La Autora

### 3.11. PRECIO

Se ha podido observar que en el mercado existen diferentes precios de acuerdo al peso de los envases en que se ofertan los champiñones, además se pudo encontrar mediante

la observación directa en los supermercados y principales tiendas de Otavalo como: TIA, SANTA MARIA, LA MIA, GRAN AKI, COMISARIATO OTAVALO y un comisariato, que el peso promedio de los envases de champiñones es de 230 gr generalmente y su precio varía entre \$ 2,90 dólares a \$3,00 dólares de acuerdo a la marca, la calidad y el lugar de venta como se muestra en la siguiente tabla:

**Tabla 34: Tabla de Precios de la competencia**

<b>PRODUCTO</b>	<b>PESO/GRAMOS</b>	<b>MARCA</b>	<b>P.V.P</b>
Champiñones enteros en bandejas de espuma flex	100 gr	Guipi/Cepas	\$ 1,50
	220 gr	Kennet	\$ 2,75
Champiñones laminados o rebanados en bandejas de espuma flex	100 gr	Guipi/Cepas	\$ 1,35
	200 gr	Kennet	\$ 2,25
	230 gr	Kennet	\$ 2,90
Champiñones portobello	230 gr	Kennet	\$ 3,00
Champiñones enlatados enteros	380 gr	Guipi/Snobo	\$ 3,50
Champiñones enlatados rebanados	250 gr	Guipi/Snobo	\$ 3,80

**Fuente:** Observación Directa.

**Elaborado por:** La autora

**Tabla 35: Precio promedio de la Competencia**

<b>Supermercados</b>	<b>Precios de la bandeja de 230 gr</b>
Santa María	\$ 2,90
TÍA	\$ 3,00
Gran Akí	\$ 2,90
La Mía	\$ 2,90
Comisariato Otavalo	\$ 3,00
<b>Precio Promedio Total</b>	<b>\$ 2,94</b>

**Fuente:** Observación Directa.

**Elaborado por:** La autora

Al comparar los precios, casi son similares y representan un precio accesible para los consumidores de champiñones ya que los costos no son tan elevados.

La información sobre los enlatados indica precios que oscilan entre 1 y 5 dólares dependiendo del peso. La referencia de los enlatados es sólo porque pudiera ser un sustituto, pero la microempresa ofertará los champiñones frescos en bandejas, de



acuerdo a la preferencia de productos frescos del 60%, referida por los consumidores, como se observa en la respuesta de la pregunta 10 de la encuesta realizada.

### **3.11.1. Determinación del precio de venta de las bandejas en la microempresa**

En la microempresa se establece el precio de venta de las bandejas de champiñones en base a los costos y gastos en que se incurran en la producción de los mismos, más un margen de utilidad del 15%, con lo que su precio final es de 3.00 USD, lo cual lo ubica en el rango de precios que está dispuesta a pagar la población consumidora, con un 84,3 % de aceptación, como se observa en los resultados de la pregunta 11.

## **3.12. ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN**

Para poder comercializar los champiñones en el cantón Otavalo, se va a utilizar como estrategias de comercialización las siguientes:

### **3.12.1. Estrategias de producto**

- Para el producto que se comercializará se establecerá el peso promedio de 230 gr por bandeja, la cual será de espuma flex.
- Además, al producto se le colocará una etiqueta que lo identifique con: el nombre, logo, contenido nutricional, el semáforo de nutricional, así como el lugar de elaboración y los números de contactos.
- Como valor agregado para diferenciar el producto se agregará diferentes recetas que pueden elaborar con los champiñones, para que lo puedan coleccionar y obtener mayores beneficios del producto.
- Se diseñar un logo representativo para el producto, de la misma manera para la microempresa y con esto se de a conocer al consumidor.

### **3.12.2. Estrategias de precio**

- Se realizará un análisis de costos y gastos que se incurran en la producción y comercialización, más el mágen de utilidad que se desea, con la finalidad de determinar el precio de venta de los champiñones.
- Se tratará de producir mayor volumen para reducir costos y así ofrecer un precio competitivo, para atraer más clientes.
- El precio tendrá variaciones depediendo de la temporada y el precio de los insumos para la producción.
- Se otorgará descuentos de un 5% a clientes según el volumen de ventas, especialmente en los primero 6 meses de la puesta en marcha.

### **3.12.3. Estrategías de publicidad y promoción**

Para dar a conocer el producto a los consumidores se aplicará las siguientes estrategias de comercialización o marketing mix:

- Se dará a conocer el producto por redes sociales debido a que la mayoría de la población encuestada manifesto esta situación.
- Se elaborarán afiches los cuales será repartidos en la ciudad de Otavalo, para dar a aconocer tanto la microempresa como el producto.
- Se procederá a realizar degustaciones del producto en los diferentes puntos de ventas, preparados con diferentes platillos.

### **3.12.4. Estrategías de plaza o distribución**

- La distribución de los champiñones se realizará de forma directa e indirecta.

De forma directa se realizará ventas a domicilio ya que en la encuesta aplicada manifestaron esta situación, lo cual brinda una ventaja competitiva frente a la competencia.

De forma indirecta se realizará mediante intermediarios los cuales serán los comisariatos o tiendas de gran escala de la ciudad restaurantes y pizzerías. Se guíara de acuerdo a la siguiente gráfica:



**Gráfico 30: Canal de distribución indirecta**

**Elaborado por:** La autora

A continuación se detalla la gráfica anterior:

**Productor:** Microempresa productora y comercializadora de champiñones

**Intermediarios:** Pizzerías y restaurantes de la ciudad

**Consumidor Final:** PEA del cantón Otavalo, pizzerías y restaurantes.

### 3.13. CONCLUSIONES

Mediante el estudio de mercado se pudo obtener las siguientes conclusiones de todos los factores analizados:

- Existe una demanda significativa de champiñones por parte de la Población Otavaleña, ya que la cultura de alimentarse sanamente aumentó, en especial cuando se trata de hacer una dieta.
- Existen tres empresas productora de champiñones con marca reconocida ubicadas en la provincia de Pichincha, potenciales competencias que ofertan el

producto a través de 4 supermercados y un comisariato, mediante los cuales llega al consumidor final, el precio es considerable y accesible para los ciudadanos.

- En el mercado se puede encontrar diferentes presentaciones como son enteros, rebanados o tajados en bandejas de espuma flex, pero la presentación que más adquieren son de 230 gr para la familia.
- Las estrategias de comercialización se ha establecido con la finalidad de dar a conocer el producto y la empresa y a la vez posicionarlo en el mercado, ofreciendo precios competitivos al consumidor al igual que al distribuidor.

## **CAPÍTULO IV**

### **4. ESTUDIO TÉCNICO**

#### **4.1. PRESENTACIÓN DEL CAPITULO**

En este capítulo se analiza factores técnicos importantes para el funcionamiento del proyecto ayudando a tener una visión clara con el fin de establecer la localización adecuada, identificar los procesos óptimos para la producción y comercialización de champiñones. A continuación se detalla los aspectos que se analizará dentro del capítulo:

- Macro y Microlocalización
- Tamaño del proyecto
- Ingeniería del Proyecto
- Proceso de producción y comercialización
- Costos de Operación
- Presupuesto y financiamiento de la inversión

#### **4.2. OBJETIVOS**

##### **4.2.1. OBJETIVO GENERAL**

Efectuar un estudio técnico del emprendimiento en el cual se determine el tamaño, la localización, la ingeniería y la inversión requerida.

##### **4.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- ✓ Determinar la macro y la microlocalización del emprendimiento mediante el método de implantación óptima por puntos.
- ✓ Identificar el tamaño del proyecto al igual que la capacidad de producción para cubrir la demanda.

- ✓ Realizar la ingeniería del proyecto, en la cual conste todos los departamentos necesarios para el proceso administrativo y productivo
- ✓ Diseñar diagramas de flujos de proceso de producción y comercialización a fin de que se de a conocer de forma clara todos los procesos que se llevan a cabo para obtener el producto final.
- ✓ Establecer la inversión requerida para el emprendimiento, mediante cálculos e investigaciones.

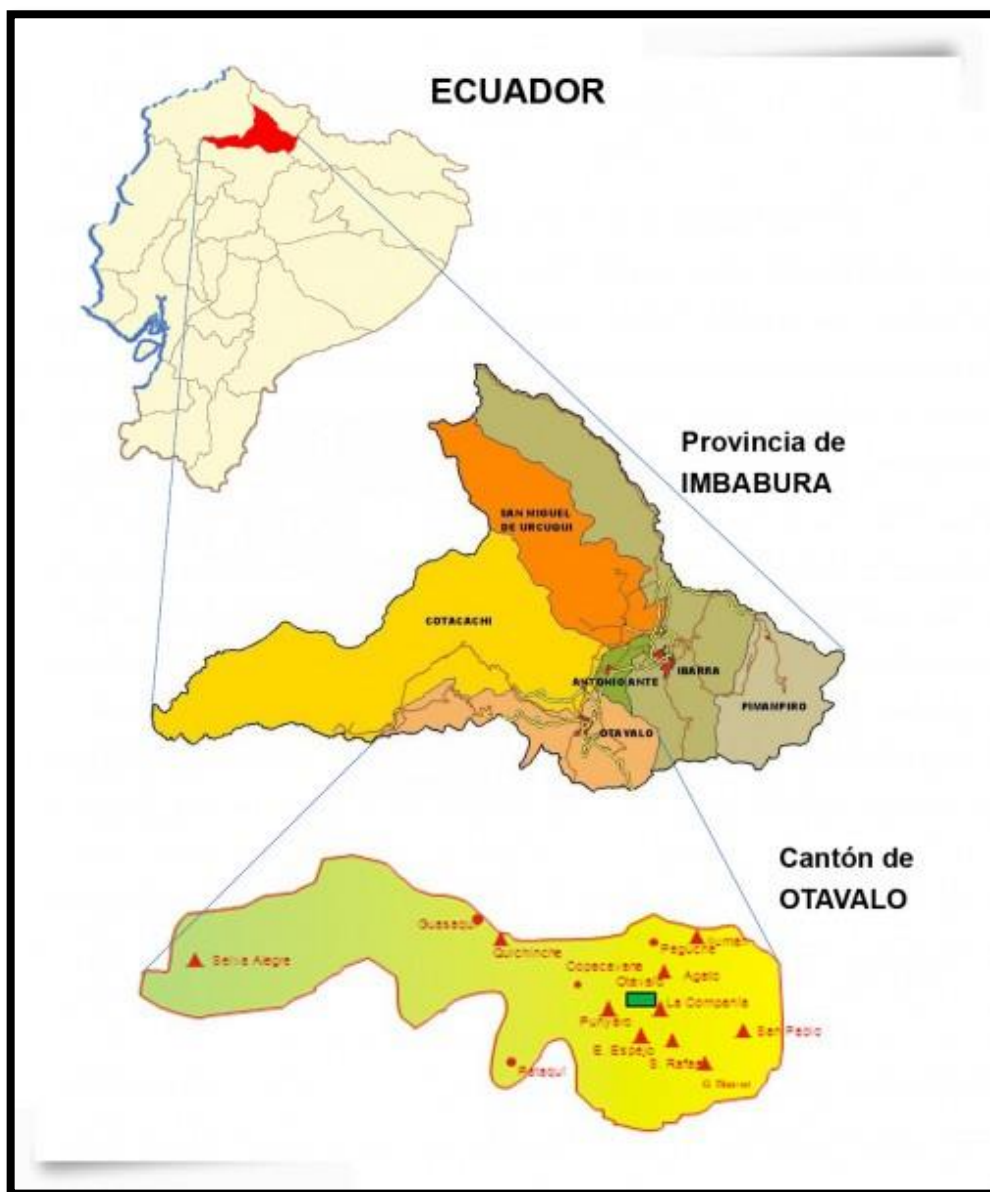
### **4.3. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO**

La localización es parte fundamental del proyecto dentro del cual se analiza de manera general y específica la localización óptima, es decir, depende mucho de la ubicación para que funcione el proyecto, ya que si se establece el emprendimiento en donde no hay afluencia de personas puede fracasar a pesar de tener aceptabilidad el producto.

#### **4.3.1. LA MACROLOCALIZACIÓN**

El emprendimiento de producción y comercialización de champiñones orgánicos estará ubicado en Ecuador, provincia de Imbabura, cantón Otavalo, parroquia San Pablo. Se seleccionó el lugar por las características climáticas de la parroquia, ya que las temperaturas oscilan de 12° y 19°C, los cuales son adecuados para el cultivo de los champiñones. A continuación se detalla un mapa de la macrolocalización:

**Gráfico 31:** Macro localización del emprendimiento



Fuente: Guaguacuna  
Elaborado por: La Autora

#### 4.3.2. LA MICROLOCALIZACIÓN

Una vez establecida la macrolocalización del emprendimiento se procedió a determinar la microlocalización en la que se selecciona el lugar óptimo para la implementación de la planta, para esto se utilizó varios factores ponderados seleccionando tres parroquias

del cantón como posibles alternativas las cuales son: la parroquia San Luis, Parroquia Eugenio espejo, Parroquia San Pablo.

Los factores que se consideraron para el análisis son los siguientes:

- ✓ Cercanía a los insumos
- ✓ Costo del terreno e infraestructura
- ✓ Cercanía al mercado objetivo
- ✓ Vías públicas accesibles
- ✓ Servicios básicos
- ✓ Seguridad

#### **4.3.2.1. Matriz de localización**

Para el análisis de la microlocalización se considera los factores antes mencionados que influyen de muchas formas en la operatividad del emprendimiento y se lo analizará en la siguiente matriz, de acuerdo al método de implantación por puntos seleccionando la localización óptima. Tomando en cuenta la escala de calificación del 1 al 5 siendo: (1) la calificación más baja y (5) la calificación más alta, a continuación se muestra la siguiente tabla de calificaciones:

**Tabla 36: Escala de calificación**

<b>Numeración</b>	<b>Concepto</b>
1	Mala
2	Regular
3	Buena
4	Muy Buena
5	Óptima

**Elaborado por:** La Autora



**Tabla 37: Matriz de Macro localización**

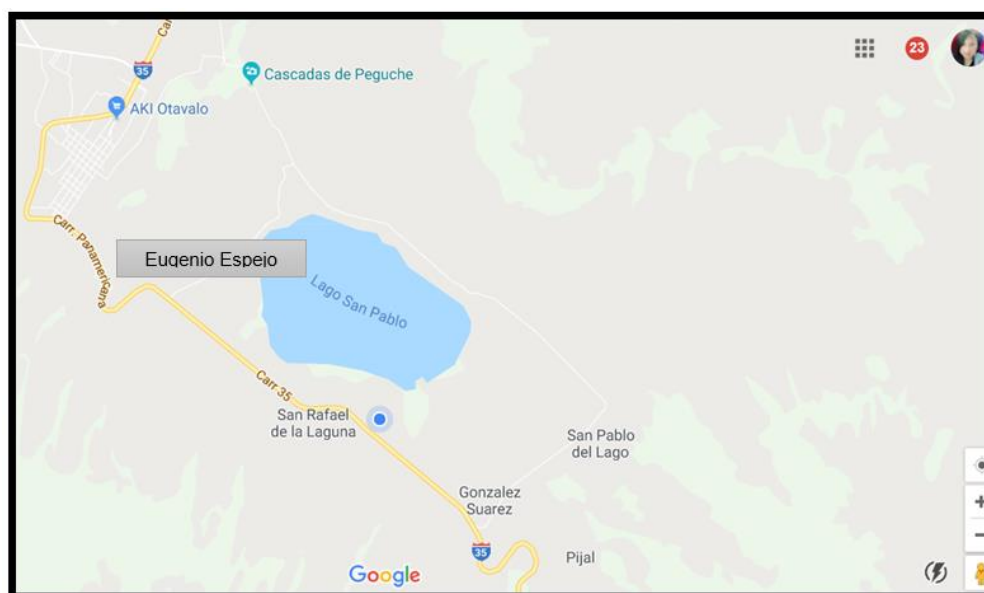
Método de implantación óptima por puntos							
Opciones		Parroquia San Luis		Parroquia Eugenio espejo		Parroquia San Pablo	
Factores	Peso	Pond.	Calif. Pond.	Pond.	Calif. Pond.	Pond.	Calif. Pond.
Cercanía a los insumos	0,35	1	<b>0,35</b>	2	<b>0,70</b>	5	<b>1,75</b>
Costo del terreno e infraestructura	0,20	2	<b>0,40</b>	3	<b>0,60</b>	5	<b>1</b>
Cercanía al mercado Objetivo	0,20	5	<b>1</b>	3	<b>1</b>	3	<b>0,60</b>
Vías públicas accesibles	0,10	4	<b>0,56</b>	4	<b>0,40</b>	4	<b>0,40</b>
Servicios básicos	0,10	5	<b>0,50</b>	5	<b>0,50</b>	5	<b>0,50</b>
Seguridad	0,05	3	<b>0,15</b>	3	<b>0,15</b>	4	<b>0,20</b>
<b>Total</b>	<b>1.00</b>		<b>2,96</b>		<b>3,35</b>		<b>4,45</b>

**Fuente:** Observación directa

**Elaborado por:** La Autora

Después de realizar la ponderación y analizar cada uno de los factores, se obtiene como resultado que la microlocalización del emprendimiento será en la Parroquia San Pablo del cantón Otavalo con una puntuación de 4,45 que equivale a muy buena.

A continuación se muestra el croquis de la ubicación óptima:

**Gráfico 32: Croquis de la micro localización**

**Fuente:** Google Maps

**Elaborado por:** La Autora

Realizando un análisis profundo de la microlocalización también se realiza una ponderación a los sectores de la parroquia San Pablo:

**Tabla 38: Matriz de localización de los sectores de la parroquia.**

Método de implantación óptima por puntos							
Opciones		Centro de San Pablo		Comunidad de Gualavi		Comunidad Casco Valenzuela	
Factores	Peso	Pond.	Calif. Pond.	Pond.	Calif. Pond.	Pond.	Calif. Pond.
Cercanía a los insumos	0,35	2	<b>0,70</b>	3	<b>1,05</b>	5	<b>1,75</b>
Costo del terreno e infraestructura	0,20	2	<b>0,40</b>	3	<b>0,60</b>	5	<b>1</b>
Cercanía al mercado Objetivo	0,20	3	<b>0,60</b>	3	<b>0,60</b>	2	<b>0,40</b>
Vías públicas accesibles	0,10	5	<b>0,50</b>	4	<b>0,40</b>	4	<b>0,40</b>
Servicios básicos	0,10	5	<b>0,50</b>	5	<b>0,50</b>	5	<b>0,50</b>
Seguridad	0,05	3	<b>0,15</b>	4	<b>0,20</b>	4	<b>0,20</b>
<b>Total</b>	<b>1.00</b>		<b>2,85</b>		<b>3,35</b>		<b>4,25</b>

**Fuente:** Observación directa

**Elaborado por:** La Autora

Después de realizar la ponderación y analizar cada uno de los factores, se obtiene como resultado que la microlocalización específica del emprendimiento será en la comunidad Casco Valenzuela de la parroquia San Pablo, con una puntuación de 4,25 que equivale a muy buena.

Acontinuación se muestra el croquis de la ubicación óptima:

**Gráfico 33: Croquis específico de la ubicación**

**Fuente:** Google Maps

**Elaborado por:** La Autora

#### 4.3.2.2. Selección de la alternativa óptima

Para seleccionar la ubicación óptima y estratégica del emprendimiento se analizó tres posibles lugares del cantón Otavalo. Los factores que se analizaron son los siguientes:

- a) **Cercanía a los insumos:** En lo que se refiere a insumos para el emprendimiento, se dio una valoración de óptima ya que en el mismo lugar se puede aprovisionar de insumos variados y necesarios para el cultivo como son: tamo, capuchón de uvilla, aserrín, cáscara de fréjol, cáscará de haba y otros insumos vegetales existentes en la zona, ya que la zona se dedica mayoritaria a la agricultura.
- b) **Costo de terreno e infraestructura:** En cuanto al terreno e infraestructura son propias, por lo tanto no se tiene que comprar o arrendar; el costo del terreno que se debe de cancelar los impuestos prediales anual que no es muy elevado, por lo tanto es una de las razones para seleccionar la ubicación.
- c) **Cercanía al mercado objetivo:** se dio una valoración de 3 ya que la microempresa estará ubicada a 45 minutos del mercado objetivo, es una distancia considerable, por lo tanto se tendrá un poco de dificultad en atender oportunamente el pedido, pero este se podría solucionar en caso de contar con un transporte propio ya que se reduciría los minutos a 20.
- d) **Vías públicas accesibles:** las vías públicas están en muy buena condición, ya que la vía principal que pasa cerca de la localización óptima es asfaltada y las secundarias son pavimentadas.
- e) **Servicios básicos:** este aspecto es muy importante por lo que se consideró para el análisis del emprendimiento, tanto la energía eléctrica, agua potable, alcantarillado, servicio de teléfono e internet ya que son muy necesarios para la operatividad de la microempresa.

- f) **Seguridad:** en cuanto a la seguridad es un área tranquila y se cuenta con servicio policial que regularmente están por la parroquia vigilando al igual que con alarmas comunitarias.

#### **4.4. TAMAÑO DEL PROYECTO**

Con la finalidad de establecer el tamaño del proyecto se consideró como factores importantes el análisis de la demanda existente de champiñones, disponibilidad de la semilla e insumos, transporte de insumos, disponibilidad de mano de obra, instrumentos necesarios para el cultivo y cosecha, la inversión requerida y capacidad de producción de la microempresa. Además el cultivo irá en aumento conforme al incremento de la demanda.

##### **4.4.1. Factores determinantes**

###### **4.4.1.1. Demanda**

La demanda de champiñones según la encuesta aplicada en la pregunta 1, tabla 6 aplicada el 91% manifestaron que si adquieren los champiñones cultivados orgánicamente; el cual será considerado como grado de aceptabilidad se toma de la población. Dando una demanda insatisfecha de 865 bandejas de champiñones, lo que demuestra que existe una demanda potencial a satisfacer.

###### **4.4.1.2. Disponibilidad de semillas e insumos**

El principal insumo que va utilizar el emprendimiento es la semilla de hongo o micelio, tiene un costo de \$17 dólares por cada funda de 2,5 kilos, los cuales abastecen para 100 fundas de 1,5 kilos con descompuesto orgánico, la semilla se lo adquirirá de la empresa “The fungus Garden” ubicada en la ciudad de Quito, debido a que es una empresa que

produce semillas de hongos comestibles y medicinales, por otra parte es más cercano al lugar del emprendimiento.

También los insumos para el cultivo de champiñones son desechos vegetales, que se pueden encontrar en la misma zona, debido a que quedan después de la siembra de cualquier grano o fruta, estos proveen los nutrientes necesarios al hongo, y a la vez ayuda a prevenir enfermedades, el costo de esto no sería muy elevado, por lo general lo desechan, el transporte de los mismos tendrá un costo promedio de \$3 dólares mensual dependiendo del lugar del destino, los cuales se adquirirán de los agricultores de la zona.

A continuación se detallan todos los insumos a utilizar en la producción del compost:

- ✓ Tamo (de cevada)
- ✓ Cáscara de fréjol
- ✓ Viruta o aserrín
- ✓ Buñuelo o afrechillo
- ✓ Cal agrícola
- ✓ Agua

#### **4.4.1.3. Transporte de la mercadería**

En cuanto al transporte del producto cosechado, va a tener un costo de \$3 dólares, debido a que el mercado meta está a 45 minutos del lugar donde se cultiva; el producto será distribuido en pizzerías y restaurantes de la ciudad de Otavalo, otro dato importante se considera el servicio a domicilio como un valor agregado, de esta manera se tratará de que el producto llegue a su destino final que es la población o familias y esto implica también un costo de transporte.

#### **4.4.1.4. Disponibilidad de mano de obra**

Para la ejecución del emprendimiento la propietaria realizará todas las actividades de administrar el negocio, comercialización del producto, marketing y actividades afines, otra persona (empleado) supervisará constamente la cámara y los cultivos, además manejará la parte fitosanitaria.

#### **4.4.1.5. Inversión requerida o recursos financieros**

Para la inversión del emprendimiento se cuenta con recursos propios como infraestructura en la cual va funcionar la cámara para la producción de champiñones; también se cuenta con insumos para la producción como material vegetal debido a que la zona se dedica a la agricultura . No se requiere de grandes maquinarias por lo tanto no he considerado un financiamiento de parte de una Institución Financiera.

A continuación se detalla los costos de los equipos e implementos que se requiere para la operatividad del proyecto:

#### **Inversión fija**

**Tabla 39: Requerimientos para la inversión**

<b>Cant.</b>	<b>Detalle</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
1	Computadora de mesa	\$700	\$700
1	Impresora	\$209,44	\$209,44
1	Etiquetadora	\$180	\$180
2	Estanterías Metálicas 5 Bandejas	\$50	\$100
2	Termómetros	\$5	\$10
1	Balanza electrónica	\$70	\$70
4	Tanques de metal con tapa	\$5	\$20
1	Cocina industrial de 3 quemadores	\$148	\$148
1	Tanques de gas	\$55	\$55
1	Recipiente grande de plástico	\$30	\$30
2	Mesas de madera	\$15	\$30
1	Refrigerador	\$200	\$200
1	Estiletes	\$2,50	\$2,50
1	Espátulas	\$1,75	\$1,75
1	Palas	\$12,50	\$12,50
1	Escritorio	\$30	\$30
1	Silla	\$15	\$15
2	Esteras	\$4	\$8
1	Velas	\$0,25	\$0,50
1	Chisguete	\$2,00	\$2,00
1	Caja de guantes de manipulación x 100 u	\$11	\$11
1	Caja de Mascarilla desechables X 50 u	\$3	\$3
2	Oberol o mandil	\$10	\$20
2	Rollos de piola gruesa	\$5	\$5
	<b>TOTAL</b>		<b>1.863,69</b>

Elaborado por: La Autora

#### **4.4.1.6. Capacidad de producción**

La capacidad de producción de la microempresa se establece en relación a los resultados obtenidos del estudio de campo realizado a través de encuestas, en la que la demanda actual de las 382 encuestas aplicadas y de acuerdo a la capacidad o área que se dispone para la producción, de la cámara abastece para 250 fundas. Además se considera los siguientes aspectos adicionales para la capacidad de la planta:

- **Talento humano de producción:** 1 personas
- **Producción semanal:**  $(150 \text{ gr} * 250 \text{ fundas} * 1 \text{ semana}) = 37.500/230 \text{ gramos} = 163,0434783 = 163 \text{ bandejas semanales.}$

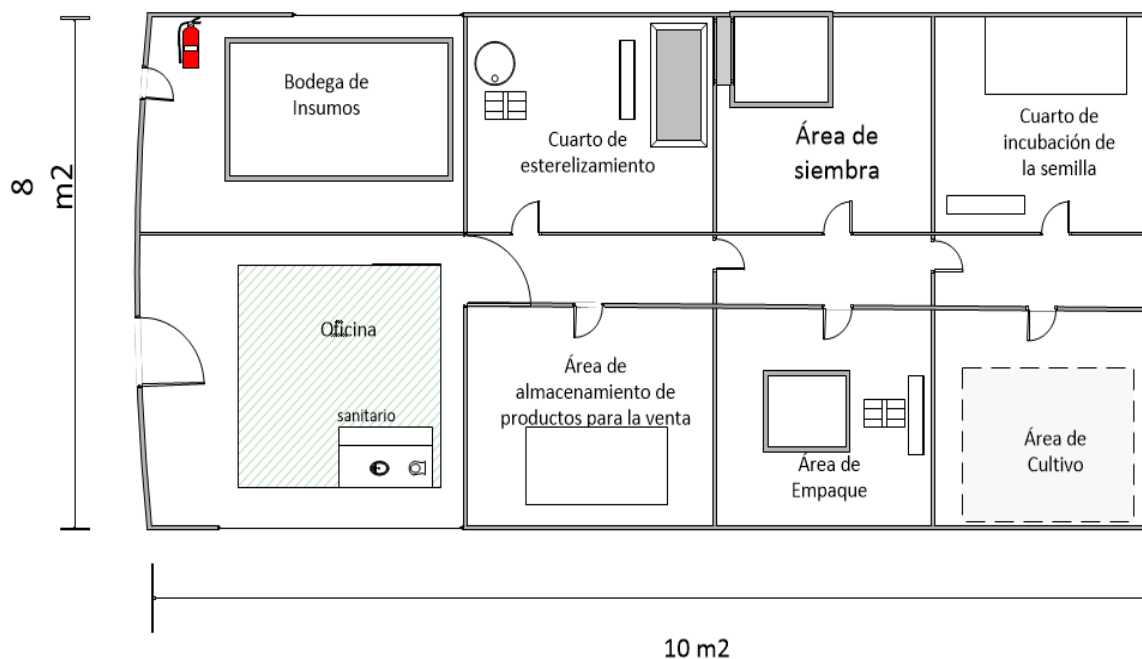
La microempresa tiene una capacidad de producción mensual en la cual se obtendrá 652 bandejas de 230 gr de champiñones para comercializar.

#### 4.4.2. Diseño de la planta

La planta o infraestructura donde va ejecutarse el emprendimiento será propia con una distribución de un 70% para la parte productiva y el 30% para la parte administrativa, para lo cual se cuenta con un infraestructura de 10x8 m<sup>2</sup> y se diseñará una infraestructura con todos los requerimientos para el cultivo y comercialización de champiñones.

A continuación se presenta un diseño de la planta y las dimensiones de cada área.

**Gráfico 34: Diseño de la planta**



Elaborado por: La Autora

#### 4.5. PROCESO DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

El proceso de producción y comercialización de champiñones se detalla en los flujogramas, la cámara tiene una capacidad de producción de 250 fundas como máximo



de lo cual se obtendría 150 gr de champiñones por funda a la semana. Cabe recalcar que la producción será en escala debido a que la producción dura 3 meses.

El cultivo de champiñones requiere las siguientes actividades:

**Recepción de los insumos:** Los principales insumos se receptorán de los agricultores de la zona, los cuales son tamo de cebada, cáscará de fréjol, capuchón de uvilla, entre otros desechos vegetales que servirán de alimento para el champiñon.

**Adquisición de la semilla o micelios:** Los micelios son semillas del champiñon en forma granulada que se adquirirá de la empresa CepaProducción Cía Ltda., estas semillas son preparados para colocar en el compost o mezcla de los desechos vegetales.

**Selección y clasificación de los insumos:** Cuando se recepte el material se debe observar que los micelios no estén caducados; en los insumos hay que observar que todo este seco ya que se debe almacenar, caso contrario no puede servir para el compost.

**Almacenamiento de los insumos:** El almacenamiento debe realizarse en un ambiente seco, y cada insumo debe estar en costales, en cuanto a la semilla se debe conservar en un lugar fresco a una temperatura de 4° a 5° C, hasta el momento de la siembra.

**Desinfección de los insumos:** La desinfección de todos los desechos vegetales se debe realizar con el Cal agrícola, introduciendolo en un tazón con agua y se lo deja por dos días, como segunda opción se debe hervir durante 3 horas a una temperatura de 100° C en los tachos de metal en forma de tamalera y se introduce los insumos.

**Mezcla de todos los insumos y enfundada:** La mezcla se debe realizar antes o después de desinfectar los insumos, para este proceso también todos los implementos como guante, vaso, vela, estilete tienen que estar desinfectados. Se mezcla todos los desechos vegetales con el afrechillo y el cal agrícola. Al llenar se debe amarrar fuerte con una liga.

En la siguiente tabla se muestra que cantidad de cada una se debe mezclar para el compost ideal para 25 fundas:

**Tabla 40: Porciones de los materiales para la elaboración del Compuesto**

Insumo	Poncentaje	Cantidad
Tamo	5%	1,20 kilos
Cáscara de Fréjol	5%	1,20 kilos
Aserrín o viruta	70%	16,80 kilos
Salvado de trigo o afrechillo	20%	4,80 kilos
Agua	60%	36 litros
Cal agrícola	1%	240 gramos

**Elaborado por:** La Autora

**Esterelización de los insumos en las fundas:** Para este proceso se debe introducir la fundas ya llenas con el compost o preparado y se los deja hervir por 4 horas en tanques de metal en caso de que nose haya esterilizado anteriormente.

**Siembra de los micelios:** La siembra se realiza en un cuarto limpio y desinfectado, utilizando guantes, mandil. Con los vasos desechables se coloca el micelio dentro de la funda a cada lado hasta que quede totalmente esparcido y se los vuelve ha amarrar fuerte con la liga.

**Incubación de la semilla:** Para la incubación del micelio se debe colocar en un cuarto todo tapado, de igual manera las fundas ya sembradas se cubre con estera y plástico, para lo cual con el termómetro se debe controlar la temperantura que va de 24°C a 28° C y se lo deja durante 15 días.

**Colocación de las fundas en la cámara de producción:** Una vez que las fundas se tornen blancas, quiere decir que ya estan listos para el cultivo, por lo tanto se los traslada al cuarto o de producción o cámara, y se los coloca armando una red con piolas gruesas de forma vertical, en la cual caben 3 fundas por red. Empezarán a surgir los

champiñones en un mes, por lo tanto se debe regar agua constantemente y el ambiente debe estar a una temperatura fría de 15°C a 20°C, con una humedad relativamente alta de 80 a 90%.

**Cosecha:** La cosecha se realiza de forma manual, surgen en una semana por lo tanto se puede cosechar los champiñones y están óptimos para el consumo, se los colocan en una gabeta con cuidado y se los envía al cuarto de empaquetado.

**Empacado:** Los champiñones tienen que ser empaquetados al vacío en bandejas de espuma flex, y cubiertas con un plástico con cuidado.

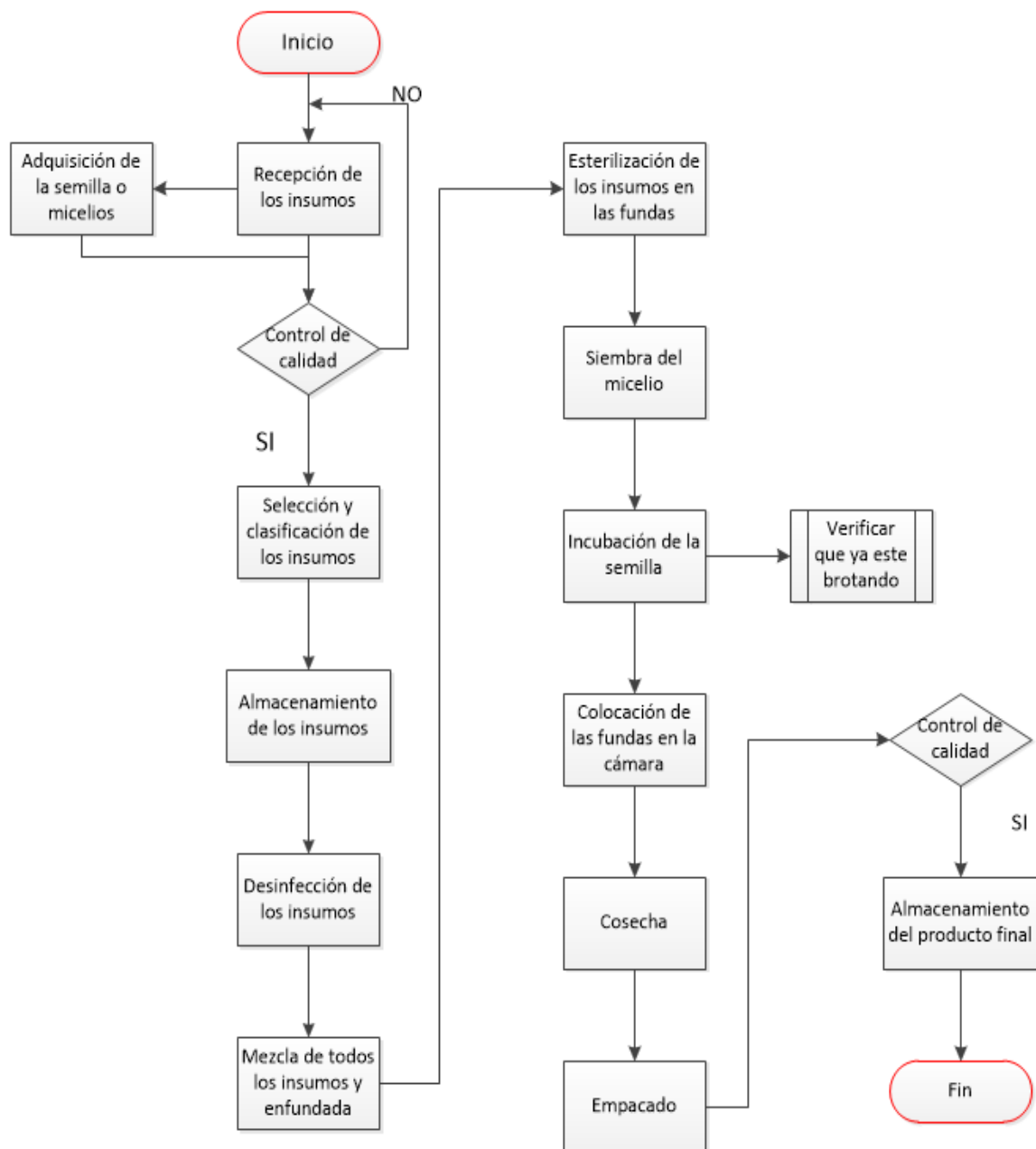
**Control de calidad:** se debe verificar que no se aplasten las bandejas, al igual los champiñones tienen que estar en buen estado, es decir, sin enfermedades.

**Almacenamiento del producto final:** El almacenamiento se debe realizar en un cuarto a una temperatura de 3°C a 4°C hasta que sea vendido, el cuarto debe contar con estanterías en las que se coloque adecuadamente sin que se aplasten.

#### **4.5.1. Flujo gramal de Procesos de los champiñones**







En el flujo gramal se detalla todo el proceso de forma gráfica para poder comprender de forma rápida los pasos que intervienen hasta obtener el producto final.

**Ilustración 3: Flujo grama de procesos de champiñones**



**Elaborado por:** La Autora

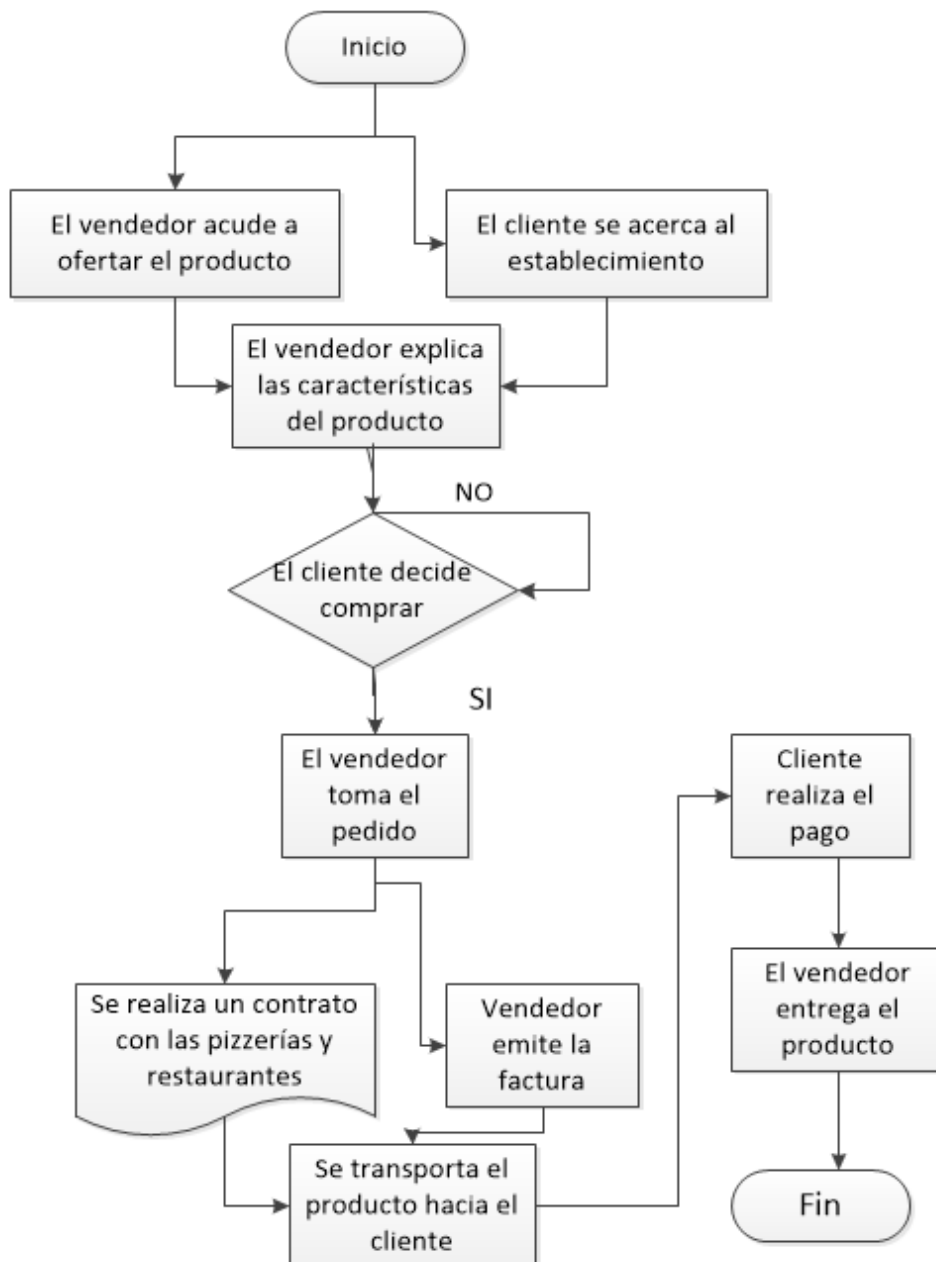
**Tabla 41: Diagrama analítico de tiempos del proceso de cultivo de champiñones.**

No.	Actividades	Operación 	Inspección 	Control 	Transporte 	Demora 	Almacenamiento 	Tiempo Dias
1	Recepción de Insumos	X	X				X	1
2	Adquisición de los micelios	X	X				X	1
3	Selección y claificación de los insumos	X		X			X	2
	Almacenamiento de los insumos							
4	Desinfección de los insumos	X			X		X	0,08(2 horas)
5	Mezcla de todos los insumos	X		X	X	X		2
6	Esterilización de los insumos	X			X			1
7	Siembra de micelios	X	X	X	X	X		0,16
8	Incubación de la semilla	X			X	X		0,25
9	Colocación de las fundas en la cámara de	X			X			15
10	producción.	X			X	X	X	2
	Cosecha							60
11	Empacado	X			X			
12	Control de calidad	X	X	X	X			2
13	Almacenamiento del producto final.	X			X		X	2
14		X						2
	<b>TOTALES</b>							90,49 Dias

Elaborado por: La Autora

#### 4.5.2. Flujo grama de Comercialización de champiñones

La comercialización se realizará en la ciudad de Otavalo, a las pizzerías y restaurantes, además de consumidores finales.



Elaborado por: La Autora

## 4.6. PRESUPUESTO DE LA INVERSIÓN

Las inversiones para el emprendimiento estarán representados por activos fijos y capital de trabajo como se muestran a continuación:

### 4.6.1. Inversión Fija

Para iniciar con la operatividad del proyecto se invertirá en maquinarias, herramientas e insumos de producción para la parte productiva, muebles y enseres y equipos de computación para la parte administrativa. A continuación se detalla la inversión fija:

#### Maquinaria y equipo

Se detallan las maquinarias y equipos básicos que necesita la microempresa productora y comercializadora de champiñones.

**Tabla 42: Detalle de Maquinaria y Equipo**

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>
Cocina industrial de 3 quemadores	1	\$ 148	\$ 148,00
Refrigerador	1	\$ 200	\$ 200,00
Balanza electrónica	1	\$ 70	\$ 70,00
Etiquetadora	1	\$ 180	\$ 180,00
<b>Total</b>			<b>\$ 598,00</b>

**Fuente:** Metálicas Industrial Flores

**Elaborado por:** La Autora

#### Muebles y enseres

Para remodelar el área administrativa se requerirá lo siguiente:

**Tabla 43: Detalle de Muebles y Enseres**

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>
<b>Muebles y Enseres (Administrativos)</b>			
Escritorio	1	\$ 30	\$ 30,00
Silla	1	\$ 15	\$ 15,00
<b>Muebles y Enseres (Producción)</b>			
Estanterías	2	\$ 50	\$ 100,00
Mesas de madera	2	\$ 15	\$ 30,00
<b>Total</b>			<b>\$ 175,00</b>

**Fuente:** Amoblar  
**Elaborado por:** La Autora

### Equipos de cómputo

Los equipos de cómputo necesarios para la oficina son los siguientes:

**Tabla 44: Detalle de Equipo de Cómputo**

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>
Computadora	1	\$ 700	\$ 700,00
Impresora	1	\$ 209,44	\$ 209,44
<b>Total</b>			<b>\$ 909,44</b>

**Fuente:**  
**Elaborado por:** La Autora

### Herramientas de producción

Los implementos o herramientas que se requieren para la producción de champiñones son los siguientes:

**Tabla 45: Detalle de las herramientas de Producción**

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>
Tanques de metal	4	\$ 5	\$ 20,00
Recipiente grande plástico (plástico)	1	\$ 30	\$ 30,00
Tanque de gas	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Estilete	1	\$ 2,50	\$ 2,50
Espátula	1	\$ 1,75	\$ 1,75
Palas	1	\$ 12,50	\$ 12,50
Chisguete	1	\$ 2	\$ 2,00
<b>Total</b>			<b>\$ 118,75</b>

**Fuente:** Ferretería Sión  
**Elaborado por:** La Autora



## Insumos de Producción

A continuación se detalla los insumos que son necesarios para la producción de champiñones:

**Tabla 46: Detalle de los insumos necesarios para la producción**

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>
Termómetro	2	\$ 5	\$ 10,00
Estera	2	\$ 4	\$ 8,00
Velas	1	\$ 0,25	\$ 0,25
Rollo de piola	1	\$ 5	\$ 5,00
Gas	1	\$ 2,50	\$ 2,50
Caja de guantes x100 u	1	\$ 11	\$ 11,00
Caja de mascarilla x 50 u	1	\$ 3	\$ 3,00
Oberol o Mandil	2	\$ 10	\$ 20,00
Paquetes de fundas 12x6	1	\$ 1,50	\$ 1,50
<b>Total</b>			\$ 61,25

**Fuente:** Plasticentros Génesis

**Elaborado por:** La Autora

## Resumen de Inversión Fija Total

Una vez identificado todos los valores a invertir en la operatividad del negocio la inversión fija total se conformado por los siguientes elementos que se describen a continuación:

**Tabla 47: Detalle de la Inversión Fija**

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR</b>
<b>PRODUCCIÓN</b>	
Maquinaria y Equipo	\$ 598,00
Herramientas de Producción	\$ 118,75
Muebles y Enseres (Produc.)	\$ 130,00
<b>ADMINISTRACIÓN</b>	
Equipos de Computo	\$ 909,44
Muebles y Enseres (Adm.)	\$ 45,00
<b>TOTAL</b>	\$ 1.801,19

**Elaborado por:** La Autora

## Depreciación de Activos Fijos

Los activos fijos que se utilizan en el emprendimiento se van devaluando cada año, hasta tener un valor cero en los libros contables para la cual se realiza una tabla de depreciación. (Tabla 48).

**Tabla 48: Cuadro de Depreciación de Activos Fijos**

Activos Fijos	Costo del Activo	Año de vida Útil	valor Residual	Año 1	Depre. acumulada	Depre. Mensual	Valor Residual
<b>1. Maquinaria y Equipo</b>	\$ 598,00	10	\$ 59,80	\$ 53,82	\$ 53,82	\$ 4,49	\$ 544,18
<b>2. Muebles y Enseres (Produc.)</b>	\$ 130,00	10	\$ 13,00	\$ 11,70	\$ 11,70	\$ 0,98	\$ 118,30
<b>3. Muebles y Enseres (Adm.)</b>	\$ 45,00	10	\$ 4,50	\$ 4,05	\$ 4,05	\$ 0,34	\$ 40,95
<b>4. Equipo de Cómputo</b>	\$ 909,44	3	\$ 90,94	\$ 272,83	\$ 272,83	\$ 22,74	\$ 636,61
<b>5. Herramientas de Producción</b>	\$ 118,75	4	\$ 11,88	\$ 26,72	\$ 26,72	\$ 2,23	\$ 92,03
<b>Total</b>	\$ 1.801,19			\$ 369,12	\$ 369,12	\$ 30,76	\$ 1.432,07

Elaborado por: La Autora

## Inversión en Activos Diferidos

Para iniciar el emprendimiento legalmente se requiere invertir en los siguientes activos intangibles.

### Gastos de Constitución

Estos gastos son exigidos por ley para el debido control y a la vez para el funcionamiento correcto de la microempresa, los cuales son los siguientes:

**Tabla 49: Detalle del Gasto de Constitución**

Detalle	Valor unitario
Permiso de Funcionamiento	\$ 30
Permiso Sanitario	\$ 25
Patente Municipal	\$ 20
Certificado de seguridad de cuerpo de Bomberos	\$ 10
Informe de uso de suelo	\$ 15
<b>Total</b>	<b>\$ 100</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

## 4.6.2. Inversión variable o Capital de Trabajo

La inversión variable esta conformada por costos de producción y gastos administrativos y de ventas que se van a incurrir con la operatividad, es decir, consta todo lo que se requiere para iniciar las actividades y cubrir los egresos del emprendimiento.

### 4.6.2.1. COSTOS DE PRODUCCIÓN

#### 4.6.2.1.1. Materia Prima Directa

La materia prima directa esta conformada por la semilla del champiñon, las materiales necesarios para la preparación del compuesto que es la base del cultivo, estos son fundamentales para obtener el producto final que son los champiñones. En la tabla 50 se detalla la materia prima en la que la cantidad mensual se obtiene al multiplicar la cantidad de una bandeja por 432 unidades que se producirán en el primer mes.

**Tabla 50: Detalle de la Materia Prima Directa**

Detalle	Medida	Cantidad (kilos)	Precio Unitario	Valor Total	Cantidad Mensual (Kilos)	Valor mensual
Micelio o semillas de champiñones.	Kilos	0,05	\$ 0,80	\$ 0,04	21,60	\$ 17,28
Tamo	Kilos	0,15	\$ 0,01	\$ 0,00	64,80	\$ 0,81
Viruta o Aserrín	Kilos	1,00	\$ 0,06	\$ 0,06	432,00	\$ 25,92
Cáscará de Fréjol	Kilos	0,15	\$ 0,01	\$ 0,00	64,80	\$ 0,81
Cal Agrícola	Kilos	0,01	\$ 0,01	\$ 0,00	4,32	\$ 0,04
Afrechillo	Kilos	0,15	\$ 0,18	\$ 0,03	64,80	\$ 11,66
<b>total</b>	Kilos	1,51		<b>\$ 0,13</b>	<b>652,32</b>	<b>\$ 56,53</b>

**Elaborado por:** La Autora

### Requerimiento del Personal

El personal que requerirá el emprendimiento se encargará de la parte productiva y fitosanitaria de los champiñones.

### Mano de Obra Directa

La mano de obra directa requerida en el cultivo, cosecha y la parte fitosanitaria del producto es el operario, por lo que mensualmente se deberá desembolsar la cantidad de **\$493,37 dólares** como se muestra en la tabla 51:

**Tabla 51: Nómina de Producción**

NO.	CARGO	SBU	13 SUELDO	14 SUELDO	APORTE PATRONAL 11,15%	TOTAL SUELDO MENSUAL
1	Operario	\$ 386,00	\$ 32,17	\$ 32,17	\$ 43,04	\$ 493,37
	<b>TOTAL</b>	<b>\$ 386,00</b>	<b>\$ 32,17</b>	<b>\$ 32,17</b>	<b>\$ 43,04</b>	<b>\$ 493,37</b>

Elaborado por: La Autora

### Costo Indirectos de Fabricación

Los costos Indirectos están conformados por costos complementarios indispensables para la producción de champiñones. A continuación se detalla todos los costos indirectos que se incurrirán:

**Tabla 52: Detalle de CIFs en la producción de champiñones**

Detalle	U. de Medida	Cant.	Precio Unitario	Precio Total	Cantidad Mensual	Valor Mensual
<b>MATERIA PRIMA INDIRECTA</b>						
Fundas 12x8 plg	Unidades	1	\$ 0,02	\$ 0,02	432	<b>\$ 6,48</b>
Bandeja de espuma flex	Unidades	1	\$ 0,03	\$ 0,03	432	<b>\$ 12,96</b>
Rollo/plástico para empacar	Metros	0,3	\$ 0,06	\$ 0,02	129,6	<b>\$ 7,78</b>
Etiqueta	Unidades	1	\$ 0,03	\$ 0,03	432	<b>\$ 12,96</b>
<b>Insumos de producción</b>						
Termómetro	Unidad	2	\$ 0,00	\$ 0,00	2	<b>\$ 0,83</b>
Estera	Unidad	2	\$ 0,00	\$ 0,00	2	<b>\$ 0,67</b>
Velas	Unidad	1	\$ 0,00	\$ 0,00	1	<b>\$ 0,25</b>
Rollo de piola	metro	1	\$ 0,00	\$ 0,00	432	<b>\$ 0,42</b>
Caja de guantes x100 u	Unidad	1	\$ 0,00	\$ 0,00	8	<b>\$ 0,67</b>
Caja de mascarilla x 50 u	Unidad	1	\$ 0,00	\$ 0,00	4	<b>\$ 0,25</b>
Overol o Mandil	Unidad	2	\$ 0,00	\$ 0,01	2	<b>\$ 1,67</b>
<b>Otros CIFs</b>						

Depreciación de activos fijos				\$ 0,02		<b>\$ 7,69</b>
Energía Eléctrica	Kwts	1	\$ 0,113	\$ 0,02	61	<b>\$ 6,93</b>
Agua Potable	Litro	1,44		\$ 0,00	622,08	<b>\$ 2,10</b>
Transporte de Materia Prima				\$ 0,01		<b>\$ 6,00</b>
Gas industrial	Tanques	1	\$ 2,50	\$ 0,01	2	<b>\$ 5,00</b>
<b>Total</b>				<b>\$ 0,18</b>		<b>\$ 72,64</b>

Elaborado por: La Autora

## Depreciación

La depreciación esta conformada por activos fijos como: maquinaria y equipo, herramientas de producción y muebles y enseres de la parte productiva como se muestra en la tabla 53.

**Tabla 53: Detalle de Depreciación de Activos Fijos (Producción)**

Depreciación de activos Fijos Producción		Depre. Anual	Depre. Mensual
Maquinaria y Equipo	\$ 53,82	\$92,24	\$7,69
Herramientas de Producción	\$ 26,72		
Muebles y Enseres (Produc.)	\$ 11,70		

Elaborado por: La Autora

## Energía Eléctrica (Área de Producción)

A continuación se detalla el valor del costos indirecto de fabricación en cuanto al consumo de energía en el área productivo como se muestra en la siguiente tabla :

**Tabla 54: Descripción de Consumo de energía en la parte Productiva**

consumo de energía	Consumo Diario (Kw)	Consumo Mensual (Kw)	Precio por Kw	Costo Mensual
Refrigeradora	1,84	55,17	\$ 0,113	\$ 6,251
Focos Ahorradores	0,2	6	\$ 0,113	\$ 0,680
<b>Total</b>				<b>\$ 6,931</b>

Elaborado por: La Autora

## Total Costos de Producción

Los costos de producción en el que se ha considerado rubros importantes como: la materia prima, la mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación, para el primer mes asciende a un total \$ 622,54 más el margen de utilidad de un 15%,

considerando que se iniciará con la producción de 432 bandejas de champiñones de 230 gr.

### Gastos Administrativos y de ventas

Los gastos administrativos están relacionados con la administración y organización del emprendimiento y no están relacionados con la producción del producto.

- **Sueldos administrativos:** este rubro se cancelará al gerente de la microempresa por la labor que realice, y se detalla en la siguiente tabla 55:

**Tabla 55: Sueldo del Gerente**

NO.	CARGO	SBU	13 SUELDO	14 SUELDO	APORTE PATRONAL 11,15%	TOTAL INGRESOS
1	Gerente	\$ 386,00	\$ 32,17	\$ 32,17	\$ 43,04	\$ 493,37
	TOTAL	\$ 386,00	\$ 32,17	\$ 32,17	\$ 43,04	\$ 493,37

**Elaborado por:** La Autora

- **Servicios básicos:** Los servicios básicos están conformados por el internet que se utilizará para promocionar el producto por internet, gasto en agua potable, energía eléctrica y teléfono la cual va ser un celular móvil en la que se realizará una recarga.

En la tabla 56 se detalla la cantidad de kw que consume cada artefacto en el área administrativa.

**Tabla 56: Detalle de consumo de energía eléctrica**

Detalle	Cantidad KW por día	Consumo por mes KW	Precio KW	Costo Total en el mes
Focos Ahorradores	0,2	6	\$ 0,113	\$ 0,680
Computadora	0,437	13,11	\$ 0,113	\$ 1,481
<b>Total</b>				<b>\$ 2,161</b>

**Elaborado por:** La Autora

**Tabla 57: Detalle de los servicios básicos**

<b>Detalles</b>	<b>Total Mensual</b>
Internet	\$ 5,00
Agua	\$ 2,10
Energía Eléctrica	\$ 2,16
Teléfono	\$ 6,20
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 15,43</b>

**Elaborado por:** La Autora

- **Suministros de Oficina:** Los suministros de oficina están conformados por una carpeta archivador, resmas de papel, y tinta para la impresora.

**Tabla 58: Descripción de Suministros de oficina**

<b>Detalle</b>	<b>Cant.</b>	<b>Precio Unt.</b>	<b>Gasto Anual</b>	<b>Gasto Mensual</b>
Carpeta archivador	1	\$ 5,00	\$5,00	\$0,42
Resma de Papel	2	\$ 3,50	\$ 7,00	\$ 0,58
Tinta de Impresora	4	\$ 8,00	\$ 32,00	\$ 2,67
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 44,00</b>	<b>\$ 3,67</b>

**Elaborado por:** La Autora

**Fuente:** Papelería Sánchez

- **Suministros de Limpieza:** Son suministros necesarios para mantener la higiene de la microempresa, los cuales están conformados de la siguiente manera:

**Tabla 59: Descripción de suministros de Limpieza**

<b>Detalle</b>	<b>Cant.</b>	<b>Precio Unit.</b>	<b>Gasto Anual</b>	<b>Gasto Mensual</b>
Escoba	3	\$ 2,00	\$ 6,00	\$0,50
Trapeador	2	\$ 1,50	\$ 3,00	\$ 0,25
Basurero Grande	3	\$ 4,00	\$ 12,00	\$ 1,00
Fundas para Basura	200	\$ 0,03	\$ 5,00	\$ 0,42
Desinfectante	6	\$ 1,50	\$ 9,00	\$ 0,75
<b>Total</b>			<b>\$ 35,00</b>	<b>\$ 2,92</b>

**Elaborado por:** La Autora

- **Gasto de ventas:** Como gastos de ventas se ha descrito los afiches que se realizarán para dar a conocer la microempresa como al producto y los gastos

en degustaciones ya que se hará una degustación cada mes en ciertos puntos estratégicos de la ciudad para que los consumidores palpen la calidad del producto.

**Tabla 60: Descripción de Gastos de Ventas**

DESCRIPCIÓN	VALOR
Afiches	\$ 5,00
Degustaciones	\$ 15,00
TOTAL	\$ 20,00

**Elaborado por:** La Autora

- **Gasto Depreciación:** Para los gastos administrativos se ha considerado solo los activos fijos que conforme o estén siendo utilizados dentro del área administrativa.

**Tabla 61: Tabla de depreciación mensual Administrativo**

Depreciación de Activos Fijos Administrativos	Año 1	Mes
Equipo de Cómputo	\$ 272,83	
Muebles y Enseres (Adm.)	\$ 15,75	<b>\$ 288,58 \$ 24,05</b>

**Elaborado por:** La Autora

En total los gastos administrativos ascienden a \$ 632,70 mensuales, dentro del cual también se ha considerado los gastos administrativos.

**Tabla 62: Descripción de los Gastos Administrativos**

DESCRIPCIÓN	VALOR
Sueldos Administrativos	\$ 541,61
Gasto arriendo	\$ 25,00
Servicios Básicos	\$ 15,46
Depreciación	\$ 24,05
Suministros de Oficina	\$ 3,67
Suministros de Limpieza	\$ 2,92
Publicidad	\$ 20,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 632,70</b>

**Elaborado por:** La Autora



### 4.6.3. Capital de Trabajo

El monto de capital de trabajo asciende a un costo de \$ 1.818,32 dólares para el primer mes, en la cual se resume todos las inversiones y gastos que se va a incurrir en la puesta en marcha de las actividades. Como se muestra en el siguiente cuadro (tabla 63):

**Tabla 63: Detalle del Capital de Trabajo**

DETALLE		VALOR MENSUAL
<b>Costos de Producción</b>		
<b>Materia Prima Directa</b>		<b>\$ 56,53</b>
Micelio o semillas de champiñones.	\$ 17,28	
Tamo	\$ 0,81	
Viruta o Aserrín	\$ 25,92	
Cáscará de Fréjol	\$ 0,81	
Cal Agrícola	\$ 0,04	
Afrechillo	\$ 11,66	
<b>Mano de Obra Directa</b>		<b>\$ 493,37</b>
Operario	493,37	
<b>Costos Indirectos de Fabricación</b>		
<b>Materia Prima Indirecta</b>		<b>\$ 40,18</b>
Fundas 12x8 plg	\$ 6,48	
Bandeja de espuma flex	\$ 12,96	
Rollo/plástico para empacar	\$ 7,78	
Etiqueta	\$ 12,96	
<b>Insumos de producción</b>		<b>\$ 4,75</b>
Termómetro	\$ 0,83	
Estera	\$ 0,67	
Velas	\$ 0,25	
Rollo de piola	\$ 0,42	
Caja de guantes x100 u	\$ 0,67	
Caja de mascarilla x 50 u	\$ 0,25	
Overol o Mandil	\$ 1,67	
<b>Otros Cif</b>		<b>\$ 27,72</b>
Depreciación de activos fijos	\$ 7,69	
Energía Eléctrica	\$ 6,93	

Agua Potable	\$ 2,10	
Transporte de Materia Prima	\$ 6,00	
Gas industrial	\$ 5,00	
<b>SUBTOTAL</b>		<b>\$ 622,54</b>
<b>Gastos Administrativos</b>		
Sueldos Administrativos	\$ 493,37	
Servicios Básicos	\$ 15,46	
Gasto Arriendo	\$ 25,00	
Suministros de Oficina	\$ 20,00	
<b>Subtotal</b>		<b>\$ 553,83</b>
<b>Gasto de Ventas</b>		
Afiches	\$ 5,00	
Degustaciones	\$ 15,00	
<b>Subtotal</b>		<b>\$ 20,00</b>
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 1.818,92</b>

**Fuente:** Presupuesto Operacional  
**Elaborado por:** La Autora

#### 4.6.4. Inversión Total

El emprendimiento tendrá una inversión total conformada por activos fijos y el capital de trabajo, y se detalla a continuación:

**Tabla 64: Detalle de la Inversión Total**

DETALLE	VALOR
Activos fijos	\$ 1.801,19
Capital de trabajo	\$ 1.818,92
Gastos de Constitución	\$ 100
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 3.720,11</b>

**Elaborado por:** La Autora

#### 4.6.5. Financiamiento del emprendimiento

En la tabla 65 se muestra el monto requerido para iniciar con el emprendimiento la cual es una inversión inicial de \$ 3.720,11 dólares que son recursos propios de la inversionista, debido a que se cuenta con infraestructura y otros activos fijos.

**Tabla 65: Detalle del monto de inversión propia**

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Capital Propio	\$ 3.720,11	100%
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 3.720,11</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: La Autora

#### **4.6.6. Requerimiento de Talento Humano**

Para realizar las actividades de la microempresa, se requerirá el siguiente talento humano:

- ✓ 1 Gerente
- ✓ 1 Operario

Es decir debido a que es una microempresa se iniciará el emprendimiento con 2 personas, con una capacidad de crecimiento en el futuro.

## **CAPÍTULO V**

### **5. PRESUPUESTO OPERACIONAL**

#### **5.1. INTRODUCCIÓN**

El capítulo de Presupuesto Operacional ayuda a evaluar la rentabilidad de la micromprensa productora y comercializadora de champiñones, mediante el cálculo de costos y gastos que se incurrirán, además de indicadores financieros para la evaluación del proyecto.

#### **5.2. OBJETIVOS**

##### **5.2.1. Objetivo General**

Elaborar un presupuesto operacional para establecer las estimaciones de inversiones necesarias, para que se desarrolle el emprendimiento.

##### **5.2.2. Objetivos Específicos**

- ✓ Establecer la Inversión Inicial del emprendimiento de champiñones orgánicos.
- ✓ Elaborar Presupuestos de Ingresos y Gastos Operacionales.
- ✓ Diseñar Presupuesto Financieros proforma
- ✓ Determinar el Estado de Resultados después de las actividades económicas de la Microempresa
- ✓ Realizar el Punto de Equilibrio a fin de interpretarla y tomar decisiones.

### 5.3. INVERSIÓN INICIAL

La inversión inicial del emprendimiento estará conformada por activos fijos y el capital de trabajo que son recursos propios de la emprendedora, y se detalla a continuación (Tabla 66):

**Tabla 66: Detalle de la Inversión Inicial Total**

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR</b>
<b>Activos fijos</b>	\$ 1.801,19
<b>Capital de trabajo</b>	\$ 1.818,92
<b>Gastos de Constitución</b>	\$ 100
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 3.720,11</b>

Elaborado por: La Autora

### 5.4. PRESUPUESTO DE INGRESOS

El ingreso está conformado por concepto de ventas de champiñones que la microempresa comercializará cuando inicie sus actividades económicas.

### 5.5. Presupuesto de Ventas

Para el presupuesto de ventas se considera la venta de 432 bandejas de champiñones de 230 gr en el primer mes, que representa el 70% de la capacidad mensual de la planta, considerando un incremento del 3% cada mes; se estableció este porcentaje ya que se va realizar una publicidad extrema hasta posicionar la producto, también se va dar descuentos de un 5% de acuerdo al volumen de compra, o otra parte debido a la situación económica del país que es inestable, también por la fuerte competencia existente de empresas grandes y reconocidas, ya que hasta posicionar al producto en el mercado la ventas tendrán un crecimiento bajo; para los siguientes años el porcentaje se establecerá comparando las cifras de ventas anteriores mostrando un porcentaje de incremento o disminución (Tabla 67).

De igual manera la recuperación de la cartera será 100% al contado, debido a que se trata de un producto alimenticio y es perecible, como se muestra en la tabla 68. Seguidamente en la tabla 68 se muestra el presupuesto de producción para cada mes más el 3% de inventario final como stock de seguridad que la microempresa tendrá al final de cada mes establecido como política de producción.

**Healthy- Champiñones**

**Tabla 67: Cuadro de Presupuesto de Ventas Mensuales**

Descripción	MES												Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
<b>Proyección ventas (U) 3%</b>	432	445	458	472	486	501	516	531	547	564	581	598	6131
<b>Precio de venta</b>	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 36,00
<b>Ventas (\$)</b>	1.296,00	1.334,88	1.374,93	1.416,17	1.458,66	1.502,42	1.547,49	1.593,92	1.641,73	1.690,99	1.741,72	1.793,97	18.392,87

Elaborado por: La Autora

**Healthy- Champiñones**

**Tabla 68: Recuperación de la Cartera**

Recuperación de cartera	MES												Anual
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
<b>100 % contado</b>	1.296,00	1.334,88	1.374,93	1.416,17	1.458,66	1.502,42	1.547,49	1.593,92	1.641,73	1.690,99	1.741,72	1.793,97	
<b>0 % 30 días</b>		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
<b>0 % 60 días</b>			0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
<b>Ingreso mensual (\$)</b>	1.296,00	1.334,88	1.374,93	1.416,17	1.458,66	1.502,42	1.547,49	1.593,92	1.641,73	1.690,99	1.741,72	1.793,97	<b>18.392,87</b>

Elaborado por: La Autora

## Healthy- Champiñones

**Tabla 69: Presupuesto de Producción Mensual**

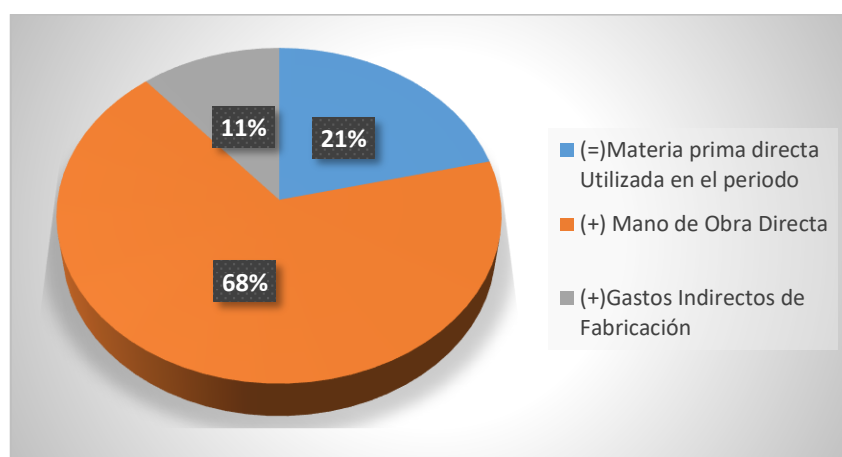
Descripción	MES												Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
<b>Proyección de ventas (unidades)</b>	432	445	458	472	486	501	516	531	547	564	581	598	6131
<b>Inventario final</b>	3%	13	13	14	14	15	15	15	16	16	17	18	184
<b>Inventario inicial</b>	0	13	13	14	14	15	15	15	16	16	17	17	166
<b>Producción (Unidades)</b>	445	445	459	472	487	501	516	532	548	564	581	599	6149

**Elaborado por:** La Autora



## 5.6. PRESUPUESTO DE COSTO DE PRODUCCIÓN Y VENTAS

En el presupuesto de costo de producción y venta se establecen el costo que incurren producir y en vender los champiñones que fue de \$ 8.284,93 en el año, a la vez ayuda a determinar el costo de venta de mismo. Además se establece el inventario final de mercadería que son 184 unidades de bandeja en el año que se verá reflejada en el Estado Financiero, (Tabla 70). Además en el gráfico 35 se puede observar que mayor costo se incurre en la mano de Obra con un 68%.



**Gráfico 35: Desembolso en costos de producción**

Elaborado por: La Autora

**Tabla 70: Presupuesto de Costo de Producción y Ventas Proforma**

<b>HEALTY-CHAMPIÑONES</b>													
<b>PRESUPUESTO DE COSTO DE PRODUCCIÓN Y VENTAS PROFORMA</b>													
<b>MES</b>													
<b>DETALLE</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>12</b>	<b>Total</b>
<b>Inv. Inicial de MP</b>	0,00	19,57	20,16	20,76	21,38	22,03	22,69	23,37	24,07	24,79	25,53	26,30	250,64
<b>(+)Compras Netas de MP</b>	\$ 87,92	\$ 87,99	\$ 90,63	\$ 93,35	\$ 96,15	\$ 99,04	\$ 102,01	\$ 105,07	\$ 108,22	\$ 111,47	\$ 114,81	\$ 118,26	\$ 1.214,92
<b>(-)Inv. Final de MP</b>	\$ 2,56	\$ 2,64	\$ 2,72	\$ 2,80	\$ 2,88	\$ 2,97	\$ 3,06	\$ 3,15	\$ 3,24	\$ 3,34	\$ 3,44	\$ 3,54	\$ 36,34
<b>(=)MP directa Utilizada en el periodo</b>	\$ 85,36	\$ 104,93	\$ 108,07	\$ 111,32	\$ 114,66	\$ 118,09	\$ 121,64	\$ 125,29	\$ 129,05	\$ 132,92	\$ 136,90	\$ 141,01	\$ 1.429,22
<b>(+) MOD</b>	\$ 493,37	\$ 493,37	\$ 493,37	\$ 493,37	\$ 493,37	\$ 493,37	\$ 493,37	\$ 493,37	\$ 493,37	\$ 493,37	\$ 493,37	\$ 493,37	\$ 5.920,47
<b>(+)CIF'S</b>	\$ 72,34	\$ 72,38	\$ 73,79	\$ 75,23	\$ 76,72	\$ 78,26	\$ 79,84	\$ 81,47	\$ 83,15	\$ 84,87	\$ 86,65	\$ 88,49	\$ 953,18
<b>(=)Costo Total Prod.</b>	\$ 651,07	\$ 670,68	\$ 675,23	\$ 679,92	\$ 684,75	\$ 689,72	\$ 694,85	\$ 700,13	\$ 705,56	\$ 711,16	\$ 716,93	\$ 722,87	\$ 8.302,87
<b>(+)Inv. Inicial de productos Term.</b>	0	13	13	14	14	15	15	15	16	16	17	17	166
<b>(=)Mercancía disponible para la venta</b>	\$ 651,07	\$ 683,64	\$ 688,58	\$ 693,67	\$ 698,91	\$ 704,31	\$ 709,87	\$ 715,60	\$ 721,50	\$ 727,58	\$ 733,84	\$ 740,29	\$ 8.468,86
<b>(-)Inv. Final de productos terminados</b>	13	13	14	14	15	15	15	16	16	17	17	18	184
<b>(=)Costo de Venta</b>	\$ 638,11	\$ 670,29	\$ 674,83	\$ 679,51	\$ 684,33	\$ 689,29	\$ 694,40	\$ 699,66	\$ 705,08	\$ 710,67	\$ 716,42	\$ 722,35	\$ 8.284,93

Elaborado por: La Autora

### **5.6.1. PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA E INSUMOS**

La materia prima para el emprendimiento es la semilla de hongo de cuales se obtiene el producto final, además se incluye como materia prima el tamo, la viruta, la cáscara de fréjol, afrechillo y cal agrícola que son la base para elaborar el compost y cultivar champiñones. El costo total que se incurre en la materia prima es 1.214,92 dólares en el año más el costo del inventario final o stock de seguridad que es 36,34 dólares, (Tabla 71). El aprovisionamiento de estos será mensual ya que la producción será en escala debido a que la producción dura 3 meses.

**Tabla 71: Presupuesto de Materia Prima e Insumos**

<b>HEALTY-CHAMPIÑONES</b>													
<b>PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA E INSUMOS</b>													
<b>MES</b>													
<b>DETALLE</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>12</b>	<b>Total</b>
Producción Requerida	432	445	458	472	486	501	516	531	547	564	581	598	6131
(x) MP por unidad (Kilos)	1,51	1,51	1,51	1,51	1,51	1,51	1,51	1,51	1,51	1,51	1,51	1,51	18
(=) MP para la producción	652,32	671,89	692,05	712,81	734,19	756,22	778,90	802,27	826,34	851,13	876,66	902,96	9258
(+)Inv. Final deseado de MP (3%)	19,57	20,16	20,76	21,38	22,03	22,69	23,37	24,07	24,79	25,53	26,30	27,09	278
(-) Inv. Inicial de MP	0,00	19,57	20,16	20,76	21,38	22,03	22,69	23,37	24,07	24,79	25,53	26,30	251
(=)MP requerida	671,89	672,48	692,65	713,43	734,83	756,88	779,58	802,97	827,06	851,87	877,43	903,75	9285
(x)Costo de materia prima x Bandeja	\$ 0,13	\$ 0,13	\$ 0,13	\$ 0,13	\$ 0,13	\$ 0,13	\$ 0,13	\$ 0,13	\$ 0,13	\$ 0,13	\$ 0,13	\$ 0,13	\$ 1,57
(=)Compras Presupuestadas	\$ 87,92	\$ 87,99	\$ 90,63	\$ 93,35	\$ 96,15	\$ 99,04	\$ 102,01	\$ 105,07	\$ 108,22	\$ 111,47	\$ 114,81	\$ 118,26	\$ 1.214,92
(=)Inv. Inicial de MP	\$ 0,00	\$ 2,56	\$ 2,64	\$ 2,72	\$ 2,80	\$ 2,88	\$ 2,97	\$ 3,06	\$ 3,15	\$ 3,24	\$ 3,34	\$ 3,44	\$ 32,80
<b>(=)Inv. Final de MP</b>	<b>\$ 2,56</b>	<b>\$ 2,64</b>	<b>\$ 2,72</b>	<b>\$ 2,80</b>	<b>\$ 2,88</b>	<b>\$ 2,97</b>	<b>\$ 3,06</b>	<b>\$ 3,15</b>	<b>\$ 3,24</b>	<b>\$ 3,34</b>	<b>\$ 3,44</b>	<b>\$ 3,54</b>	<b>\$ 36,34</b>

Elaborado por: La Autora

## **5.6.2. PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA**

El presupuesto de mano de obra se ha elaborado para una persona, que es el operario, quien va a laborar en la parte productiva y fitosanitaria del producto, para los cuales se realiza la proyección en la tabla 72 que se detalla a continuación:

Tabla 72: Presupuesto de Mano de Obra

<b>HEALTY-CHAMPIÑONES</b>													
<b>PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA</b>													
<b>MES</b>													
<b>DETALLE</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>12</b>	<b>Total</b>
SBU (Operario)	\$ 386,00	\$ 386,00	\$ 386,00	\$ 386,00	\$ 386,00	\$ 386,00	\$ 386,00	\$ 386,00	\$ 386,00	\$ 386,00	\$ 386,00	\$ 386,00	\$ 4.632,00
Aporte Patronal	\$ 43,04	\$ 43,04	\$ 43,04	\$ 43,04	\$ 43,04	\$ 43,04	\$ 43,04	\$ 43,04	\$ 43,04	\$ 43,04	\$ 43,04	\$ 43,04	\$ 516,47
Décimo Tercero	\$ 32,17	\$ 32,17	\$ 32,17	\$ 32,17	\$ 32,17	\$ 32,17	\$ 32,17	\$ 32,17	\$ 32,17	\$ 32,17	\$ 32,17	\$ 32,17	\$ 386,00
Décimo Cuarto	\$ 32,17	\$ 32,17	\$ 32,17	\$ 32,17	\$ 32,17	\$ 32,17	\$ 32,17	\$ 32,17	\$ 32,17	\$ 32,17	\$ 32,17	\$ 32,17	\$ 386,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 493,37</b>	<b>\$ 493,37</b>	<b>\$ 493,37</b>	<b>\$ 493,37</b>	<b>\$ 493,37</b>	<b>\$ 493,37</b>	<b>\$ 493,37</b>	<b>\$ 493,37</b>	<b>\$ 493,37</b>	<b>\$ 493,37</b>	<b>\$ 493,37</b>	<b>\$ 493,37</b>	<b>\$ 5.920,47</b>

Elaborado por: La Autora

### **5.6.3. PRESUPUESTO DE COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN**

El presupuesto de Costos Indirectos de Fabricación, (CIF) ayuda a establecer los costos indispensables que se requerirá mes a mes para la producción de champiñones, ya sean fijos o variables. En la tabla 73 se detallan valores de CIF's:

Tabla 73: Presupuesto de Costos Indirectos de Fabricación

HEALTHY-CHAMPIÑONES													
PRESUPUESTO DE COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN													
MES													
DETALLE	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
<b>CIF Fijos</b>													
Termómetro	\$ 0,42	\$ 0,42	\$ 0,42	\$ 0,42	\$ 0,42	\$ 0,42	\$ 0,42	\$ 0,42	\$ 0,42	\$ 0,42	\$ 0,42	\$ 0,42	\$ 5,00
Estera	\$ 0,67	\$ 0,67	\$ 0,67	\$ 0,67	\$ 0,67	\$ 0,67	\$ 0,67	\$ 0,67	\$ 0,67	\$ 0,67	\$ 0,67	\$ 0,67	\$ 8,00
Rollo de piola	\$ 0,42	\$ 0,42	\$ 0,42	\$ 0,42	\$ 0,42	\$ 0,42	\$ 0,42	\$ 0,42	\$ 0,42	\$ 0,42	\$ 0,42	\$ 0,42	\$ 5,00
Caja de guantes x100 u	\$ 0,67	\$ 0,67	\$ 0,67	\$ 0,67	\$ 0,67	\$ 0,67	\$ 0,67	\$ 0,67	\$ 0,67	\$ 0,67	\$ 0,67	\$ 0,67	\$ 0,67
Caja de mascarilla x 50 u	\$ 0,25	\$ 0,25	\$ 0,25	\$ 0,25	\$ 0,25	\$ 0,25	\$ 0,25	\$ 0,25	\$ 0,25	\$ 0,25	\$ 0,25	\$ 0,25	\$ 0,25
Overol o Mandil	\$ 0,42	\$ 0,42	\$ 0,42	\$ 0,42	\$ 0,42	\$ 0,42	\$ 0,42	\$ 0,42	\$ 0,42	\$ 0,42	\$ 0,42	\$ 0,42	\$ 5,00
Depreciación de activos fijos	\$ 7,69	\$ 7,69	\$ 7,69	\$ 7,69	\$ 7,69	\$ 7,69	\$ 7,69	\$ 7,69	\$ 7,69	\$ 7,69	\$ 7,69	\$ 7,69	\$ 92,24
Energía Eléctrica	\$ 6,93	\$ 6,93	\$ 6,93	\$ 6,93	\$ 6,93	\$ 6,93	\$ 6,93	\$ 6,93	\$ 6,93	\$ 6,93	\$ 6,93	\$ 6,93	\$ 83,17
Transporte de Materia Prima	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 72,00
Agua Potable	\$ 2,10	\$ 2,10	\$ 2,10	\$ 2,10	\$ 2,10	\$ 2,10	\$ 2,10	\$ 2,10	\$ 2,10	\$ 2,10	\$ 2,10	\$ 2,10	\$ 25,20
<b>Total CIF Fijos</b>	<b>\$ 25,55</b>	<b>\$ 25,55</b>	<b>\$ 25,55</b>	<b>\$ 25,55</b>	<b>\$ 25,55</b>	<b>\$ 25,55</b>	<b>\$ 25,55</b>	<b>\$ 25,55</b>	<b>\$ 25,55</b>	<b>\$ 25,55</b>	<b>\$ 25,55</b>	<b>\$ 25,55</b>	<b>\$ 306,61</b>
<b>CIF Variables</b>													
Producción Requerida	445	445	459	472	487	501	516	532	548	564	581	599	6149
(X) CIF Variable Unitario	\$ 0,11	\$ 0,11	\$ 0,11	\$ 0,11	\$ 0,11	\$ 0,11	\$ 0,11	\$ 0,11	\$ 0,11	\$ 0,11	\$ 0,11	\$ 0,11	
(=)CIF Variable Total	\$ 46,79	\$ 46,83	\$ 48,23	\$ 49,68	\$ 51,17	\$ 52,71	\$ 54,29	\$ 55,92	\$ 57,59	\$ 59,32	\$ 61,10	\$ 62,94	\$ 646,57
(=)CIF Fijo +CIF Variable	\$ 72,34	\$ 72,38	\$ 73,79	\$ 75,23	\$ 76,72	\$ 78,26	\$ 79,84	\$ 81,47	\$ 83,15	\$ 84,87	\$ 86,65	\$ 88,49	\$ 953,18
(-)Depreciación	\$ 7,69	\$ 7,69	\$ 7,69	\$ 7,69	\$ 7,69	\$ 7,69	\$ 7,69	\$ 7,69	\$ 7,69	\$ 7,69	\$ 7,69	\$ 7,69	\$ 92,24
(=)Desembolso de Caja CIF	\$ 64,65	\$ 64,69	\$ 66,10	\$ 67,55	\$ 69,04	\$ 70,57	\$ 72,15	\$ 73,78	\$ 75,46	\$ 77,19	\$ 78,97	\$ 80,80	\$ 860,94

Elaborado por: La Autora



## **5.7. PRESUPUESTO DE GASTOS OPERACIONALES**

### **5.7.1. PRESUPUESTO DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS**

En el presupuesto administrativo y de ventas se establece la salida de efectivo directamente en la administración de la microempresa como son: Sueldo del administrador o gerente, pago del arriendo, pago servicios básicos, insumos de limpieza, insumos de oficina; y gastos de ventas como son la publicidad y promoción del producto. A continuación se detalla los gastos que se incurrirán mes a mes en la Tabla 74 y Tabla 75.

**Tabla 74: Sueldos Administrativos que se incurrirán durante un año**

<b>HEALTY-CHAMPIÑONES</b>													
<b>SUELDOS ADMINISTRATIVOS</b>													
	<b>MES</b>												
<b>DETALLE</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>12</b>	<b>Total</b>
SBU (Gerente)	\$ 386,00	\$ 386,00	\$ 386,00	\$ 386,00	\$ 386,00	\$ 386,00	\$ 386,00	\$ 386,00	\$ 386,00	\$ 386,00	\$ 386,00	\$ 386,00	\$ 4.632,00
Aporte Patronal	\$ 43,04	\$ 43,04	\$ 43,04	\$ 43,04	\$ 43,04	\$ 43,04	\$ 43,04	\$ 43,04	\$ 43,04	\$ 43,04	\$ 43,04	\$ 43,04	\$ 516,47
Décimo Tercero	\$ 32,17	\$ 32,17	\$ 32,17	\$ 32,17	\$ 32,17	\$ 32,17	\$ 32,17	\$ 32,17	\$ 32,17	\$ 32,17	\$ 32,17	\$ 32,17	\$ 386,00
Décimo Cuarto	\$ 32,17	\$ 32,17	\$ 32,17	\$ 32,17	\$ 32,17	\$ 32,17	\$ 32,17	\$ 32,17	\$ 32,17	\$ 32,17	\$ 32,17	\$ 32,17	\$ 386,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 493,37</b>	<b>\$ 493,37</b>	<b>\$ 493,37</b>	<b>\$ 493,37</b>	<b>\$ 493,37</b>	<b>\$ 493,37</b>	<b>\$ 493,37</b>	<b>\$ 493,37</b>	<b>\$ 493,37</b>	<b>\$ 493,37</b>	<b>\$ 493,37</b>	<b>\$ 493,37</b>	<b>\$ 5.920,47</b>

Elaborado por: La Autora

**Tabla 75: Presupuestos de Gastos Administrativos y de Ventas Proforma**

HEALTHY-CHAMPIÑONES													
PRESUPUESTO DE GASTOS ADMINISTRATIVOS Y DE VENTAS													
MES													
DETALLE	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
<b>Gastos de Operación Fijos</b>													
<b>Sueldos Admin. (\$)</b>	493,37	493,37	493,37	493,37	493,37	493,37	493,37	493,37	493,37	493,37	493,37	493,37	5.920,47
<b>Publicidad</b>	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 240,00
<b>Depre. Act. Fijo Admin.</b>	\$ 23,07	\$ 23,07	\$ 23,07	\$ 23,07	\$ 23,07	\$ 23,07	\$ 23,07	\$ 23,07	\$ 23,07	\$ 23,07	\$ 23,07	\$ 23,07	\$ 276,88
<b>Servicios Básicos</b>	\$ 15,46	\$ 15,46	\$ 15,46	\$ 15,46	\$ 15,46	\$ 15,46	\$ 15,46	\$ 15,46	\$ 15,46	\$ 15,46	\$ 15,46	\$ 15,46	\$ 15,46
<b>Arriendo</b>	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 300,00
<b>Suministros de Limpieza</b>	\$ 2,92	\$ 2,92	\$ 2,92	\$ 2,92	\$ 2,92	\$ 2,92	\$ 2,92	\$ 2,92	\$ 2,92	\$ 2,92	\$ 2,92	\$ 2,92	\$ 35,00
<b>Total Gastos de Oper. Fijo (\$)</b>	<b>579,82</b>	<b>579,82</b>	<b>579,82</b>	<b>579,82</b>	<b>579,82</b>	<b>579,82</b>	<b>579,82</b>	<b>579,82</b>	<b>579,82</b>	<b>579,82</b>	<b>579,82</b>	<b>579,82</b>	<b>6.787,81</b>
<b>Gastos de Operación Variable</b>													
<b>Ventas (\$)</b>	1.296,00	1.334,88	1.374,93	1.416,17	1.458,66	1.502,42	1.547,49	1.593,92	1.641,73	1.690,99	1.741,72	1.793,97	18.392,87
<b>(x) Gasto V.u.</b>	\$ 0,04	\$ 0,04	\$ 0,04	\$ 0,04	\$ 0,04	\$ 0,04	\$ 0,04	\$ 0,04	\$ 0,04	\$ 0,04	\$ 0,04	\$ 0,04	\$ 0,54
<b>Gastos V. de Opera</b>	<b>\$ 58,25</b>	<b>\$ 60,00</b>	<b>\$ 61,80</b>	<b>\$ 63,65</b>	<b>\$ 65,56</b>	<b>\$ 67,53</b>	<b>\$ 69,56</b>	<b>\$ 71,64</b>	<b>\$ 73,79</b>	<b>\$ 76,01</b>	<b>\$ 78,29</b>	<b>\$ 80,63</b>	\$ 826,72
<b>(=)G. de Operación Presupues.</b>	638,08	639,82	641,62	643,48	645,39	647,35	649,38	651,47	653,62	655,83	658,11	660,46	7.784,60

Elaborado por: La Autora

## 5.8. ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA

### 5.8.1. ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL O BALANCE INICIAL

Con la inversión fija y el capital de trabajo establecida se elabora el Estado de Situación Inicial o Balance Inicial del mes de enero, en el cual se muestra todos los activos con los que cuenta la microempresa para iniciar sus actividades económicas y su operatividad.(Tabla 76)

**Tabla 76: Estado de situación Inicial del mes de Enero.**

<b>HEALTY-CHAMPIÑONES</b>			
<b>BALANCE GENERAL</b>			
<b>MES DE ENERO</b>			
<b><u>ACTIVOS</u></b>		<b><u>PASIVOS</u></b>	
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>		Préstamos Bancarios	\$ 0,00
Caja	\$ 1.818,92	<b>TOTAL PASIVOS</b>	\$ 0,00
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>\$ 1.818,92</b>		
<b>ACTIVOS NO CORRIENTES</b>			
Maquinaria y Equipo	\$ 598,00		
Muebles y Enseres	\$ 175,00		
Equipo de Cómputo	\$ 909,44		
Herramientas de Producción	\$ 118,75		
<b>TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES</b>	<b>\$ 1.801,19</b>		
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>		<b><u>PATRIMONIO</u></b>	
Gastos de Constitución	\$ 100	Aporte de Capital	\$ 3.720,11
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>\$ 100</b>	<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 3.720,11</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 3.720,11</b>	<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>\$ 3.720,11</b>

Elaborado por: La Autora

### 5.8.2. ESTADO DE RESULTADOS (PROFORMA)

En la tabla 77 el estado de resultados o también llamado estado de pérdidas y ganancias, permite observar los ingresos y egresos durante un periodo económico (1 año), además permite observar la rentabilidad de la empresa. Se puede observar que la microempresa productora y comercializadora de champiñones obtendrá una utilidad de 1.974,84 dólares en el primer año, establecido en el estado de resultados proforma.

**Tabla 77: Estado de Resultado Proforma**

<b>HEALTY-CHAMPIÑONES</b>	
<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>	
<b>AÑO 2018</b>	
Ventas Netas	\$ 18.392,87
(-)Costo de Venta	\$ 8.284,93
(=)Utilidad Bruta en Ventas	\$ 10.107,94
(-) Gastos Administrativos y de Ventas	\$ 7.784,60
(=)Utilidad en Operaciones	\$ 2.323,34
(+)Otros Ingresos	\$ 0,00
(-)Otros Gastos	\$ 0,00
(=)Utilidad antes 15% P.T.	\$ 2.323,34
(-)15% Participación Trabajadores	\$ 348,50
(=)Utilidad Neta	\$ 1.974,84

**Elaborado por:** La Autora

### 5.8.3. FLUJO DE CAJA

Se ha elaborado el flujo de caja en la que se detalla los ingresos y egresos de efectivo de la microempresa durante un año, este indicador facilita la toma de decisiones ya que muestra si los ingresos fueron mayores a los gastos. En caso Healthy- Champiñones se puede observar que los ingresos desde el mes de enero arrojan saldos positivos, es decir cubre con los desembolsos establecido pero en el primer año todavía no se recupera la inversión total, por lo tanto la inversión se recuperará en el segundo año (Tabla 78).

Tabla 78: Flujo de Caja Proforma

<b>HEALTHY-CHAMPIÑONES</b>														
<b>Flujo de caja</b>														
<b>MES</b>														
<b>Descripción</b>	<b>Inversión</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>12</b>	<b>Total</b>
<b>Saldo efectivo inicial</b>		\$0,00	\$4,30	\$45,61	\$121,12	\$231,86	\$378,88	\$563,28	\$786,17	\$1.048,71	\$1.352,09	\$1.697,53	\$2.086,30	\$8.315,85
<b>Entradas de dinero:</b>														
<b>Ingreso por ventas</b>		\$1.296,00	\$1.334,88	\$1.374,93	\$1.416,17	\$1.458,66	\$1.502,42	\$1.547,49	\$1.593,92	\$1.641,73	\$1.690,99	\$1.741,72	\$1.793,97	\$18.392,87
<b>Total ingresos de efectivo</b>		<b>\$1.296,00</b>	<b>\$1.334,88</b>	<b>\$1.374,93</b>	<b>\$1.416,17</b>	<b>\$1.458,66</b>	<b>\$1.502,42</b>	<b>\$1.547,49</b>	<b>\$1.593,92</b>	<b>\$1.641,73</b>	<b>\$1.690,99</b>	<b>\$1.741,72</b>	<b>\$1.793,97</b>	<b>\$18.392,87</b>
<b>Desembolsos de dinero:</b>														
<b>Materiales directos</b>		\$87,92	\$87,99	\$90,63	\$93,35	\$96,15	\$99,04	\$102,01	\$105,07	\$108,22	\$111,47	\$114,81	\$118,26	\$1.214,92
<b>Mano de obra directa</b>		\$493,37	\$493,37	\$493,37	\$493,37	\$493,37	\$493,37	\$493,37	\$493,37	\$493,37	\$493,37	\$493,37	\$493,37	\$5.920,47
<b>Gastos generales de fabricación</b>		\$72,34	\$72,38	\$73,79	\$75,23	\$76,72	\$78,26	\$79,84	\$81,47	\$83,15	\$84,87	\$86,65	\$88,49	\$953,18
<b>Gastos operacionales</b>		\$638,08	\$639,82	\$641,62	\$643,48	\$645,39	\$647,35	\$649,38	\$651,47	\$653,62	\$655,83	\$658,11	\$660,46	\$7.784,60
<b>Gastos de Constitución</b>		\$100,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	\$100,00
<b>Total desembolsos de efectivo</b>		<b>\$1.291,70</b>	<b>\$1.293,57</b>	<b>\$1.299,41</b>	<b>\$1.305,43</b>	<b>\$1.311,64</b>	<b>\$1.318,02</b>	<b>\$1.324,60</b>	<b>\$1.331,38</b>	<b>\$1.338,35</b>	<b>\$1.345,54</b>	<b>\$1.352,95</b>	<b>\$1.360,57</b>	<b>\$2.419,70</b>
<b>Flujo de caja</b>	<b>-\$3.720,11</b>	<b>\$4,30</b>	<b>\$41,31</b>	<b>\$75,51</b>	<b>\$110,74</b>	<b>\$147,02</b>	<b>\$184,40</b>	<b>\$222,89</b>	<b>\$262,54</b>	<b>\$303,38</b>	<b>\$345,44</b>	<b>\$388,77</b>	<b>\$433,39</b>	<b>-\$1.200,41</b>
<b>Saldo efectivo final o acumulado</b>		<b>\$4,30</b>	<b>\$45,61</b>	<b>\$121,12</b>	<b>\$231,86</b>	<b>\$378,88</b>	<b>\$563,28</b>	<b>\$786,17</b>	<b>\$1.048,71</b>	<b>\$1.352,09</b>	<b>\$1.697,53</b>	<b>\$2.086,30</b>	<b>\$2.519,70</b>	

Elaborado por: La Autora

## 5.9. TOMA DE DECISIONES

### 5.9.1. PUNTO DE EQUILIBRIO

Mediante el punto de equilibrio se puede establecer un punto óptimo en que la empresa ni gana ni pierde y las ventas son iguales a los costos. Se establece mediante dos fórmulas que son: una para el volumen de producción y otra que establece el punto de equilibrio en valores monetarios. A continuación se establece las fórmulas del punto de equilibrio:

#### Fórmulas

##### Punto de equilibrio en Volumen:

$$P. E. = \frac{\textit{Costos Fijos}}{\textit{Precio de Venta U} - \textit{Costo Variable (U)}}$$

##### Punto de equilibrio en Valor:

$$P. E. = \frac{\textit{Costos Fijos}}{1 - \frac{\textit{Costos Variables Totales}}{\textit{Ventas Totales}}}$$

**Tabla 79: Costos Variables**

Costos y Gastos/Meses	MES											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
<b>Materia Prima</b>	\$ 87,92	\$ 87,99	\$ 90,63	\$ 93,35	\$ 96,15	\$ 99,04	\$ 102,01	\$ 105,07	\$ 108,22	\$ 111,47	\$ 114,81	\$ 118,26
<b>CIF Variables</b>	\$ 46,79	\$ 46,83	\$ 48,23	\$ 49,68	\$ 51,17	\$ 52,71	\$ 54,29	\$ 55,92	\$ 57,59	\$ 59,32	\$ 61,10	\$ 62,94
<b>Gastos Administ. Variable</b>	\$ 58,25	\$ 60,00	\$ 61,80	\$ 63,65	\$ 65,56	\$ 67,53	\$ 69,56	\$ 71,64	\$ 73,79	\$ 76,01	\$ 78,29	\$ 80,63
<b>Total Costos Variables</b>	\$ 192,96	\$ 194,82	\$ 200,67	\$ 206,69	\$ 212,89	\$ 219,28	\$ 225,85	\$ 232,63	\$ 239,61	\$ 246,80	\$ 254,20	\$ 261,83

Elaborado por: La Autora

**Tabla 80: Costos Fijos**

Costos y Gastos	MES											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
<b>Mano de Obra</b>	\$ 493,37	\$ 493,37	\$ 493,37	\$ 493,37	\$ 493,37	\$ 493,37	\$ 493,37	\$ 493,37	\$ 493,37	\$ 493,37	\$ 493,37	\$ 493,37
<b>Cif Fijos</b>	\$ 25,55	\$ 25,55	\$ 25,55	\$ 25,55	\$ 25,55	\$ 25,55	\$ 25,55	\$ 25,55	\$ 25,55	\$ 25,55	\$ 25,55	\$ 25,55
<b>Gastos admin. y de ventas</b>	\$ 579,82	\$ 579,82	\$ 579,82	\$ 579,82	\$ 579,82	\$ 579,82	\$ 579,82	\$ 579,82	\$ 579,82	\$ 579,82	\$ 579,82	\$ 579,82
<b>Total Costos Fijos</b>	\$ 1.098,75	\$ 1.098,75	\$ 1.098,75	\$ 1.098,75	\$ 1.098,75	\$ 1.098,75	\$ 1.098,75	\$ 1.098,75	\$ 1.098,75	\$ 1.098,75	\$ 1.098,75	\$ 1.098,75

Elaborado por: La Autora



**Análisis:**

En la tabla 81 se muestra que la microempresa debe producir 429 bandejas de champiñones mensuales para cubrir los costos y gastos que se incurre, aparte de esta cantidad presupuestada es que se podrá generar utilidad en la microempresa. En el caso del emprendimiento va empezar con una producción de 432 en el mes de enero.

El plan de producción de la microempresa se mantiene desde el primer mes por encima del punto de equilibrio, (tabla 69, página 122).

Y en la tabla 81 se muestra que el punto óptimo en valores se obtuvo 1.286,51 dólares para no perder, es decir se requiere de esta cantidad de dinero mensual para cubrir con todos los gastos antes de empezar a obtener ganancias.

**Tabla 81: Cálculo del Punto de Equilibrio Cantidades**

Detalle	MES												Total Anual	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
<b>Costos Fijos</b>	\$ 1.098,75	\$ 1.098,75	\$ 1.098,75	\$ 1.098,75	\$ 1.098,75	\$ 1.098,75	\$ 1.098,75	\$ 1.098,75	\$ 1.098,75	\$ 1.098,75	\$ 1.098,75	\$ 1.098,75	\$ 1.098,75	\$ 13.184,96
<b>Costo Variable</b>	\$ 192,96	\$ 194,82	\$ 200,67	\$ 206,69	\$ 212,89	\$ 219,28	\$ 225,85	\$ 232,63	\$ 239,61	\$ 246,80	\$ 254,20	\$ 261,83	\$ 261,83	\$ 2.688,21
<b>Costo Variable U.</b>	\$ 0,43	\$ 0,44	\$ 0,44	\$ 0,44	\$ 0,44	\$ 0,44	\$ 0,44	\$ 0,44	\$ 0,44	\$ 0,44	\$ 0,44	\$ 0,44	\$ 0,44	\$ 5,25
<b>Precio de Venta</b>	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 36,00
<b>Punto de Equilibrio</b>	428	429	429	429	429	429	429	429	429	429	429	429	429	5.145

Elaborado por: La Autora

**Tabla 82: Cálculo del Punto de Equilibrio en Dólares**

Detalle	MES												Total Anual	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
<b>Costos Fijos</b>	\$ 1.098,75	\$ 1.098,75	\$ 1.098,75	\$ 1.098,75	\$ 1.098,75	\$ 1.098,75	\$ 1.098,75	\$ 1.098,75	\$ 1.098,75	\$ 1.098,75	\$ 1.098,75	\$ 1.098,75	\$ 1.098,75	\$ 13.184,96
<b>Costo Variable</b>	\$ 192,96	\$ 194,82	\$ 200,67	\$ 206,69	\$ 212,89	\$ 219,28	\$ 225,85	\$ 232,63	\$ 239,61	\$ 246,80	\$ 254,20	\$ 261,83	\$ 261,83	\$ 2.688,21
<b>Ventas Totales</b>	\$ 1.296,00	\$ 1.334,88	\$ 1.374,93	\$ 1.416,17	\$ 1.458,66	\$ 1.502,42	\$ 1.547,49	\$ 1.593,92	\$ 1.641,73	\$ 1.690,99	\$ 1.741,72	\$ 1.793,97	\$ 1.793,97	\$ 18.392,87
<b>Punto de Equilibrio</b>	\$ 1.290,95	\$ 1.286,51	\$ 1.286,51	\$ 1.286,51	\$ 1.286,51	\$ 1.286,51	\$ 1.286,51	\$ 1.286,51	\$ 1.286,51	\$ 1.286,51	\$ 1.286,51	\$ 1.286,51	\$ 1.286,51	\$ 15.442,57

Elaborado por: La Autora

## **CAPÍTULO VI**

### **6. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA**

#### **6.1. PRESENTACIÓN**

En la estructura organizativa se analizará la forma como estará constituida la empresa, mediante la descripción de puestos se asignarán responsabilidades en las diferentes áreas del departamento. El organigrama estructural al igual que el manual de funciones y procedimientos requeridos permitirán lograr una administración eficiente para alcanzar los objetivos y metas establecidas.

#### **6.2. OBJETIVOS**

##### **6.2.1. Objetivo General**

Diseñar una estructura organizacional que facilite alcanzar los objetivos y metas establecidas, con una administración eficiente.

##### **6.2.2. Objetivos Específicos**

- ✓ Determinar la denominación de la microempresa productora y comercializadora de champiñones.
- ✓ Establecer Misión, Visión, Políticas, Principios y valores con los cuales se va a regir la microempresa.
- ✓ Diseñar el organigrama estructural que facilite la delimitación de funciones.
- ✓ Realizar un manual de funciones, en el que se establezca el perfil para ocupar un puesto de trabajo.
- ✓ Identificar los aspectos legales necesarios para el funcionamiento del emprendimiento, así como también de la constitución legal.

### 6.3. NOMBRE DE LA MICROEMPRESA

La microempresa productora y comercializadora de champiñones orgánicos tendrá la denominación de: **“HEALTHY-CHAMPIÑONES”**, con el objetivo de dar a conocer el producto al mercado, además el nombre es fácil de nombrar y recordar. Dicha denominación aparecerá en todos los documentos que la microempresa respecto a sus actividades económicas.

El slogan que se utilizará para dar a conocer el producto y hacerle frente a otras marcas será: **“Lo delicioso es nutritivo”**



**Figura 1: Logo de la Microempresa**

**Elaborado por:** La Autora

### 6.4. MISIÓN

Somos una microempresa dedicada a la producción y comercialización de champiñones orgánicos ubicada en la parroquia San Pablo, brindando a nuestros clientes un producto saludable que satisfaga los gustos más exigentes del mercado, mediante procesos productivos eficientes y amigables con el ambiente.

## 6.5. VISIÓN

En el 2021 ser la empresa preferente en la producción y comercialización de champiñones, siendo reconocidos por la calidad del producto que oferta. La calidad humana y profesional de la gente descrita, figura que se volverá un referente regional.

## 6.6. PRINCIPIOS Y VALORES

### 6.6.1. Principios

- ✓ **Liderazgo:** Guiar y fomentar la motivación dentro de la microempresa, creando un ambiente de colaboración y cumplimiento de objetivos.
- ✓ **Responsabilidad:** Ser responsable con los pedidos de los clientes.
- ✓ **Puntualidad:** Realizar las entregas de los champiñones a tiempo, a fin de generar confianza en los clientes.
- ✓ **Ambiental:** Prevenir la mayoría de las repercusiones medioambientales nocivas o negativas, optimizando el uso de recursos energéticos y reduciendo la producción de residuos mediante la aplicación de programas de mejora continua y estableciendo metas medioambientales.
- ✓ **Mejora continua:** Mejorar constantemente los procesos de cultivo y empaquetado del producto.

### 6.6.2. Valores

- ✓ **Calidad:** Se procura hacer las cosas bien, evitando redundar en procesos y procedimientos, cuidando los más pequeños detalles, para lograr un producto excelente.
- ✓ **Puntualidad:** Se cumplirán con los pedidos del producto en el tiempo establecido con los clientes.

- ✓ **Honestidad:** Ser transparentes con los clientes y colaboradores, otorgar lo que se ofrece; no prometer si no se puede cumplir lo acordado.
- ✓ **Trabajo en equipo:** Fomentar el trabajo en equipo y compartir la información necesaria, vital para mejorar el nivel de calidad de las actividades tanto en el cultivo del producto como en la comercialización.
- ✓ **Ética:** Reconocer los derechos de los individuos y valorar las cualidades de los demás, por encima de otras consideraciones.

## **6.7. POLÍTICAS**

### **6.7.1. Políticas Administrativas**

- ✓ Los trabajadores mantendrán un comportamiento profesional y ético al ejecutar las funciones laborales.
- ✓ El personal debe capacitarse constantemente a fin de lograr el mejoramiento continuo para lograr el éxito empresarial.
- ✓ Todos los miembros de la microempresa velará por un ambiente laboral solidario y positivo a fin de establecer relaciones cordiales entre el personal y los clientes.
- ✓ Tanto la gerencia como los trabajadores deben cumplir con las normativas y leyes respectivas para el buen funcionamiento de la microempresa.

### **6.7.2. Políticas de Producción**

- ✓ Cultivar y empacar el producto bajo estrictas normas de calidad y control sanitario ya que es para el consumo humano.
- ✓ Utilizar insumos naturales a fin de brindar un producto saludable al consumidor al igual que contribuya en el cuidado del medio ambiente.

- ✓ Proporcionar un producto que satisfaga las necesidades concretas facilitando elecciones al consumidor.
- ✓ El inventario final de la materia prima será del 3%, para mantener un stock de seguridad para una producción continua.

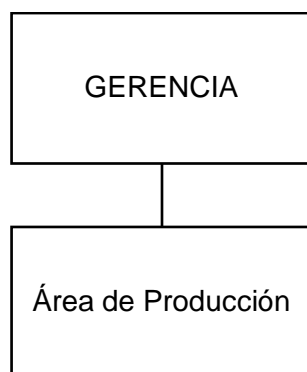
### **6.7.3. Políticas de Venta**

- ✓ Atender los pedidos y realizar las entregas de los productos a tiempo, caso contrario se le hará saber con nueva fecha estipulada para la entrega o se le devolverá el dinero al cliente en caso de que haya cancelado anticipadamente.
- ✓ Elaborar estrategias de publicidad y comercialización logrando el posicionamiento en el mercado al igual que de la marca del producto.
- ✓ Al momento de realizar un pedido se respetarán los precios de los productos publicitados por distintos medios de comunicación.
- ✓ Informar al cliente el número de unidades disponibles en almacén para evitar la venta de forma intencionada de las unidades que no disponga.

## **6.8. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL**

Un organigrama estructural es un esquema que ayuda a establecer la línea de autoridad y delimitar la responsabilidad de cada miembro de la microempresa, esto ayuda al trabajo en equipo ya que cada uno tiene un rol diferente pero con un mismo objetivo que es alcanzar las metas establecidas.

A continuación se presenta el organigrama propuesto por la microempresa productora y comercializadora de champiñones orgánicos en la parroquia San Pablo, cantón Otavalo (Ilustración 4).



#### **Ilustración 4: Organigrama Organizacional**

**Elaborado por:** La Autora

Las actividades de Gerencia, Comercialización y Ventas serán desarrolladas por la propietaria del emprendimiento, y para la parte operativa se contratará un operario quién será el encargado de todo el proceso de cultivo, incluyendo la parte fitosanitaria. De esta manera se está generando una fuente de empleo y en un futuro con la empresa en marcha se contratará una persona para la parte de comercialización y ventas.

### **6.9. DESCRIPCIÓN DE PUESTOS**

Un manual de funciones es un documento importante con el cual cuenta la microempresa en el que se describe los puestos de trabajo, además de llevar un control de las funciones que tiene cada personal facilitando integrar las competencias profesionales para el buen desempeño.

#### **6.9.1. Puesto: Gerente**

<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
NOMBRE DEL CARGO:	Gerente
DEPENDENCIA:	Departamento Administrativo
NÚMERO DE CARGOS:	Uno
CARGO DEL JEFE INMEDIATO:	Propietario
<b>OBJETIVO GENERAL</b>	
Controlar las actividades de administración, contabilidad y comercialización de la microempresa, elaborando e interpretando estados de cuenta, cuadros demostrativos, estados financieros, presupuesto y otras necesarias para garantizar la efectiva distribución y administración de los recursos materiales y financieros.	
<b>FUNCIONES ESENCIALES</b>	



<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Administración y dirección de la empresa.</li> <li>➤ Representar a la empresa y realizar gestiones de la empresa.</li> <li>➤ Presidir las reuniones</li> <li>➤ Identificar las oportunidades de mercado para posicionar el producto</li> <li>➤ Tomar decisiones oportunas que permitan realizar uso eficiente de recursos.</li> <li>➤ Llevar el control de las cuentas por cobrar y pagar.</li> <li>➤ Elaborar y mantiene actualizada la ejecución presupuestaria de la unidad.</li> <li>➤ Llevar registro y control de proveedores.</li> <li>➤ Llevar el control de los bienes y materiales de la unidad.</li> <li>➤ Velar por el cumplimiento de la normativa legal vigente que rige la materia.</li> <li>➤ Administrar al talento humano dentro de la empresa, preparar capacitaciones, realizar charlas motivacionales, etc.</li> <li>➤ Observar que se cumplan los objetivos o metas institucionales.</li> <li>➤ Velar por la seguridad y salud ocupacional del talento humano.</li> <li>➤ Establecer conexión entre el cliente y la microempresa para facilitar las negociaciones.</li> <li>➤ Aplicar estrategias y técnicas de comercialización que ayude a introducir el producto al mercado con facilidad.</li> <li>➤ Establecer precios y realizar publicidad y promoción de ventas.</li> </ul>		
<p><b>Perfil:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Título de Ingeniera/o en Administración de Empresas.</li> <li>✓ Experiencia mínima de 1 año.</li> <li>✓ Disponibilidad de tiempo.</li> <li>✓ Capacidad de organización y negociación.</li> <li>✓ Poseer conocimientos de liderazgo</li> </ul>		
<p><b>Competencia Generales:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Organización y Planificación.</li> <li>✓ Orientación a los resultados</li> <li>✓ Integridad y Responsabilidad</li> <li>✓ Trabajo en Equipo</li> <li>✓ Toma de decisiones</li> <li>✓ Manejo de Talento Humano</li> <li>✓ Manejo de información del área de Comercialización y Ventas.</li> <li>✓ Facilidad de palabra y poder de convencimiento.</li> </ul>	<p><b>Competencias Específicas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Creatividad para ideas innovadoras</li> <li>✓ Ser líder para guiar hacia meta establecida.</li> <li>✓ Pensamiento estratégico para planificar y establecer estrategias gerenciales.</li> <li>✓ Habilidad analítica y conocimiento en indicadores financieros básicos para la toma de decisiones</li> <li>✓ Conocimiento en técnicas de negociación.</li> <li>✓ Conocimiento de técnicas y estrategias de comercialización.</li> <li>✓ Manejo de programas de diseño y publicidad.</li> <li>✓ Conocimiento del mercado en el que se comercializa</li> </ul>	
Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:

**Elaborado por:** La Autora

### 6.9.2. Puesto: Operario

<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
NOMBRE DEL CARGO:	Operario
DEPENDENCIA:	Departamento de Producción
NÚMERO DE CARGOS:	Uno
CARGO DEL JEFE INMEDIATO:	Administrador
<b>OBJETIVO GENERAL</b>	
Dirigir todo el proceso de cultivo de los champiñones al igual que la parte fitosanitaria, cumpliendo con las exigencias del mercado. Almacenar y realizar un control previo de los insumos y la semilla.	
<b>FUNCIONES ESENCIALES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Dirigir todo el proceso productivo de champiñones.</li> <li>➤ Almacenar y clasificar los insumos en la bodega.</li> <li>➤ Preparar el compuesto orgánico para la siembra.</li> <li>➤ Efectúa inventarios y elabora listas de requisición.</li> <li>➤ Sembrar los micelios en las fundas de compuesto</li> <li>➤ Verificar que todo el proceso se cumpla de forma sistemática y ordenada.</li> <li>➤ Cuidar la higiene y seguridad del producto para garantizar la calidad.</li> <li>➤ Controlar que la materia prima se encuentre en perfecto estado para el cultivo.</li> <li>➤ Estar pendiente de que todos las herramientas de trabajo estén completos.</li> <li>➤ Presentar informes al Jefe Superior.</li> <li>➤ Ejecutar la correcta manipulación del producto.</li> <li>➤ Entregar el producto en el tiempo previsto a los diferentes puntos de entrega.</li> <li>➤ Informar a los clientes sobre el producto que comercializa la microempresa.</li> <li>➤ Atender a los clientes con las inquietudes de los clientes, reclamos, sugerencias entre otros.</li> </ul>	
<b>Perfil:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Título de Bachiller</li> <li>✓ Experiencia mínimo 1 año de experiencia en actividades similares.</li> <li>✓ Disponibilidad de tiempo</li> <li>✓ Conocimiento en cultivo de champiñones</li> </ul>	
<b>Competencias Generales:</b>	<b>Competencias Específicas:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Compromiso con el trabajo.</li> <li>✓ Manejo de información del área de producción.</li> <li>✓ Fácil adaptación a los cambios.</li> <li>✓ Trabajo en equipo, saber escuchar y buena memoria.</li> <li>✓ Trabajar bajo presión.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Conocimiento en el cultivo de champiñones.</li> <li>✓ Manejo de inventarios para almacenamiento de insumos.</li> <li>✓ Capacidad de planificación y organización de la producción.</li> <li>✓ Conocimiento de sistemas de calidad para el control de los cultivos.</li> <li>✓ Generar y cultivar relaciones con los clientes</li> </ul>

		✓ Determinar las necesidades y deseos de los clientes
Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:

**Elaborado por:** La Autora

## **6.10. ASPECTOS LEGALES DE FUNCIONAMIENTO**

Para el correcto funcionamiento del emprendimiento se deben considerar el cumplimiento legal para que en un futuro no tenga problemas con las leyes y normativas del país. Por lo tanto debe cumplir los siguientes trámites y obligaciones:

### **A. Aspecto Fiscal**

#### **Obtención del RISE**

Este emprendimiento para la parte fiscal aplicará el sistema RISE que facilita el SRI a los pequeños emprendedores debido a las siguientes razones: la empresa cuenta con solo dos personas en la nómina. Con la obtención del mismo documento la microempresa pagará un valor fijo establecido por el SRI, este es de \$1,43 dólares mensual que también se puede pagar un monto total al año. Además beneficia al propietario ya que por el momento no va a obtener ventas mayores a \$ 60 mil dólares, por lo tanto no tiene que realizar declaraciones del IVA ni del Impuesto a la Renta evitando la compra de formularios y la contratación de terceros para la declaración, además por cada empleado que contrate y se afilie al IESS otorgará un 5% de descuento.

#### **Condiciones para sacar el RISE:**

- ✓ Ser persona natural
- ✓ No tener ingresos mayores a USD 60,000 en el año, o si se encuentra bajo relación de dependencia el ingreso por este concepto no supere la fracción básica del Impuesto a la Renta gravada con tarifa cero por ciento (0%) para cada año.

- ✓ No dedicarse a alguna de las actividades restringidas
- ✓ No haber sido agente de retención durante los últimos 3 años.

**Requisitos para sacar el RISE:**

- ✓ Presentar el original y copia de la cédula de identidad o ciudadanía
- ✓ Presentar el último certificado de votación
- ✓ Presentar original y copia de una planilla de agua, luz o teléfono, o contrato de arrendamiento, o comprobante de pago del impuesto predial, o estado de cuenta bancaria o de tarjeta de crédito (de los 3 últimos meses).
- ✓ Las personas naturales nacionales o extranjeras que ejerzan actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales a excepción de los artesanos calificados por la Junta Nacional de Defensa del Artesano deben presentar el original y copia del pago de la patente municipal.

**Pasos para obtener el RISE**

- ✓ Con los documentos a la mano, acercarse a las ventanillas de atención al contribuyente del SRI más cercano.
- ✓ El trámite no tiene valor alguno, y se puede hacer la preinscripción vía online y culminar el proceso en la ventanillas autorizadas, con lo cual se agiliza el trámite en la página [www.sri.gob.ec](http://www.sri.gob.ec)

**Nota:** Sólo se puede llenar por una sola ocasión la solicitud de preinscripción en línea ya que la información se la almacenará en una base temporal. Aquí se pedirá información sobre datos generales, del domicilio, del colegio profesional e información de los establecimientos. Completado el formulario en línea y enviado al SRI, se debe imprimir el PDF que se generará como una medida de constancia de la preinscripción y el cual se debe llevar al momento de culminar el proceso en el SRI.

La vigencia de los documentos deben ser de los últimos tres meses a la fecha de inscripción del RISE.

### **B. Obtención de la Patente municipal**

La patente municipal es un documento obligatorio que todas la personas que se dedique a un actividad economica deben obtener, sean personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras y el pago de este documento debe ser de forma anual.

#### **Requisitos:**

- ✓ Formulario de solicitud y declaración de patentes (especie valorada)
- ✓ Copia de la ultima declaración del Impuesto a la Renta, IVA o Último pago del RISE (según el caso).
- ✓ Certificado de no adeudar al municipio
- ✓ Copia del RUC actualizado
- ✓ Informe del uso de suelo y factibilidad emitido por Control Urbano y Calidad Ambiental (según actividad).
- ✓ Original y copia de permiso actualizado del cuerpo de Bomberos.
- ✓ Copia de contrato de arrendamiento en caso de locales arrendados.
- ✓ Copia de cédula y certificado de votación del último proceso electoral.
- ✓ Copia de la carta del pago del Impuesto Predial del año en curso.

Este documento se obtiene dentro de 2 dias hábiles en la Dirección Financiera – Rentas T6 del municipio.

### **C. Informe de Uso de Suelo**

El informe de uso de suelo es un documento necesario para obtener la patente municipal, lo cual certifica que el establecimiento es adecuado para el funcionamiento de la microempresa.

#### **Requisitos:**

- ✓ Solicitud dirigida al Director de Planificación con 1 Timbre (\$2,50).
- ✓ Copia del pago del Impuesto Predial del año en curso.
- ✓ Copia de escritura debidamente registrada en el registro de la propiedad o contrato de arrendamiento.
- ✓ Certificado de no adeudar al municipio actualizado del solicitante.
- ✓ Copia de la cédula y certificado de votación del solicitante.
- ✓ Croquis de la distribución del mobiliario y maquinaria dentro del local.

**Nota:** Se debe coordinar a inspección y en caso de aglomeración de personas detallar el croquis y señalar principales accesos y salidas de emergencia.

### **D. Certificado de seguridad del cuerpo de Bomberos**

Es un documento emitido por el cuerpo de bomberos de la ciudad o del cantón, a través de la cual se revisan que las seguridades del establecimiento estén adecuadas para las personas y que esté libre de riesgos materiales o humanos.

- ✓ Llenar la solicitud de inspección y fijar una fecha de visita a local o negocio.
- ✓ Informe de inspección
- ✓ Certificado de funcionamiento

El tiempo de emisión de este documento dentro de 10 días laborables.

### **E. Permiso Sanitario**

Es un documento emitido para todos los productos de uso y consumo humano que serán fabricados o comercializados dentro en el país.

#### **Requisitos:**

- Copia de la cédula de ciudadanía a color
- 2 fotografías tamaño carnet
- Examen médico
- Solicitud de permiso de funcionamiento
- Inspección y verificación física de los requisitos técnicos y sanitarios
- Entrega del informe final
- Estudio y emisión del permiso de funcionamiento, el cual tiene vigencia de un año.

### **F. Emisión de Permisos de Funcionamiento**

Es un documento otorgado por la ARCSA a las entidades dependientes a control y vigilancia sanitaria que cumplen con todos los requisitos para el funcionamiento.

#### **Requisitos:**

- ✓ Registro único de contribuyentes/RISE
- ✓ Patente Municipal que es el permiso obligatorio para el ejercicio de una actividad económica habitual.
- ✓ Permiso sanitario para el funcionamiento

### **6.11. CONSTITUCIÓN LEGAL**

#### **Nombre Razón Social**

El nombre de la microempresa será: **“HEALTHY-CHAMPIÑONES”**

**Base Legal para la constitución de la empresa**

Se constituirá como Persona Natural no obligada a llevar contabilidad, debido a que es familiar y no tendrá socios. Todos los derechos y obligaciones la ejercerá a título personal la propietaria del emprendimiento, otra de las ventajas de esta constitución es que es más sencilla, rápida, sin mayor trámite y la documentación requerida es mínima, además no se requiere de mucha inversión.

**Domicilio:** la microempresa estará domiciliado en la comunidad Casco Valenzuela específicamente, parroquia San Pablo, cantón Otavalo, Provincia de Imbabura, Ecuador.



## CAPÍTULO VII

### 7. IMPACTOS

#### 7.1. PRESENTACIÓN

En este capítulo se analizará los efectos positivos y negativos que producirá la creación de la microempresa productora y comercializadora de champiñones orgánicos, dentro de los cuales se ha identificado considerar el impacto ambiental y el impacto económico.

Con el fin de establecer ventajas y desventajas para la puesta en marcha del emprendimiento se realizó una matriz de valoración con una escala del 1 al 3 negativos y positivos. Para realizar los debidos análisis de los impactos para luego concluir con un análisis general de cada impacto.

**Tabla 83:** Matriz de valoración de Impactos

<b>Positivo</b>	<b>Nivel</b>
<b>3</b>	Alto
<b>2</b>	Medio
<b>1</b>	Bajo
<b>Negativo</b>	<b>Nivel</b>
<b>-1</b>	Bajo
<b>-2</b>	Medio
<b>-3</b>	Alto

**Elaborado por:** La Autora

Mediante la siguiente fórmula se analizará los impactos que producirá el proyecto.

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\text{Sumatoria Total}}{\text{Número de Indicadores}}$$

## 7.2. OBJETIVOS

### 7.2.1. Objetivo General

Identificar el impacto económico y ambiental que genere la gestión del emprendimiento, con el fin de mitigar los efectos negativos y potencializar los positivos.

### 7.2.2. Objetivos Específicos

- ✓ Establecer parámetros de valoración de impactos en base a una escala.
- ✓ Analizar impactos positivos y negativos que provoque el poner en marcha el emprendimiento, para potenciarlos o reducirlos.
- ✓ Identificar el impacto económico que el emprendimiento puede causar tanto para el propietario como para el país.

## 7.3. IMPACTO AMBIENTAL

Para el análisis del impacto ambiental se consideró los siguientes factores que de alguna u otra manera producen impactos ya sean positivos o negativos y son los siguientes: proceso productivo ya que se debe analizar si en alguno de sus procesos afectará al ambiente, manejo de desechos tóxicos, contaminación ambiental con residuos de producción y finalmente el uso de las fundas plásticas en los cultivos.

**Tabla 84:** Cuadro de Análisis de Impacto Ambiental

Impactos	Negativos				Positivos			Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Factores								
Proceso productivo						X		2
Manejo de desechos tóxicos							X	3
Contaminación Ambiental con residuos de producción						X		2
Uso de fundas plásticas en el cultivo				X				-1
<b>Total</b>								<b>6</b>

Elaborado por: La Autora

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\text{Sumatoria Total}}{\text{Número de Indicadores}}$$

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{6}{4} = 1,5$$

**Nivel de Impacto**= 1,5 = 2 Medio Positivo

- ✓ **Proceso Productivo:** A este factor se le dio un valor de 2 positivo lo que significa una ventaja para el emprendimiento, debido a que en ninguno de sus procesos productivos afecta realizan manipulaciones que afecten al ambiente ni al ser humano.
- ✓ **Manejo de desechos tóxicos:** En ningún momento el emprendimiento utilizará desechos tóxicos por lo tanto se le da un valor de 3 que significa un impacto alto positivo.
- ✓ **Contaminación Ambiental con residuos de producción:** Los residuos que genere el emprendimiento no afectan al ambiente más bien sirven de abono para algún otro cultivo como papa, cebada, entre otros ya que el compuesto es de desechos vegetales. Por lo tanto se le da una valoración de 2 medio positivo.
- ✓ **Uso de fundas plásticas en el cultivo:** Se le dio una valoración de -1, debido a que se utilizan fundas para el compuesto que sirve de base para el cultivo, pero una vez terminado la producción no se puede reutilizar por lo tanto, puede afectar en un grado muy bajo al ambiente.

### **Análisis:**

Por ser un emprendimiento agrícola genera impactos ambientales ya sea en un mínimo grado, con las variables ambientales detalladas anteriormente se analizó y se obtuvo como resultado un nivel de impacto 1,5 medio positivo, considerando que afecta en poco grado al ambiente dando una ventaja al emprendimiento de los champiñones, ya que la producción es 100% natural en la cual se utiliza el compuesto orgánico de

desechos vegetales como base para cultivar. Además, no se utilizan ningun producto tóxico adicional en la preparación del compuesto ni en el cultivo ya que el producto es dirigido para consumo humano. Por lo tanto, el impacto ambiental que produce la creación de la microempresa productora y comercializadora de champiñones será muy bajo. En cuanto al uso de funda en el cultivo el impacto se le dio un valor medio negativo porque una vez cultivado no se puede reutilizar para nuevo cultivos.

#### 7.4. IMPACTO ECONÓMICO

Para el análisis del impacto económico se tomó en cuenta los siguientes factores: Obtención de Ingresos, mejores condiciones de vida, rentabilida en el proyecto, generación de fuentes de empleo y estabilidad laboral, los cuales ayudarán a analizar que tipo de impacto producirá el emprendimiento.

**Tabla 85:** Cuadro de análisis de Impacto Económico

Impactos	Negativos				Positivos			Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Factores								
Obtención de Ingresos						X		2
Mejores condiciones de vida							X	3
Rentabilidad del Proyecto						X		2
Generación de fuentes de Empleo							X	3
<b>Total</b>								<b>10</b>

Elaborado por: La Autora

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\text{Sumatoria Total}}{\text{Número de Indicadores}}$$

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{10}{4} = 2,50$$

Nivel de Impacto= 2,50 Medio positivo

- ✓ **Obtención de Ingresos:** Con la puesta en marcha del emprendimiento generará ingresos principalmente para el emprendedor como para el sector, por lo cual se le da un valor de 2 positivo.

- ✓ **Mejores Condiciones de Vida:** La empresa va a comercializar un producto delicioso y nutritivo que aporta nutrientes para una buena alimentación de los consumidores, lo cual le da ventaja y por ende se le da una ponderación de 3 positivo.
- ✓ **Rentabilidad del proyecto:** Ya que el producto es exótico y se comercializa a precios razonables, si el proyecto marcha bien generará rentabilidad para cubrir con las deudas y para mejorar las condiciones de vida del consumidor y se le da una valoración de 2 positivo.
- ✓ **Generación de fuentes de empleo:** Se le da una valoración de 3 positivo ya que con la creación del emprendimiento y puesta en marcha se generará una fuente de empleo, si marcha perfecto se generará otra fuente de empleo en la parte de comercialización y ventas. En un futuro dependiendo del incremento de la demanda se incrementará más personal en el área de producción.

#### **Análisis:**

Se obtuvo como resultado 2,5 lo que significa un impacto medio positivo, debido a que con el producto que oferta mejorará la calidad de vida de los consumidores, además generará fuentes de empleo para las personas del sector mejorando las condiciones de vida. Por otra parte el producto presenta un precio razonable y generará ingresos debido a que será producido orgánicamente y presenta muchos contenidos nutricionales. Además la creación del emprendimiento dinamizará la economía de la comunidad, de la parroquia y con el crecimiento en el futuro al país.

## CONCLUSIONES

- ✓ De acuerdo a los cálculos realizados en el presupuesto operacional es conveniente realizar el proyecto ya que en el primer año se obtiene ingresos por venta de 18.392,87 dólares los cuales logran cubrir con los egresos, generando una utilidad neta de 1.974,84 dólares.
- ✓ La inversión de 3.720,11 dólares que será financiado con capital propio, se recupera en un año/tres meses, ya que en el primer año solo se recupera el 68% del monto invertido, a pesar de que siempre se produce por encima del punto de equilibrio de 429 bandejas.
- ✓ En el estudio técnico se concluye que la localización óptima resultó en la comunidad de Casco Valenzuela ubicada en la parroquia San Pablo debido a la cercanía de la materia prima y de la existencia del volumen de consumidores que es el principal factor para la producción. También se estableció el proceso de producción óptimo ya que se producirá en escala.
- ✓ Con la investigación de campo realizada se pudo comprobar que existe una demanda potencial de 1580 bandejas de champiñones de 230 gr. ,mensuales eso incluye a la población Otavaleña y locales de comida de la ciudad. En cuanto a la oferta se determinó que es de 715 bandejas mensuales y lo distribuyen a través de supermercados de la ciudad, dando como resultado la demanda insatisfecha de 865 bandejas justificando y sustentando la creación de la microempresa.
- ✓ El precio establecido para la venta es de \$3,00 por bandeja de 230 gramos y está en el rango de aceptación de los consumidores, además se ofrecerá el producto a domicilio a fin de diferenciarse de la oferta actual, cuyo precio medio es de \$2,90.
- ✓ El emprendimiento genera impactos económicos positivos, ya que genera dos puestos de trabajo y a la vez ingresos por la venta contribuyendo a la economía local.

En cuanto al impacto ambiental positivo el champiñón es producido con restos del cultivo y son libres de sustancias tóxicas, solo genera impactos negativos debido al uso de fundas plásticas que no son reutilizables, al respecto se tomarán medidas para para minimizar efectos dañinos.

- ✓ Mediante la planificación estratégica se pudo definir la estructura organizativa del proyecto en la que se establecieron la misión, visión, políticas y aspectos legales que ayudarán en el direccionamiento de la microempresa.
- ✓ Mediante el diagnóstico situacional se comprobó que la parroquia San Pablo tiene un clima adecuado para el cultivo de los champiñones que oscila entre 12° a 19°C, además se determinó que se puede garantizar la materia prima suficiente para el compuesto base para suministrar de forma estable a la microempresa.

## RECOMENDACIONES

- ✓ Se recomienda que se realice la inversión de la microempresa, ya que los resultados del presupuesto operacional muestran que se recupera un año tres meses. Al respecto se recomienda ampliar la oferta a la población y restaurantes de la ciudad de Ibarra, debido a que es más dinámica a fin de asegurar mayores niveles de venta e incidir en una recuperación de la inversión más rápida.
- ✓ Se sugiere realizar una investigación sobre la aceptabilidad del producto unos 8 meses después de la puesta en marcha, para mantenerse al tanto de los cambios que surjan en el mercado e ir mejorando las estrategias de comercialización, la presentación, la calidad y el precio, mediante promociones a fin de ir mejorando el posicionamiento en el mercado.
- ✓ Se recomienda que en los primeros meses se apliquen estrategias de precios a fin de posicionar el producto y captar más clientes, otorgando promociones o descuentos por las compras en volumen.
- ✓ Establecer un plan de mitigación de desechos para las fundas de plástico de la siembra, las cuales serán vendidas en recicladoras; a pesar de no usar productos tóxicos, establecer estrategias para el manejo adecuado del cultivo de champiñones.
- ✓ Aprovechar los desechos naturales existentes de la agricultura en la región lo que permite cultivar y la obtención un producto de calidad. A la vez beneficiarse que está surgiendo la cultura de una alimentación sana para dar a conocer el producto.
- ✓ Velar por cumplir las pautas sobre la creación y organización de la microempresa investigados en el presente estudio para un adecuado funcionamiento de la microempresa, al igual que los objetivos y metas con la finalidad de no perder el direccionamiento del giro del negocio.



## BIBLIOGRAFÍA:

- ✓ Alimentossnob. (08 de Octubre de 2017). *alimentossnob.com*. Obtenido de <http://alimentossnob.com/nosotros/>
- ✓ Aranda Software. (25 de Septiembre de 2017). <http://arandasoft.com/beneficios-de-la-responsabilidad-ambiental-empresarial/>. Obtenido de <http://arandasoft.com/beneficios-de-la-responsabilidad-ambiental-empresarial/>
- ✓ Ardón López, C. E. (Octubre de 2007). Obtenido de [http://www.innovacion.gob.sv/inventa/attachments/article/2043/07\\_1932.pdf](http://www.innovacion.gob.sv/inventa/attachments/article/2043/07_1932.pdf)
- ✓ Arroyo Tovar, R. (2012). *Habilidades gerenciales: desarrollo de destrezas, competencias y actitud*. Ecoe Ediciones.
- ✓ Baca Urbina, G. (2014). *Evaluación de Proyectos. Quinta Edición*. México: McGraw-Hill/Interamerica Editores S.A.
- ✓ Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la investigación: administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Colombia: Pearson Educación.
- ✓ Biofábrica. (2013). [www.biofabrica.com.mx/blog/](http://www.biofabrica.com.mx/blog/). Obtenido de [www.biofabrica.com.mx/blog/](http://www.biofabrica.com.mx/blog/?p=1228): <http://www.biofabrica.com.mx/blog/?p=1228>
- ✓ Cepa Producción. (2012). [www.cepaproduccion.com](http://www.cepaproduccion.com). Obtenido de <http://www.cepaproduccion.com/content/about.php>
- ✓ *Constitución de la República del Ecuador*. (2008). Quito.
- ✓ Corporación Favorita C.A. (08 de Octubre de 2017). [www.corporacionfavorita.com](http://www.corporacionfavorita.com). Obtenido de <http://www.corporacionfavorita.com/portal/es/web/favorita/historia;jsessionid=A47C22BEE5C436BAFB64E47979650B99>
- ✓ Definicion.mx. (30 de Septiembre de 2017). *definicion.mx*. Obtenido de <https://definicion.mx/recursos/>
- ✓ Díaz, M. C., Parra, R., & López, L. M. (2012). *Presupuestos: Enfoque para la planeación financiera. Primera Edición*. Colombia: Pearson Educación.
- ✓ Ecoagricultor. (17 de Mayo de 2013). [www.ecoagricultor.com](http://www.ecoagricultor.com). Obtenido de <http://www.ecoagricultor.com/beneficios-nutricionales-de-los-champinones/>
- ✓ El comercio. (05 de Junio de 2017). Las empresas aumentan estrategias verdes a favor del ambiente. *El Comercio*.
- ✓ Fernandez Michel, F. (Febrero de 2005). [www.grupofungitech.com](http://www.grupofungitech.com). Obtenido de [www.grupofungitech.com](http://www.grupofungitech.com): <http://www.grupofungitech.com/manual2.pdf>
- ✓ Flores Uribe, J. A. (2015). *Proyectos de Inversión para las PYME: Creación de empresas*. Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.

- ✓ Freire, Alvarez, H. E., & Vásquez; Fernandez, W. H. (2015). *dspace.ups.edu.ec*. Obtenido de [dspace.ups.edu.ec: http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/7796/1/UPS-CT004646.pdf](http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/7796/1/UPS-CT004646.pdf)
- ✓ Fuentelsaz Gallego, C., & Icart Isern, T. (2007). *Elaboración y presentación de un proyecto de investigación y una tesina*. Barcelona - España: Universitat Barcelona.
- ✓ Gaitán Hernández, R. (Agosto de 2017). *www.inecol.mx*. Obtenido de <http://www.inecol.mx/inecol/index.php/es/ct-menu-item-25/ct-menu-item-27/484-cultiva-hongos-comestibles>
- ✓ Germán. (29 de Septiembre de 2015). *es.slideshare.net*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/ByGerman/tipos-de-emprendimiento-53309215>
- ✓ Gonzales Navarro, N., Lopez Parra, M. E., Aceves López, J., Celaya Figueroa, R., & Beltrán Fraijo, N. (2013). *www.itson.mx/*. Obtenido de [http://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no56/estudio\\_financiero.pdf](http://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no56/estudio_financiero.pdf)
- ✓ Gonzales, M. (24 de Noviembre de 2017). *www.gestiopolis.com*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/definicion-presupuesto-tipos/>
- ✓ GUERRA, M. E. (2013). *www.tes.com*. Obtenido de <https://www.tes.com/lessons/bVddSNZ5LRRV7A/unidad-1-la-observacion-como-metodo-de-investigacion>
- ✓ HERNANDEZ ALVARADO, J., & LANDAZURI, A. (2006). *CORRIENTES METODOLÓGICAS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN*. IBARRA: NINA Comunicaciones.
- ✓ Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio , P. (2004). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill/Interamericana Editores S.A.
- ✓ Invedelca S.A. (22 de Septiembre de 2017). *www.guiipi.org*. Obtenido de <http://www.guiipi.org/>
- ✓ Isan, A. (30 de Septiembre de 2017). *www.ecologiaverde.com/*. Obtenido de <https://www.ecologiaverde.com/la-importancia-de-la-responsabilidad-ambiental-en-las-empresas-210.html>
- ✓ Kennet C.A. (27 de Octubre de 2017). *www.kennet.com.ec*. Obtenido de [http://www.kennet.com.ec/paginas/00\\_empresa.html](http://www.kennet.com.ec/paginas/00_empresa.html)
- ✓ Kloter, P., & Amstrong, G. (2012). *MARKETING*. México: PEARSON Education.
- ✓ Lizarazo Beltrán, M. (24 de Agosto de 2010). *progresonetwork.ning.com*. Obtenido de <http://progresonetwork.ning.com/profiles/blogs/jovenes-emprendedores>

- ✓ Magill, J., Meyer, R., & Development Alternatives Inc. (Marzo de 2005). *Microempresas y Microfinanzas en Ecuador*. Obtenido de <http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/381/File/MICROEMPRESAS%20Y%20MICROFINANZAS%20EN%20EL%20ECUADOR.pdf>
- ✓ MARTÍNEZ RUIZ, H., & ÁVILA REYES, E. (2010). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN*. Cengage Learning.
- ✓ MAYTA, I. (21 de Marzo de 2013). *www.prezi.com*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/yvan66/3-mtodo-lgicoinductivo-17455858>
- ✓ MENDEZ, R., & SANDOVAL, F. (2017). *INVESTIGACIÓN: Fundamentos y Metodología*. México: PEARSON EDUCATION.
- ✓ Mercola, J. (13 de Mayo de 2013). *espanol.mercola.com*. Obtenido de <http://espanol.mercola.com/boletin-de-salud/beneficios-de-los-hongos.aspx>
- ✓ Monteros, E. (2011). *Gestión microempresarial: Cómo administrar con éxito una Microempresa*. Ibarra: Universidad Técnica del Norte Ediciones.
- ✓ Moreno Castro, T. F. (2012). *EMPRENDIMIENTO Y*. México: RIL editores.
- ✓ Narváez Camacho, J. C. (24 de Noviembre de 2017). *es.scribd.com/*. Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/176691183/Demanda-Potencial-Insatisfecha>
- ✓ Padilla Córdoba, M. (2015). *Formulación y evaluación de proyectos*. Colombia: Ecoe Ediciones.
- ✓ Palacios Acero, L. (2012). *Estrategias de creación empresarial*. Ecoe Ediciones.
- ✓ Palladino, E. (2014). *Administración y gestión de proyectos*. Espacio Editorial.
- ✓ Pelayo, M. (08 de Abril de 2010). *www.consumer.es*. Obtenido de <http://www.consumer.es/seguridad-alimentaria/ciencia-y-tecnologia/2010/04/08/192233.php>
- ✓ Pérez, O. (24 de Mayo de 2016). *blog.peoplenext.com.mx*. Obtenido de <http://blog.peoplenext.com.mx/importancia-de-la-gestion-de-talento-humano-en-la-empresa>
- ✓ Plan de Ordenamiento Territorial Otavalo. (15 de 03 de 2015). *www.app.sni.gob.ec*. Obtenido de [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL\\_SNI/data\\_sigad\\_plus/sigadplusdocumentofinal/1060000500001\\_DOCUMENTO%20FINAL%20PDOT%20OTAVALO\\_15-03-2015\\_19-55-15.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1060000500001_DOCUMENTO%20FINAL%20PDOT%20OTAVALO_15-03-2015_19-55-15.pdf)
- ✓ Planificación y Ordenamiento Territorial San Pablo ( PDOT). (27 de 10 de 2015). <http://app.sni.gob.ec/>. Recuperado el 26 de 10 de 2017, de [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL\\_SNI/data\\_sigad\\_plus/sigadplusdocumentofinal/1060014720001\\_PDOT%20SAN%20PABLO\\_27-10-2015\\_11-33-45.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1060014720001_PDOT%20SAN%20PABLO_27-10-2015_11-33-45.pdf)

- ✓ POSSO YEPEZ, M. A. (2013). *Proyectos, Tesis y Marco Lógicos: Planes e Informes de Investigación*. QUITO: Editorial Nación.
- ✓ Prieto Herrera, J. E. (2014). *Proyectos: enfoque gerencial (4a. ed.* Ecoe Ediciones .
- ✓ Prieto Sierra, C. (2014). *EMPRENDIMIENTO: Conceptos y Plan de Negocios*. México: PEARSON Educación.
- ✓ Revista Lideres. (2015). Invedelca lleva más de tres décadas en el cultivo de champiñones. *Lideres*.
- ✓ Ricón Soto, C. A. (2011). *Presupuestos empresariales. Primera edición*. Colombia: Ecoe ediciones.
- ✓ Rojas López, M. (2011). *Evaluación de proyectos para ingenieros*. Colombia: Ecoe Ediciones.
- ✓ Salinas Sánchez, J. M. (2013). *Empresa e iniciativa emprendedora*. McGraw-Hill España.
- ✓ Sánchez Fernández, M. D. (2014). *Apoyo administrativo a la gestión de recursos humanos*. España: Editorial CEP, S.L.
- ✓ Sapag Chaín, N. (2007). *Proyectos de inversión: Formulación y evaluación*. Chile: PEARSON Educación.
- ✓ Sapag Chaín, N., & Sapag Chaín, R. (2014). *Preparación y evaluación de proyectos. 5ta. Edición*. México: McGraw-Hill/Interamericana.
- ✓ Schnarch Kirbeng, A. (2014). *Emprendimiento exitoso: cómo mejora de su proceso y gestión*. Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.
- ✓ Toro López, F. J. (2016). *Costos ABC y presupuestos herramientas para la productividad*. Ecoe Ediciones.
- ✓ Uribe Macías, M. E., & Reinoso Lastra, J. (2013). *Emprendimiento y Empresarismo: Diferencias, conceptos, cultura emprendedora, idea y proyecto de empresa*. Colombia: Ediciones de la U.
- ✓ Vargas Belmonte, A. (2013). *Marketing y plan de negocio de la microempresa*. España: IC Editorial.
- ✓ Welsch, G. (2005). *Presupuestos: planificación y control. Sexta Edición*. México: Pearson Educación.
- ✓ [www.emprendepyme.net](http://www.emprendepyme.net). (24 de Noviembre de 2017). [www.emprendepyme.net](http://www.emprendepyme.net). Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/presupuesto-operativo.html>
- ✓ [www.sri.gob.ec](http://www.sri.gob.ec). (24 de Noviembre de 2017). [www.sri.gob.ec](http://www.sri.gob.ec). Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/32>

# ANEXOS

## Anexo 1: Encuesta aplicada a la población Otavaleña

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS (F.A.C.A.E)**  
**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**



ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN DEL CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA. TODA INFORMACIÓN OBTENIDA MEDIANTE ESTE INSTRUMENTO ES CONFIDENCIAL.

**Objetivo:** Determinar el grado de aceptabilidad de los champiñones orgánicos en el cantón Otavalo, Provincia de Imbabura.

**Instrucciones:** Marque con una x la respuesta que usted considere conveniente

**14. ¿Consume usted champiñones?**

SI  NO

**15. ¿Dónde adquiere usted los champiñones?**

- Supermercados  
 Mercados  
 Comisariato  
 Directamente del agricultor  
 Ninguna de las anteriores

**16. ¿Qué tipo de presentación de champiñones prefiere?**

- 150 a 200 gr  
 210 a 250 gr  
 260 a 300 gr  
 310 a 350 gr  
 360 a 400 gr o más

**17. ¿Con qué frecuencia adquiere los champiñones?**

- Diario  
 Semanal  
 Mensual

**18. ¿La calidad de los champiñones que usted adquiere actualmente es?**

- Muy Bueno  
 Bueno  
 Regular  
 Ninguna de las anteriores

**19. ¿Qué aspectos toma en cuenta para adquirir los champiñones?**

- Precio

- Calidad
- Presentación
- Marca
- Tamaño

**20. ¿Le gustaría adquirir champiñones blancos cultivados orgánicamente?**

- SI  NO

**21. ¿Qué cantidad de champiñones en presentación de 260 gr a 300 gr promedio, estaría dispuesto a adquirir semanalmente?**

- Una bandeja de 260 gr a 300 gr semanalmente
- dos bandejas de 260 gr a 300 gr semanalmente
- Tres bandejas de 260 gr a 300 gr semanalmente

**22. ¿En qué presentación le gustaría adquirir los champiñones?**

- Bandejas
- Envase de vidrio
- Fundas
- Latas  Otros
- ¿Cuáles? \_\_\_\_\_

**23. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la presentación de 260 gr a 300 gr de champiñones?**

- De \$2,00 - \$3,00
- De \$2,50 - \$3,50
- De \$4 - \$5 o más

**24. ¿Por qué medios desearía conocer el producto?**

- Redes Sociales
- Prensa
- Radio
- Tv
- Todas las anteriores

**25. ¿En dónde desearía adquirir los champiñones?**

- Venta a domicilio
- Mercados
- Supermercados

**¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN! ☺**

**Anexo 2:** Entrevistas a Ingenieros agrónomos expertos en el cultivo de champiñones

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS (F.A.C.A.E)**  
**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**ENTREVISTA DIRIGIDA A UN INGENIERO AGRÓNOMO CON EXPERIENCIA  
EN CULTIVO DE CHAMPIÑONES ORGÁNICOS**

**Objetivo:** Determinar las estrategias más adecuadas para el cultivo de champiñones orgánicos y el cuidado del mismo

**Cuestionario:**

8. ¿Qué tipo de suelo se requiere para el cultivo de champiñones?
9. ¿Cuál es el clima adecuado para el cultivo de champiñones?
10. ¿Qué sistema de cultivo es adecuado utilizar?
11. ¿Qué productos orgánicos utilizar para prevenir las enfermedades en los champiñones?
12. ¿Cuál es el tiempo adecuado para la cosecha y con qué herramientas cosecharlo?
13. ¿Cuál es el tiempo máximo de conservación una vez empaquetado?
14. ¿Cuáles son los medios óptimos para comercializar los champiñones?
15. ¿Cuál es la importancia de producir champiñones con productos orgánicos?





**17. ¿Cómo califica la calidad de la oferta de champiñones actual?**

- Mala  
 Regular  
 Buena

**18. ¿Usted está de acuerdo que se cree una microempresa productor y comercializadora de champiñones orgánicos en la parroquia San Pablo?**

- SI  NO

**19. ¿Cuántas bandejas de 230 gr de champiñones estaría dispuesto a adquirir semanalmente?**

- 1 a 2  
 3 a 4  
 5 o más

**20. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la bandeja de 230 gr de champiñones?**

- \$1,80 a \$2,30  
 \$2,40 a \$2,80  
 \$2,90 a \$3,50

**¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN! ☺**

**Anexo 4:** Ficha de observación aplicada a los supermercados

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**(F.A.C.A.E)**  
**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

FICHA DE OBSERVACIÓN DIRIGIDA A EMPRESAS COMO SUPERMERCADOS,  
 COMISARIATOS, TIENDAS DE ABASTOS Y DISPENSAS DEL CANTÓN  
 OTAVALO.

**Objetivo:** Determinar la oferta actual de los champiñones, calidad, precio; así como de otra información de relevancia.

**Instrucciones:** Valore la oferta de champiñones en la escala del 1 al 5 siendo (1= Malo; 2= Regular; 3= Buena; 4= Muy Bueno; 5=Excelente) en cada categoría.

**Nombre de la Empresa visitada:**

\_\_\_\_\_

**Dirección:**

\_\_\_\_\_

**Fecha:** \_\_\_\_\_

**1. Variedad de champiñones que oferta**

Detalle	Oferta	No oferta
Champiñones blancos ( <i>Agaricus bisporus</i> )		
Champiñones Ostra blancas ( <i>Pleurotus ostreatu</i> )		
Champiñones Ostra rosas ( <i>Pleurotus ostreatu</i> )		
Champiñones blancos (Portobelo)		

**2. Marca de champiñones que comercializa**

Detalle	comercializa	No comercializa
CEPA (Empresa CepaProducciones S.A.)		
GUIPI (Empresa Invedelca S.A.)		
KENNET (Empresa Kennet C.A.)		
SNOBO (Empresa Sipia S.A)		
Corporación la Favorita C.A.		



### Anexo 5: Fotografías del Proceso de Producción



## Anexo 6: PROFORMAS

**PROFORMA****FERRETERÍA SIÓN**

**SAN PABLO DEL LAGO – OTAVALO**  
**Teléfono: 2919-440 / 0991558991**

CANT.	DETALLE	PRECIO UNITARIO
1	Pala	\$12,50
1	Espátula	\$1,75
1	Tina grande plástico	\$30,00
1	Estilete	\$2,50
1	Rollo de piola de uvilla (100 m)	\$5,00
	Plástico (a metro)	\$1,50
1	Chisquete	\$2,00
1	Tanque de Gas	\$60,00

FERRETERIA  
 "SION"  
 FERNANDEZ FARINANGO PEDRO  
 San Pablo- Eugenio Espejo y Federico Páez  
 RUC 1002214031001

**METÁLICAS FLORES****PROFORMA**

Descripción	Unidad de medida	Precio Unitario
Cocina industrial de 3 quemadores	Unidad	\$ 148,00
Balanza electrónica	Unidad	\$ 70,00
Etiquetadora	Unidad	\$ 180,00
Estantería económica	Unidad	\$ 50,00





## CREDITOS ECONOMICOS PROFORMA



Descripción	Valor
Premier 100 litros Mini Bar para oficina (Frigobar)	\$200,00
Pago	Al contado



Descripción	Valor
Refrigeradora Mabe 400 litros con dispensador de agua (Not Frost Inox Acero)	\$500,00
Pago	5 cuotas de \$100,00 mensuales



Descripción	Valor
Escritorio	\$30
Silla	\$15
Mesa de madera	\$15



**VENTA - REPARACIÓN - MANTENIMIENTO - SUMINISTROS**  
 Computadores - Portátiles - Multifunciones - Monitores - TV's - LED's - LCD's  
 Impresoras - Tintas - Toners - CD's - DVD's - Papelería - Accesorios

TEL: 2924721 - 2925823  
 0992127485 - 0999508946

DIRECCION: BOLIVAR 1520 Y NEPTALI ORDOÑEZ ( A 1/2 CUADRA DEL REDONDEL DE LOS DANZANTES) OTAVALO - ECUADOR

**EQUIPOS COMPLETOS ULTIMA GENERACION****MARZO**

NUMERO	DESCRIPCION	VAL. SIN IVA	TOTAL CON IVA
	<b>653,68</b>	<b>655,20</b>	<b>733,82</b>
	Procesador <b>INTEL G 4400 3,3GHZ</b> MB Gigabyte GA H110M-H LGA1151 /1600MHZ-VSR Memoria RAM con <b>4 GB</b> DDR4 Disco duro de 500GB SATA / 7200RPM Tarjeta de red LAN-Sonido y Video acelerador integrado DVD writer (lector y grabador de Cd's y Dvd's) Case tipo Torre + Teclado + Mouse + Parlantes MONITOR LED de 20 pulgds. en LG Mesa de computador + Regulador de voltaje Multifuncion Epson L380 (Copiadora-Escaner- Impresora)		
	<b>COMPUTADOR INTEL CORE I3</b>	<b>733,60</b>	<b>821,63</b>
	Procesador <b>INTEL CORE I3-7100 de 3.90ghz</b> MB Gigabyte GA H110M-H LGA1151 /1600MHZ-VSR Memoria RAM con <b>4 GB</b> DDR4 Disco duro de <b>1000 GB</b> SATA / 7200RPM Tarjeta de red LAN-Sonido y Video acelerador integrado Salida de video VGA-HDMI+SLOT PCI EXPRESS DVD writer (lector y grabador de Cd's y Dvd's) Case tipo Torre+ teclado+mouse+parlantes MONITOR LED de 20 pulgds. en LG Mesa de computador + Regulador de voltaje Multifuncion Epson L380 (Copiadora-Escaner- Impresora)		
	<b>COMPUTADOR INTEL CORE I5</b>	<b>812,00</b>	<b>909,44</b>
	Procesador <b>INTEL CORE I5-7400 de 3.50Ghz</b> MB Gigabyte GA H110M-H LGA1151 /1600MHZ-VSR Memoria RAM con <b>4 GB</b> DDR4 Disco duro de <b>1000 GB</b> PULL Tarjeta de red LAN-Sonido y Video acelerador integrado Salida de video VGA-HDMI+SLOT PCI EXPRESS DVD writer (lector y grabador de Cd's y Dvd's) Case tipo Torre+ teclado+mouse+parlantes MONITOR LED de 20 pulgds. en LG Mesa de computador + Regulador de voltaje Multifuncion Epson L380 (Copiadora-Escaner- Impresora)		
	<b>COMPUTADOR INTEL CORE I7</b>	<b>1.030,40</b>	<b>1.154,05</b>
	Procesador <b>INTEL CORE I7- 7700 de 3.60ghz</b> MB Gigabyte GA H110M-H LGA1151 /1600MHZ-VSR Memoria RAM con <b>8 GB</b> DDR4 DISCO DURO DE <b>2000GB</b> BLUE NEW Salida de video VGA-HDMI+SLOT PCI EXPRESS Tarjeta de red LAN-Sonido y Video acelerador integrado DVD writer (lector y grabador de Cd's y Dvd's) Case tipo Torre+ teclado+mouse+parlantes MONITOR LED de 20 pulgds. en LG Mesa de computador + Regulador de voltaje Multifuncion Epson L380 (Copiadora-Escaner- Impresora)		

**DYMECOMPU**  
 VENTA, REPARACION, MANTENIMIENTO  
 DE COMPUTADORES, IMPRESORA  
 ACCESORIOS, SUMINISTROS, TINTA  
 HP - LEXMARK - CANON - EPSON  
 Dir. Bolivar 15-03 y Neptali Ordoñez  
 Tlf. 2924 721 / 2925 823  
 Otavalo - Ecuador



**\$ 227+IVA = \$ 254,24**



**EPSON**

**EcoTank™ L380**  
Imprime · Copia · Escanea

-  Costo de impresión ultra bajo
-  Cable USB GRATIS
-  GARANTÍA 1 AÑO  
Calidad y garantía original Epson

**\$ 256+IVA = \$ 286,72**



**EPSON**

**EcoTank™ L395**  
Inalámbrica · Imprime · Copia · Escanea

-  Imprime rápidamente
-  Imprime o escanea desde tu teléfono inteligente o tableta
-  GARANTÍA 1 AÑO  
Calidad y garantía original Epson

**\$ 307+IVA = \$ 343,84**



**EPSON**

**EcoTank™ L495**  
Inalámbrica · Imprime · Copia · Escanea

-  Imprime rápidamente
-  Imprime o escanea desde tu teléfono inteligente o tableta
-  GARANTÍA 1 AÑO  
Calidad y garantía original Epson

**\$ 378+IVA = \$ 423,36**



**EPSON**

**EcoTank™ L575**  
Inalámbrica · Imprime · Copia · Escanea · Fax · Ethernet

-  Impresión inalámbrica y red Ethernet para grupos de trabajo
-  Fácil impresión con iPad, iPhone, tablets y smartphones
-  Alimentador automático de documentos

GARANTIZADA PARA 50.000 HOJAS DE VIDA  
SERVICIO TECNICO GRATIS TODO EL AÑO  
TINTAS DE REEMPLAZO SUPER ECONOMICAS  
IMPRIME TUS PROPIAS FOTOGRAFIAS  
TU AHORRO EN DINERO ES SUPER ALTO  
EL COSTO DE IMPRESION ES DE \$ 0,001.  
ENTREGA PROBADA E INSTALADA GRATIS

— IMPRIME —  
**6.500** o **4.000**  
PÁGINAS A COLOR PÁGINAS EN NEGRO  
CON EL KIT DE BOTELLAS INCLUIDO

**EPSON**<sup>®</sup>  
EXCEED YOUR VISION

TELF: 062- 2925823  
0992127485  
0999508946

DIRECCION: BOLIVAR 1502 Y NEPTALI ORDOÑEZ  
A MEDIA CUADRA DEL REDONDEL DE LOS DANZANTES  
OTAVALO - ECUADOR



JUAN MONTALVO 622 Y SUCRE | Otavalo, Imbabura, Ecuador

## PROFORMA

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Carpeta archivador	1	\$5,00	\$5,00
Resma de Papel	2	\$3,50	\$7,00
Tinta de impresora	4	\$8,00	\$32,00

N°  Por: \$ 2.10

Recibi de: Sr  Celta N.

La cantidad de: dos dolares con diez centavos dólares americanos

Por concepto de: consumo de agua mes de Noviembre  
casa 2

Pago V. 9 de Diciembre del 2017

Total:	Abono:	Saldo:
--------	--------	--------

FIRMA AUTORIZADA  
C.I. N° 100770017-9



**Anexo 7: Formulario de solicitud de uso de suelo**

GOBIERNO AUTÓNOMO  
DESCENTRALIZADO  
MUNICIPAL DE OTAVALO

**SOLICITUD DE INFORME DE USO DE SUELO (T10)**

DIRECCIÓN DE PLANIFICACIÓN TERRITORIAL Y PROYECTOS

Otavalo, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2017

Arquitecto  
Pedro Manuel Ramírez  
DIRECTOR DE PLANIFICACIÓN (S)  
Presente.-

Por medio del presente, solicito muy comedidamente la emisión del Informe de Uso de Suelo para la actividad correspondiente, de acuerdo a los siguientes datos:

**TIPO DE ACTIVIDAD:**

Nombre de la actividad  
(opcional):

Nombre del propietario  
de la actividad:

Cédula o RUC:

Dirección de la actividad:

Sector:

Clave Catastral (local):

**SÓLO PARA LOCALES CLAUSURADOS**

LOCAL CLAUSURADO:

SÍ (\_\_\_) NO (\_\_\_)

\*Posee una puerta secundaria para el ingreso al local

SÍ (\_\_\_) NO (\_\_\_)

\*Para casos de locales clausurados y que no cuenten con un segundo acceso para el local, los horarios de inspección se coordinarán con la Dirección de Planificación y la Policía Municipal.

Confirmando que tengo conocimiento de los requerimientos básicos que deben cumplirse de acuerdo a la actividad solicitada.

Atentamente,

Firma: \_\_\_\_\_

Nombre: \_\_\_\_\_


Dirección: García Moreno # 505 / Telf: 06 2 920 - 460 / 06 2 924 - 566  
Fax: 06 2 920 - 404 / www.otavalo.gob.ec  
OTAVALO - ECUADOR


Nueva  
**OTAVALO**  
ADMINISTRACIÓN

## GAD MUNICIPAL DEL CANTÓN OTAVALO

**CONSIDERACIONES IMPORTANTES QUE SE DEBEN TOMARSE EN CUENTA PARA LA OBTENCIÓN DEL PERMISO DE USO DE SUELO****ACTIVIDADES Y SERVICIOS EN GENERAL**

1. Pared , piso y techo en buen estado
2. Baterías sanitarias con sus insumos
3. Instalaciones eléctricas con: Canaletas o manguera de protección
4. Instalaciones hidrosanitarias en buen estado
5. Iluminación y ventilación natural
6. Ventilación mecánica, según se requiera será: extractor de olores o ventiladores
7. Señalética: números de emergencia (ECU 911), extintor, botiquín, baño, salida, capacidad del lugar
8. Extintor contra incendios: Más de uno en el caso de locales con mayor número de ambientes.
9. Detector de humo: Más de uno en el caso de locales con mayor número de ambientes.
10. Botiquín de primeros auxilios con insumos
11. Detector de gas: En áreas que cuenten con cilindros de gas
12. Ropa y equipo de seguridad
13. Orden y limpieza del local
14. Tachos de basura (separación de desechos)
15. Equipos de protección y conservación de alimentos: Refrigeradoras, congeladores, vitrinas, etc.
16. Croquis de ubicación del local: Calle principal y referencias del lugar

 GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DE OTAVALO	
<b>DIRECCIÓN PLANIFICACION T10</b> <b>INFORME DE USO DEL SUELO</b>	
<b>Requisitos:</b>	
1	SOLICITUD DIRIGIDA AL DIRECTOR DE PLANIFICACIÓN CON TIMBRE
2	COPIA DEL PAGO DEL IMPUESTO PREDIAL DEL AÑO EN CURSO <i>2018</i>
3	COPIA DE ESCRITURA DEBIDAMENTE REGISTRADA EN EL REGISTRO DE LA PROPIEDAD O CONTRATO DE ARRENDAMIENTO
4	CERTIFICADO DE NO ADEUDAR AL MUNICIPIO ACTUALIZADO, DEL SOLICITANTE
5	COPIA DE LA CÉDULA Y CERTIFICADO DE VOTACIÓN DEL SOLICITANTE
6	CROQUIS DE LA DISTRIBUCIÓN DEL MOBILIARIO Y MAQUINARIA DENTRO DEL LOCAL
NOTA 1: EN CASO DE ESTABLECIMIENTOS CON MAYOR CONCENTRACIÓN DE PERSONAS, DEBERÁ DETALLAR EN EL CROQUIS ADICIONALMENTE EL AFORO (CAPACIDAD OCUPACIONAL) Y SEÑALAR PRINCIPALES ACCESOS Y SALIDAS DE EMERGENCIA.	
NOTA 2: COORDINAR INSPECCIÓN	
<b>Tiempo de Obtención del Resultado:</b>	<b>10 DIAS LABORABLES</b>

 GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DE OTAVALO	
<b>DIRECCION FINANCIERA-RENTAS T6</b> <b>DECLARACIÓN DE PATENTES PARA ACTIVIDADES NUEVAS PERSONAS NATURALES NO OBLIGADAS A LLEVAR CONTABILIDAD</b>	
<b>Requisitos:</b>	
1	FORMULARIO DE SOLICITUD Y DECLARACION DE PATENTE (ESPECIE VALORADA)
2	COPIA DE LA ÚLTIMA DECLARACIÓN DEL IMPUESTO A LA RENTA, IVA O ÚLTIMO PAGO DEL RISE (según el caso)
3	CERTIFICADO DE NO ADEUDAR AL MUNICIPIO
4	COPIA DEL RUC ACTUALIZADO
5	INFORME DE USO DE SUELO Y FACTIBILIDAD EMITIDO POR CONTROL URBANO Y CALIDAD AMBIENTAL (según actividad)
6	ORIGINAL Y COPIA DEL PERMISO ACTUALIZADO DEL CUERPO DE BOMBEROS
7	COPIA DEL CONTRATO DE ARRENDAMIENTO EN CASO DE LOCALES ARRENDADOS
8	COPIAS DE CÉDULA Y CERTIFICADO DE VOTACIÓN DEL ÚLTIMO PROCESO ELECTORAL
9	COPIA DE LA CARTA DE PAGO DEL IMPUESTO PREDIAL DEL AÑO EN CURSO
NOTA 1: CUANDO SE TRATE DE CIUDADANOS EXTRANJEROS ADJUNTAR: COPIAS NOTARIADAS DEL PASAPORTE, VISA DE RESIDENCIA CON EL TIPO DE ACTIVIDAD QUE REALIZA Y CERTIFICADO DE EMPADRONAMIENTO	
NOTA 2: EN LOS CASOS DE CONTAR CON EXONERACIONES POR CALIFICACION ARTESANAL O DISCAPACIDAD, PRESENTAR EL DOCUMENTO PERTINENTE ACTUALIZADO	
NOTA 3: COORDINAR INSPECCION CON LA UNIDAD DE RENTAS	
<b>Tiempo de Obtención del Resultado:</b>	<b>2 DIAS</b>