



*Universidad Nacional de Loja*

*En los tesoros de la sabiduría, está la glorificación de la vida.*

## **ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA**

### **CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TÍTULO:**

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CHAMPIÑONES  
EN LA CIUDAD DE LOJA”**

TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL  
GRADO DE INGENIERO COMERCIAL

**AUTOR:**

**Ángel Edwin Pucha Sánchez**

**DIRECTOR:**

**Ing. Pedro Piedra**

Loja – Ecuador

2013

## **CERTIFICACIÓN**

Ing. Pedro Piedra

**DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE  
LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

**Certifica:**

Que el señor Ángel Edwin Pucha Sánchez, realizó el trabajo de investigación titulado **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CHAMPIÑONES EN LA CIUDAD DE LOJA”**, bajo mi dirección y asesoramiento. En virtud que la tesis reúne los aspectos de fondo y forma exigidos para este tipo de trabajos, autorizo su presentación y sustentación.

Loja, 20 diciembre del 2012



.....  
**Ing. Pedro Piedra**  
**DIRECTOR DE TESIS**

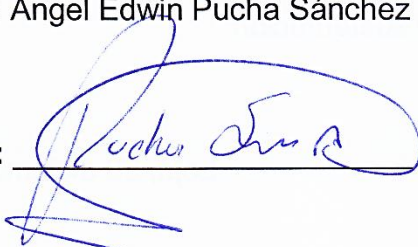
## **AUTORÍA**

Yo Ángel Edwin Pucha Sánchez declaro ser autor del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el Repositorio Institucional-Biblioteca Virtual.

**Autor:** Ángel Edwin Pucha Sánchez

**Firma:**



**Cedula:** 110463147-6

**Fecha:** Loja, 18 de Junio del 2013

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR, PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.

Yo, Ángel Edwin Pucha Sánchez declaro ser autor de la tesis titulada: "PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CHAMPIÑONES EN LA CIUDAD DE LOJA" Como requisito para optar al grado de: Ingeniero Comercial; autorizo al sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 24 días del mes de Junio del dos mil trece, firma el autor.

Firma: 

Autor: Ángel Edwin Pucha Sánchez

Cedula: 104631476

Dirección: San Pedro Correo Electrónico: edwp22@yahoo.es

Teléfono: 072-581162 Celular: 0985177490

#### DATOS COMPLEMENTARIOS

Director de tesis: Pedro Piedra

Tribunal de Grado: Ing. Ney Gallardo

Ing. Cesar Neira

Ing. Juan Encalada

## **AGRADECIMIENTO**

Dejo constancia en mi agradecimiento a la Universidad Nacional de Loja por haber permitido superarme hasta llegar a la profesionalización, al Área Jurídica, Social y Administrativa, y de forma muy especial a la carrera de Administración de Empresas, Ing. Pedro Piedra, quien en calidad de DIRECTOR del presente trabajo de Tesis me supo brindar sus valiosos conocimientos y compartir sus invaluables experiencias para realizar el presente proyecto.

**EL AUTOR**

## **DEDICATORIA**

Este proyecto va dedicado a Dios por darme la sabiduría de seguir adelante, a mi familia, a mi madre María Sánchez, a mi padre Amable Pucha, a mis hermanos Esperanza, Rocio, Lilia, Marlene, Jimmy y José, quienes fueron y son parte invaluable en la consecución de una de las metas más importantes en mi vida.

Edwin Pucha

**a. TITULO**

***“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE  
UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA  
DE CHAMPIÑONES EN LA CIUDAD DE LOJA”***

## **b. RESUMEN**

El presente trabajo de tesis fue creado con la finalidad de realizar un proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de champiñones en la ciudad de Loja, ya que los champiñones son de exquisito sabor, poseen propiedades nutricionales y son preferidos además de por su sabor por los fáciles métodos de preparación.

La buena alimentación en el hogar es fundamental para vivir una vida sana dentro de las familias; esto posibilita la creación de una Empresa donde se encuentren productos frescos y deliciosos.

Considerando que en nuestra ciudad solo se encuentran algunos productos, enlatados o en otras presentaciones en diferentes supermercados, es por ello que se hace necesario el contar con una nueva infraestructura ubicada en la ciudad de Loja, que posibilite que las familias obtengan productos frescos y naturales de buena calidad.

Se analizó la factibilidad de instalar una empresa productora y comercializadora de champiñones, lo cual se lo realizó de acuerdo a los 4 objetivos propuestos del proyecto como son: el estudio de mercado, técnico, financiero y organizacional.



Antes de comenzar el desarrollo se contextualizó el estudio, en la introducción se describió y suministro brevemente un enfoque de cómo se preparó el estudio en general, se realizó un bosquejo de lo que será el documento para que el lector lo pueda comprender.

En el proceso de desarrollo del estudio se realizaron objetivos que sirvieron para anticipar los resultados de conocimiento que se esperaba obtener al finalizar el proceso de investigación. Para cumplir con los objetivos propuestos se aplicaron métodos y técnicas para facilitar la investigación y a que se cumplan con los objetivos.

En el estudio de mercado se aplicó a **397** encuestas a las familias de la ciudad de Loja en las etapas que guían al proyecto desde la concepción, cuantificación de la demanda potencial con **266** familias que si consumen champiñones, demanda real con **186** familias y la demanda efectiva con **182** familias que si van a comprar nuestro producto, y nuestra demanda insatisfecha que es **1,448.925** en dónde se utilizó el método de la encuesta y entrevista aplicadas a los dueños de locales comerciales donde se venden champiñones, en dónde mostró las posibilidades de entrar al mercado así como la comercialización de los productos, el análisis del precio con el cual podrán adquirirlo. Los datos obtenidos fueron aplicados en los resultados.

En el estudio técnico se enfocó principalmente en la localización de la planta y los factores para llevar a cabo un producto de calidad, los elementos a considerar como son: capacidad de la planta, distribución de las áreas, como siembra, cosecha a obtener es de **15300** libras para el primer año y **18000** Libras para el cuarto y quinto año, selección del equipo para empacar el champiñón, materiales que vamos necesitar para la siembra y cultivo del mismo, mano de obra directa e indirecta.

Se desarrolló el análisis financiero de la instalación de la empresa productora y comercializadora de champiñones naturales en la ciudad de Loja. Que a través de herramientas contables financieras se dio a conocer la situación económica y también la inversión inicial de \$ **77, 341,49**, donde el **59,92%** será puesta por la empresa y el **40,08%** será financiada por el Banco de fomento en dónde se pudo visualizar una inversión a corto plazo que se dispuso mediante una evaluación financiera con resultados óptimos que pudo comprobar que si genera rentabilidad.

Se desarrolló el estudio organizacional en dónde se presentó la estructura organizacional en dónde se expuso un modelo de organigrama que describe los niveles jerárquicos, departamentos y las funciones del personal que desempeñarán los respectivos cargos, además de como se la constituyó a la empresa, el mismo que permitió visualizar de forma clara y precisa el enfoque que tiene la empresa.

Para finalizar se realizó las conclusiones que se presentaron sin argumentación y en forma resumida, los resultados del análisis efectuados en torno al tema, así mismo se plasmaron las recomendaciones en base a las conclusiones.

## **SUMMARY**

This thesis work was created in order to conduct a feasibility project for the creation of a producer and marketer of mushrooms in the city of Loja, and the mushrooms are a delicious flavor, nutritional possess well and are preferred for flavor by the easy preparation methods.

Eating well at home is essential to live a healthy life within families, this enables the creation of a company where they are fresh and delicious. Whereas in our city are just some products, canned or other presentations in different supermarkets, which is why it is necessary to have a new infrastructure located in the city of Loja, which enables families to get fresh and natural good quality.

The feasibility of installing a producer and marketer of mushrooms, which made it according to the four objectives of the project such as: market research, technical, financial and organizational.

Before starting the development study was contextualized in the introduction and provision described briefly how to approach the study was prepared in general, made a sketch of what will be the document so that the reader can understand.

In the development process of the study were conducted objectives served to anticipate the results of knowledge expected from the end of the research process. To meet the objectives proposed methods and techniques were applied to facilitate research and to meet the objectives.

In the market survey was applied to 397 families encuestas city of Loja in the stages that guide the project from conception, quantification of potential demand if they consume 266 families mushrooms, real demand and demand 186 families 182 families effectively with whether to buy our product, and our unsatisfied demand is 1448.925 where we used the method of the survey and interview applied to commercial owners that sell mushrooms, showed where the possibilities of entering the market and the marketing of products, analysis of the price that can purchase. The data obtained were applied to the results.

The technical study focused primarily on the location of the plant and the factors to carry out a quality product, the elements to be considered are: plant capacity, distribution of areas, such as planting, harvesting to get is 15,300 pounds for the first year and 18,000 pounds for the fourth and fifth year, selection of equipment to pack the mushroom, we need materials for the planting and cultivation of it, direct labor and indirect.

Financial analysis was developed for the installation of the producer and marketer of natural mushrooms in the city of Loja. That through financial accounting tools unveiled the economic situation and also the initial investment of \$ 77, 341.49, where 59.92% will be made by the company and 40.08% will be financed by the Bank of building where they could display a short-term investment was arranged by a financial evaluation with optimal results could check if it generates profit.

Organizational study was developed where the organizational structure is presented where discussed organizational model that describes the hierarchical levels, departments and staff roles they will play their respective offices, as well as the company's established, the same that allowed visualization of clearly and precisely the approach that the company has. Finally conclusions are made without argument and presented in summary form, the results of analyzes carried out on the subject, also were reflected recommendations based on the findings.

### **c. INTRODUCCIÓN**

Actualmente en el país existen una gran variedad de productos nativos que no se han procesado a nivel industrial, dentro de ellos encontramos al champiñón. El champiñón es un producto que se cultiva en cantidades considerables en varias provincias de la región sierra, posee un costo bastante asequible y dentro de sus características nutricionales se destaca el hecho de que posee un valor proteico comparable con la carne de vacuno. Además en los últimos años se ha convertido en el preferido por las amas de casa para realizar diversos tipos de preparaciones culinarias.

Por esta razón nació la idea y el ánimo de intervenir positivamente en el fomento del desarrollo empresarial en la ciudad de Loja, con el fin de aportar en la creación de fuentes de empleo a través de la propuesta: **Creación de una Empresa Productora y Comercializadora de Champiñones en la Ciudad de Loja.**

Se realizó una revisión de literatura para sustentar la investigación; un contexto y una justificación de la investigación en la metodología e se identificaron el tipo de investigación, los métodos, técnicas e instrumentos

utilizados para la recolección de y la determinación de la población y muestra.

En los resultados de mercado se especificó el producto, se analizó la demanda en dónde se aplicó las encuestas a las Familias de Loja en base a una muestra de 397, también se analizó la oferta a través de una entrevista realizadas a los dueños de comerciales o distribuidoras de la ciudad, en dónde se pudo comprobar con que producto se compite, así mismo como comparar los precios y comercialización.

Para determinar la Factibilidad del producto se realizan cuatro estudios estructurales (mercado, técnico, financiero y organizacional), dónde se definió cada uno de los procedimientos para que la empresa se posicione en el mercado.

En el estudio técnico se seleccionó el tamaño, se consolidó el flujo del proceso y se planteó los requerimientos de maquinaria, equipos y muebles de oficina los cuales se distribuyen teniendo en cuenta el tamaño de la planta.

El estudio financiero es dónde se convierte las variables del mercado y técnicas a valores monetarios, en este se consolidó el monto de la inversión, además se calculan otros indicadores como el análisis de sensibilidad, el



periodo de recuperación de capital y la relación beneficio-costo que permiten reforzar la validez de la propuesta sin que ello dependa básicamente la aceptación o no del proyecto.

En el estudio organizacional se planteó las bases legales para el funcionamiento de la empresa, se propone el organigrama estructural, funcional y posicional, en dónde se describe los niveles jerárquicos y las funciones de la misma, además se analizó las funciones administrativas como son: la previsión, planeación, organización, dirección y control.

En conclusión se hizo posible este estudio en base al objetivo general que es demostrar la factibilidad de la empresa y en base también de los objetivos específicos.

## **d. REVISIÓN DE LITERATURA<sup>1</sup>**

**4.1. Análisis del sector:** Loja, situada en la parte oriental de la provincia de Loja, en el sur de Ecuador. Es la capital de la provincia y cantón homónimos. Loja tiene una rica tradición en las artes, y por esta razón es conocida como la Capital Musical y Cultural del Ecuador. Por su desarrollo y ubicación geográfica fue nombrada sede administrativa de la región sur o zona 7 comprendida por las provincias de El Oro, Loja y Zamora Chinchipe.

La economía de la provincia de Loja es la duodécima del país, experimentó un crecimiento promedio del 3.67% entre 2002 y 2007. Crecimiento que se ubicó por debajo del promedio nacional de 4.3% durante el mismo periodo.<sup>3</sup> La inflación al consumidor de enero de 2009 estuvo situada alrededor del 0.60% en la ciudad de Loja, por debajo de la media nacional de 8.83, según el INEC.

Loja es la ciudad con mayor influencia sobre el PIB de la provincia homónima, de acuerdo con al estudio, efectuado por el Banco Central del Ecuador, en el 2007 la economía Lojana generó un PIB de 412.464 miles de dólares, lo que represento alrededor de 1,9 de la economía nacional.

"La población económicamente activa del cantón Loja, según el Censo, está dedicada mayoritariamente a la agricultura y ganadería (19%), seguida del

---

<sup>1</sup> [Http://caracteristicasdeloshongos.ec/](http://caracteristicasdeloshongos.ec/)

comercio (17%) y por el grupo humano que está dedicado a la enseñanza<sup>2</sup>(17%), el resto del porcentaje (30%) de la PEA está ubicado en actividades tales como construcción, administración pública, industrias manufactureras y transporte y comunicaciones".

La industria manufacturera es demasiado embrionaria en la Provincia de Loja. Una excepción de lo analizado constituye la empresa Malca o Monterrey, emplazada en el valle del Catamayo en el año 1963 y orientada a la producción de azúcar. Esta empresa agroindustrial, sigue siendo una de las más importantes de la provincia tanto desde el punto de vista del empleo como de las inversiones y de la producción que genera.

De acuerdo al Ministerio de Industrias, Comercio, Integración y Pesca, la mayoría de las industrias lojanas se enmarcan dentro de la pequeña industria, siendo las más numerosas aquellas que se dedican a la industrialización de la madera (27%), y alimentos, bebidas y tabacos (22%).

"En los registros de la cámara de comercio de Loja se encuentran inscritos 1.100 diversos establecimientos de comercio dedicados a actividades como importación, exportación, servicios, manufactura, despensas, abarrotos, imprentas, agencias y representaciones entre otros".

---

<sup>2</sup> [Htt/.camadecomercio Loja.ec/](http://camadecomercio Loja.ec/)

## **4.2. ANTECEDENTES**

### **4.2.1. Definición del Champiñón**

Desde la antigüedad los hongos han intrigado al ser humano, ya sea por los tabúes y mitos que nos hemos encargado de adjudicarles, o por el hecho de haberlos comido y cerciorado de las virtudes alimenticias, medicinales, y aromáticas que estos contienen. Sin embargo no deja de ser para algunas personas en la actualidad, un misterio su reproducción. Cabe recalcar la importancia inmensa que estos pequeños seres efímeros representan tanto para la naturaleza, como para el ser humano en su dieta alimenticia y se observa como paulatinamente el consumo de hongos deja de tener esa idea de ser un manjar solo para aquellos que puedan pagarse este lujo, puesto que solo basta con echar un vistazo a los bosques y satisfacerse del platillo de los cesares.

Los champiñones son hongos que pertenecen al campo de los vegetales inferiores (no poseen tallos, raíces, ni hojas). No pueden sembrarse en tierras ordinarias aun <sup>3</sup>cuando hayan sido abonadas. Existen más de 100 mil especies carnosas de hongos, entre las cuales se pueden citar medio centenar comestible y sabroso. <sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Tola José- Enfiesta Eva, las principales plantas y hongos comestibles de Europa y America

<sup>5</sup>Los champiñones que comercializamos son del tipo " Agaricus bisporus", su sabor y textura los hacen muy agradables al paladar.

En el Ecuador, las variedades más cultivadas de hongos son el Paris, de color blanco y sabor neutro, y el Portobelo, apetecido para las preparaciones culinarias de tipo gourmet.

El champiñón posee un delicioso sabor, lo cual lo convierte en preferido para la preparación de diversos platos.

Además, el champiñón es rico en proteínas, vitaminas como la tiamina (B1), riboflavina (B2), ácido ascórbico (Vitamina C), ergosterina (pro-vitamina D2) y la biotina (vitamina H) y posee un elevado nivel de ácido fólico, y minerales. También, poseen cerca de 2 gramos de fibra por cada 100 gramos de champiñones, y son una buena fuente de zinc. Su excelente valor nutricional radica en que un kilogramo de hongos secos contiene tanta proteína como un kilogramo de carne de vacuno. También, el champiñón es bajo en carbohidratos y grasas, sólo proporciona de 15 a 20 calorías por cada 100 gramos de champiñones. El contenido de colesterol es muy bajo.

---

<sup>5</sup> [Http/.caracteristicasdeloshongos](#)

### **4.3. CARACTERÍSTICAS DE LOS HONGOS**

Los hongos pertenecen a un extenso grupo de organismos y microorganismos que forman el reino Fungi. A diferencia de las plantas, que realizan la fotosíntesis, numerosos hongos se nutren de materia orgánica en descomposición (hongos saprobios) o a partir de plantas y animales vivos (hongos parásitos). Muchos de ellos desempeñan un importante papel en el ciclo vital como agentes de descomposición al devolver los nutrientes al suelo.

Para el hombre, algunos hongos tienen un gran valor medicinal y culinario, mientras que otros son destructores.

Es importante especificar que los hongos que se ven crecer en los bosques constituyen sólo los cuerpos fructíferos o carpóforos de hongos superiores. La función de estos “frutos” es la de diseminar las esporas que permitirán el establecimiento de nuevos organismos. En el subsuelo se encuentra el cuerpo principal del hongo, compuesto de filamentos llamados hifas que conforman una tela ramificada conocida como micelio.<sup>6</sup>

#### **Cuatro especies conocidas**

Los hongos objeto de estudio, *Tricholoma magnivelare*, *Boletus edulis* - con otras especies cercanas-, *Amanita caesarea* y *Cantharellus cibarius*, son

---

<sup>6</sup> Rodríguez Rodríguez Javier, Asesoría y Venta de insumos de Hongos comestibles Colombia comestibles Colombia

<sup>7</sup> todos de tipo ectomicorrizógeno. Methodus escogió estas especies por ser las de mayor aceptación en los mercados nacional e internacional.

#### **4.4. LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS HONGOS**

Los hongos son consumidos en todo el mundo por sus reconocidas características gastronómicas, sus propiedades medicinales -más apreciadas en Asia y México- y porque recuerdan a muchas personas sus orígenes rurales.

Los mayores consumidores de hongos son los países asiáticos y de Europa Occidental, que a la vez colectan e importan grandes volúmenes de hongos anualmente. Cada continente y cultura tiene su preferencia y sus formas de conocimiento tradicional respecto a los hongos.

Actualmente, además de usarlos en preparaciones culinarias, elaboran con ellos bebidas y cosméticos. Para los japoneses y los coreanos el matsutake es sin duda la especie silvestre más apreciada.

#### **4.5. PRODUCCIÓN COMERCIAL**

Debido a que el champiñón (*Agaricus bisporus* (Lange) Imbach) carece de estructuras fisiológicas para producir su propio alimento por ser un organismo heterótrofo y que además se alimenta de materias vegetales muertas o

---

<sup>7</sup> Rodríguez Rodríguez Javier, Asesoría y Venta de insumos de Hongos comestibles Colombia comestibles Colombia

degradadas (saprófito), es necesario prepararle condiciones y medios, para que pueda tomar lo que necesite sin ningún inconveniente.

Al referirse a la producción comercial se puede pensar en la instalación de una empresa productora de champiñones con un sistema de producción tal, que satisfaga las demandas del mercado tanto en calidad, cantidad y constancia, la clave del éxito.

#### **4.5. ESTUDIO DE MERCADO<sup>8</sup>**

#### **4.6. MERCADO.**

Es el lugar donde se reúnen oferentes y demandantes y es donde se determinan los precios de los bienes y servicios a través del comportamiento de la oferta y la demanda.

##### **4.6.1. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO**

Es el proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos.

Todos los mercados están compuestos de segmentos y éstos a su vez están formados usualmente por subsegmentos.

---

<sup>8</sup> Manual para elaboración de proyectos de graduación “Manuel Pazaca”



Un segmento de mercado está constituido por un grupo importante de compradores. La segmentación es un enfoque orientado hacia el consumidor y se diseñó para identificar y servir a éste grupo.

A continuación se detallan las principales variables utilizadas para la segmentación de mercado:

- **Segmentación geográfica.**-Requiere que el mercado se divida en varias unidades geográficas como naciones, estados, condados, ciudades o barrios; se puede operar en una o dos áreas, o en todas.
- **Segmentación demográfica.**-Es la división en grupos basados en variables demográficas como la edad, el sexo, el tamaño de la familia, ciclo de vida, nivel de ingresos.
- **Segmentación psicográfica.**- Aquí los clientes se dividen en grupos según su clase social, estilo de vida o personalidad.
- **Segmentación por conducta.**- En esta segmentación los clientes se dividen en grupos según sus conocimientos, actitudes, costumbres o sus respuestas a un producto.

#### **4.6.2. OFERTA**

Se define como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofrecer a diferentes precios y condiciones dadas para comparar lo que sea, en un determinado momento.

### **4.6.3. DEMANDA<sup>9</sup>**

Se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por un consumidor.

#### **Demanda real**

Es el volumen total que adquiriría un grupo de clientes “definido”, en un área geográfica definida, dentro de un período “definido”, en un ambiente o ámbito de mercadotecnia “definido”, bajo un programa de mercadotecnia “definido”.

#### **Demanda Potencial**

La demanda potencial es un límite superior de la demanda real que se ha de estimar para el supuesto en que el esfuerzo comercial realizado es máximo.

#### **Demanda Efectiva**

Conjunto de mercancías y servicios que los Consumidores realmente adquieren en el Mercado en un Tiempo determinado y a un Precio dado.

La Demanda efectiva es el deseo de adquirir un bien o servicio, más la capacidad que se tiene para hacerlo.

#### **Demanda insatisfecha**

Es la que excede a la Oferta planeada y que, por lo tanto, no puede hacerse Compra efectiva de Bienes y servicios.

---

<sup>9</sup> Manual para elaboración de proyectos de graduación “Manuel Pazaca”

#### **4.6.4. COMPETENCIA**

Es una situación en la cual los agentes económicos tienen la libertad de ofrecer bienes y servicios en el mercado, y de elegir a quién compran o adquieren estos bienes y servicios. En general, esto se traduce por una situación en la cual, para un bien determinado, existen una pluralidad de oferentes y una pluralidad de demandantes. Los oferentes se encuentran así en una situación de competencia para ser preferidos por los consumidores, y los consumidores, a su vez, para poder acceder a la oferta limitada.

#### **4.6.5. PRODUCTO**

Es todo aquello tangible o intangible que se ofrece a un mercado para su adquisición, uso y/o consumo y que puede satisfacer una necesidad o un deseo. Puede llamarse producto a objetos materiales o bienes, servicios, personas, lugares, organizaciones o ideas. Las decisiones respecto a este punto incluyen la formulación y presentación del producto, el desarrollo específico de marca, y las características del empaque, etiquetado y envase, entre otras.

##### **4.6.5.1. Factores del producto**

- **Núcleo.-** Propiedades físicas, químicas y técnicas que hacen del producto apto para determinadas funciones y usos.
- **Calidad.-** Permite que el producto sea comparativo con el de la competencia.

- **Precio.-** Valor último de adquisición.
- **Envase.-** Elemento de protección del que está dotado el producto.
- **Diseño.-** Forma y tamaño que permiten, en mayor o menor grado, la identificación del producto o la empresa.
- **Marca.-** Nombres y expresiones gráficas que facilitan la identificación del producto y permiten su recuerdo asociado a uno u otro atributo.
- **Servicio.-** Conjunto de valores añadidos a un producto que nos permite poder marcar las diferencias respecto a los demás.
- **Imagen del producto.-** Opinión global que se crea en la mente del consumidor según la información recibida, directa o indirectamente, sobre el producto en sí mismo.
- **Imagen de la empresa.-** Opinión global arraigada en la memoria del mercado que interviene positiva o negativamente en los en los criterios y actitudes del consumidor hacia los productos.

#### **4.6.6. PRECIO**

Valor monetario asignado a un bien o servicio. Conceptualmente, se define como la expresión del valor que se le asigna a un producto o servicio en términos monetarios y de otros parámetros como esfuerzo, atención o tiempo.

#### **4.6.7. PLAZA**

Es dónde se comercializa el producto o el servicio que se le ofrece. Considera el manejo efectivo del canal de distribución, debiendo lograrse que el producto llegue al lugar adecuado, en el momento adecuado y en las condiciones adecuadas. Se incluyen los canales de distribución por ser éstos los que definen y marcan las diferentes etapas que la propiedad de un producto atraviesa desde el fabricante al consumidor final.

#### **4.6.8. PUBLICIDAD**

Es una técnica de comunicación comercial que intenta fomentar el consumo de un producto o servicio a través de los medios de comunicación.

#### **4.6.9. CANALES DE DISTRIBUCIÓN**

Para hacer llegar el producto a manos del usuario, se planifica su distribución y se elige el esquema de distribución.

## ESQUEMA DE DISTRIBUCIÓN.



### 4.7. ESTUDIO TÉCNICO

### 4.8. EL TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño de un proyecto es su capacidad de producción durante un periodo de tiempo de funcionamiento que se considera normal para las circunstancias y tipo de proyecto de que se trata. El tamaño de un proyecto es una función de la capacidad de producción, del tiempo y de la operación en conjunto.

### 4.9. LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA:

El objetivo es destinar el sitio exacto donde se instalara la fábrica o empresa es decir un lugar geográfico más óptimo, para lo cual se considera la Macrolocalización y la Microlocalización.

Es importante la localización de la planta y puede tener influencia sobre la inversión y sobre los costos operativos. Por lo general, la localización de la planta es considerada o reconocida minuciosamente de tiempo en tiempo.

#### **4.9.1. MACROLOCALIZACIÓN**

La empresa debe estar ubicada en un lugar estratégico para que tenga rentabilidad donde los costos de la materia prima y mano de obra sean accesibles y de bajo costo, para realizar el trabajo.

#### **4.9.2. MICROLOCALIZACIÓN**

Es el lugar donde funcionara la planta de producción donde nos ubicaremos en el sitio más adecuado cuidando el medio ambiente para de esa manera obtener mejores utilidades.

#### **4.10. INGENIERÍA DE LA PLANTA**

La ingeniería de la planta consiste en disponer la mejor ubicación de los equipos y otros elementos físicos en la empresa para facilitar la circulación de los materiales de las personas.

#### **4.11. CAPACIDAD INSTALADA**

Está determinada por el rendimiento o producción máxima que puede alcanzar el componente tecnológico en un período de tiempo determinado. Está en función de la demanda a cubrir durante el período de vida de la empresa.

#### **4.12. CAPACIDAD UTILIZADA**

El alto valor porcentual del arranque de la producción, así como el crecimiento anual establecido, son consecuencia del análisis de mercado, el desarrollo planificado de la producción, basado en dicho análisis, y de la capacidad de la tecnología utilizada.

#### **4.13. DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA**

La distribución de planta es aquella donde están ordenadas todas las áreas específicas de un planta ya sea industrial o de otro giro por lo que es importante reconocer que la distribución de planta orienta al ahorro de recursos, esfuerzos y otras demandas ya que esta tiene distribuido todas sus áreas.

#### **4.14. INGENIERÍA DE PROYECTOS<sup>10</sup>**

Tiene por objeto aportar la información que permita hacer una evaluación económica del proyecto. La de establecer las bases técnicas sobre las que se construirá e instalará la planta.

#### **4.15. PROCESOS PRODUCTIVOS**

Son una Secuencia de actividades requeridas para elaborar un producto (bienes o servicios).



#### **4.16. FLUJOGRAMAS**

Consiste en representar gráficamente hechos, situaciones, movimientos o relaciones de todo tipo, por medio de símbolos.

#### **4.17. ESTUDIO ORGANIZACIONAL**

##### **4.17.1. RAZÓN SOCIAL**

Es el nombre y firma por los cuales es conocida una compañía mercantil de forma colectiva, comanditaria o anónima.

##### **4.17.2. CAPITAL**

Es un factor de producción constituido por inmuebles, maquinaria o instalaciones de cualquier género, que, en colaboración con otros factores, principalmente el trabajo y bienes intermedios, se destina a la producción de bienes de consumo.

##### **4.17.3. NIVELES JERÁRQUICOS**

Indican la línea de autoridad y responsabilidad, así como también los canales de comunicación y supervisión que acoplan las diversas partes de un componente organizacional.

#### **4.17.4. ORGANIGRAMAS**

Son instrumentos utilizados por las ciencias administrativas para análisis teóricos y la acción práctica. Sobre su concepto, existen diferentes opiniones, pero todas muy coincidentes.

#### **4.17.5. MANUALES**

Representan una alternativa para este problema, así mismo son de gran utilidad en la reducción de errores, en la observancia de las políticas del organismo, facilitar la capacitación de nuevos empleados, proporcionar una mejor y más rápida inducción a empleados en nuevos puesto.

### **4.18. ESTUDIO FINANCIERO**

#### **4.19. SISTEMA FINANCIERO**

El sistema financiero se define como el conjunto de instituciones cuyo objetivo es canalizar el excedente que generan las unidades de gasto con superávit para encauzarlos hacia las unidades que tienen déficit. Se clasifica en Sistema Financiero Público y Sistema Financiero Privado.

##### **4.19.1. BANCOS PRIVADOS**

Instituciones que realizan labores de intermediación financiera recibiendo dinero de unos agentes económicos de depósitos, para darlo en préstamo a otros agentes económicos créditos.

#### **4.19.2. ENTES REGULADORES Y DE CONTROL DEL SISTEMA FINANCIERO EN EL ECUADOR**

- Ministerio de Economía.
- Superintendencia de Bancos y seguros.
- Banco central del Ecuador.

#### **4.20. PRESUPUESTOS**

Es el cálculo anticipado de los ingresos y gastos de una actividad económica (personal, familiar, un negocio, una empresa, una oficina, un gobierno) durante un período, por lo general en forma anual.

#### **4.21. INVERSIONES**

Es el acto mediante el cual se adquieren ciertos bienes con el ánimo de obtener unos ingresos o rentas a lo largo del tiempo.

#### **4.22. ACTIVOS FIJOS**

Bienes de propiedad de la empresa dedicados a la producción y distribución de los productos o servicios por ellas ofrecidos. Adquiridos por un considerable tiempo y sin el propósito de venderlos.<sup>11</sup>

#### **4.23. ACTIVOS DIFERIDOS**

Son aquellos gastos pagados por anticipado y que no son susceptibles de ser recuperados, por la empresa, en ningún momento.

Se deben amortizar durante el período en que se reciben los servicios o se causen los costos o gastos.

#### **4.24. ACTIVOS VARIABLES**

Se refiere a las acciones y a diferencia de los activos de renta fija, en estos no se conoce de antemano la ganancia que se va a obtener, ni siquiera si ésta se producirá.

#### **4.25. CAPITAL DE OPERACIÓN**

Es la capacidad de una empresa para desarrollar sus actividades de manera normal en el corto plazo. Puede calcularse como el excedente de los activos sobre los pasivos de corto plazo.

#### **4.26. FINANCIAMIENTO**

Es un medio más equilibrado y menos costoso de obtener recursos.

#### **4.27. COSTOS**

Consiste básicamente en satisfacer necesidades y deseos del cliente vendiéndole un producto o servicio por más dinero de lo que cuesta fabricarlo.<sup>12</sup>

#### **4.28. VENTAS**

Es considerado como una forma de acceso al mercado que es practicada por la mayor parte de las empresas que tiene una saturación en su producción y cuyo objetivo es vender lo que producen.

#### **4.29. PUNTO DE EQUILIBRIO**

Punto en el cual el volumen vendido ha proporcionado unos ingresos totales iguales a los costes totales de la campaña Cuando una campaña supera el punto de equilibrio, es decir, los ingresos son superiores a los costes de la misma, la campaña es rentable.

#### **4.30. EVALUACIÓN FINANCIERA**

#### **4.31. FLUJO DE CAJA**

Constituye uno de los elementos más importantes del estudio de un proyecto, debido a los resultados obtenidos en el flujo de caja se evaluará la realización del proyecto.

---

<sup>12</sup> Elementos de administración presupuestaria, Gilberto Rojas Huertas

#### **4.32. VALOR ACTUAL NETO**

Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión.

#### **4.33. TASA INTERNA DE RETORNO**

Está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero. Estos Valores VAN o VPN son calculados a partir del flujo de caja.

#### **4.34. RELACIÓN BENEFICIO COSTO**

Se utiliza para evaluar, o ayudar a evaluar, en el caso de un proyecto o propuesta, que en sí es un proceso conocido como evaluación de proyectos.

#### **4.35. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD**

El análisis de sensibilidad de un proyecto de inversión es una de las herramientas más sencillas de aplicar y que nos puede proporcionar la información básica para tomar una decisión acorde al grado de riesgo que decidamos asumir.

## **e. MATERIALES Y MÉTODOS**

### **5.1. Recursos Materiales:**

<b>ESPECIFICACIÓN</b>	<b>UNID.</b>	<b>KIT DE MATERIALES</b>	<b>V. TOTAL</b>
<b>TOTAL</b>	1	1	109,40

### **RECURSOS TECNOLÓGICOS:**

<b>IMPLEMENTOS 1</b>	<b>COSTO</b>
<b>TOTAL</b>	\$ 700

### **5.1.2. Recursos Económicos**

Los gastos del presente proyecto correrán de cuenta exclusiva del aspirante.

## **5.2. MÉTODOS**

Para el desarrollo de la tesis primero se llevó a cabo la identificación de los objetivos que se deben cumplir dentro del proyecto de factibilidad y para ello se utilizaron métodos como son el deductivo en donde se pudo identificar el problema de estudio, se utilizó el método inductivo en donde se recolectó información para poder identificar el tema de estudio, y finalmente se utilizó el método descriptivo en donde se describieron los hechos y fenómenos

actuales que permitió recoger datos para analizarlos e interpretarlos de una manera imparcial. Con esta información se construyó un esquema que permite obtener conceptos y pautas del proyecto de tal manera que se diferencien conceptos en componentes separados para cada acción que se ejecutó en el proyecto.

### **5.3. TÉCNICAS**

**Observación.-** Permitted corroborar y comprobar cómo se encuentra el mercado para poder tener información de cómo introducir el producto al mercado y también de cómo llegar hacia el consumidor final.

**Encuesta.-** Se aplicó a las familias de la ciudad de Loja, esta información recolectada sirvió para realizar evaluar y analizar las diferentes variables como gustos, preferencias, etc.

**Entrevista.-** Se aplicó a los dueños de los diferentes locales comerciales que venden productos similares al nuestro en la ciudad de Loja.

**Bibliográfica.-** Permitted seleccionar y recopilar todo el material de la bibliografía relacionado con el tema de la investigación como son: libros, revistas, internet, etc.



#### 5.4. EI MUESTREO

Es una herramienta de la investigación científica. Su función básica es determinar que parte de una realidad es estudio (población o universo) deba examinarse con la finalidad de hacer inferencias sobre dicha población.

#### 5.5. DEFINICIÓN DE LA POBLACIÓN

**Población.-** La población a quien va dirigido el producto es a la población de la ciudad de Loja que es de 180.617 que comprende a las parroquias urbanas como son El Valle, Sucre, San Sebastián y El Sagrario, de las cuales 88.805 son mujeres que representa el 52,15%; con una tasa de crecimiento de 2.65%. De la cual hemos tomado solo a las familias por cuanto es un producto alimenticio consumido por las familias

En el siguiente cuadro se expone la proyección de la población hasta el año 2017, tomando en cuenta que el proyecto será para 5 años de vida útil.

#### POBLACIÓN DE LOJA

AÑO	POBLACION CIUDAD DE LOJA	N. DE FAMILIAS
	2,65%	2,65%
<b>2012</b>	190317	47579
<b>2013</b>	190367	47592
<b>2014</b>	190418	47604
<b>2015</b>	190468	47617
<b>2016</b>	190519	47630
<b>2017</b>	190569	47642

Fuente: INEC 2010  
Elaboración: el autor.

$$Pf = Po (1 + i)^n$$

$$Pf = 180617 (1 + 2.65)^1$$

$$Pf = 180617 (1 + 0.0265)^1$$

$$Pf = 180617 (1.0265)^2$$

$$Pf = 180617 (1.0265)^2$$

$$Pf = 190317$$

**Muestra.-** Para determinar la muestra hemos tomado el número de familias del cantón Loja del año 2012 que representa a **47.579** familias.

### TOTAL DE ENCUESTAS

TOTAL ENCUESTAS APLICAR		
PARROQUIAS	POBLACIÓN FAMILIAS	No. DE ENCUESTAS
EL VALLE	8564	71
SUCRE	16653	139
SAGRARIO	6661	56
SAN SEBASTIÁN	15701	131
<b>TOTAL</b>		<b>397</b>

Fuente: INEC 2010  
Elaboración: El Autor

### MUESTRA

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{47.579}{1 + 47.579(5\%)^2}$$

$$n = \frac{\sqrt{47579}}{1 + \sqrt{47579}(0.05)^2}$$

$$n = \frac{47579}{119948}$$

$$n = 397$$

**n**= Tamaño de muestra  
**e**= margen de error (5%)=0,05  
**N**= población o universo  
 (población en estudio)  
**1**= Constante

Al momento de aplicar las 397 encuestas a las familias de la ciudad de Loja, mediante una regla de tres se pudo obtener la cantidad de encuestas que le corresponde a cada parroquia que están dentro de la ciudad como son: El Valle se aplicaron 71 encuestas, Sucre se emplearon 139, San Sebastián se designaron 131 y el Sagrario se aplicaron 56 encuestas.

## **EL PROCEDIMIENTO**

Dentro del proyecto de tesis se lo desarrollo mediante cuatro estudios como son: estudio de mercado que permitió conocer los antecedentes de la oferta actual y potencial, establecer lo que se va a vender, saber a quién y cómo se lo puede vender, conocer los gustos y preferencias de nuestros clientes, conocer la competencia y contrarrestar sus efectos, evaluar resultados de estrategias de comercialización y conocer los precios para vender en este caso los champiñones por libras.

En el estudio técnico se elaboró una descripción detallada del proceso de producción, teniendo en cuenta el tamaño y las características necesarias de

la nueva empresa como lo son ubicación, servicios públicos, medios de transporte, etc.; en este paso también se debe nombrar las necesidades tecnológicas que se requiere y sus respectivos beneficios.

En el estudio financiero se debe contener información acerca de un plan de financiamiento nombrando aspectos como los recursos con los que cuenta, las necesidades de crédito o inversión. Se debe describir y elaborar tablas que sustenten su proyección de ventas y de costos, e incluir una descripción del flujo de caja, esta proyección debe hacerse de manera anual. Se debe tener en cuenta el costo total, la rentabilidad y los ingresos esperados deben estar claramente identificados.

En el estudio organizacional se representa uno de los aspectos más importantes dentro de esta investigación, se designan funciones y responsabilidades sustentándolas en un organigrama dónde se adopte y se describa la cultura organizacional de la empresa. Se incluye el aspecto legal de la empresa, nombrando su razón social y objetivo social, los permisos que requiere, y los respectivos trámites de constitución de la empresa con sus respectivas normas, leyes, reglamentos y lo que establezca la ley.

## **f. RESULTADOS**

### **6.1. Estudio del Mercado**

Para este proyecto se considera como el principal mercado la ciudad de Loja, sin embargo a las condiciones de la demanda se puede ampliar para las familias del cantón y provincia de Loja.

### **6.2. Población y Muestra**

**6.3. Población:** La población tomada para este proyecto de la ciudad de Loja, de la cual fue tomado solo a las familias por cuanto es un producto alimenticio consumido por las familias de la ciudad de Loja con una tasa de crecimiento del **2,65 %**.

Los datos obtenidos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censo en el año 2010 fue la población de la ciudad de Loja de **180617** habitantes de ahí hemos proyectado hasta el año 2012 obteniendo una población total de **190317** habitantes.

### **POBLACIÓN TOTAL**

<b>AÑOS</b>	<b>POBLACIÓN TOTAL</b>	<b>N. DE FAMILIAS</b>
<b>2012</b>	190317	47579
<b>2013</b>	195360	48840
<b>2014</b>	200537	50134
<b>2015</b>	205852	51463
<b>2016</b>	211307	52827
<b>2017</b>	216906	54227

Tasa de crecimiento: 2,65%

Fuente: INEC 2010

Elaboración: El autor

#### **6.4. Muestra**

Para determinar la muestra hemos tomado el número de familias de la ciudad de Loja del año 2012 que representa a 47579 familias.

#### **6.5. Análisis de los Resultados**

Tabulación, representación gráfica e interpretación de las encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja.

Al determinar el nivel de la demanda es fundamental para cualquier proyecto, pues de ella depende la capacidad de venta que se instale en el proyecto.

Al determinar la demanda es importante la aceptación del proyecto y la capacidad adquisitiva de los demandantes; en todo caso se debe considerar adecuadamente la demanda potencial, la demanda real y la demanda efectiva.

La demanda potencial considera el universo del segmento seleccionado, la demanda real considera a la proporción que manifiesta su aceptación al producto y la demanda efectiva considera el segmento que manifiesta aceptación al producto y efectivamente puede adquirirlo.

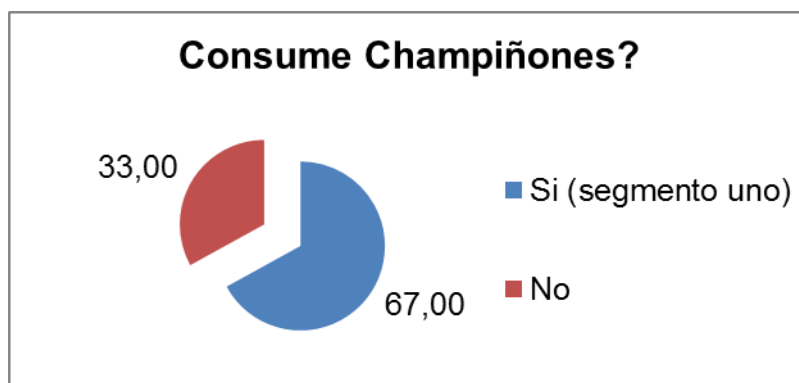
## 1. ¿En su familia Consumen Champiñones?

Cuadro Nº. 01

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Si (segmento uno)	266	67,00
No	131	33,00
TOTAL	397	100

Fuente: Encuesta  
Elaboración: El autor

Gráfico Nº. 1



**Análisis e Interpretación:** Esta pregunta nos permitió identificar la demanda actual del producto dentro de la ciudad de Loja, obteniendo un 67% que corresponden a 266 personas si consumen champiñones y un 33% que corresponde a 131 personas no consumen champiñones.

Según las encuestas aplicadas a las familias podemos decir que la mayor parte de familias si consumen este producto.

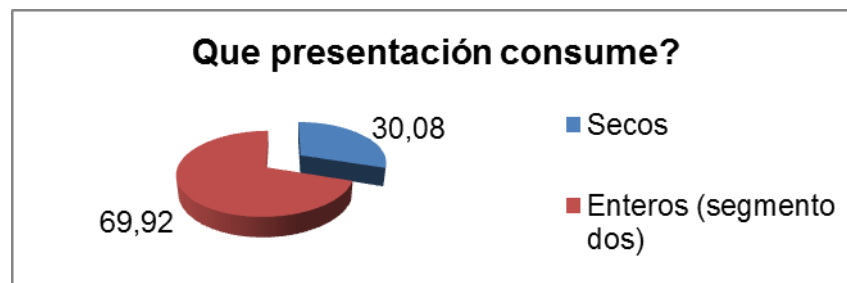
2. ¿Cuál es la presentación del champiñón que Ud. consume?

Cuadro N°. 02

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Secos	80	30,08
Enteros (segmento dos)	186	69,92
Total segmento	<b>266</b>	<b>100</b>
No consumen	131	
<b>TOTAL</b>	397	

Fuente: Encuesta  
Elaboración: El autor

Gráfico N°. 2



**Análisis e Interpretación:** Esta pregunta se formuló para determinar la demanda potencial que el 30,08% consumen champiñones secos que corresponde a 80 personas y un 69,92% que consumen champiñones enteros.

De acuerdo a la pregunta aplicada a las familias nos manifiestan que la mayor parte prefieren champiñones enteros a donde se dirige nuestra producción.



### 3. ¿La calidad del champiñón que consume es?

Cuadro Nº. 03

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Muy buena	60	32,26
Buena	97	52,15
Regular	29	15,59
<b>Total</b>	<b>186</b>	<b>100</b>
No consumen	211	
<b>TOTAL</b>	<b>397</b>	

Fuente: Encuesta  
Elaboración: El autor

Gráfico Nº. 3



**Análisis e Interpretación:** De acuerdo a la calidad el 32,26% nos dice que la calidad es muy buena, el 52,15% manifiesta que es buena y el 15,59% responde que es regular en cuanto a los champiñones.

Nos podemos dar cuenta que la mayor parte opina que la calidad prevalece en cuanto a las otras opciones.

4. ¿Con que frecuencia consumen champiñones?

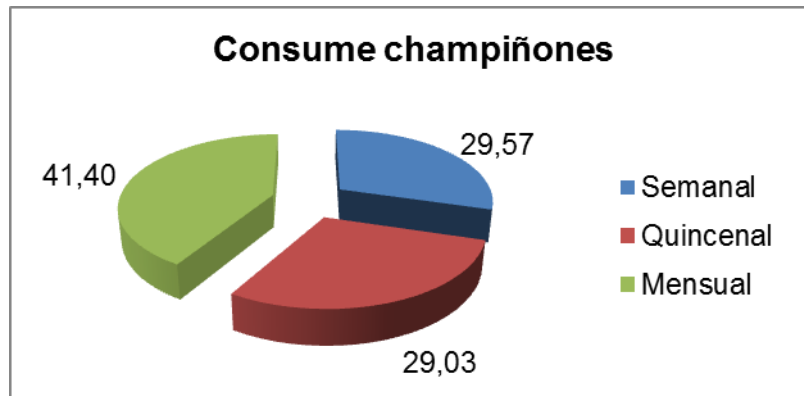
Cuadro Nº. 04

SEMANTAL				
ALTERNATIVA	Frecuencia	X. M	Semantal	X.F
1 a 3	48	2	96	4992
4 a 6	4	5	20	1040
7 a 9	3	8	24	1248
QUINCENAL				
1 a 3	49	2	98	2352
4 a 6	5	5	25	600
7 a 9	0	8	0	0
MENSUAL				
1 a 3	67	2	134	1608
4 a 6	6	5	30	360
7 a 9	4	8	32	384
<b>TOTAL</b>	<b>186</b>		<b>459</b>	<b>12584</b>
	211			
	397			

$$\bar{x} = \frac{\sum X_m.F}{n} = \frac{12584}{186} = 68 \text{ (Consumo anual)}$$

VARIABLE (CONSUMO PERCAPITA)	FRECUENCIA	%
Semantal	55	29,57
Quincenal	54	29,03
Mensual	77	41,40
Total	186	100
Blanco	211	
TOTAL	397	

**Gráfico N°. 4**



**Análisis e Interpretación:** Los champiñones consumen semanalmente 55 personas que nos da un 29,57%, Quincenal 54 personas que es el 29,03% y las personas que consumen mensualmente que corresponde al 41,40%. De acuerdo a la pregunta realizada la mayor parte consume mensualmente, mientras la otra parte lo hace semanal o quincenal.

5. ¿Cuánto suele gastar mensualmente al momento de comprar Champiñones?

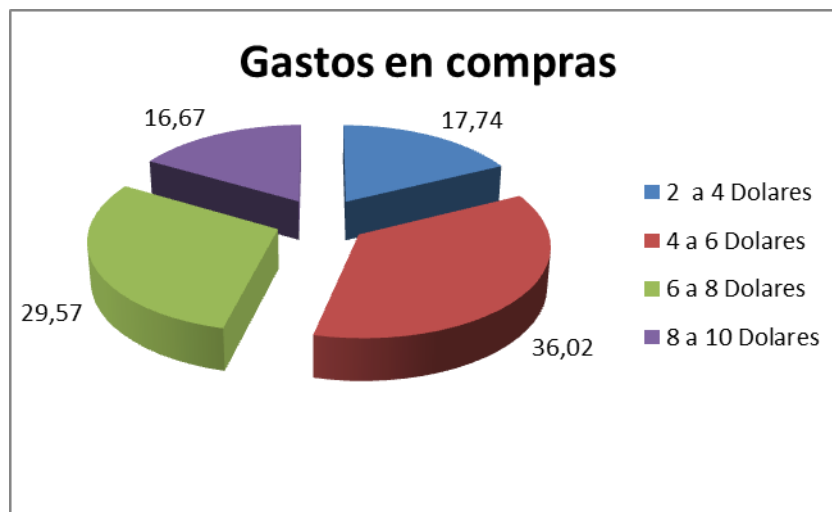
**Cuadro Nº. 05  
GASTOS EN COMPRAS**

Variable	Frecuencia	%	X. M	Mensual	X.F
2 a 4 Dólares	33	17,74	3	99	1188
4 a 6 Dólares	67	36,02	5	335	4020
6 a 8 Dólares	55	29,57	7	385	4620
8 a 10 Dólares	31	16,67	9	279	3348
<b>Total</b>	186	100			13176
No consumen	211				
<b>Total</b>	397				

$$X = \frac{\sum X_m \cdot F}{n} = \frac{13176}{186} = 70 \text{ (Gasto anual)}$$

Fuente: Encuesta  
Elaboración: El autor

**Gráfico Nº. 5**



**Análisis e Interpretación:** El 17,74% gasta al comprar de 2 a 4 dólares, el 36,02% gasta de 4 a 6 dólares, el 29,57 gasta de 6 a 8 dólares y las personas que gastan de 8 a 10 son el 16,67%.

Las familias gastan un promedio de 70 Dólares anuales cantidad moderada de sus ingresos que sería unos 5,83 dólares mensuales de su salario.

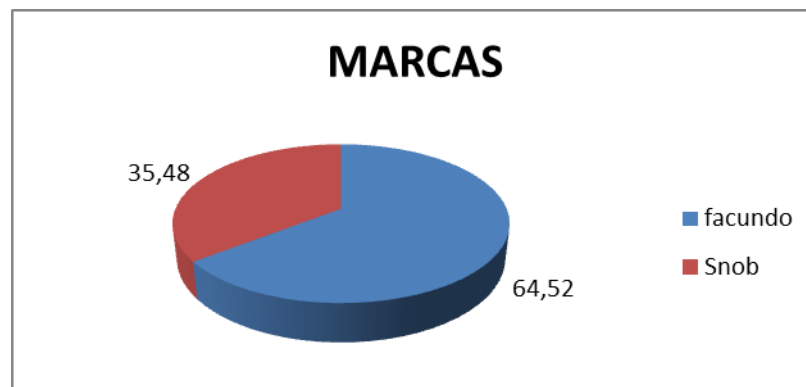
6. ¿Qué marcas suele consumir, señale una opción?

Cuadro N°. 06

Variable	Frecuencia	%
Facundo	120	64,52
Snob	66	35,48
TOTAL	186	100
No. Compran	211	
TOTAL ENCUESTAS	397	

Fuente: Encuesta  
Elaboración: El autor

Gráfico N°. 6



**Análisis e Interpretación:** De todas las personas encuestadas el 64, 52 % consumen la marca facunda y el 35,48% la marca Snob.

En cuanto a marcas las familias consumen en su mayoría facundo y una minoría consume la marca Snob.

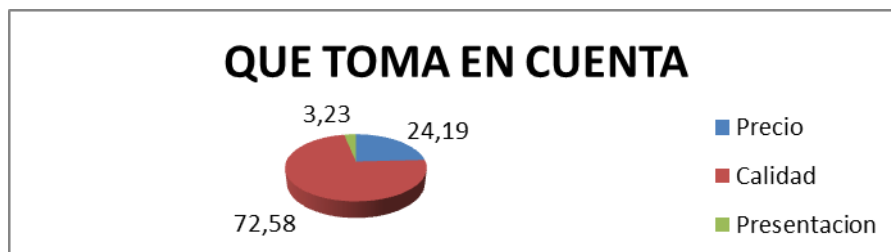
7. ¿Qué características toma en cuenta a la hora de comprar champiñones? Seleccione una variable.

Cuadro N°. 07

Variable	Frecuencia	%
Precio	45	24,19
Calidad	135	72,58
Presentación	6	3,23
<b>TOTAL SEGMENT.</b>	<b>186</b>	<b>100</b>
No. Compran	211	
<b>TOTAL ENCUESTAS</b>	<b>397</b>	

Fuente: Encuesta  
Elaboración: El autor

Gráfico N°. 7



**Análisis e Interpretación:** De acuerdo a la pregunta aplicada un 24,19% manifiesta que por el precio, el 72,58% por la calidad y un 3,23% se fija en la presentación.

La mayor parte se fija en la calidad de los productos a más de su precio o ya sea su presentación.

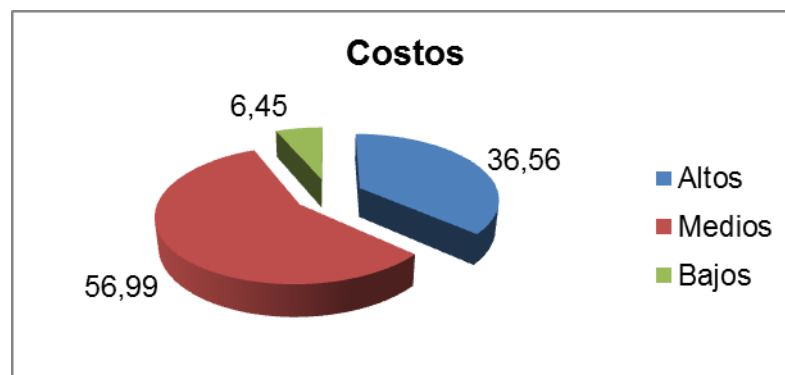
## 8. ¿Los Costos de los champiñones son?

Cuadro N°. 08

Variable	Frecuencia	%
Altos	68	36,56
Medios	106	56,99
Bajos	12	6,45
<b>TOTAL. SEGMENTO</b>	<b>186</b>	<b>100</b>
No contestan	211	
<b>TOTAL ENCUESTAS</b>	<b>397</b>	

Fuente: Encuesta  
Elaboración: El autor

Gráfico N°. 8



**Análisis e Interpretación:** Según la encuesta realizada el 36,56% dice que son altos, el 56,99% que los precios son medios y el 6,45% manifiesta que son bajos.

Los encuestados manifiestan que los costos medios en cuantos a las opciones de altos o bajos.



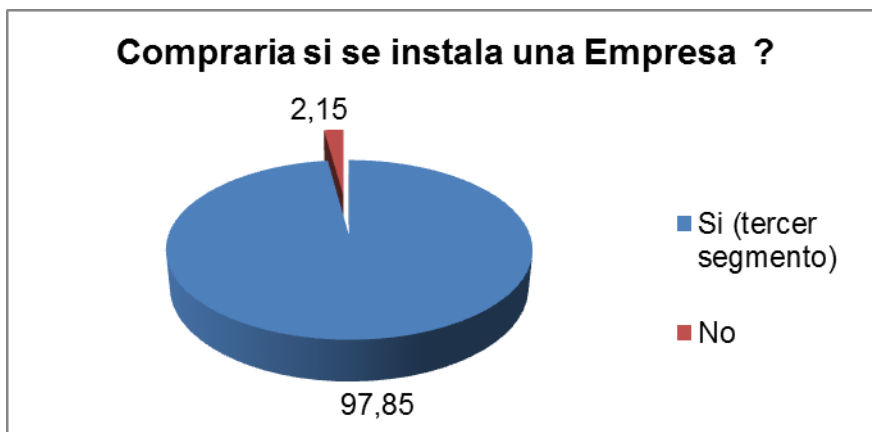
9. ¿En el caso de instalarse una empresa productora y comercializadora de champiñones enteros con buenos estándares de calidad, estaría dispuesto adquirir?

**Cuadro N°. 09**

VARIABLES	FRECUENCIA	%
Si (tercer segmento)	182	97,85
No	4	2,15
<b>TOTAL</b>	<b>186</b>	<b>100</b>
No contestan	211	
<b>TOTAL</b>	<b>397</b>	

Fuente: Encuesta  
Elaboración: El autor

**Gráfico N°. 9**



**Análisis e Interpretación:** Esta pregunta se formuló para determinar la demanda efectiva comprobando que las 182 personas manifiestan que si

comprarían en nuestra empresa que es 97,85 y el 2,15% nos dice que no compraría.

La pregunta realizada a las familias de Loja manifiesta que si compraría nuestro producto.

**10. ¿Qué tendría en cuenta a la hora de comprar champiñones**

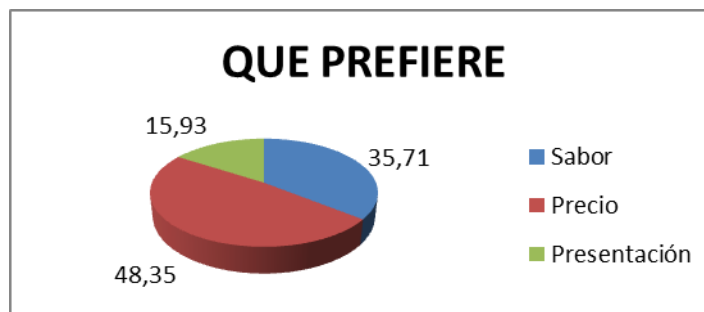
**Enteros, Señale una opción?**

**Cuadro Nº. 10**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	
<b>Sabor</b>	65	35,71
<b>Precio</b>	88	48,35
<b>Presentación</b>	29	15,93
<b>TOTAL SEGMENTO</b>	<b>182</b>	<b>100</b>
<b>No. Compran</b>	215	
<b>TOTAL ENCUESTAS</b>	<b>397</b>	

Fuente: Encuesta  
Elaboración: El autor

**Gráfico Nº. 10**



**Análisis e Interpretación:** Según las encuestas aplicadas el 35,71% contestan que por el sabor, 48,35% que dicen que por el precio y el 15,93 por la presentación.

La mayor parte consume fijándose en su precio más que en su sabor o presentación.

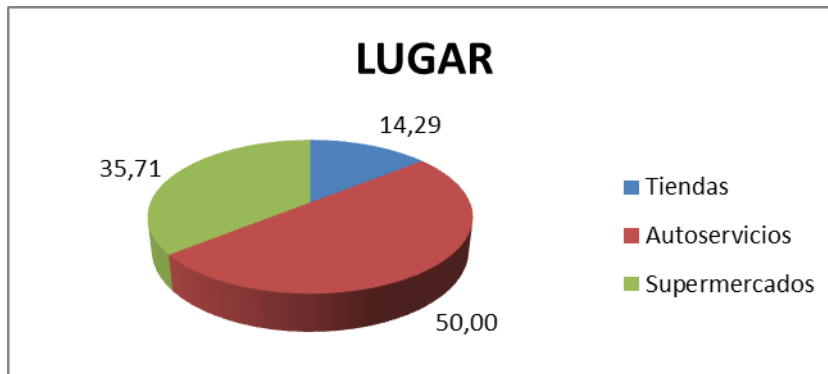
## 11. ¿Dónde le gustaría adquirir los champiñones?

Cuadro N°. 11

Variable	Frecuencia	%
Tiendas	26	14,29
Autoservicios	91	50,00
Supermercados	65	35,71
<b>TOTAL SEGMENTO</b>	<b>182</b>	<b>100</b>
No. Compran	215	
<b>TOTAL ENCUESTAS</b>	<b>397</b>	

Fuente: Encuesta  
Elaboración: El autor

Gráfico N°. 11



**Análisis e Interpretación:** Al 14,29% les gusta comprar en tiendas, mientras el 50% le gusta comprar en Autoservicios y el 35,71% en los supermercados.

La mayoría compra en supermercados y autoservicios.

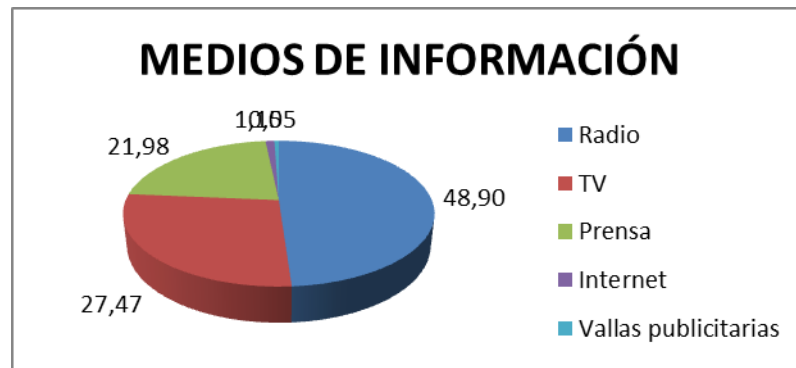
12. ¿Cuáles serían los principales medios de información de su preferencia, señale uno con una x?

Cuadro N°. 12

Variable	Frecuencia	%
Radio	89	48,90
TV	50	27,47
Prensa	40	21,98
Internet	2	1,10
Vallas publicitarias	1	0,55
<b>TOTAL SEGMENTO</b>	<b>182</b>	<b>100</b>
No. Compran	215	
<b>TOTAL ENCUESTAS</b>	<b>397</b>	

Fuente: Encuesta  
Elaboración: El autor

Gráfico N°. 12



**Análisis e Interpretación:** De acuerdo a la respuesta vemos que el 48,90% escucha Radio, 27,47% la tv, 21,98% la Prensa, 1,10% Internet, 0,55% las Vallas Publicitarias.

Las personas prefieren la tv, Radio, Prensa más que las otras alternativas.

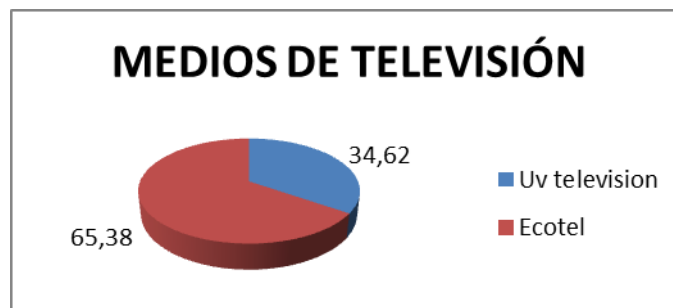
13. ¿Si su respuesta fue la televisión que canal prefiere?

Cuadro Nº. 13

Variable	Frecuencia	%
Uv. Televisión	63	34,62
Ecotel. TV	119	65,38
<b>TOTAL SEGMENTO</b>	<b>182</b>	<b>100</b>
No. Compran	215	
<b>TOTAL ENCUESTAS</b>	<b>397</b>	

Fuente: Encuesta  
Elaboración: El autor

Gráfico Nº. 13



**Análisis e Interpretación:** La preferencia a los canales de la localidad son: Uv. Televisión 34,62%, Ecotel Tv tiene mejor preferencia dando un 65,38%. De acuerdo a las encuestas aplicadas prefieren Ecotel.TV más que UV. Televisión.

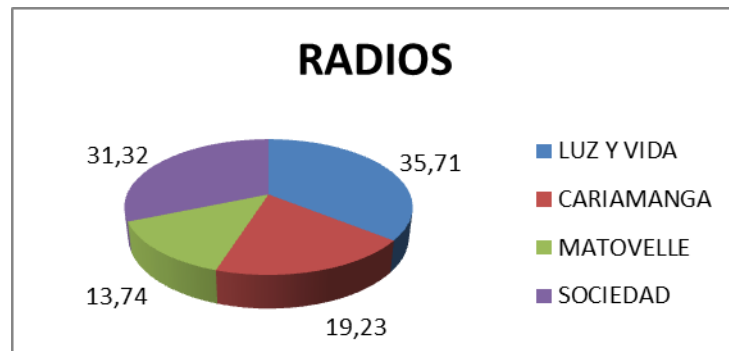
14. ¿Si su respuesta fue la radio que emisora escucha?

Cuadro Nº. 14

Variable	Frecuencia	%
LUZ Y VIDA	65	35,71
CARIAMANGA	35	19,23
MATOVELLE	25	13,74
SOCIEDAD	57	31,32
TOTAL SEGMENTO	182	100
No. Compran	215	
TOTAL ENCUESTAS	397	

Fuente: Encuesta  
Elaboración: El autor

Gráfico Nº. 14



**Análisis e Interpretación:** Según las encuestas aplicadas a las personas para ver la preferencia por las Radios son: Luz y vida 35,71%, Caria manga 19,23%, Matovelle 13,74%, Sociedad 31,32%.

Las familias en su mayoría prefieren sintonizar luz y vida y Sociedad, los demás se encuentran con un menor porcentaje de sintonía en nuestro medio.

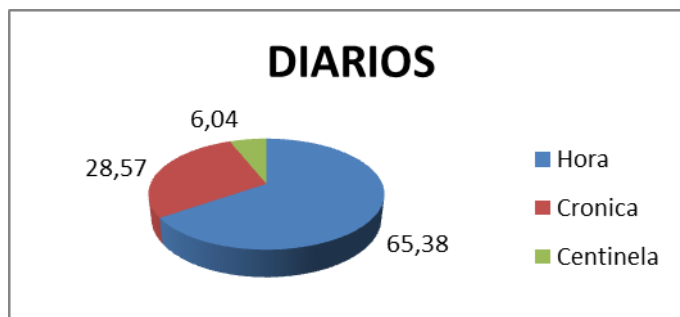
¿Si su respuesta fue la prensa? que diarios lee frecuentemente?

Cuadro Nº. 15

Variable	Frecuencia	%
Hora	119	65,38
Crónica	52	28,57
Centinela	11	6,04
<b>TOTAL SEGMENTO</b>	<b>182</b>	<b>100</b>
No. Compran	215	
<b>TOTAL ENCUESTAS</b>	<b>397</b>	

Fuente: Encuesta  
Elaboración: El autor

Gráfico Nº. 15



**Análisis e Interpretación:** De acuerdo a la pregunta realizada nos podemos dar cuenta que las personas leen con más frecuencia son Diario la hora con un 65,38%, Crónica de la tarde con un 28,57% y 6.04% lo que es diario Centinela.

En su mayoría prefieren el periódico la hora y los otros periódicos con un menor porcentaje de aceptación.



## **g. DISCUSIÓN DE RESULTADOS**

### **7.2. ESTUDIO DE MERCADO**

La presente propuesta, es una estructura de un estudio de mercado para establecer la demanda que tiene el cultivo de champiñones en la ciudad de Loja, con el fin de desarrollar una cultura alimenticia sana en la región, lo que representa una ventaja para el desarrollo de la presente propuesta.

### **7.3. OBJETIVOS**

- Realizar una segmentación correcta y sistematizada del mercado.
- .Establecer gustos y preferencias de la población establecida en cuantos al consumo de champiñones en la ciudad de Loja.
- Conocer la frecuencia de consumo de champiñones y determinar la oferta total teniendo en cuentas las empresas competidoras al realizar el respectivo proceso cuantitativo.
- Establecer estrategias de mercado para el producto, precio, plaza y publicidad.
- Establecer la demanda insatisfecha del producto.

#### 7.4. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

La demanda se puede definir como la cantidad de bienes y servicios que un segmento de mercado necesita y que una empresa tiene la disponibilidad de ofertar.

Para lo cual en el presente proyecto está direccionado a la ciudad de Loja y el segmento escogido son las familias, puesto que los champiñones es un producto de consumo natural, ya sea por la facilidad de preparación, tiempo y ahorro de dinero.

**Cuadro N°. 16**  
**ESTUDIO DE MERCADO**

<b>Años</b>	<b>Población Proyectada</b>	<b>Familias</b>	<b>D. Potencia</b>	<b>D. Real</b>	<b>D. Efectiva</b>	<b>Consumo promedio</b>	<b>D. Proyectada</b>
	2,65		67,00	69,92	97,85	68	
<b>2012</b>	190317	47579	31879	22292	21812	68	1475721
<b>2013</b>	195360	48840	32724	22882	22390	68	1514828
<b>2014</b>	200537	50134	33591	23489	22984	68	1554970
<b>2015</b>	205852	51463	34481	24111	23593	68	1596177
<b>2016</b>	211307	52827	35395	24750	24218	68	1638476
<b>2017</b>	216906	54227	36333	25406	24860	68	1681895

Fuente: Cuadro de la población, D. potencial pregunta N°1, D. Real pregunta N°2, D. Efectiva pregunta N°09, Consumo per cápita pregunta N°04.  
Elaboración: El autor

#### **7.4.1. Demanda Potencial**

Para determinar la demanda potencial hemos tomado en cuenta la pregunta N. 1 que refleja que un 67,00% de las familias de ciudad de Loja consumen lo que refleja que este mercado puede ser factible para el consumo de champiñones.

#### **7.4.2. Demanda Real**

Para determinar la demanda Real hemos tomado en cuenta la pregunta N. 2 que da un 69,92% de las familias de la Ciudad de Loja que si consumen champiñones. Viendo esto positivo para nuestro proyecto de factibilidad.

#### **7.4.3. Consumo promedio**

Obtuvimos el consumo anual per cápita, tomando como referencia la pregunta N° 4 de la tabulación de datos la cual se formuló en forma semanal, Quincenal y Mensual, teniendo esto en cuenta se realizó el correspondiente cálculo matemático en el cuadro N° 4 , con los valores obtenidos se establece el consumo anual de los champiñones que es de 68 libras por familia que consume Anualmente y esto dividido mensualmente da un promedio de 5, 63 libras, siendo estos resultados positivos para nuestro proyecto, puesto que podemos entender que los champiñones son un producto prioritario en la alimentación diaria.

**Cuadro N°. 17**  
**Consumo promedio Anual Perca pita**

<b>SEMANTAL</b>				
<b>VARIABLE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>XM</b>	<b>SEMANTAL</b>	<b>ANUAL</b>
<b>1 a 3</b>	48	2	96	4992
<b>4 a 6</b>	4	5	20	1040
<b>7 a 9</b>	3	8	24	1248
<b>TOTAL</b>	55		140	7280
<b>QUINCENAL</b>				
<b>VARIABLE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>XM</b>	<b>SEMANTAL</b>	<b>ANUAL</b>
<b>1 a 3</b>	49	2	98	2352
<b>4 a 6</b>	5	5	25	600
<b>7 a 9</b>	0	8	0	0
<b>TOTAL</b>	54		123	2952
<b>MENSUAL</b>				
<b>VARIABLE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>XM</b>	<b>SEMANTAL</b>	<b>ANUAL</b>
<b>1 a 3</b>	67	2	134	1608
<b>4 a 6</b>	6	5	30	360
<b>7 a 9</b>	4	8	32	384
<b>TOTAL</b>	77		196	2352
	186		459	12584

Fuente: Encuesta  
Elaboración: El autor

$$C.A.P = \frac{12584}{186} = 68 \text{ Lib.}$$

#### **7.4.4. Demanda Efectiva**

ara obtener la demanda efectiva se utilizaron los datos de la pregunta N° 9 Para hacer el segmento por familias; además se utilizó el consumo anual per cápita para obtener por unidades la demanda efectiva y así saber realmente el porcentaje de nuestra oferta global frente a los consumidores con la finalidad de establecer las expectativas de las familias.

## **7.5. ANÁLISIS DE LA OFERTA**

Se define a la oferta como aquella cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender a los distintos precios de mercado. Hay que diferenciar la oferta del término cantidad ofrecida, que hace referencia a la cantidad que los productores están dispuestos a vender a un determinado precio.

### **7.5.1. Oferta Total**

En el mercado existen variedad de champiñones. Los hay en sus diferentes empaques como enlatados y frascos de vidrio, pero el problema radica en los saborizantes y preservantes que perjudica la demanda de los champiñones, puesto que es delicado en su proceso de elaboración, teniendo esto en cuenta las empresas más conocidas son: la empresa Facundo y la empresa Snob de alimentos, debido a que estas empresas no desarrollan su actividad productiva en la ciudad de Loja.

**7.5.2. La tasa de crecimiento,** la sacamos calculando los locales comerciales que en el 2010 existían 15 locales y para el 2011 tuvo un crecimiento de 10 locales comerciales más. Pudimos calcular la tasa de crecimiento aplicando la fórmula que está a continuación, cabe mencionar que la información la obtuvimos del municipio de Loja.

### Fórmula de la tasa de crecimiento para la oferta

$$t_c = \sqrt{p/p_0}$$

$$T_c = \sqrt{15/25}$$

$$R = \sqrt{1,6666}$$

$$= 1,2909 - 1$$

$$= 0,29$$

**Cuadro N°. 18**  
**CUADRO DE LA OFERTA**

Año	Valle	Granda	Tía	Supermaxi	Galtor	Yerovi	Suma
	250	2304	500	800	200	200	
<b>2012</b>	3000	27648	6000	9600	2400	2400	51048
<b>2013</b>	3873	35693	7746	12394	3098	3098	65903
<b>2014</b>	5000	46080	10000	16000	4000	4000	85080
<b>2015</b>	6455	59489	12910	20656	5164	5164	109838
<b>2016</b>	8333	76800	16667	26667	6667	6667	141800
<b>2017</b>	10758	99148	21517	34427	8607	8607	183063
							585684

Fuente: Municipio de Loja, Locales Comerciales de la Ciudad  
Elaboración: El autor

#### 7.6. Demanda insatisfecha.

Para obtener la demanda insatisfecha se resta la demanda proyectada de la oferta total, todo esto representado en unidades.

Se estima una oferta de 51048 bolsos anuales, para cubrir una demanda de 1475721, de 68 Libras anuales por familia como mínimo.

**Cuadro N°. 19**  
**Demanda insatisfecha**

<b>Años</b>	<b>D. proyectada</b>	<b>Oferta total</b>	<b>D. Insatisfecha</b>
<b>2012</b>	1475721	51048	1424673
<b>2013</b>	1514828	65903	1448925
<b>2014</b>	1554970	85080	1469890
<b>2015</b>	1596177	109838	1486339
<b>2016</b>	1638476	141800	1496676
<b>2017</b>	1681895	183063	1498832

Fuente: Cuadro N° 16 del consumo per cápita  
Elaboración: El autor

Los resultados obtenidos brindan una perspectiva positiva para el desarrollo de este proyecto de tesis puesto que la demanda insatisfecha muestra un gran mercado por acaparar y posibles consumidores que no están de acuerdo con el producto de la competencia oferta, ya sea por problemas de precio, localización no adecuada, calidad, etc., lo que representa una oportunidad para encaminar el proyecto.

## **7.7. PLAN DE COMERCIALIZACIÓN**

### **7.7.1 ESTRATEGIAS DE MERCADO**

**7.7.2. Producto:** Para establecer las características, gustos y preferencias del consumidor hemos utilizado la pregunta N° 7 y 10 en donde el mayor porcentaje de preferencia es los champiñones son un producto de calidad, con ingredientes saludables y su presentación, lo que nos permite establecer que el producto ideal para las familias. En referencia a la pregunta N°2 se describe como prefieren el empaque, donde el porcentaje de más relevancia es que al producto se lo debe entregar en forma natural, por lo que nos permitimos indicar que el empaque será en empacado al vacío, además tendrá una etiqueta donde constarán las característica, beneficios, peso, preparación etc., para brindar un producto que sea sano al 100%.

Estimular al personal de producción para que los champiñones se encaminen a satisfacer las necesidades, deseos y preferencias de consumo. Influir en la compra de champiñones utilizando el SLOGAN “CUIDA TU FAMILIA CONSUMIENDO ALIMENTOS SANOS Y NUTRITIVOS”.

### **GRÁFICO N° . 16**





### **Objetivos de mercado.**

- Posicionarnos con excelente imagen en la mente del consumidor.
- Crear lealtad del consumidor hacia nuestros productos.
- Hacer que los clientes vinculen los Champiñones con la marca a través de la calidad y variedad.

**Marca:** El nombre Comercial de nuestra empresa, en la cual sea representativo de los champiñones que ofreceremos a nuestros clientes con una identidad propia será:

***“ALIMENTATE SANO COMIENDO CHAMPIÑONES”***

**Logo:** La imagen que usaremos en nuestras publicidades para que las personas puedan identificar nuestros productos, donde se demuestra el dinamismo, prestigio, confianza y respaldo que nuestra empresa representará es el siguiente.

### **GRÁFICO N°. 17**

#### **LOGO**



***Elaborado: Autor***

**Slogan:** El slogan es la frase clave con él cual nuestra empresa reflejará su filosofía ya su vez le permitirá recordar comúnmente a los consumidores.

Nuestro slogan es el siguiente:

***“ALIMENTATE SANO COMIENDO, COMIENDO SANO, CHAMPINONES NATURALES”.***

**Atributos de nuestros productos:**

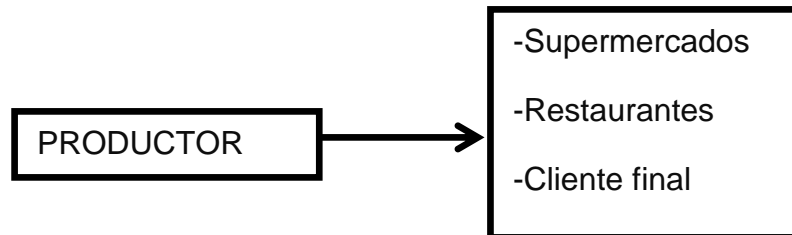
**Calidad:** Nuestros productos serán de gran calidad ya que contaremos con el mejor proceso de venta, con personas capacitadas en la rama de atención al cliente.

**Diferenciación:** Nuestros productos se diferencian por los métodos y técnicas de venta para llegar al cliente

### **7.7.3. Plaza**

Para definir el mercado actual de los centros de expendio del producto y proponer el canal idóneo de distribución, hemos utilizado la pregunta N° 11, la cual nos da un panorama exacto acerca de los puntos de compra de los champiñones, para conocer si la empresa que se quiere instalar tiene gran acogida se ha tomado como base la pregunta N° 9 la cual hemos obtenido un resultado positivo para afianzarnos en crearla, finalmente para mayor facilidad y conservación de los champiñones hemos elegido el siguiente canal de distribución:

**GRÁFICO N°. 18**



Este canal nos permitirá la distribución ordenada de nuestro producto, la conservación adecuada y fresca del producto, saliendo directamente de la empresa productora hacia los minoristas y posteriormente a manos del consumidor final, de esta manera la empresa se ahorrara en alquiler de locales para su venta directa.

Realizar una negociación con cadenas de comida, ofreciéndoles los productos de calidad, logrando así la lealtad de clientes.

Mantener al producto con los estándares de calidad de acuerdo a los gustos y preferencias de los consumidores.

#### **7.7.4. Precio**

Es el valor monetario que le asignamos a nuestro producto al momento de ofrecerlos a los consumidores. Algunas estrategias que podemos diseñar, relacionadas al precio son:

- Lanzar al mercado el producto con un precio bajo, para que, de ese modo, podamos lograr una rápida penetración, una rápida acogida, o podamos hacerlo rápidamente conocido.
- Lanzar al mercado un nuevo producto con un precio moderado, para que, de ese modo, podamos aprovechar las compras hechas como producto de la novedad.
- Lanzar al mercado un nuevo producto con un precio accesible, para que, de ese modo, podamos crear una sensación de calidad.
- Reducir el precio de un producto, para que, de ese modo, podamos atraer una mayor clientela.
- Reducir los precios por debajo de los de la competencia, para que, de ese modo, podamos bloquearla y ganarle mercado.

### **Factores que condicionan el precio**

#### **Estudio y análisis:**

- Gastos
- Condiciones de pago
- Términos de la venta

#### **Métodos fijación precios:**

- Basados en los costes

- Basados en la demanda
- Basados en la competencia

#### **7.7.5. Publicidad**

- Es una técnica de comunicación comercial que intenta fomentar el consumo del producto a través de los diferentes medios de comunicación.
- Realizar spots publicitarios en el canal Ecotel y Uv Tv, hasta bombardear al público de nuestro producto e imagen por un lapso de un año, en horarios estratégicos obtenidos en las encuestas a las familias, dando a conocer a los consumidores los beneficios de los champiñones.
- Realizar cuñas publicitarias en las radios por un tiempo de un año en el horario de alta sintonía con el fin de que la población conozca nuestro producto.
- Realizar anuncios en el Diario La Hora, La crónica, Diario centinela por un periodo de 1 año, con la finalidad de dar a conocer la empresa, el producto y lograr mayor aceptación por parte de los consumidores.

#### **7.8. ESTUDIO TÉCNICO**

Tiene como objetivo determinar la función óptima de la producción, utilización, distribución de los recursos necesarios, el tamaño y localización

óptima de la planta, ingeniería del proceso e inversiones durante la vida útil del proyecto, con la finalidad de establecer las condiciones ideales que permitan que la nueva unidad productiva sea más eficiente.

El estudio técnico analizará la posibilidad de producir un producto en condiciones de tamaño, localización de la unidad productiva, costos y gastos, todos ellos, en lo más óptimo posible.

#### **7.8.1. TAMAÑO DEL PROYECTO**

El presente proyecto está estimado para una producción de cinco años. El tamaño de la producción que se pretende realizar para su ejecución, está relacionado con la capacidad instalada de la Planta, esperándose ir aumentando la producción con el pasar del tiempo.

En este proyecto será necesario instalar una bodega destinada al almacenamiento del producto, porque es muy importante el cuidado del producto para mantenerlo en óptimas condiciones y llegue en buen estado al consumidor final.

#### **7.8.2. CAPACIDAD INSTALADA**

##### **Condiciones:**

- Se trabajará 5 días de lunes a viernes.
- 260 días al año.
- Jornada de 8 horas diarias.

- 2 operarios
- 1 jefe de producción.

La capacidad instalada estará determinada por la capacidad del área de siembra en cada periodo de tiempo q especificaremos a continuación.

En este caso dependerá específicamente del área de siembra, utilizaremos una máquina que nos envasara de acuerdo a la producción que tendremos en cada periodo de siembra, esta máquina trabajara en proporción de las libras que vamos a cultivar y luego sacar al mercado.

La máquina envasa 750 libras x día, como nuestra producción va a ser cada quincena, la utilizaremos un día por cada quincena.

#### CUADRO N°. 20

##### PRODUCCIÓN EN LIBRAS DE LA CAPACIDAD INSTALADA

<b><u>18000 lib. Champiñones</u></b>
<b>18000 Lb Año. / 4 Meses = 4,500 Lb. de champiñones</b>
<b>4,500 Lb. / 6Quincenas = 750 Lb Champiñones producción / cada 15 días</b>

Fuente: Proporción de siembra y utilización de la maquina  
Elaboración: El autor

#### 7.8.3. CAPACIDAD UTILIZADA

La capacidad utilizada es cuando se produce en un nivel moderado con cada parcela de siembra.

Ninguna empresa empieza produciendo al cien por ciento, si no que se produce con una capacidad mínima que es la capacidad utilizada para luego incrementar la producción de acuerdo a la demanda y producir con la plena capacidad instalada.

La capacidad utilizada estará determinada en función de la demanda existente en el mercado la capacidad utilizada será inferior a la capacidad instalada en los primeros años y periódicamente se estabilizará hasta igualarla.

Para calcular la capacidad utilizada, se multiplica la capacidad instalada por el porcentaje de planificación de producción obteniendo los resultados para todos los años, tal como se muestra en el siguiente cuadro.

### CUADRO N°. 21

#### CAPACIDAD UTILIZADA

AÑOS	CAPACIDAD INSTALADA 100% (fundas de plástico de 500 gr.)	CAPACIDAD UTILIZADA (fundas de plástico 500gr.).	% PLANIFICACION DE PRODUCCION
0	18000		
1	18000	15300	85%
2	18000	16200	90%
3	18000	17100	95%
4	18000	18000	100%
5	18000	18000	100%

Fuente: cuadro N°. 20

Elaboración: El autor



#### 7.8.4. PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO

Representa la porción disponible de demanda en un segmento determinado, se lo realizara anualmente, para ello se divide la capacidad instalada para la demanda insatisfecha y luego se multiplica por 100 para determinar el porcentaje de participación en el mercado.

**CUADRO N°. 22**

#### **PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO.**

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA (Libra champiñones 500g.)</b>	<b>CAPACIDAD INSTALADA (Libras champiñones 500g)</b>	<b>% PARTICIPACIÓN</b>
<b>0</b>			
<b>1</b>	1448925	18000	1,24%
<b>2</b>	1469890	18000	1,22%
<b>3</b>	1486339	18000	1,21%
<b>4</b>	1496676	18000	1,20%
<b>5</b>	1498832	18000	1,20%

Fuente: cuadro N°. 19, 20

Elaboración: El autor

#### 7.8.5. LOCALIZACIÓN

El presente proyecto se realizara en la Región Sierra, Provincia de Loja, Cantón Loja, Ciudad de Loja, En esta ciudad no hay una industria productora y comercializadora de champiñones. Esta ciudad es una entrada para

productos agrícolas de sus diferentes cantones, esta ubicación es estratégica para poder cubrir un mercado desatendido.

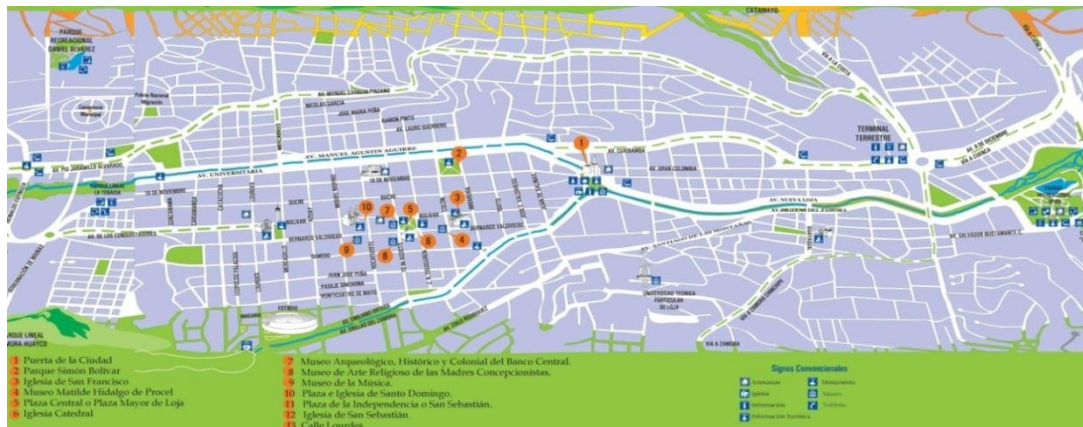
Las características principales de la Ciudad son:

- **Superficie:** 11026 Kilómetros cuadrados.
- **Población:** 180617 habitantes.
- **Clima:** Templado Andino.
- **Altitud:** 2100 metros sobre el nivel del mar.

Los límites de la ciudad de Loja son:

- Al Norte con el Cantón Saraguro
- Al Sur y al Este con la Provincia de Zamora Chinchipe.
- Al Oeste con la Provincia del Oro y los Cantones Catamayo, Gonzanamá y Quilanga.

**GRÁFICO N°. 19**



### **7.8.6. MACRO LOCALIZACIÓN**

La ubicación de la nueva unidad productiva fue escogida por las siguientes razones:

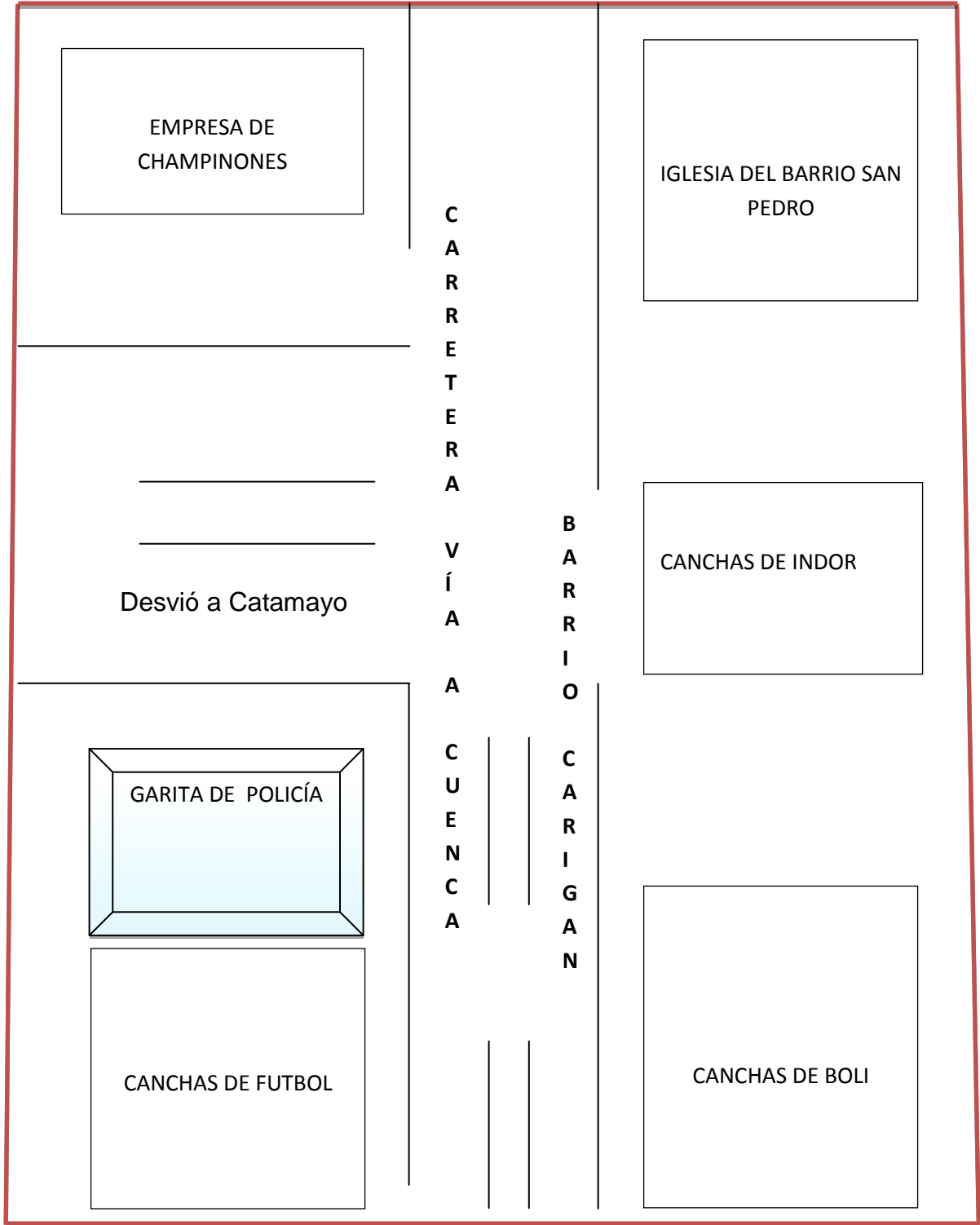
Loja es una zona apta para el cultivo de este hongo, puesto que se encuentra localizado dentro de los bosques andinos templados del Ecuador. A excepción de junio y julio, meses en los que presenta una llovizna tipo oriental (vientos alisios), la temperatura fluctúa entre los 16 y 21 ° C.

La macro localización es la elección del área geográfica más idónea para ubicar la empresa. Se toman en cuenta factores como cercanía al mercado, cercanía a los distribuidores, vías de comunicación hasta la Empresa, acceso a servicios básicos, cercanía a los proveedores de materia prima entre otros, por lo que resulta de gran importancia estudiar y analizar el lugar de ubicación de la Empresa.

### **7.8.7. MICRO LOCALIZACIÓN**

Esta empresa estará ubicada en la Ciudad de Loja, La ubicación exacta del terreno es en el barrio Carigan, hemos elegido estos terrenos porque son planicies perfectas para su cultivo, evitando así las zonas montañosas, además posee un suelo idóneo para el cultivo.

**GRÁFICO N° 20**



#### **7.8.8. FACTORES LOCALIZACIONALES**

Existen algunos factores que determinan la localización de una planta industrial para la elaboración de un determinado producto, y que generalmente se denominan factores localizaciones, entre los que podemos mencionar: materia prima, terreno, mercado, vías de comunicación, disponibilidad de mano de obra, transporte, servicios básicos como luz, agua, teléfono, etc.

#### **7.8.9. MEDIOS Y COSTO DE TRANSPORTE**

Con el crecimiento acelerado de las ciudades, se ha incrementado las vías, carreteras y vehículos de transporte que permiten que los habitantes puedan trasladarse. Por esta razón se puede llegar con facilidad y sin demora a los posibles clientes de la nueva unidad productiva.

En lo que se refiere a los proveedores, están ubicados en el centro de la ciudad, a poca distancia de la planta, lo que puede ser considerado como una ventaja, debido al tiempo que se emplea en la adquisición de la materia prima e insumos.

#### **7.8.10. CERCANÍA A LOS CENTROS DE ACOPIO**

La planta estará ubicada en el barrio Carigan, por lo que la distancia hacia el

centro no estará muy distante.

#### **7.8.11. FACTORES AMBIENTALES**

El proyecto que se desea implementar se encuentra ubicado dentro de la clasificación de proyectos como Neutro, es decir, es un proyecto que no afecta al medio ambiente, puesto que los desechos son incorporados como materia prima al suelo, sin poner en riesgo el entorno en el cual se desarrollará la nueva empresa, evitando y minimizando los impactos que pueden resultar de la ejecución de éste tipo de proyecto.

Los factores principales de localización son los servicios básicos, el lugar cuenta con: agua, luz, teléfono, internet, lo que permitirá elaborar un producto con todas las condiciones técnicas de calidad.

- La ciudad de Loja cuenta con una gran cantidad de mano de obra calificada, ya sea esta directa e indirecta.
- La localización determinará la cercanía de la empresa con las instituciones del sector financiero, el servicio de rentas internas, el ilustre municipio de Loja, el gobierno provincial de Loja, la superintendencia de compañías, el ministerio de salud pública. Facilitando así cualquier trámite que se requiera.
- El transporte es un factor esencial para que los trabajadores de la empresa tengan acceso con facilidad, también para que la materia

prima sea recibida a tiempo por la empresa, así mismo para que la empresa transporte y distribuya el producto a los minoristas.

- En cuanto al terreno hay disponibilidad porque no existe mucha población en el sector, y los materiales de construcción se los encuentra en la ciudad a costos relativamente accesibles.
- Los factores que determinan la ubicación de la empresa en la ciudad son las condiciones de vida de la población, el clima, la topografía, las facilidades de redes de comunicación, la infraestructura de salud con la que cuenta. Con estos factores podemos crear sistemas de educación para la mano de obra, elaboraremos estrategias de distribución para así poder satisfacer al mercado.

#### **7.8.12. TAMAÑO DE LA PLANTA**

Este proyecto se llevará a cabo mediante la técnica de cultivo en bandejas, debido a que el cultivo se lo realiza en estructuras cerradas tipo invernadero ya que requiere de humedad para su desarrollo, además no se puede controlar la temperatura y no se podría proteger del clima.

#### **7.8.13. MAQUINARIA, MATERIALES Y EQUIPO**

Los equipos necesarios para desarrollar las actividades de la nueva empresa requieren de una inversión en la que se debe considerar la capacidad de producción, procesos y tecnología, se debe seleccionar la maquinaria y

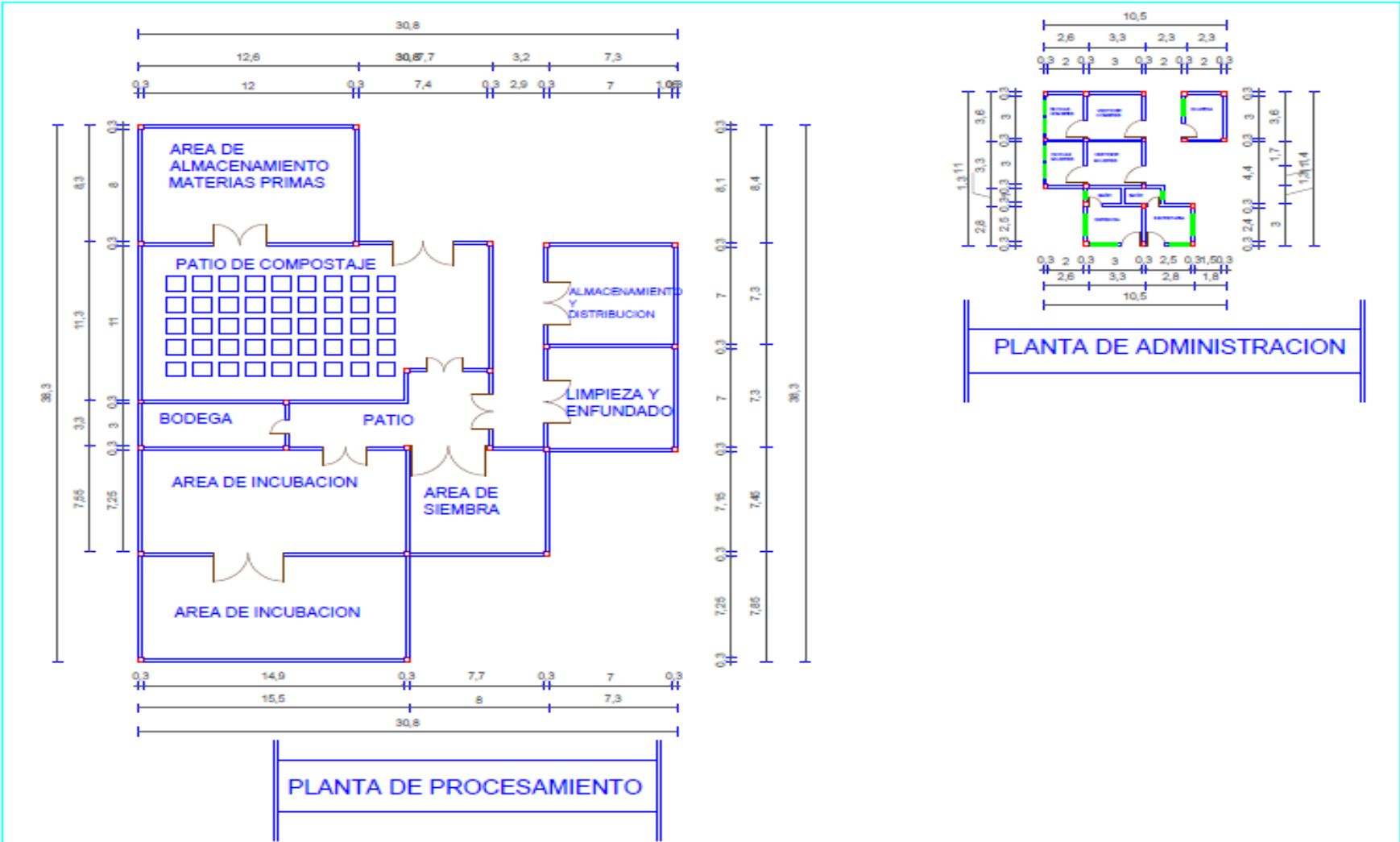
equipos necesarios para la producción, puesto que se debe evitar costos innecesarios.

#### **7.8.14. DISTRIBUCION DE LA PLANTA**

La capacidad de planta se refiere a la capacidad de producción que puede llegar a tener una empresa durante un cierto periodo de tiempo, se expresa por varias relaciones; por hora, días, semanas, meses, etc.



# Plano de la Empresa



#### **7.8.15. INGENIERÍA DEL PROYECTO**

Describe la secuencia de operaciones que llevan al transformarse de la materia prima en un producto terminado, se incluyen tiempos, requerimientos con la finalidad de prever el número de unidades que se producirán en un tiempo determinado así como el número de personas que trabajaran en su transformación.

#### **7.8.16. PROCESOS BIOLÓGICOS PARA EL CULTIVO**

Los procesos biológicos de producción de los hongos se requieren fermentación o compostaje.

##### **PASOS PARA EL CULTIVO**

1. Fermentación
2. Esterilización
3. Siembra
4. Incubación
5. Producción

#### **7.8.17. DESCRIPCION DEL PRODUCTO**

El producto que se va producir son champiñones naturales, se producirá de acuerdo a la demanda existente y a los requerimientos de los consumidores.

Se añadirá preservantes naturales para mantener el producto en buenas condiciones que permitan su consumo en excelentes condiciones sanitarias y de preservación.

El envase del producto será empacado al vacío en fundas dobles day pack, transparente, de fácil manejo la cual mantendrá el producto en buen estado de asepsia y libre de contaminación.

La capacidad del empaque será de 500 gramos, que es un contenido estándar y de mayor adquisición del producto por los consumidores.

#### **7.8.18. IDENTIFICACIÓN**

Contará con un empaque de color blanco transparente, esto para que sea llamativo visualmente al consumidor y de fácil identificación, la etiqueta contendrá información importante como, nombre del producto, Champiñones naturales “**ALIMENTATE SANO, COMIENDO SANO, CHAMPIÑONES NATURALES**”, nombre de la empresa fabricante, el cual es **Empresa Productora y Comercializadora de Champiñones Pucha S.A.** Marca, fecha de elaboración y vencimiento, número de lote y registro sanitario, además de los ingredientes de los que está hecho el producto, y una línea de atención al consumidor.

### 7.8.19. PROCESO DE PRODUCCIÓN

Los hongos no necesitan tierra para desarrollarse necesitan de pequeños espacios cubiertos o es preferible en invernaderos, deben ser espacios limpios y secos.

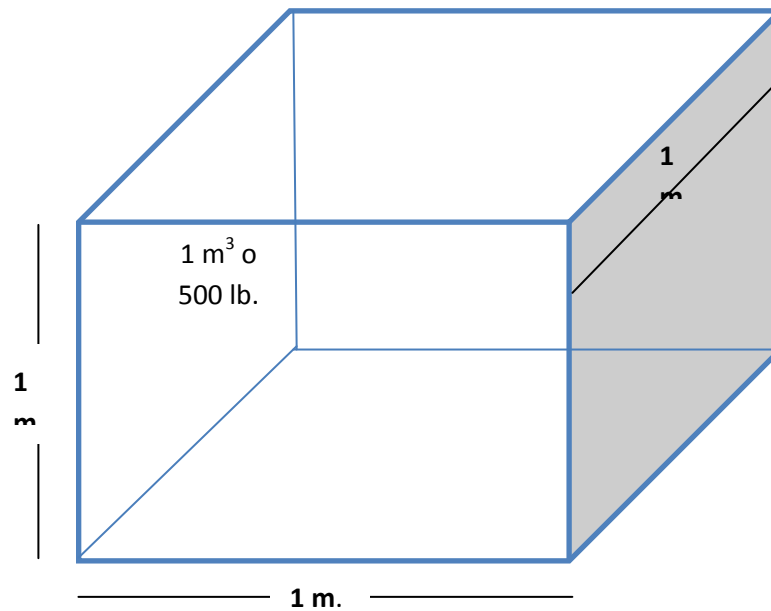
#### 7.8.19.1. PRODUCCIÓN DE 100 LIBRAS DE CHAMPIÑONES

- **META:** Obtener 8 kg. de hongos frescos en un  $m^2$  de superficie de cultivo.

17.6 libras de hongos frescos en un  $m^2$  de superficie de cultivo.

1 tonelada de sustrato equivale a  $2m^3$

**GRÁFICO N° 21**



Para completar una tonelada de sustrato se necesita  $2\text{m}^3$  de sustrato.

### CANTIDAD DE SEMILLA REQUERIDA

- En kg. se necesita 2,27 kg. de semilla en 1 tonelada de sustrato.
- En lb. Se necesita 4,994 lb. De semilla en 1 tonelada de sustrato.
- 5 lb./ tonelada (redondeado) en 1 tonelada de sustrato.

GRÁFICO N°. 22

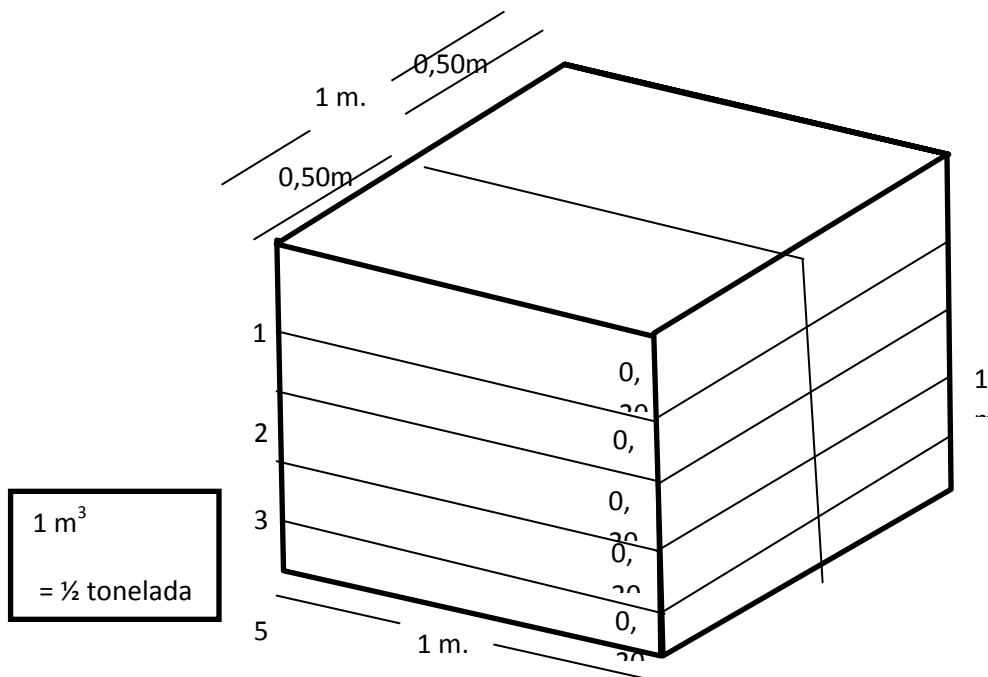
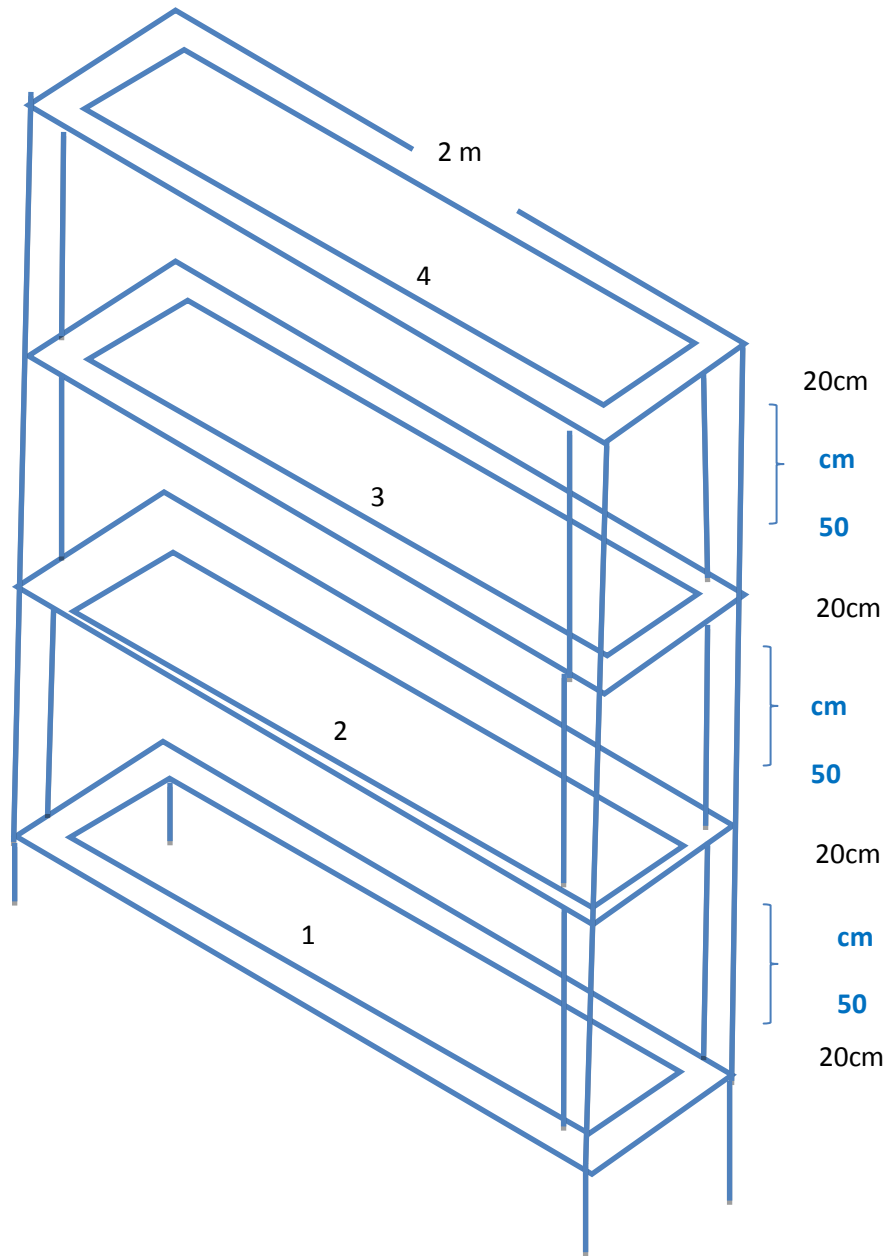


GRÁFICO N° 23



## CÁLCULO DE PRODUCCIÓN DE CHAMPIÑONES POR TONELADA

- 4,994 Lb. (5 lb. De semilla), por tonelada sustrato.

Rendimiento promedio 8 kg. o 17,6 lb. De Hongo en 1 m<sup>2</sup>

En 1 m<sup>2</sup> se pone 100 lb. De sustrato húmedo de superficie de cultivo.

- Las 100 lb. De sustrato más la capa de cobertura de 2 cm. De espesor, más humedad (ligera).

100 lb. + Humedad = 1 m<sup>2</sup> (1 m \* 1 m \* 0,20 cm.) = 17,6 lb. CHAMPIÑONES.

1 m<sup>3</sup> = 5 subdivisiones (0,20 cm de altura c/u). Media tonelada.

17,6 \* 5 = 88 lb. En media tonelada.

88 lb. \* 2 = **176 lb. Tonelada. Champiñón.**

176 lb./ ton \* 102.272 = 17999.872(Redo) = **18000 lb. Champiñón al**

**año.**

## NÚMERO DE TONELADAS PARA PRODUCIR 18000 lb. CHAMPIÑONES

### SUSTRATO

176 lb.	1 tonelada	
Champiñón		
18000 lb.	X	
Champiñón		= 102.272 ton/sustrato

#### ▪ CANTIDAD TOTAL DE SEMILLA

Para producir 18000 lb. De champiñones por tonelada de sustrato se necesitan 5 lb. De semilla.

**Total de toneladas =  $102.272 * 5$  lb. Tonelada = 511.36 lb. de semilla**

### DISPOSICIÓN DE SEMILLA EN 4 TRIMESTRES

511.36 lb. De semilla / 4 = 127.84 lb. De semilla

127.84 lb. / 6= **21.30 lb. Semilla**

### CICLO DE PRODUCCION DE HONGOS (Champiñones)/ Ano/ 18000 lib.

#### **18000 lib. Champiñones**

18000 Lb. / 4 = 4500 Lb. de champiñones

4500 Lb. / 6 = 750 Lb Champiñones producción / cada 15 días



## **NUMERO DE ESTANTES Y SUBDIVISIONES**

- **En media tonelada tenemos:**

1. Estante de 4 subdivisiones de 2 m c/u  
Queda + 1 subdivisión de 2 m.

- **EN (1) TONELADA TENEMOS**

2. Estantes de 4 subdivisiones de 2 m c/u  
Quedan 2 subdivisiones de 2 m

- **EN (2) TONELADAS TENEMOS**

5. estantes de 4 subdivisiones de 2 m c/u

### **CUADRO N°. 24**

#### **ESTANTES Y SUBDIVISIONES**

<b>En</b>	<b>2</b>	<b>Toneladas necesito</b>	<b>5</b>	<b>estantes de</b>	<b>4</b>	<b>Subdivisiones</b>	<b>20</b>
	4		10		4		40
	8		20		4		80
	16		40		4		160
	20		50		4		200
	24		60		4		240
	25		62		4		248
	0.5		63		4		252
	25.5		64		3		255

### **SUSTRATO TRIMESTRAL (EN ESTANTES)**

En dos toneladas tenemos 5 estantes que nos suman 64 estantes.

En 25.5 toneladas (25.568 Ton) q necesitamos para producir cada trimestre durante el año: 25.568 Toneladas de compost.

En 25.5 toneladas necesito 64 estantes, por solo el último con 3 subdivisiones, lo que nos da una producción de 4488 toneladas de champiñones.

**Ejemplo:**

63 estantes de 4 subdivisiones =  $252 \times 17.6 = 4435.2$  toneladas / champiñones.

64 estantes de 3 subdivisiones =  $255 \times 17.6 = 4488$  Toneladas / champiñones

1. subdivisión de 0.50cm x 2m x 0.20 produce 8 kg/m<sup>2</sup> o 17,6 Lb.m<sup>2</sup> hongos.

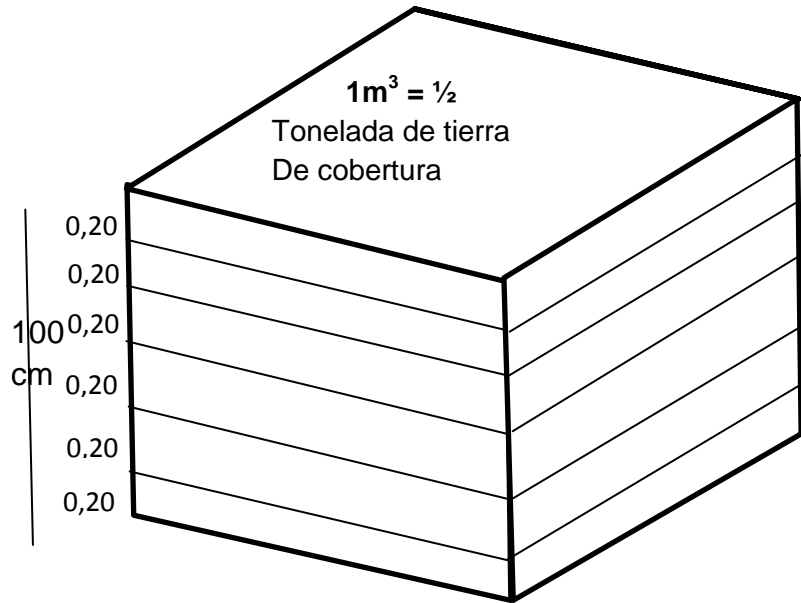
$17,6 \text{ lb.m}^2 \times 3 \text{ subdivisiones} = 52.8 \text{ Lb. / hongos}$

$52.8 \text{ Lb./ hongos} + 4435.2 \text{ Ton/ hongos} = 4488 \text{ Ton/ champiñones}$

**CANTIDAD DE TIERRA DE COBERTURA**

Aconsejable capa de cobertura de 3 cm de espesor

**GRÁFICO N°. 24**



$100\text{cm} / 3 = 33.3$   
 Altura (H) = 0  
 Ton x cms = 5 = 15cm ½ ton.  
 = 10=30cm-1Ton.  
 = 15=45cm } 2Ton.  
 = 20=60cm }  
 = 25=75cm } 3Ton.  
 = 30=90cm }  
 = 33.3= 100cm-0.33/ equiv.

100cm x 100cm x 0.20cm de tierra de cobertura

3 ton + 0.33 = 3.33 ton compost

90 cm – 3 Ton.

10 cm x = 0.33 %

1m<sup>3</sup> = ½ tonelada 2 m<sup>3</sup> = 1 tonelada

½ tonelada de tierra de cobertura --- 3.33 toneladas de compost

½ tonelada de tierra de cobertura 3.33 toneladas de compost

1 tonelada de tierra de cobertura 6.66 toneladas de compost

1 tonelada de tierra de cobertura ----- 7.32 toneladas de compost

X 102.272 toneladas de compost

= 15.35 toneladas / tierra cobertura

- **METODO DE SIEMBRA**

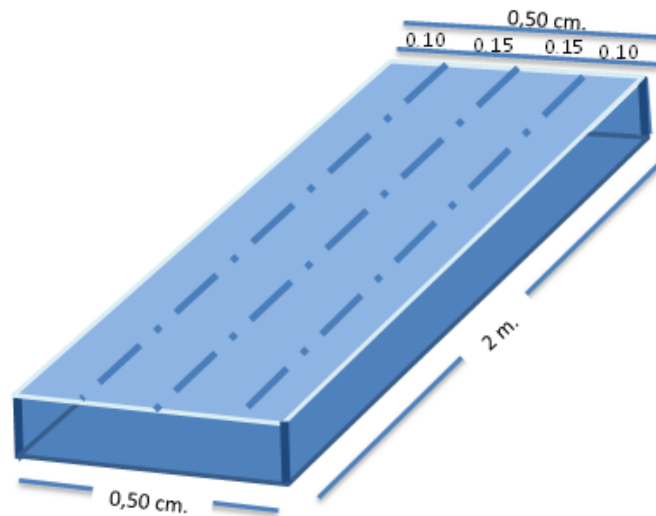
Método de 3 bolillo

3 líneas ( 15 cm ) entre líneas

Profundidad de siembra 1-2 cm

Entre semilla 15 cm

**GRÁFICO N° . 25**

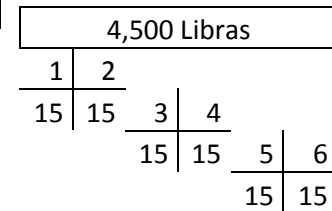
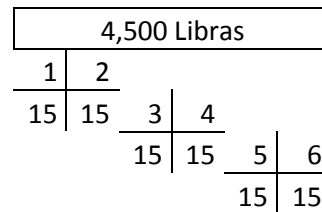
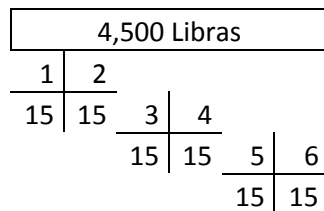
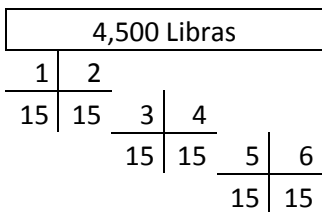


FLUJOGRAMA DE PRODUCCION

CUADRO N°. 25: CICLO DE PRODUCCION DE CHAMPINONES AÑO 18000 LIBRAS

MESES															
3 MESES			3 MESES			3 MESES			3 MESES			3 MESES			
O	N	D	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	O
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	O

18000 Lb. Champiñones  
 18000 Lb. / 4 = 4500Lb  
 4500 Lb./ 6 = 750 Lb



- 1. Ciclo de siembra  
intervalo de 6 semanas

N- Semanas  
Intervalo / días

**FLUJOGRAMA DE SIEMBRA**

<b>CUADRO N°. 26: DISPOSICION DE SEMILLA / SIEMBRA Y COMPOST/ (SUSTRATO ) EN ROTACION / AÑO</b>														
<b>MESES</b>														
3 MESES				3 MESES			3 MESES			3 MESES			3 MESES	
D	N	D	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15

3 meses siembra Intervalos  
 Escalando 3.87 ton. tierr. cobert  
127.84 Lb. Semilla - 25.568 ton. Compost.

3 MESES SIEMBRA INT.  
 127.84 Lib. / Semilla  
 25.568 Ton. Compost.  
 3.87 Ton. Tierra Cobertura

Cantidad

21.30 Lb. semilla  
4.26. ton. Compost.  
0.64Ton./Tierra/Cob

Días

15 / 15

21.30 Lb. semilla  
4.26. ton. Compost.  
0.64Ton./Tierra/Cob  
 15 / 15

21.30 Lb. semilla  
4.26. ton. Compost.  
0.64Ton./Tierra/Cob  
 15 / 15

**TONELADAS COMPOST**

102.272 Ton. compost\_  
 102.272 / 4 = 25.568 Ton./C  
 25.568 / 6 = 4,26 Ton. Compost

**SEMILLA**

511.36 Lib. Semilla  
 511.36 Lib / 4 = 127.84 Lib./S  
 127.84 / 6 = 21.30 Lib/ Semilla






**TIERRA DE COBERTURA**

15.35 Ton./ Tierra/Cobert.  
 15.35/4 = 3.87 Ton. / T.Cobert.  
 3.87/6 = 0.64 Ton./ T.cobert.

**CUADRO N°. 27**

**FLUJOGRAMA DE ACTIVIDADES**

FLUJOGRAMA DE PROCESO C/15 DIAS							
Nº	ACTIVIDAD						TIEMPO
1	Recepción de materia prima	x					1:00:m
2	Selección y Pesado	x					0:30:m
3	Lavado y Desinfección	x					0:30:m
4	Fermentado		x				1:00:h
5	Secado y Clasificado	x					0:30:m
6	Transporte a Maquina Envasadora			x		X	1:00:h
7	Llenado y Empacado del Champiñones			x			1:00:h
8	Limpieza de Maquinaria	x					1:00:h
9	Puesto en las bandejas	x					1:00:h
10	Almacenamiento				X		0:30:h
<b>TOTAL</b>							<b>8:00:00</b>

Simbología	
	Operación
	Inspección
	Operación e inspección
	Almacenamiento
	Transporte

## **7.8.20. ESPECIFICACIÓN DE LA OBRA CIVIL**

### **7.8.20.1. DESCRIPCION DE PROCESOS**

Se procederá a describir el proceso de producción para permitir una mayor visión y funcionamiento de la elaboración del producto paso a paso tratando de aclarar cada detalle de la producción

Se verá el tiempo de demora y el tiempo que tarda para sacarlo al mercado, maquinas a ser utilizadas un tiempo de trabajo y demora de cada actividad para obtener al final el tiempo total de producción en un tiempo determinado.

#### **▪ ADICION DE PRESERVANTES Y ESPECIAS**

Después de esto se añade a la masa los preservantes como el sorbato de potasio para preservar el producto más tiempo y con las mejores condiciones para el consumo de nuestros clientes.

#### **▪ CONTROL DE CALIDAD**

Es el proceso que se realiza a los champiñones, la calidad del producto que mantenga su aspecto fresco y que este en buenas condiciones, así mismo se verificas que los ingredientes estén mezclados homogéneamente.

#### **▪ ENVASADO DEL PRODUCTO**

Es el proceso que se realiza para tener un producto casi listo para su venta Para esto se utilizara la maquina envasadora y se alista los empaques, se empaquetaran 94 unidades por hora, esto de acuerdo a la capacidad de la envasadora que es de unidades por hora.



#### ▪ **ALMACENAMIENTO DEL PRODUCTO**

Luego, se procede a almacenar el producto en la bodega destinada para el almacenamiento.

#### ▪ **DISTRIBUCION DEL PRODUCTO**

Por último se procede a la distribución del producto a los centros comerciales y proveedores de la ciudad.

### **7.8.20.2. EQUIPO Y MAQUINARIA**

#### **BALANZAS ELECTRONICAS DE 100 KILOS-220 LIBRAS**

**Características:** **Modelo** digital, capacidad: 100 kilos. División: 50g. Plataforma en acero inoxidable de 40cm x 30cm. tres pantallas: peso, precio, valor a pagar. Funciones:

4 memorias. store, tare, add, zero, c. Pesa en libras y kilos. Funciona con 110v. Incluye batería auto recargable en caso de corte de luz, duración de la batería 12 horas. Procedencia: china. Garantía 1 año por defectos de fábrica, no por mal uso.

## MAQUINA ENVASADORA

DATOS DE MAQUINA	
-	Función: Envasadora.
-	Tipo: Envasadora de pomo cilíndrico.
-	Envasa 750 Bultos por día
-	Modelo: LR - 316
-	País de Origen: Venezuela.
-	Proveedor: Maquinarias Barlovento.
-	Operadores para su manejo: 1 operario

## 7.9. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA

### 7.9.1. MARCO JURÍDICO

#### ▪ TIPO DE EMPRESA

El tipo de empresa que se ha creído conveniente conformar, es la Unipersonal de Responsabilidad Limitada; la misma que solo puede ser constituida por una persona, por lo que no se admiten socios ni accionistas, como en las **compañías anónimas** o de **sociedad limitada**.

#### ▪ RAZÓN SOCIAL

La razón social es la fórmula enunciativa del nombre de quien conforma la empresa, o del producto que se elaborará.

La empresa tendrá el nombre de la actividad q va a realizar, la elaboración de champiñones naturales. **Productora y Comercializadora de champiñones Pucha E.U.R.L.**

- **CAPITAL**

El capital para la constitución de la empresa será aportado por quien conforma la empresa y por un ente financiero.

- **UBICACIÓN EXACTA**

Barrio Carigan vía a Cuenca a km 10 desvió a cata mayo a unos 200 metros de la vía principal.

- **ACTIVIDAD ESPECIAL**

Esta empresa estará dedicada únicamente a la producción y comercialización de champiñones naturales. Lo que determina nuestra actividad, que es una empresa productora.

- **ÁREA DE COBERTURA**

Nuestro producto será comercializado en la ciudad de Loja, a través de los diferentes canales de distribución, nuestro objetivo será abastecer los autoservicios, supermercados y de más puestos de ventas de suministros alimenticios.

## **7.10. NORMATIVIDAD LEGAL**

### **7.10.1. CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS, NOMBRE Y DOMICILIO**

#### **7.10.2. CONCEPTO**

La EURL (empresa unipersonal de responsabilidad limitada) es una persona jurídica distinta e independiente de la persona natural a quien pertenece, por

ende, los patrimonios de la una y de la otra, son patrimonios separados. La persona natural a quien pertenece una EURL se llama “gerente-propietario”.

### **7.10.3. CARACTERÍSTICAS BÁSICAS**

- Solo puede ser constituida por una persona, por lo que no se admiten socios ni accionistas.
- La idea es que personas naturales puedan ejercer el comercio, excepto actividades de tipo financiero y de mercado de valores.
- Las compañías anónimas o de sociedad limitada no pueden transformarse en empresas unipersonales, a menos que antes de la expedición de la ley hubiese estado configurada con una persona.
- La empresa unipersonal no puede ser embargada, pero sí se puede hacer uso de las utilidades que esta genere. Los acreedores personales del gerente pueden exigir que se liquide la empresa, para cobrar lo adeudado.
- Deberá siempre pertenecer a una persona y no podrá tenerse en copropiedad, salvo el caso de la sucesión por causa de muerte. Si hubiese la sociedad conyugal al constituirse la empresa, el propietario será, respecto de terceros, el único dueño, con excepción de su cónyuge.
- Si el matrimonio se disolviera por cualquier razón durante la existencia de la empresa, su patrimonio deberá ser tomado en cuenta para el cálculo

de los gananciales (ganancias obtenidas en el matrimonio). Pero si se forma antes de la unión, no forma parte de la sociedad conyugal.

- Toda empresa unipersonal que se constituya y se inscriba en el Ecuador tendrá la nacionalidad ecuatoriana y su domicilio principal deberá estar ubicado en un cantón del territorio nacional.
- La escritura pública se la presenta ante un juez de lo Civil solicitándole su constitución, para lo cual el funcionario debe hacer una publicación en un diario de un extracto de la empresa.

#### **7.10.4. DENOMINACIÓN**

Art. 8.- La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, deberá ser designada con una denominación específica que la identifique como tal.

La antedicha denominación específica deberá estar integrada, por lo menos, por el nombre y/o iniciales del gerente-propietario, al que en todo caso se agregará la expresión “Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada” o sus iniciales E.U.R.L. Dicha denominación podrá contener, además, la mención del género de la actividad económica de la empresa.

Por nombre del “gerente-propietario” se entiende sus nombres y apellidos completos, o simplemente su primer nombre y su apellido paterno.

Art. 9.- La denominación de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada, constituye propiedad suya, de su uso exclusivo, que no podrá enajenarse ni aún en caso de liquidación.

Art. 10.- Ninguna empresa unipersonal de responsabilidad limitada, podrá adoptar una denominación igual o semejante al de otra preexistente, aunque ésta manifieste su consentimiento y aun cuando fueren diferentes los domicilios u objetos respectivos.

Art. 11.- La protección y la defensa de la denominación de una empresa unipersonal de responsabilidad limitada, sólo podrá realizarse judicialmente.

Art. 12.- Salvo los casos de los pagarés, letras de cambio, cheques y más instrumentos similares, los documentos por los que la empresa contraiga derechos, con la firma del gerente-propietario o de algún apoderado suyo, deberán indicar, además de la denominación de la empresa, el domicilio principal de la misma, su plazo de duración y la cuantía de su capital empresarial.

#### **7.10.5. NACIONALIDAD Y DOMICILIO**

Art. 13.- Toda empresa unipersonal de responsabilidad limitada, que se constituya y se inscriba en el Ecuador tendrá la nacionalidad ecuatoriana y su domicilio principal deberá estar ubicado en un cantón del territorio nacional, pudiendo operar ocasional o habitualmente en cualquier otro lugar de la República o fuera de ella.

Art. 14.- La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, tendrá un solo domicilio principal no obstante las sucursales o establecimientos que tuviere dentro del territorio nacional.

#### **7.10.6. CONSTITUCIÓN, APROBACIÓN INSCRIPCIÓN**

Art. 30.- La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, se constituirá mediante escritura pública otorgada por el gerente-propietario, que contendrá:

1. El nombre, apellidos, nacionalidad, domicilio y estado civil del gerente-propietario;
2. La denominación específica de la empresa;
3. El domicilio fijado como sede de la empresa y las sucursales que la misma tuviere;
4. El objeto a que se dedicará la empresa;
5. El plazo de duración de la misma;
6. El monto del capital asignado a la empresa por el gerente-propietario, de conformidad con el artículo 1 de esta Ley;
7. La determinación del aporte del gerente-propietario;
8. La determinación de la asignación mensual que habrá de percibir de la empresa el gerente-propietario por el desempeño de sus labores dentro de la misma; y,

9. Cualquier otra disposición lícita que el gerente-propietario de la empresa desee incluir.

#### **7.10.7. MISION**

PUCHA E.U.R.L. es una empresa productora y comercializadora de champiñones en ambiente natural, con óptima tecnología, que brinda un producto de primera calidad acorde a las exigencias del mercado, logrando por medio de su comercialización satisfacer las necesidades de sus clientes, mejorar la calidad de vida de los mismos gracias al valor altamente nutritivo de los champiñones y garantizar la rentabilidad y productividad de la empresa contribuyendo al crecimiento de ésta, de sus trabajadores y por ende al desarrollo económico y social del país.

#### **7.10.8. VISIÓN**

Posicionarse a nivel nacional como la empresa líder en tecnología y producción de champiñones, ofreciendo un producto de mejor calidad, con un alto valor agregado, gracias a las diferentes formas de presentación del mismo, que satisfaga las necesidades de los clientes y que contribuya al fortalecimiento del sector industrial del país por medio de un constante compromiso con el desarrollo humano, social, científico y tecnológico.



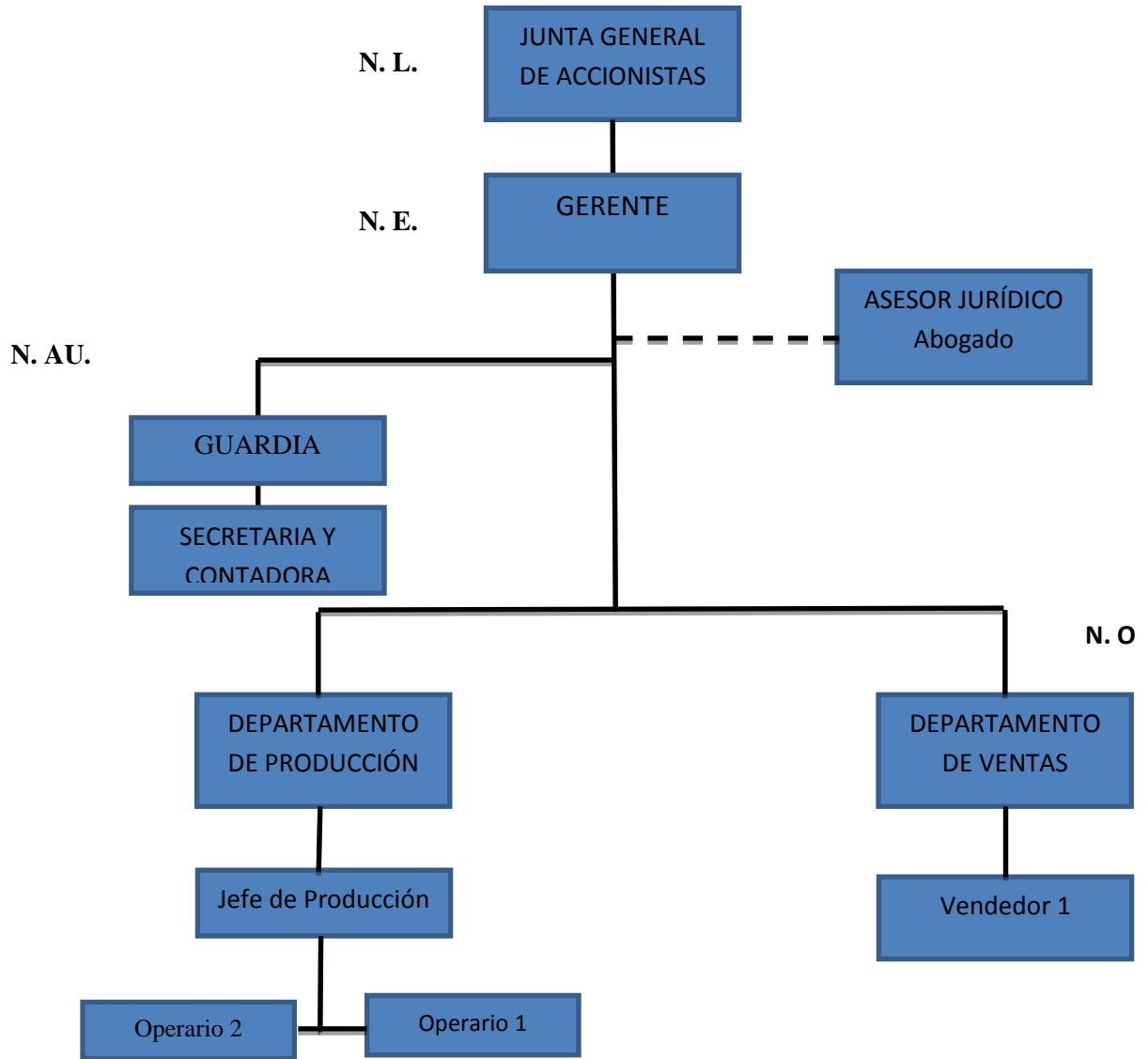
### 7.17.1. ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA

#### 7.17.2. NIVELES JERÁRQUICOS

- **Nivel Legislativo:** constituye el primer nivel de autoridad de la empresa, está integrado por los socios de la empresa. Es el encargado de dictar normas, procedimientos, políticas para la empresa.
- **Nivel Ejecutivo:** es el segundo nivel de autoridad y lo ocupa un gerente, en este caso uno de los dueños de la empresa, se encargará de planificar, dirigir y controlar las actividades pertinentes a la organización, además tiene que ver que todas las leyes se cumplan.
- **Nivel Asesor:** La empresa tendrá un asesor en el área legal quien expresará al gerente para la constitución de la Compañía. Este nivel será temporal, se lo contratará de acuerdo a los requerimientos de la empresa.
- **Nivel Auxiliar:** lo constituye la secretaria contadora, ya que coordinará actividades con los demás niveles y será apoyo al nivel ejecutivo.
- **Nivel Operativo:** Está integrado por los obreros de la empresa y jefe de ventas, este nivel es la última escala de la organización. Donde los primeros (operarios) están encargados de proveer a la

empresa de producto listo para su comercialización y el segundo (ventas) de establecer planes de marketing para ubicar, comercializar y posicionarse en el mercado con el producto.

## ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA PUCHA S. A.

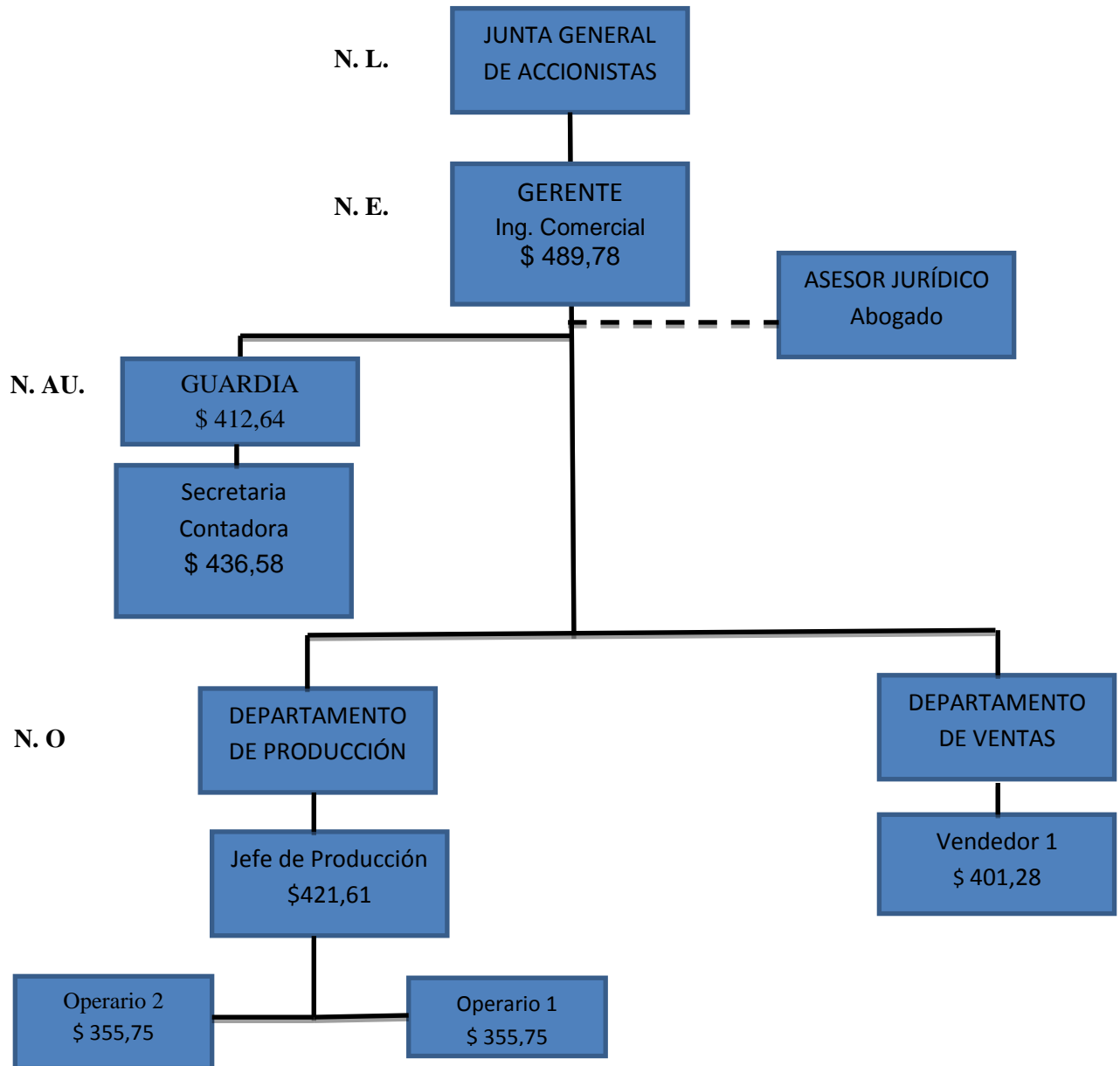


- \* Nivel Legislativo
- \*\* Nivel Ejecutivo
- \*\*\* Nivel Asesor
- \*\*\*\* Nivel Auxiliar
- \*\*\*\*\* Nivel Operativo

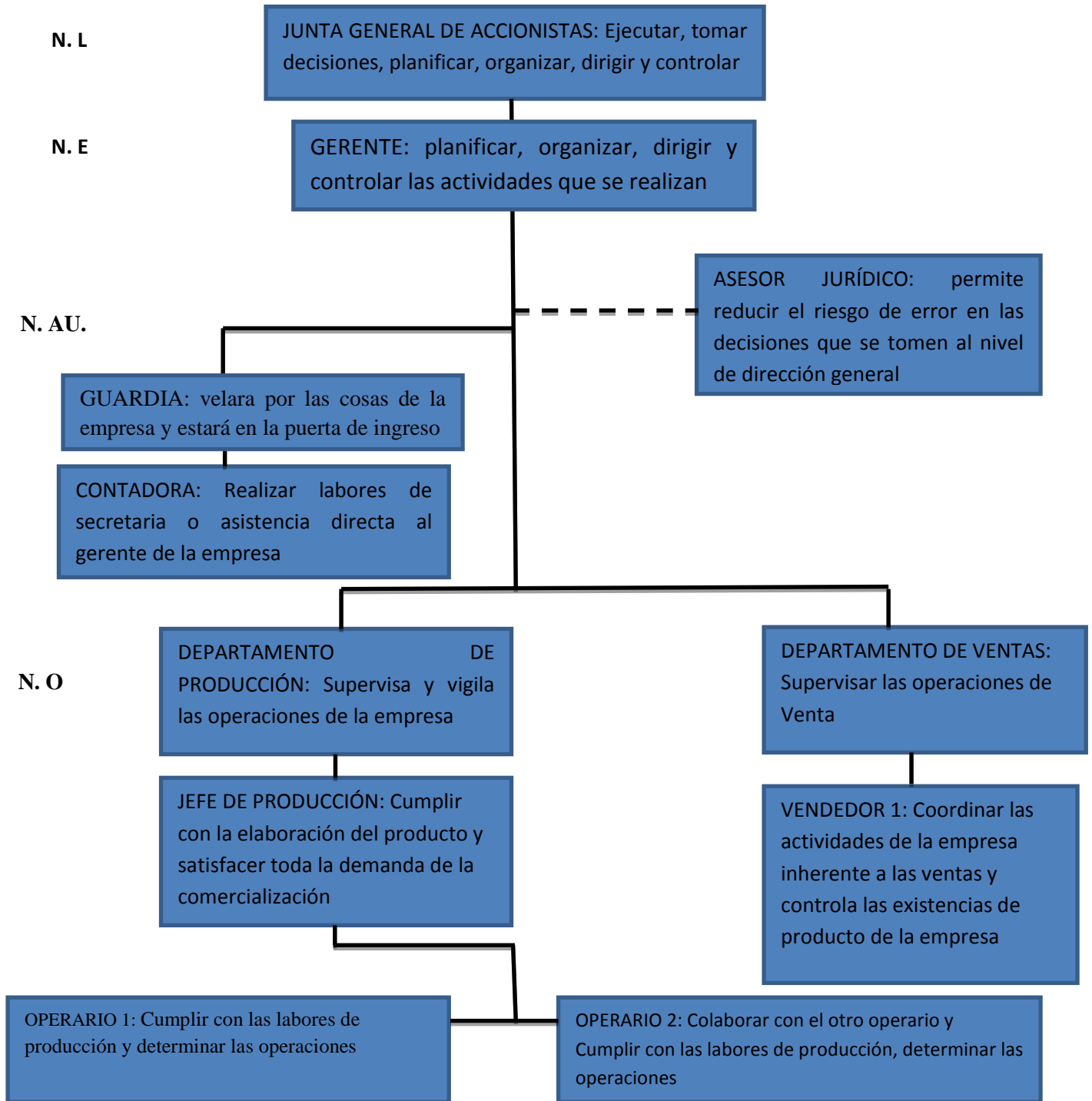
### LEYENDA

- Mando
- Temporal
- Dependencia

## ORGANIGRAMA POSICIONAL



## ORGANIGRAMA FUNCIONAL



### 7.17.3. MANUAL DE FUNCIONES

	<b>Código Nº 0.1</b>
<b>Título del puesto:</b>	JUNTA GENERAL DE ACCIONISTA
<b>Subalternos:</b>	GERENTE
<b>Naturaleza del trabajo:</b>	Ejecutar, Tomar decisiones, Planificar, Organizar, Dirigir y Controlar.
<b>FUNCIONES PRINCIPALES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dictar y aprobar las políticas, normas, procedimientos y reglamentos que aseguren un efectivo desenvolvimiento de la empresa.</li> <li>• Coordinar, supervisar y dirigir las actividades de la Compañía.</li> <li>• Decidir metas presupuestarias.</li> <li>• Acordar acerca de la disolución anticipada de la compañía.</li> </ul>	
<b>Características del cargo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Legislar las políticas que oriente la línea de acción de la compañía.</li> </ul>

	<b>Código Nº 0.2</b>
<b>Título del puesto:</b>	Gerente
<b>Superior inmediato:</b>	Junta General de Accionistas
<b>Naturaleza del trabajo:</b>	Planifica, organiza, dirige y controla las actividades que se realizan en la empresa.
<b>FUNCIONES PRINCIPALES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planificar los objetivos de la empresa a corto y largo plazo.</li> <li>• Organizar la estructura de la empresa actual y a futuro; como también de las funciones y los cargos.</li> <li>• Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de ésta.</li> </ul>	
<b>Característica del Puesto</b>	Supervisar, coordinar y controlar las actividades del personal bajo su mando, así como de la empresa en general.
<b>Requisitos</b>	
<b>Título:</b> Ingeniero comercial.	
<b>Experiencia:</b> Mínima 3 años en cargos similares.	
	<b>Código Nº 0.3</b>

<b>Título del puesto:</b>	<b>Asesor Jurídico</b>
<b>Naturaleza del trabajo:</b>	Permitir reducir el riesgo de error en las decisiones que se tomen al nivel de dirección general.
<b>FUNCIONES PRINCIPALES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presta servicios notariales a las dependencias de la secretaria general.</li> <li>• Negocia acuerdos de cooperación y contribución con sus conocimientos legales.</li> <li>• Mantener una autoridad funcional y tener una participación eventual en la empresa.</li> <li>• Solucionar problemas legales de la organización</li> </ul>	
<b>Características del puesto</b>	Ejercer la representación legal del banco en problemas legales.
<b>Requisitos</b>	
<b>Título:</b> Dr. en Leyes. <b>Experiencia:</b> Mínima 3 años en cargos similares. Cursos de Liderazgo, relaciones humanas, leyes.	

	<b>Código N° 0.4</b>
<b>Título del puesto:</b>	<b>Secretaria – Contadora</b>
<b>Naturaleza del trabajo:</b>	Realiza labores de secretaría o asistencia directa al gerente de la empresa.
<b>FUNCIONES PRINCIPALES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoyar a la dirección de la empresa.</li> <li>• Coordinador entre la dirección y todo personal de la empresa todos los comunicados memorándums que se realiza en la secretaria.</li> <li>• Manejar la caja chica.</li> <li>• Recibir y tramitar la correspondencia</li> <li>• Atender al público en general</li> </ul>	
<b>Características de clases</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Requiere de gran eficiencia, responsabilidad y discreción en el desarrollo de sus funciones.</li> <li>• Establecer buenas relaciones interpersonales con el personal del banco y público en general.</li> </ul>
<b>Requisitos</b>	
<b>Título:</b> Licenciada en Secretariado ejecutivo. <b>Experiencia:</b> 2 años en cargos similares. Cursos de relaciones humanas,	

computación, contabilidad, redacción y ortografía
---

	<b>Código N° 0.5</b>
<b>Título del puesto:</b>	<b>VENEDORES</b>
<b>Naturaleza del trabajo:</b>	Coordina las actividades de la empresa inherentes a las ventas y controla las existencias de productos de la empresa.
<b>FUNCIONES PRINCIPALES</b>	
<p>a. Atiende, registra y controla los clientes de la empresa.</p> <p>b. Realizar pronósticos de ventas en coordinación con el departamento de producción.</p> <p>c. Mantener un sistema adecuado de comercialización del producto.</p> <p>d. Llevar control de inventarios de productos terminados.</p>	
<b>Característica del puesto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Es el responsable por la ejecución de las labores de ventas y de bodegas.</li> <li>• Requiere de iniciativa y criterio para la ejecución de su trabajo.</li> </ul>
<b>REQUISITOS</b>	
<p><b>Título:</b> Tecnólogo en Marketing, cursos de capacitación en ventas.</p> <p><b>Experiencia:</b> 1 año en funciones similares.</p>	

	<b>Código N° 0.5</b>
<b>Título del puesto:</b>	<b>Jefe de Producción</b>
<b>Naturaleza del trabajo:</b>	Supervisa y vigila las operaciones
<b>FUNCIONES PRINCIPALES</b>	
<p>Supervisar y controlar las actividades diarias de los departamentos.</p> <p>Elaborar y hacer ejecutar los programas planteados.</p> <p>Supervisar la entrega la entrega y recepción de implementos de su departamento.</p> <p>Controlar el buen uso de los equipos.</p> <p>Realizar un correcto control de calidad del producto.</p>	
<b>Característica del puesto</b>	La responsabilidad de supervisar y controlar la existencia de equipos y el cuidado de los mismos.
<b>REQUISITOS</b>	
<p><b>Título:</b> Ingeniero Agrónomo</p> <p><b>Experiencia:</b> Mínima 3 años en cargos similares.</p> <p>Cursos de Liderazgo, Relaciones Humanas, Producción</p>	



	<b>Código N° 0.5</b>
<b>Título del puesto:</b>	<b>Operarios</b>
<b>Naturaleza del trabajo:</b>	Coordina las actividades de la empresa inherentes a la producción de la empresa.
<b>FUNCIONES PRINCIPALES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Atiende, registra y controla las necesidades de producción</li> <li>- Mantener en total control de calidad la producción.</li> <li>- Establecer parámetros en horarios de producción con el fin de mejorar el ritmo planificado.</li> </ul>	
<b>Característica del puesto</b>	Requiere de responsabilidad y conocimientos sobre sistemas de siembra y producción de champiñones
<b>REQUISITOS</b>	
<b>Título:</b> Ingeniero Agrónomo o carreras similares <b>Experiencia:</b> Mínima 3 años en cargos similares. Cursos de Liderazgo, Relaciones Humanas, Producción	

#### 7.17.4. ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero tiene por objeto determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la ejecución del proyecto, los costos totales de producción del proceso productivo y el monto de los ingresos que se aspira recibir en cada uno de los periodos de vida útil.

Los datos que son registrados en los componentes del estudio financiero, son el resultado de los estudios previos del mercado, técnico y organizacional, los cuales son utilizados para determinar la viabilidad económica del proyecto.

#### 7.17.4.1. INVERSION INICIAL

Comprende los desembolsos de dinero que son necesarios para la puesta en marcha de la empresa.

Por lo tanto se tomará en cuenta lo siguiente:

- Activos fijos (tangibles).
- Activos Diferidos (intangibles).
- Activo Circulante (capital de trabajo).

#### 7.17.4.2. ACTIVOS FIJOS

Son aquellas inversiones que se realizan en bienes tangibles que se utilizan en el proceso de transformación de los insumos los mismos que servirán de apoyo en la operación del proyecto.

Los Activos Fijos son los siguientes:

#### CUADRO N. 28

#### TERRENO

VALOR DEL TERRENO			
ACTIVOS	UNIDAD	CANT.	V. TOTAL
Terreno	m2	1000	18000,00
<b>TOTAL</b>			<b>18000,00</b>

Fuente: Municipio de Loja

Elaboración: El autor

**CUADRO N° 29**

<b>PROYECCION DEL TERRENO</b>	
<b>AÑOS</b>	0,0485
<b>1</b>	18000,00
<b>2</b>	18873,00
<b>3</b>	19788,34
<b>4</b>	20748,08
<b>5</b>	21754,36

▪ **CONSTRUCCIONES**

**CUADRO N. 30**

<b>VALOR DE LAS CONSTRUCCIONES</b>		
<b>ACTIVOS</b>	<b>CANT.</b>	<b>V. TOTAL</b>
<b>Construcciones</b>	500	35000,00
<b>TOTAL</b>		<b>35000,00</b>

Fuente: Ingeniero Castañeda

Elaboración: El autor

**Método de la línea recta:** Este método lo utilizamos para la elaboración de las depreciaciones de los activos fijos por ser uno de los métodos más sencillo y más utilizado por las empresas, y consiste en dividir el valor del activo entre la vida útil del mismo, se calcula tomando el costo de la inversión menos su valor de desecho, si existe; entre el número de años de vida útil. Supone que el activo se desgasta de manera uniforme durante el transcurso de su vida útil, cada ejercicio, recibe el mismo cargo de resultado por este concepto.

**CUADRO N° 31**

**DEPRECIACION DE CONSTRUCCIONES**

<b>Costo: 35000,00</b>		<b>Valor Residual: 20%</b>		<b>Vida útil: 20 años</b>	
<b>PER. ANUAL</b>	<b>VALOR ACTUAL</b>	<b>DEP. ANUAL</b>	<b>DEP. ACUMULADA</b>	<b>VALOR EN LIBROS</b>	
					35000,00
1	35000,00	1400,00	1400,00		33600,00
2	35000,00	1400,00	2800,00		32200,00
3	35000,00	1400,00	4200,00		30800,00
4	35000,00	1400,00	5600,00		29400,00
5	35000,00	1400,00	7000,00		28000,00
6	35000,00	1400,00	8400,00		26600,00
7	35000,00	1400,00	9800,00		25200,00
8	35000,00	1400,00	11200,00		23800,00
9	35000,00	1400,00	12600,00		22400,00
10	35000,00	1400,00	14000,00		21000,00
11	35000,00	1400,00	15400,00		19600,00
12	35000,00	1400,00	16800,00		18200,00
13	35000,00	1400,00	18200,00		16800,00
14	35000,00	1400,00	19600,00		15400,00
15	35000,00	1400,00	21000,00		14000,00
16	35000,00	1400,00	22400,00		12600,00
17	35000,00	1400,00	23800,00		11200,00
18	35000,00	1400,00	25200,00		9800,00
19	35000,00	1400,00	26600,00		8400,00
20	35000,00	1400,00	28000,00		7000,00

▪ **MAQUINARIA Y EQUIPO**

**CUADRO N. 32**

<b>VALOR DE LA MAQUINARIA Y EQUIPO</b>			
<b>EQUIPO DE PLANTA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>MAQUINA ENVASADORA DE CHAMPINONES</b>	1	3.000,00	3.000,00

<b>BALANZA ELECTRONICA</b>	2	150,00	300,00
<b>TOTAL</b>			3.300,00

Fuente: Importadora El Curí (Quito-Ecuador)  
Elaboración: El autor

### CUADRO N° 33

#### DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO

Costo: 3300		Valor Residual: 10%		Vida útil: 10 años	
PER. ANUAL	V. ACTUAL	DEP. ANUAL	DEP. ACUMULADA	V. EN LIBROS	
				3300	
1	3300	297,00	297,00	3003,00	
2	3300	297,00	594,00	2706,00	
3	3300	297,00	891,00	2409,00	
4	3300	297,00	1188,00	2112,00	
5	3300	297,00	1485,00	1815,00	
6	3300	297,00	1782,00	1518,00	
7	3300	297,00	2079,00	1221,00	
8	3300	297,00	2376,00	924,00	
9	3300	297,00	2673,00	627,00	
10	3300	297,00	2970,00	330,00	

#### ▪ HERRAMIENTA

### CUADRO N° 34

HERRAMIENTAS			
Detalle	UNIDAD	V. UNIT.	V. TOTAL
<b>Cortadora de Tallos</b>	3	10,00	30,00
<b>Mano metálica</b>	3	15,00	45,00
<b>Cortadoras de champiñones</b>	5	3,00	15,00
<b>Total</b>			90,00

Fuente: Todo hogar  
Elaboración: El autor

**CUADRO N° 35****PROYECCIÓN HERRAMIENTA**

<b>PROYECCIÓN CARGA FABRIL</b>	
<b>AÑOS</b>	0,0485
<b>1</b>	90,00
<b>2</b>	94,37
<b>3</b>	98,94
<b>4</b>	103,74
<b>5</b>	108,77

**▪ MUEBLES Y ENSERES.****CUADRO N° 36**

<b>MUEBLES Y ENSERES</b>				
<b>DENOMINACION</b>	<b>UNIDA D</b>	<b>CANTID AD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>ESCRITORIO TIPO GERENTE</b>		1	500	500
<b>ESCRITORIO NORMAL</b>		1	350	350
<b>SILLON TIPO GERENTE</b>		2	80	160
<b>ARCHIVADOR METALICO</b>		2	55	110
<b>BASUREROS</b>		2	5	10
<b>TOTAL</b>				<b>1130</b>

**Fuente:** Proforma La Reforma

**Elaborado:** El autor

**CUADRO N° 37****DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES.**

<b>Costo: 1130</b>		<b>Valor Residual: 10%</b>		<b>Vida útil: 10 años</b>	
<b>PER. ANUAL</b>	<b>VALOR ACTUAL</b>	<b>DEP. ANUAL</b>	<b>DEP. ACUMULADA</b>	<b>VALOR EN LIBROS</b>	
					1130
<b>1</b>	1130	101,70	101,70	1028,30	
<b>2</b>	1130	101,70	203,40	926,60	
<b>3</b>	1130	101,70	305,10	824,90	
<b>4</b>	1130	101,70	406,80	723,20	
<b>5</b>	1130	101,70	508,50	621,50	
<b>6</b>	1130	101,70	610,20	519,80	
<b>7</b>	1130	101,70	711,90	418,10	
<b>8</b>	1130	101,70	813,60	316,40	
<b>9</b>	1130	101,70	915,30	214,70	
<b>10</b>	1130	101,70	1017,00	113,00	

- **EQUIPO DE OFICINA**

**CUADRO N° 38**

<b>EQUIPO DE OFICINA</b>				
<b>EQUIPO DE OFICINA</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
<b>CALCULADORA SUMADORA</b>		3	20	60
<b>TELEFONO</b>		3	40	120
<b>COPIADORA</b>		1	500	500
<b>TELEFONO FAX</b>		1	150	150
<b>ACONDICIONADOR DE AIRE</b>		2	250	500
<b>TOTAL</b>				1330

**Fuente:** Electro hogar

**Elaborado:** La autora

**CUADRO N° 39****DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE OFICINA**

<b>Costo: 1130</b>		<b>Valor Residual: 10%</b>		<b>Vida útil: 10 años</b>	
<b>Per. Anual</b>	<b>Valor Actual</b>	<b>Dep. Anual</b>	<b>Dep. Acumulada</b>	<b>Valor en libros</b>	
					1330
<b>1</b>	1330	119,70	119,70	1210,30	
<b>2</b>	1330	119,70	239,40	1090,60	
<b>3</b>	1330	119,70	359,10	970,90	
<b>4</b>	1330	119,70	478,80	851,20	
<b>5</b>	1330	119,70	598,50	731,50	
<b>6</b>	1330	119,70	718,20	611,80	
<b>7</b>	1330	119,70	837,90	492,10	
<b>8</b>	1330	119,70	957,60	372,40	
<b>9</b>	1330	119,70	1077,30	252,70	
<b>10</b>	1330	119,70	1197,00	133,00	

- **EQUIPO DE CÓMPUTO.**

**CUADRO N° 40**

<b>EQUIPO DE COMPUTO</b>				
<b>ACTIVOS</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANT.</b>	<b>V. UNIT.</b>	<b>V. TOTAL</b>
<b>Computadoras</b>		2	699,00	1398,00
<b>TOTAL</b>				1398,00

Fuente: Toners

Elaborado: La autora



**CUADRO N° 41****DEPRECIACIÓN EQUIPO DE CÓMPUTO**

<b>Costo: 1398</b>		<b>Valor Residual: 3%</b>		<b>Vida útil: 3 años</b>	
<b>Per. Anual</b>	Valor Actual	Dep. Anual	Dep. Acumulada	Valor en libros	
				1398	
<b>1</b>	1398	310,68	310,68	1087,32	
<b>2</b>	1398	310,68	621,36	776,64	
<b>3</b>	1398	310,68	932,05	465,95	

**CUADRO N° 42****REINVERSION EQUIPO DE CÓMPUTO**

<b>ACTIVOS</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANT.</b>	<b>V. UNIT.</b>	<b>V. TOTAL</b>
<b>Computadoras</b>		2	699,00	1398,00
<b>TOTAL</b>				1398,00

Fuente: Toners  
Elaborado: La autora

**CUADRO N° 43****DEPRECIACIÓN EQUIPO DE CÓMPUTO**

<b>Costo: 1398</b>		<b>Valor Residual: 3%</b>		<b>Vida útil: 3 años</b>	
<b>Per. Anual</b>	Valor Actual	Dep. Anual	Dep. Acumulada	Valor en libros	
				1398	
<b>1</b>	1398	310,68	310,68	1087,32	
<b>2</b>	1398	310,68	621,36	776,64	
<b>3</b>	1398	310,68	932,05	465,95	

- **VEHÍCULO**

**CUADRO N° 44**

ACTIVOS	UNIDAD	CANT.	V. UNIT.	V. TOTAL
<b>INNO USADO</b>	unidad	1	10000,00	10000,00
<b>TOTAL</b>				<b>10000,00</b>

Fuente: Auto Fácil  
Elaboración: El autor

**CUADRO N° 45**

**DEPRECIACIÓN DE VEHÍCULO.**

<b>Costo: 10000</b>		<b>Valor Residual: 5%</b>		<b>Vida útil: 5 años</b>	
Per. Anual	Valor Actual	Dep. Anual	Dep. Acumulada	Valor en libros	
				10000	
<b>1</b>	10000	1600,00	1600,00	8400,00	
<b>2</b>	10000	1600,00	3200,00	6800,00	
<b>3</b>	10000	1600,00	4800,00	5200,00	
<b>4</b>	10000	1600,00	6400,00	3600,00	
<b>5</b>	10000	1600,00	8000,00	2000,00	

- **INSTALACIONES**

**CUADRO N°46**

<b>VALOR DE INSTALACIONES</b>				
ACTIVOS	UNIDAD	CANT.	V. UNIT.	V. TOTAL
Instalación de energía eléctrica		1	210,00	210,00
Instalación de agua potable		1	400,00	400,00
Instalación de internet		1	50,00	50,00
<b>TOTAL</b>				<b>660,00</b>

Fuente: UMAPAL, EERSSA, CNT  
Elaboración: El autor

**CUADRO N° 47**

**DEPRECIACIÓN DE INSTALACIONES**

<b>Costo: 660</b>		<b>Valor Residual: 10 Vida útil: 10 años</b>		
<b>Per. Anual</b>	<b>V. ACTUAL</b>	<b>DEP. ANUAL</b>	<b>DEP. ACUMULADA</b>	<b>V. EN LIBROS</b>
				660
<b>1</b>	660	59,40	59,40	600,60
<b>2</b>	660	59,40	118,80	541,20
<b>3</b>	660	59,40	178,20	481,80
<b>4</b>	660	59,40	237,60	422,40
<b>5</b>	660	59,40	297,00	363,00
<b>6</b>	660	59,40	356,40	303,60
<b>7</b>	660	59,40	415,80	244,20
<b>8</b>	660	59,40	475,20	184,80
<b>9</b>	660	59,40	534,60	125,40
<b>10</b>	660	59,40	594,00	66,00

**RESUMEN DE INVERSIONES FIJAS**

**CUADRO N° 48**

<b>ACTIVOS FIJOS</b>		
<b>ESPECIFICACIONES</b>	<b>NÚMERO DE CUADRO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>Terreno</b>		18000,00
<b>Construcciones</b>		35000,00
<b>Vehículo</b>		10000,00
<b>Maquinaria y Equipo</b>		3300,00
<b>Herramientas</b>		90,00
<b>Muebles y Enseres</b>		1130,00
<b>Equipo de Oficina</b>		1330,00
<b>Equipo de computo</b>		1398,00
<b>Instalaciones</b>		660,00
<b>TOTAL</b>		<b>70908,00</b>

Fuente: Cuadro N. 28,30,32,34,36,38,40,42,44,46

Elaboración: El autor

### 7.18. ACTIVOS DIFERIDOS

Son los gastos realizados en el estudio del proyecto y otros gastos relacionados con el mismo.

**CUADRO N° 49**

#### **ACTIVOS DIFERIDOS.**

<b>VALOR DE LOS ACTIVOS DIFERIDOS</b>		
<b>ESPECIFICACIONES</b>	<b>NÚMERO DE CUADRO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>Permisos de funcionamiento</b>		1500,00
<b>Gastos de constitución</b>		400,00
<b>Estudio del proyecto</b>		250,00
<b>Línea telefónica</b>		150,00
<b>Marcas y Patentes</b>		320,00
<b>Imprevistos 3%</b>		78,60
<b>TOTAL</b>		<b>2698,60</b>

Fuente: Municipio de Loja, Asesoría jurídica.

Elaborado: La autora

#### ▪ **AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS.**

**CUADRO N° 50**

<b>ACTIVO DIFERIDO</b>			
<b>AÑO</b>	<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>VIDA ÚTIL PROYECTO</b>	<b>AMORTIZACIÓN</b>
<b>0</b>	2698,60	5	
<b>1</b>			539,72
<b>2</b>			539,72
<b>3</b>			539,72
<b>4</b>			539,72
<b>5</b>			539,72

Fuente: Cuadro N. 49

Elaboración: El autor

#### 7.18.4. ACTIVOS CIRCULANTES

Este activo está constituido por valores necesarios para la operación normal del proyecto durante un periodo productivo.

##### 7.18.4.1. COSTOS DE PRODUCCIÓN

- Costo Primo
- Materia Prima Directa.

**CUADRO N° 51**

<b>MATERIA PRIMA DIRECTA</b>		
<b>ESPECIFICACION</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>V. TOTAL</b>
<b>Volqueta de tierra Fina</b>	15,35 ( Ton)	90
<b>Compost o abono</b>	102,272 (Ton)	250
<b>Micelo o semilla</b>	511,36 Lib.	800,00
<b>Total</b>		<b>1.140,00</b>

**Fuente:** Empresa de Importación de semilla

**Elaboración:** El autor

- **PROYECCIÓN**

**CUADRO N° 52**

**PROYECCIÓN DE MATERIA PRIMA DIRECTA**

<b>ANO</b>	<b>UNIDADES PRODUCIDAS</b>	<b>V. ANUAL</b>	<b>V. PROYECTADO</b>
<b>1</b>	15300	1.140,00	1.140,00
<b>2</b>	16200	1.207,06	1.207,06
<b>3</b>	17100	1.274,12	1.274,12
<b>4</b>	18000	1.341,18	1.341,18
<b>5</b>	18000	1.341,18	1.341,18

- **MANO DE OBRA DIRECTA**

**CUADRO N° 53**

<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>	
<b>DENOMINACION</b>	
<b>OPERARIO</b>	
<b>REMUNERACION UNIFICADA</b>	292
<b>DECIMO TERCERO</b>	24,33
<b>DECIMO CUARTO</b>	24,33
<b>VACACIONES</b>	12,17
<b>APORTE DEL IECE 0,5%</b>	1,46
<b>APORTE AL SECAP 0,5%</b>	1,46
<b>TOTAL MENSUAL</b>	355,75
<b>NUMERO DE OPERARIOS</b>	711,51
<b>2</b>	
<b>TOTAL ANUAL</b>	8538,08

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales 2012  
 Elaborado: El autor

- **PROYECCIÓN**

**CUADRO N° 54**

**PROYECCIÓN DE MANO DE OBRA DIRECTA**

<b>Proyección operarios</b>	
<b>AÑOS</b>	
	0,0485
<b>1</b>	8538,08
<b>2</b>	8952,18
<b>3</b>	9386,36
<b>4</b>	9841,60
<b>5</b>	10318,91

- Costos Indirectos de Fabricación
- Materia Prima Indirecta

**CUADRO N° 55**

<b>MATERIA PRIMA INDIRECTA</b>		
<b>ESPECIFICACION</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. TOTAL</b>
<b>Estantes de madera de 4 subdivisiones c/u</b>	255	3.115,00
<b>Rollos x 1000 fundas</b>	18	200,00
<b>Total</b>		<b>3.315,00</b>

Fuente: pdf, Carpintería pepe y plásticos Dupak  
 Elaboración: El autor

▪ **PROYECCIÓN**

**CUADRO N° 56**

**PROYECCIÓN MATERIA PRIMA INDIRECTA**

<b>Año</b>	<b>unidades producidas</b>	<b>v. anual</b>	<b>v. proyectado</b>
<b>1</b>	15300	3.315,00	3.315,00
<b>2</b>	16200	3.510,00	3.510,00
<b>3</b>	17100	3.705,00	3.705,00
<b>4</b>	18000	3.900,00	3.900,00
<b>5</b>	18000	3.900,00	3.900,00

▪ **MANO DE OBRA INDIRECTA**

**CUADRO N° 57**

<b>MANO DE OBRA INDIRECTA</b>	
<b>Jefe- Producción</b>	
<b>REMUNERACION UNIFICADA</b>	320
<b>DECIMO TERCERO</b>	26,67
<b>DECIMO CUARTO</b>	24,33
<b>VACACIONES</b>	13,33
<b>APORTE PATRONAL 11,15% R.U</b>	35,68
<b>APORTE AL SECAP 0,5%</b>	1,6
<b>TOTAL MENSUAL</b>	421,61
<b>Número de personas</b>	1
<b>TOTAL ANUAL</b>	5059,36

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales 2012

Elaborado: El autor



- **PROYECCIÓN**

**CUADRO N° 58**

<b>Proyección jefe producción</b>	
<b>AÑOS</b>	0,0485
<b>1</b>	5059,36
<b>2</b>	5304,74
<b>3</b>	5562,02
<b>4</b>	5831,78
<b>5</b>	6114,62

- **CARGA FABRIL**

**CUADRO N°59**

<b>CARGA FABRIL</b>				
<b>ESPECIFICACION</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>V.UNITARIO</b>	<b>CONSUMO ANUAL</b>	<b>V. TOTAL</b>
<b>ACEITES</b>	Galones	16,00	10	160,00
<b>COMBUSTIBLES</b>	Galones	1,48	1847,04	2.733,62
<b>TOTAL</b>				<b>2.893,62</b>

**Fuente:** Gasolinera Avendaño

**Elaboración:** El autor

- **PROYECCIÓN**

**CUADRO N° 60**

<b>PROYECCION CARGA FABRIL</b>	
<b>AÑOS</b>	0,0485
<b>1</b>	2893,62
<b>2</b>	3034,0
<b>3</b>	3181,1
<b>4</b>	3335,4
<b>5</b>	3497,2

- **MATERIALES INDIRECTOS**

**CUADRO N° 61**

<b>MATERIALES INDIRECTOS</b>				
<b>ESPECIFICACION</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
<b>Gavetas de plástico</b>	Unidades	20	5,00	100,00
<b>Cintas</b>	metros	10	0,60	6,00
<b>TOTAL</b>				<b>106,00</b>

**Fuente:** Plásticos Dupak

**Elaboración:** El autor

▪ **PROYECCIÓN**

**CUADRO N° 62**

<b>PROYECCION MATERIALES INDIRECTOS</b>	
<b>AÑOS</b>	
	0,0485
<b>1</b>	106,00
<b>2</b>	111,14
<b>3</b>	116,53
<b>4</b>	122,18
<b>5</b>	128,11

- **SERVICIOS BÁSICOS.**

**CUADRO N°63**

<b>SERVICIOS BASICOS</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>UNID.</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>C. ANUAL</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Agua</b>	m3	21,96	12,00	263,52
<b>Energía eléctrica</b>	KW/h	0,053	8.400,00	445,20
<b>Teléfono consumo</b>	Mhz	0,02	15.600,00	312,00
<b>Internet</b>	Mes	21,00	12,00	252,00
<b>TOTAL</b>				<b>1.272,72</b>

Fuente: EERSSA, CNT, Jefatura de rentas municipales

Elaborado: La autora

- **PROYECCIÓN DE SERVICIOS BÁSICOS**

**CUADRO N° 64**

<b>AÑOS</b>	<b>0,0485</b>
<b>1</b>	1272,72
<b>2</b>	1334,45
<b>3</b>	1399,17
<b>4</b>	1467,03
<b>5</b>	1538,18

- **REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO**

**CUADRO N° 65**

<b>Denominación</b>	<b>Valor</b>	<b>Alícuota</b>	<b>Valor anual</b>
<b>Vehículo</b>	10000,00	2%	200,00
<b>Maquinaria y Equipo</b>	3300,00	2%	66,00
<b>Muebles y Enseres</b>	1130,00	2%	22,60
<b>Equipo de oficina</b>	1330,00	2%	26,60
<b>Instalaciones</b>	660,00	2%	13,20
<b>Equipo de computación</b>	699,00	3%	20,97
<b>TOTAL</b>			<b>349,37</b>

- **PROYECCIÓN DE REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO**

**CUADRO N°66**

<b>PROYECCION REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO</b>	
<b>AÑOS</b>	
	0,0485
<b>1</b>	349,37
<b>2</b>	366,3
<b>3</b>	384,1
<b>4</b>	402,7
<b>5</b>	422,2

#### 7.18.4.2. GASTOS DE OPERACIÓN

##### ▪ GASTOS ADMINISTRATIVOS

Son todos los gastos relacionados con la administración de la empresa, son costos necesarios que están asociados con la gestión, los sueldos y salarios, los materiales y suministros de oficina y demás servicios generales de oficina.

##### ▪ SUELDOS ADMINISTRATIVOS

**CUADRO N° 67**

<b>SUELDOS ADMINISTRATIVOS</b>			
<b>DENOMINACION</b>	<b>Gerente</b>	<b>Secretaria/ contadora</b>	<b>Guardia</b>
<b>REMUNERACION UNIFICADA</b>	350	310	292
<b>DECIMO TERCERO</b>	29,17	25,83	24,33
<b>DECIMO CUARTO</b>	24,33	24,33	24,33
<b>VACACIONES</b>	14,58	12,92	12,17
<b>APORTE PATRONAL 11,15% R.U</b>	39,03	34,57	32,56
<b>FONDOS DE RESERVA</b>	29,17	25,83	24,33
<b>APORTE DEL IECE 0,5%</b>	1,75	1,55	1,46
<b>APORTE AL SECAP 0,5%</b>	1,75	1,55	1,46
<b>TOTAL MENSUAL</b>	489,78	436,58	412,64
<b>NUMERO</b>	1	1	1
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>5877,3</b>	<b>5238,98</b>	<b>4951,73 6</b>

**Fuente:** Ministerio de Relaciones Laborales 2012

**Elaborado:** El autor

▪ **SUMINISTROS DE OFICINA**

**CUADRO N° 68**

<b>SUMINISTROS DE OFICINA</b>				
<b>ESPECIFICACIÓN</b>	<b>UNID.</b>	<b>V.UNITARIO</b>	<b>C. ANUAL</b>	<b>V. TOTAL</b>
<b>Kit de grapas</b>	unidades	6,20	2,00	12,40
<b>Carpetas</b>	Unidades	0,25	12,00	3,00
<b>Esferos</b>	Caja	6,00	4,00	24,00
<b>Tinta para impresoras</b>	galones	7,00	10,00	70,00
<b>TOTAL</b>				<b>109,40</b>

**Fuente:** Proforma La Reforma

**Elaborado:** La autora

▪ **GASTOS GENERALES POR SERVICIO**

**CUADRO N° 69**

<b>GASTOS GENERALES POR SERVICIO</b>				
<b>GASTOS GENERALES</b>	<b>UNID.</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>C. ANUAL</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Jabón liquido</b>	Envases	2,75	12,00	33,00
<b>Detergente</b>	Fundas	2,50	12,00	30,00
<b>Escobas, basureros y recogedores</b>	Unidades	10,00	3,00	30,00
<b>Uniformes de trabajo</b>	Unidades	30,00	6,00	180,00
<b>TOTAL</b>				<b>273,00</b>

**Fuente:** Comercial calva y calva, Paco publicidad

**Elaborado:** El autor

- **GASTOS ADMINISTRATIVOS TOTALES**

**CUADRO N° 70**

<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS TOTALES</b>	
<b>ESPECIFICACIÓN</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>Sueldos Administrativos</b>	16068,016
<b>Suministros de oficina</b>	109,40
<b>Gastos generales</b>	273,00
<b>TOTAL</b>	<b>16450,416</b>

Fuente: Cuadro 67, 68, 69

Elaboración: El autor

- **PROYECCION GASTOS ADMINISTRATIVOS**

**CUADRO N° 71**

<b>PROYECCION GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	
<b>AÑOS</b>	
	0,0485
<b>1</b>	16450,42
<b>2</b>	17248,26
<b>3</b>	18084,80
<b>4</b>	18961,91
<b>5</b>	19881,57



### 7.18.4.3. GASTOS DE VENTAS

- **SUELDOS DE VENTAS**

**CUADRO N° 72**

<b>SUELDO DE VENTAS</b>	
<b>DENOMINACION</b>	<b>VALORES</b>
Remuneración unificada	300
Décimo tercero	25,00
Décimo cuarto	24,33
Vacaciones	12,50
Aporte patronal 12.15% R.U.	36,45
Fondos de reserva	0,00
Aporte al IECE 0.5%	1,50
Aporte al SECAP 0.5%	1,50
<b>TOTAL</b>	<b>401,28</b>
Número de chofer vendedor	1,00
<b>Total mensual</b>	<b>401,28</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>4815,40</b>

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales 2012  
Elaborado: El autor

- **PUBLICIDAD**

**CUADRO N° 73**

<b>GASTOS DE PUBLICIDAD</b>				
<b>PUBLICIDAD</b>	<b>FACTOR</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO</b>	<b>TOTAL</b>
Radio	Avisos	12	8,00	96
Prensa escrita	Paginas	12	5,00	60
<b>TOTAL</b>				<b>156</b>

Fuente: Radio Centinela, Diario La Hora  
Elaborado: El autor

**CUADRO N° 74****RESUMEN DE GASTOS DE VENTAS**

<b>TOTAL DE GASTOS DE VENTAS</b>	
<b>ESPECIFICACIONES</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
<b>Publicidad</b>	156,00
<b>Sueldos</b>	4815,40
<b>Imprevistos (3%)</b>	149,14
<b>TOTAL</b>	<b>5120,54</b>

Fuente: Cuadro, 72, 73

Elaborado: El autor

- **PROYECCION DE GASTOS DE VENTAS**

**CUADRO N° 75**

<b>PROYECCIÓN DE GASTOS DE VENTAS</b>	
<b>AÑOS</b>	
	0,0485
<b>1</b>	5120,54
<b>2</b>	5368,89
<b>3</b>	5629,28
<b>4</b>	5902,30
<b>5</b>	6188,56

**CUADRO N° 76****RESUMEN DE ACTIVOS CIRCULANTES**

<b>ACTIVOS CIRCULANTES</b>		
<b>ESPECIFICACIONES</b>	<b>VALOR TOTAL ANUAL</b>	<b>VALOR TOTAL MENSUAL</b>
<b>MATERIA PRIMA DIRECTA</b>	1140,00	95,00
<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>	8538,08	711,51
<b>MATERIA PRIMA</b>	3315,00	276,25

<b>INDIRECTA</b>		
<b>MANO DE OBRA INDIRECTA</b>	5059,36	421,61
<b>CARGA FABRIL</b>	2893,62	241,13
<b>MATERIALES INDIRECTOS</b>	106,00	8,83
<b>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>	16068,02	1339,00
<b>SERVICIOS BÁSICOS</b>	1272,72	106,06
<b>GASTOS DE VENTAS</b>	5120,54	426,71
<b>IMPREVISTOS 3%</b>	1305,40	108,78
<b>TOTAL</b>	<b>44818,74</b>	<b>3734,89</b>

Fuente: Cuadro N. 51,53,55,57,59,61,63,67,72

Elaboración: El autor

## CUADRO N° 77

### RESUMEN TOTAL DE INVERSIONES

<b>RESUMEN DE LAS INVERSIONES</b>	
<b>ESPECIFICACIÓN</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>ACTIVO FIJO</b>	70908,00
<b>ACTIVO DIFERIDO</b>	2698,60
<b>ACTIVO CIRCULANTE</b>	3734,89
<b>TOTAL</b>	<b>77341,49</b>

Fuente: Cuadro N.48,49,76

Elaboración: El autor

### 7.19. FINANCIAMIENTO

Una vez establecida la inversión requerida, es necesario prever las fuentes de financiamiento, es decir de donde se obtendrá los recursos que permitirán adquirir o incurrir en todo lo necesario para poner en marcha el proyecto.

El 59,92% de la inversión que corresponde a \$46341,49, será financiado por recursos propios del propietario de la empresa, mientras que el financiamiento externo se recurrirá a un préstamo en el Banco del Fomento que es el 40,08% equivalente a \$ 31.000, como se detalla a continuación.

**CUADRO N°78**  
**FINANCIAMIENTO**

<b>FINANCIAMIENTO</b>		
<b>FINANCIAMIENTO</b>	<b>VALOR</b>	<b>%</b>
<b>Fuente Interna</b>	46341,49	59,92%
<b>Fuente Externa</b>	31000,00	40,08%
<b>TOTAL</b>	<b>77341,49</b>	<b>100%</b>

Fuente: Cuadro N.77

Elaboración: El autor

## CUADRO N° 79

### AMORTIZACIÓN

PRESTAMO AL BANCO DE FOMENTO				
<b>Capital</b>	31000,00	Pago cada Meses	6	
<b>Interés</b>	11%	por ciento anual		
<b>Años</b>	3		Cuotas	6
<b>Semestre</b>	Capital	Intereses	Dividendo	Capital Residual
<b>0</b>				31000
<b>1</b>	5166,67	1705,00	6871,67	25833,33
<b>2</b>	5166,67	1420,83	6587,50	20666,67
<b>3</b>	5166,67	1136,67	6303,33	15500,00
<b>4</b>	5166,67	852,50	6019,17	10333,33
<b>5</b>	5166,67	568,33	5735,00	5166,67
<b>6</b>	5166,67	284,17	5450,83	0

**Fuente:** Banco fomento

**Elaboración:** El autor

#### 7.20. PRESUPUESTOS DE COSTOS

Permitirá estimar y distribuir los costos del proyecto, con lo cual se estará determinando la cantidad de recursos monetarios que exige el proyecto en su vida útil.

La estructura está integrada por Costos Producción, Gastos de Administración, Gastos de Ventas y Gastos de Financieros.

**CUADRO N° 80**

<b>PRESUPUESTO DE COSTOS</b>					
<b>RUBROS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>COSTO PRIMO</b>					
<b>MATERIA PRIMA DIRECTA</b>	1.140,00	1.207,06	1.274,12	1.341,18	1.341,18
<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>	8.538,08	8.952,18	9.386,36	9.841,60	10.318,91
<b>MANO DE OBRA INDIRECTA</b>	3.315,00	3.510,00	3.705,00	3.900,00	3.900,00
<b>MANO DE OBRA INDIRECTA</b>	5.059,36	5.304,74	5.562,02	5.831,78	6.114,62
<b>TOTAL COSTO PRIMO</b>	<b>18.052,44</b>	<b>18.973,97</b>	<b>19.927,49</b>	<b>20.914,55</b>	<b>21.674,71</b>
<b>COSTO DE PRODUCCION</b>					
<b>CARGA FABRIL</b>	2.893,62	3.033,96	3.181,11	3.335,39	3.497,16
<b>DEPRECIACION MAQUINARIA Y EQUIPO</b>	297,00	297,00	297,00	297,00	297,00
<b>MATERIALES INDIRECTOS</b>	106,00	111,14	116,53	122,18	128,11
<b>TOTAL COSTOS DE PRODUCCION</b>	<b>3.296,62</b>	<b>3.442,10</b>	<b>3.594,64</b>	<b>3.754,57</b>	<b>3.922,27</b>
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>					
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	16.450,42	17.248,26	18.084,80	18.961,91	19.881,57
<b>TERRENO</b>	18.000,00	18.873,00	19.788,34	20.748,08	21.754,36
<b>DEPRECIACION DEL EDIFICIO</b>	1.400,00	1.400,00	1.400,00	1.400,00	1.400,00
<b>DEPRECIACION DEL VEHICULO</b>	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00
<b>DEPRECIACION DE MUEBLES Y ENSERES</b>	101,70	101,70	101,70	101,70	101,70
<b>DEPRECIACION DE EQUIPO DE OFICINA</b>	119,70	119,70	119,70	119,70	119,70
<b>DEPRECIACION DE EQUIPO DE COMPUTACION</b>	310,68	310,68	310,68	310,68	310,68
<b>DEPRECIACION DE INSTALACIONES</b>	59,40	59,40	59,40	59,40	59,40
<b>REPARACION Y MANTENIMIENTO</b>	349,37	366,31	384,08	402,71	422,24
<b>SERVICIOS BASICOS</b>	1.272,72	1.334,45	1.399,17	1.467,03	1.538,18
<b>AMORTIZACION DE ACTIVOS DIFERIDOS</b>	539,72	539,72	539,72	539,72	539,72
<b>TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACION</b>	<b>40.203,71</b>	<b>41.953,22</b>	<b>43.787,59</b>	<b>45.710,93</b>	<b>47.727,54</b>
<b>GASTOS DE VENTA</b>					
<b>GASTOS PUBLICIDAD</b>	5.120,54	5.368,89	5.629,28	5.902,30	6.188,56
<b>TOTAL GASTOS DE VENTA</b>	<b>5.120,54</b>	<b>5.368,89</b>	<b>5.629,28</b>	<b>5.902,30</b>	<b>6.188,56</b>
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>					
<b>INTERES DEL PRESTAMO</b>	3.125,83	1.989,17	852,50	-	-
<b>TOTAL GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>3.125,83</b>	<b>1.989,17</b>	<b>852,50</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>TOTAL DE OPERACIÓN</b>	<b>69.799,14</b>	<b>71.727,36</b>	<b>73.791,50</b>	<b>76.282,35</b>	<b>79.513,08</b>

## 7.21. COSTOS

Son todos los desembolsos realizados durante el ejercicio contable, estos costos constituyen uno de los aspectos indispensable para la correspondiente evaluación del mismo, proyectando la situación contable.

### 7.21.4. COSTO UNITARIO DE FABRICACIÓN

CUADRO N° 81

COSTO UNITARIO DE FABRICACION			
AÑO	COSTOS TOTALES	N° UNIDADES PRODUCIDAS	COSTO UNITARIO
1	69799,14	15300,00	4,56
2	71727,36	16200,00	4,43
3	73791,50	17100,00	4,32
4	76282,35	18000,00	4,24
5	79513,08	18000,00	4,42

### 7.21.5. CÁLCULO DEL PRECIO UNITARIO

Para calcular el precio unitario, al costo unitario se le agrega el porcentaje de utilidad, como se detalla a continuación.

- **P.V.P = COSTO UNITARIO + UTILIDAD**
- **P. V.P = \$4.56 + (40%)**
- **P. V.P = \$ 6,39 para el primer año**

En el siguiente cuadro se detalla el precio para los años de vida del proyecto.

**CUADRO N° 82**

<b>COSTO UNITARIO DE FABRICACION</b>				
<b>AÑO</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>% UTILIDAD EMPRESA</b>	<b>PRECIO UNITARIO EMPRESA</b>	<b>TOTAL INGRESOS EMPRESA</b>
<b>1</b>	4,56	40%	6,39	<b>97718,80</b>
<b>2</b>	4,43	45%	6,42	<b>104004,66</b>
<b>3</b>	4,32	50%	6,47	<b>110687,26</b>
<b>4</b>	4,24	55%	6,57	<b>118237,64</b>
<b>5</b>	4,42	60%	7,07	<b>127220,93</b>

▪ **ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS**

**CUADRO N°83**

<b>ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS</b>						
<b>RUBROS</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Ventas</b>		97718,80	104004,66	110687,26	118237,64	<b>127220,93</b>
<b>(-) Costos – Totales</b>		69799,14	71727,36	73791,50	76282,35	<b>79513,08</b>
<b>(=) Utilid. - Bruta – Ventas</b>		27919,66	32277,31	36895,75	41955,29	<b>47707,85</b>
<b>(-)Trabajador</b>	15%	4187,95	4841,60	5534,36	6293,29	<b>7156,18</b>
<b>(=) utilid. - Antes-imp</b>		23731,71	27435,71	31361,39	35662,00	<b>40551,67</b>
<b>(-)impuesto. Rent</b>	25%	5932,93	6858,93	7840,35	8915,50	<b>10137,92</b>
<b>Utilidad neta</b>		17798,78	20576,78	23521,04	26746,50	<b>30413,75</b>

**7.21.6. CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS**

Los costos totales se clasifican en fijos y variables, debido a que algunos costos aumentan si se incrementa el nivel de producción, mientras otros permaneces sin variación para cualquier nivel de producción. Esta clasificación se la realiza con la finalidad de obtener datos necesarios para el análisis del punto de equilibrio. Se entiende por costo fijo aquellos costos que



permanecen constantes para cualquier nivel de producción. Su magnitud no depende del volumen total de la producción, mientras que los costos variables, están en relación directa con los niveles de producción.

**CUADRO Nº 84**  
**COSTOS FIJOS Y VARIABLES PARA LOS AÑOS 1 Y 5**

RUBROS	AÑO 1		COSTOS FIJOS	AÑO 5
	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES		
<b>COSTO PRIMO</b>				
MATERIA PRIMA DIRECTA		1.140,00		1.341,18
MANO DE OBRA DIRECTA		8.538,08		10.318,91
MANO DE OBRA INDIRECTA		3.315,00		3.900,00
MANO DE OBRA INDIRECTA	5.059,36		6.114,62	
<b>TOTAL COSTO PRIMO</b>				
<b>COSTO DE PRODUCCION</b>				
CARGA FABRIL		2.893,62		3.497,16
DEPRECIACION MAQUINARIA Y EQUIPO	297,00		297,00	
MATERIALES INDIRECTOS		106,00		128,11
<b>TOTAL COSTOS DE PRODUCCION</b>				
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>				
GASTOS ADMINISTRATIVOS	16.450,42		19.881,57	
TERRENO		18.000,00		21.754,36
DEPRECIACION DEL EDIFICIO	1.400,00		1.400,00	
DPRECIACION DEL VEHICULO	1.600,00		1.600,00	
DEPRECIACION DE MUEBLES Y ENSERES	101,70		101,70	
DEPRECIACION DE EQUIPO DE OFICINA	119,70		119,70	
DEPRECIACION DE EQUIPO DE COMPUTACION	310,68		310,68	
DEPRECIACION DE INSTALACIONES	59,40		59,40	
REPARACION Y MANTENIMIENTO		349,37		422,24
SERVICIOS BASICOS		1.272,72		1.538,18
AMORTIZACION DE ACTIVOS DIFERIDOS		539,72		539,72
<b>TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACION</b>				
<b>GASTOS DE VENTA</b>				
GASTOS PUBLICIDAD	5.120,54		6.188,56	
<b>TOTAL GASTOS DE VENTA</b>				

<b>GASTOS FINANCIEROS</b>				
INTERES DEL PRESTAMO	3.125,83			
<b>TOTAL GASTOS FINANCIEROS</b>				
<b>TOTAL DE OPERACIÓN</b>	33.644,63	36.154,51	36.073,23	43.439,85

## 7.22. ANÁLISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que son exactamente iguales los beneficios por ventas a la suma de los costos fijos y variables, es decir, el punto de actividad donde no existe utilidad ni pérdida.

### PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL PRIMER AÑO DE OPERACIÓN

#### ▪ EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} \times 100$$

$$PE = \frac{33644,63}{97718,80 - 36154,51} \times 100$$

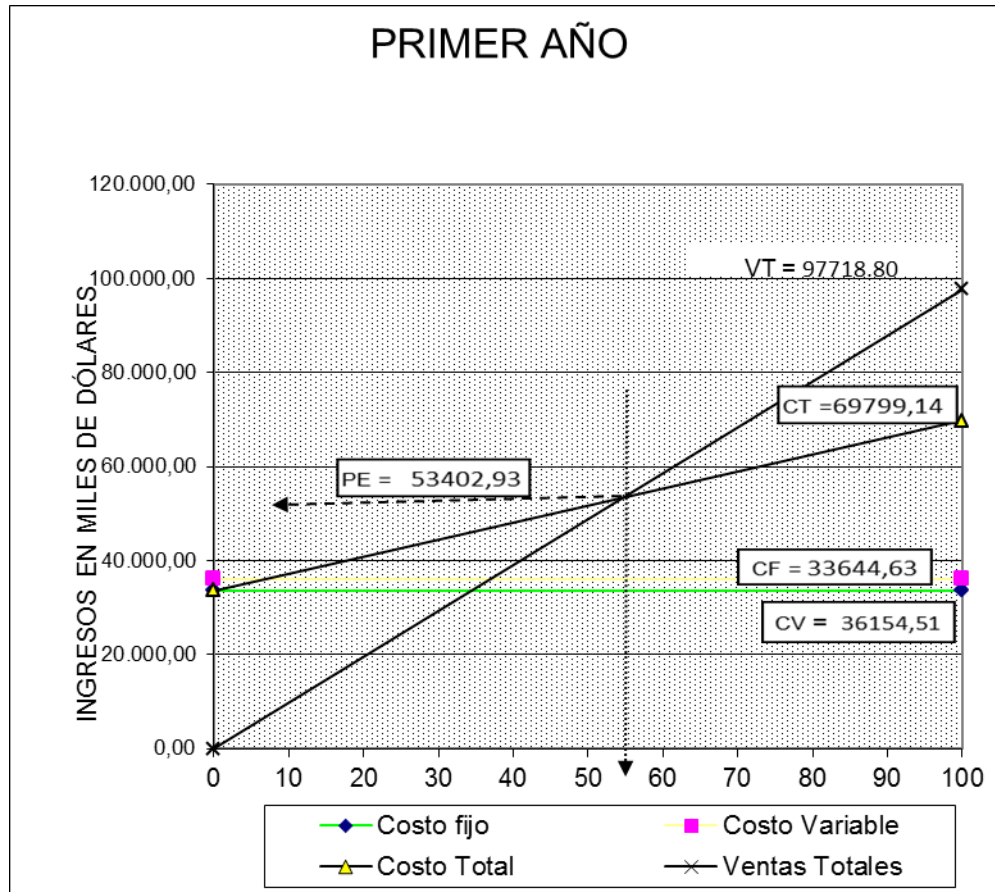
$$PE = 55\%$$

#### ▪ EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS.

$$PE = \frac{CF}{1 - CV} \times \frac{1}{VT}$$

$$PE = \frac{33644,63}{1 - \frac{33644,63}{97718,80}}$$

$$PE = 51.311,09$$



En referencia al Gráfico las personas que trabajan en la planta y la maquinaria a utilizar se debe trabajar al 55%, en función a la capacidad instalado \$51.311.09 se refiere a los ingresos para no perder ni ganar.

### PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL QUINTO AÑO DE OPERACIÓN

- EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA.

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} \times 100$$

$$PE = \frac{36073.23}{127220.93 - 43439.85} \times 100$$

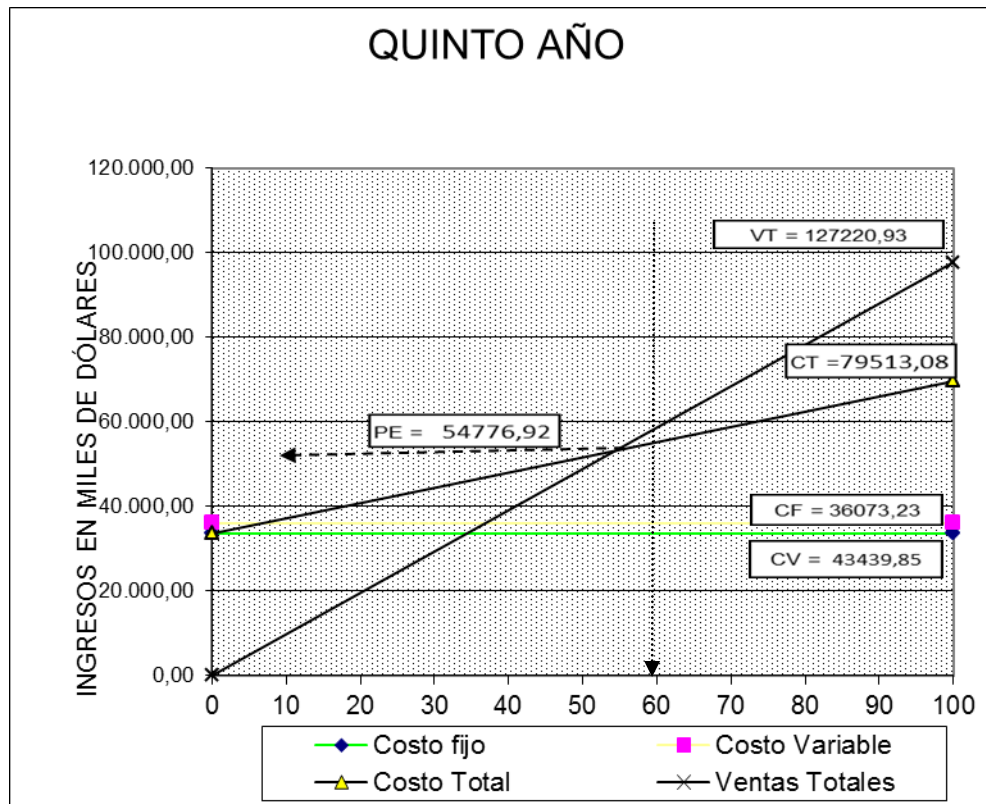
**PE = 44%**

▪ EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}}$$

$$PE = \frac{36073.23}{1 - \frac{43439.85}{127220.93}}$$

**PE = 54.777.00**



En referencia al Gráfico las personas que trabajan en la planta y la maquinaria a utilizar se debe trabajar al 44%, en función a la capacidad instalado \$54.777.00 se refiere a los ingresos para no perder ni ganar.

## 8. EVALUACIÓN FINANCIERA

### 8.17. FLUJO DE CAJA

**CUADRO N° 85**

<b>FLUJO DE CAJA</b>					
<b>Detalle</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>INGRESOS</b>					
Ingreso por ventas	97718,80	104004,66	110687,26	118237,64	127220,93
Valor residual			465,95		13077,95
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>97718,80</b>	<b>104004,66</b>	<b>111153,21</b>	<b>118237,64</b>	<b>140298,88</b>
<b>EGRESOS</b>					
Costo total	69799,14	71727,36	73791,50	76282,35	79513,08
15% trabajadores	4187,95	4841,60	5534,36	6293,29	7156,18
Reinversión				1398,00	
25% impuesto a la renta	5932,93	6858,93	7840,35	8915,50	10137,92
(-) Depreciaciones	-3888,48	-3888,48	-3888,48	-3888,48	-3888,48
(-) Amortización activo diferido	-539,72	-539,72	-539,72	-539,72	-539,72
<b>TOTAL DE EGRESOS</b>	<b>75491,82</b>	<b>78999,68</b>	<b>82738,01</b>	<b>88460,94</b>	<b>92378,97</b>
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>22226,98</b>	<b>25004,99</b>	<b>28415,20</b>	<b>29776,70</b>	<b>47919,91</b>

### 8.18. VALOR ACTUAL NETO

Permite determinar si una inversión cumple con el objetivo básico financiero: MAXIMIZAR la inversión. El VAN permite determinar si dicha inversión puede incrementar o reducir el valor de las empresas. Ese cambio en el valor estimado puede ser positivo, negativo o continuar igual. Si es positivo

significará que el valor de la firma tendrá un incremento equivalente al monto del Valor Actual Neto. Si es negativo quiere decir que la firma reducirá su riqueza en el valor que arroje el VAN. Si el resultado del VAN es cero, la empresa no modificará el monto de su valor.

**CUADRO N° 86**

<b>VALOR ACTUAL NETO</b>			
<b>Años</b>	<b>Flujo de caja</b>	<b>Factor actualizado</b>	<b>Valor actual</b>
<b>1</b>	22226,98	0,900901	20024,30955
<b>2</b>	25004,99	0,811622	20294,60855
<b>3</b>	28415,20	0,731191	20776,94756
<b>4</b>	29776,70	0,658731	19614,83531
<b>5</b>	47919,91	0,593451	28438,13319
<b>Suma V.A.N.</b>			109148,8342
<b>Inversión</b>			-77341,49
<b>Valor actual neto</b>			31807,34

Con los resultados obtenidos, se puede deducir que el resultado es positivo, es decir que es rentable realizar el proyecto.

### **8.19. TASA INTERNA DE RETORNO**

**CUADRO N° 87**

<b>AÑOS</b>	<b>FLUJO NETO</b>	<b>ACTUALIZACION</b>			
		<b>FACTOR ACT.</b>	<b>VAN MENOR</b>	<b>FACTOR ACT.</b>	<b>VAN MAYOR</b>
		<b>24,00%</b>		<b>24,50%</b>	
<b>0</b>	<b>-77.341,49</b>		<b>-77.341,49</b>		<b>-77.341,49</b>
<b>1</b>	22.226,98	0,806452	17.924,99	0,803213	17.853,00
<b>2</b>	25.004,99	0,650364	16.262,35	0,645151	16.131,99
<b>3</b>	28.415,20	0,524487	14.903,41	0,518193	14.724,57
<b>4</b>	29.776,70	0,422974	12.594,76	0,416220	12.393,65

5	47.919,91	0,341108	16.345,85	0,334313	16.020,25
			689,86		-218,04

$$TIR = Tm + Dt \left( \frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

$$TIR = 24 + 0.5 * \left[ \frac{689.12}{689.12 - (-218.04)} \right]$$

**TIR= 24.38%**

La empresa por la inversión inicial posee una tasa promedio de rentabilidad del 24.38%; por lo que se concluye que el proyecto es satisfactoriamente factible.

## 8.20. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

Permite conocer el tiempo en que se va a recuperar la inversión inicial.

### CUADRO Nº 88

#### PERIODO DE RECUPERACIÓN

PERIODO DE RECUPERACION DEL CAPITAL		
Anos	Inversión	Flujo neto
0	77341,49	
1		22226,98
2		25004,99
3		28415,20
4		29776,70
5		22226,98
<b>TOTAL</b>		<b>127650,85</b>

$$PRC = \frac{\text{Año que supera} - \sum \text{primeros flujos}}{\text{Flujo del año que supera la inversion}}$$

$$PRC = \frac{4 + (77341.49 - 105423.87)}{29776.70}$$

$$\text{PRC} = \frac{4 + (-28082.38)}{29776.70}$$

$$3,057 = 3 \text{ años}$$

$$0,57 \times 12 = 6.84 \text{ meses}$$

$$0,84 \times 30 = 25.2 \text{ días}$$

El periodo de recuperación de proyecto será **3 años, 6 meses y 25 días.**

## 8.21. RELACIÓN BENEFICIO COSTO

### CUADRO N° 89

#### RELACIÓN BENEFICIO COSTO

RELACION BENEFICIO COSTO						
AÑOS	COSTO OPERACIÓN	FACTOR ACTUALIZADO	VALOR ACTUALI	INGRESOS	FACTOR ACTUALI	VALOR ACTUAL
0		0,11			0,12	
1	69799,14	0,9009009	62882,11057	97718,80	0,892857	87248,92842
2	71727,36	0,8116224	58215,53047	104004,66	0,797194	82911,88208
3	73791,50	0,7311914	53955,7119	110687,26	0,711780	78785,00275
4	76282,35	0,6587310	50249,54655	118237,64	0,635518	75142,1591
5	79513,08	0,5934513	47187,14223	140298,88	0,567427	79609,35208
			<b>272490,0417</b>			<b>403697,3244</b>

$$\text{RBC} = \frac{\text{Ingreso Actual}}{\text{Costo Actual}}$$

$$\text{RBC} = \frac{403697,3244}{272490,0417}$$

$$\text{RBC} = 1,48$$

En base a los resultados obtenidos se puede señalar que la empresa por cada dólar que invierte se recibirá 0,48 centavos de utilidad.



**ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD  
CUADRO N° 90  
SENSIBILIDAD CON EL INCREMENTO DE COSTOS**

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON EL INCREMENTO DEL 16% EN LOS COSTOS								
AÑO S	COSTOS OPERACIÓN	INCREMENTO DE COSTOS	INGRESO ORIGINAL	FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
		<b>16,00%</b>			<b>19,50%</b>		<b>20,00%</b>	
						-77.341,49		-77.341,49
<b>1</b>	69.799,14	80.967,01	97.718,80	16.751,79	0,83682	14.018,24	0,83333	13.959,83
<b>2</b>	71.727,36	83.203,73	104.004,66	20.800,93	0,70027	14.566,22	0,69444	14.445,09
<b>3</b>	73.791,50	85.598,14	110.687,26	25.089,11	0,58600	14.702,17	0,57870	14.519,16
<b>4</b>	76.282,35	88.487,53	118.237,64	29.750,12	0,49038	14.588,72	0,48225	14.347,09
<b>5</b>	79.513,08	92.235,17	140.298,88	48.063,71	0,41036	19.723,22	0,40188	19.315,73
						257,07		-754,60

$$\text{NTIR} = 19.5 + 0.50 (257,07 / 257,07 - (-758,60))$$

$$\text{NTIR} = 19.63 \%$$

La empresa soporta un incremento de costos de hasta 16,00%, es decir el proyecto no es sensible a estos cambios.

**Diferencia de TIR**

**Dif. Tir= Tirproy. – Nueva Tir**

**Dif. Tir= 24,38% - 19,63%**

**Dif. Tir= 5,75%**

**Porcentaje de Variación**

**% Var. = (Dif. Tir. / Tir del proyecto)\* 100**

**% Var.= (4,75% / 24,38%)\* 100**

**% Var.=19,48%**

**Sensibilidad**

**Sensibilidad= %Var. /Nueva Tir**

**Sensibilidad= 19,48% / 19,63 %**

**Sensibilidad= 0,99**

## ANÁLISIS SENSIBILIDAD CON DISMINUCION EN LOS INGRESOS

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON LA DISMINUCIÓN DEL 10,60% EN LOS INGRESOS								
ANOS	COSTOS DE OPERACIÓN	INGRESO ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
			<b>10,60%</b>		<b>19,60%</b>		<b>19,80%</b>	
						-77.341,49		-77.341,49
<b>1</b>	69.799,14	97.718,80	87.360,61	17.561,46	0,8361	14.683,50	0,8347	14.658,99
<b>2</b>	71.727,36	104.004,66	92.980,17	21.252,82	0,6991	14.857,79	0,6968	14.808,22
<b>3</b>	73.791,50	110.687,26	98.954,41	25.162,90	0,5845	14.708,46	0,5816	14.634,92
<b>4</b>	76.282,35	118.237,64	105.704,45	29.422,10	0,4887	14.379,67	0,4855	14.283,89
<b>5</b>	79.513,08	140.298,88	125.427,20	45.914,12	0,4086	18.762,49	0,4052	18.606,39
						50,41		-349,09

**NTIR= 19,60 + 0.02 (50,41 / 50,41 – (-349,09))**

**NTIR= 19,63%**

### Diferencia de TIR

**Dif. Tir= Tirproj. – Nueva Tir**

**Dif. Tir=24,38% - 19,63%**

**Dif. Tir= 4,75%**

### Porcentaje de Variación

**% Var. = (Dif. Tir. / Tir del proyecto)\* 100**

**% Var.= (4,75% / 24,38%)\* 100**

**% Var.=19,48%**

### Sensibilidad

**Sensibilidad= %Var. /Nueva Tir**

**Sensibilidad= 19,48% / 19,63**

**Sensibilidad= 0,99**

## **h. CONCLUSIONES**

Realizado el estudio de factibilidad del presente proyecto, se tiene información suficiente que permita llegar a las siguientes conclusiones:

Se concluye con la elaboración del presente proyecto, que la creación de una empresa productora y comercializadora de champiñones en la ciudad de Loja, es una propuesta factible, al ser realizable desde el punto de vista técnico, necesario desde una óptica de mercado insatisfecho y tanto viable como rentable al mirarlo desde la perspectiva financiera.

El estudio de mercado revela una gran demanda insatisfecha de estos productos en la ciudad de Loja, de forma que implementando el proyecto de forma idónea, puede tener muy buena acogida en el mercado con la disponibilidad de comprar y consumir estos productos.

La siembra y comercialización del champiñón debemos hacerla de una forma adecuada para formar una empresa seria y prestigiosa. Únicamente se requiere contratar personal idóneo para trabajar con la maquinaria disponible.

El estudio técnico y financiero demuestra la viabilidad del proyecto en cuanto a capacidades de producción, procesamiento, almacenamiento y colocación del producto en el mercado, pudiendo cubrir la demanda insatisfecha identificada e incluso superarla.

La sociedad a crear será de tipo limitada, la cual se recomienda para pequeñas y medianas empresas. En dónde la responsabilidad del socio será hasta el monto que aportó.

## **i. RECOMENDACIONES**

Es necesario mantener un sistema de información actualizado de clientes, proveedores, competencia y otras variables de mercado, de tal forma que a partir de una base de datos constantemente actualizada se pueda reaccionar ante diversas variaciones del mercado o de los clientes.

La empresa debe desarrollar una estrategia comercial muy agresiva en imagen, empezando por el diseño del empaque y la realización de actividades en los puntos de venta que permitan el contacto directo de las consumidoras con los productos para facilitar la difusión y verificación de las ventajas del producto.

Realizar las adquisiciones de activos necesarios para poder mantener la productividad de la empresa en todas sus operaciones

Para que la empresa funcione se debe de ejecutar un rediseño de procedimientos en las áreas administrativas y financieras, de tal forma que se establezcan controles presupuestarios y contables, formalización de los procedimientos en las distintas áreas y mayor eficiencia en las operaciones y además controlar periódicamente este modelo de procedimientos

Implementar el proyecto de la forma en que ha sido propuesto, ya que demuestra ser rentable y atractivo de inversión con índices positivos, producto de un análisis profundo y real del entorno.

## j. BIBLIOGRAFIA

- GALLEGO Juan José, FERNÁNDEZ Susana **Proyecto empresarial**, impreso en España del 2002
- G.B. Giles, **Marketing**, impreso en España 1076
- KLOTER P.; ARMSTRONG G. **Fundamentos de marketing**  
4ta. Edición.
- MENESES Edilberto **preparación y evaluación de proyectos**,  
3ra. Edición.
- NARESH K. Malhotra **Investigación de mercados un enfoque práctico** /Pearson Educación; 2003.

### Páginas Web

- <http://camaradecomerciooja.ec/>
- <http://www.fanmania.net/te.htm>
- [http://es.wikipedia.org/wiki/Ficus\\_carica](http://es.wikipedia.org/wiki/Ficus_carica)
- <http://www.amaranto.com.mx/vertical/faq/faq.htm>
- [http://es.wikipedia.org/wiki/Ruta\\_graveolens](http://es.wikipedia.org/wiki/Ruta_graveolens)
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Miel>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)

## **k. ANEXOS**

### **ANEXO 1**

#### **RESUMEN DEL ANTEPROYECTO DE TESIS**

##### **TEMA:**

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CHAMPIÑONES EN LA CIUDAD DE LOJA”**

##### **PROBLEMATICA**

La crisis económica mundial está alcanzando todos los sectores empresariales que estos últimos años venían en crecimiento. En diferentes países del mundo, empresas muy reconocidas por su potencial económico han tenido que despedir empleados e incluso declararse en banca rota. Uno de los problemas porque las empresas cierran son por sus propios problemas empresariales así como la deficiente comunicación entre las áreas la baja participación de en mercados mundiales, Otro de los inconvenientes presentados es la falta de expresiones de reconocimiento y motivación de los superiores inmediatos hacia los colaboradores. Perú, Panamá y El Salvador son los países en donde se presentan con mayor frecuencia este problema.

El hombre por naturaleza necesita ser y sentirse útil, innovador, creador, generador. Esta necesidad lo hace buscar dentro de sí mismo que hacer Y en esta búsqueda es entonces donde comienza a analizarse las probabilidades que se tienen para lograr "eso" que se pretende emprender y uno de los factores más importantes para alcanzar esta meta es "La Información".

Actualmente la producción comercial de hongos es cada vez mayor, éste fenómeno se está presentando de algún modo debido a que las fuentes de información y difusión del cultivo están más al alcance del público por los avances en los medios de comunicación que son verdaderamente impresionantes, pudiéndose estar en contacto al instante con cualquier país si así se desea y obtener asesoría técnica en cualquier cultivo vía Internet.

En el Ecuador el sector empresarial se ha visto afectado por uno de los problemas más relevantes la inflación que afecta a todos los sectores pero el más perjudicado se visto el sector de la agricultura, también el sector socio-económico se ve afectado por la deuda externa y sus riquezas que se encuentran mal distribuidas para las diferentes regiones, donde la tasa de desempleo se ubicó en un nivel muy alto en los últimos años.

En Loja la agricultura se caracteriza por pequeñas explotaciones, ha impedido en cierta manera, una reorientación hacia una agricultura más dinámica y competitiva, pese a los esfuerzos realizados por instituciones locales, tanto del sector privado como gubernamental.

Después de haber analizado cada uno de los problemas tanto a nivel internacional, nacional y local se puede concluir con el siguiente problema: **Poco aprovechamiento de las tierras y el limitado cultivo de los productos, no ha permitido incrementar el nivel de producción de la localidad e incluso buscar nuevas fuentes alimenticias.**

Como solución que permita el desarrollo de una alimentación con altos valores alimentarios, los hongos comestibles se clasifican después de la carne, la leche, el pescado y la soya, como los más sanos, ya que no requieren productos químicos. Una alternativa que nos conlleva a plantear la realización de la siguiente propuesta **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CHAMPIÑONES EN LA CIUDAD DE LOJA”**

Fuente: <http://www.sciencedaily.com>  
<http://mushroominfo.comfits/>



## **JUSTIFICACIÓN.**

### **JUSTIFICACIÓN ACADÉMICA.**

La realización de nuestro proyecto nos permite dar cumplimiento a lo dispuesto por las autoridades Universitarias en el Reglamento de Régimen Académico Art. 135. Para el desarrollo de tesis de grado, lo cual nos permite elevar el nivel académico y cognoscitivo del estudiante para poner en práctica nuestro conocimiento adquirido en el transcurso de nuestra carrera. Preparándonos para el futuro como profesionales.

### **JUSTIFICACIÓN ECONÓMICA.**

El proyecto se justificará en la necesidad de creación de industrias en una región poco comercial contribuyendo al desarrollo socioeconómico en la región. La ejecución del presente proyecto promoverá la generación de negocios y actividades económicas con los productores de champiñones en la región.

Con la implementación de esta empresa se contribuirá a la dinamización de la economía local y crecimiento empresarial creando espacio para de fuentes de trabajo con nuevas oportunidades de producción para los sectores agrícolas y beneficiando la circulación del capital para la sustentación de la economía local.

### **JUSTIFICACIÓN SOCIAL**

El montaje de una Empresa productora y comercializadora de champiñones en la ciudad de Loja se justifica socialmente por el beneficio que traerá a la región por medio de la generación de empleos directos e indirectos.

Se desea con este proyecto estimular la vocación industrial y emprendedora de la región.

La factibilidad para la creación de una Empresa productora y comercializadora de Champiñones en la ciudad de Loja beneficia en gran medida a esta región

porque permite: mejorar el nivel de vida, el nivel nutricional y optimizar el tratamiento, el manejo y los métodos de cuidado de los champiñones.

## **OBJETIVOS.**

### **OBJETIVO GENERAL**

- Demostrar la factibilidad para la creación de una empresa de producción y comercialización de Champiñones en la ciudad de Loja con la finalidad de ofrecer un producto alimenticio para el consumo de las familias.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS.**

- Realizar un diagnóstico y estudio de mercado en la ciudad de Loja para establecer la demanda y oferta.
- Realizar un estudio técnico en lo referente al tamaño, localización, ingeniería de la empresa, y estudio financiero.
- Definir la estructura legal y organizativa de la empresa
- Elaborar la evaluación financiera de la empresa mediante los indicadores financieros y determinar su rentabilidad.

## CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Actividades	MES 1				MES 2				MES 3				Mes 4			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Revisión de la bibliografía		X														
Elaboración de matriz problemática y Selección del tema			X	X												
Elaboración de anteproyecto						X	X									
Aprobación del anteproyecto								X								
Realización del estudio del mercado									X	X	X					
Elaboración del estudio técnico													X	X		
Realización del estudio organizacional															X	X
Realización de estudio y evaluación financiera																X
Conclusiones y recomendaciones																X
Presentación de borrador																X
Presentación y sustentación de la tesis																X

**Elaboración:** El Autor. **Problemática**

## ANEXOS 2.

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
**AREA JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

### Encuesta

Estimado Sr. (a); Estudiante del módulo 10 Grupo 2, con la finalidad de dar cumplimiento a la tesis, a usted muy respetuosamente le pedimos se digne otorgarnos la información necesaria para realizar el proyecto llamado **“Creación de una empresa productora y comercializadora de champiñones en la ciudad de Loja”**, previo a la obtención del título de Ing. comercial y los datos obtenidos será utilizado con fines académicos, agradecemos previamente dar respuesta a las siguientes preguntas.

1. **¿En su familia Consumen Champiñones?**

Si (    )                      No (    )

2. **¿Cuál es la presentación del champiñón que Ud. mas consume? Seleccione uno variable.**

- Secos (    )
- Enteros (    )

3. **¿La calidad es?**

- Muy buena (    )
- Buena (    )
- Regular (    )

4. **¿Con que frecuencia ustedes consumen champiñones?**

Semanal..... Quincenal..... Mensualmente.....

5. **¿Cuánto suele gastar al momento de comprar Champiñones?**

.....

6. ¿Qué marcas suele consumir?

.....

7. ¿Qué características toma en cuenta a la hora de comprar champiñones? Seleccione una variable.

- 1. Por el precio ( )
- 2. Por la calidad ( )
- 3. O por la presentación ( )

8. ¿Los Costos de los champiñones son?

- Altos ( )
- Medios ( )
- Bajos ( )

9. ¿En el caso de instalarse una empresa productora y comercializadora de champiñones enteros con buenos estándares de calidad, estaría dispuesto adquirir?

Si ( ) No ( )

10. ¿Qué tendría en cuenta para comprar champiñones Enteros?

- Sabor ( )
- Precio ( )
- Presentación ( )

11. ¿Dónde le gustaría adquirir los champiñones?

- Tiendas ( )
- Autoservicios ( )
- Supermercados ( )

12. ¿Cuáles serían los principales medios de información de su preferencia para enterarse del producto?

- Radio ( )
- Televisión ( )
- Prensa ( )
- Internet ( )
- Vallas publicitarias ( )

13. ¿Si su respuesta fue la televisión que canal prefiere?

- Uv. Televisión ( )
- Ecotel. TV ( )

14. ¿Si su respuesta fue la radio que emisora escucha?

- LUZ Y VIDA ( )
- CARIAMANGA ( )
- MATOVELLE ( )
- SOCIEDAD ( )

15. ¿Si su respuesta fue la prensa que diarios lee frecuentemente?

HORA ( ) CRONICA ( )  
CENTINELA ( )

**GRACIAS POR SU COLABORACION**

## ÍNDICE

<b><u>CONTENIDOS</u></b>	<b><u>PÁGINAS</u></b>
Certificación .....	ii
Autoría .....	iii
Agradecimiento .....	iv
Dedicatoria.....	v
<b>RESUMEN</b> .....	2
Introducción .....	8
<b>REVISIÓN DE LITERATURA</b> .....	12
<b>MATERIALES Y MÉTODOS</b> .....	30
<b>RESULTADOS</b> .....	37
<b>DISCUSIÓN</b> .....	58
<b>Estudio de Mercado</b> .....	59
<b>Estudio Técnico</b> .....	70
<b>Estudio Organizacional</b> .....	105
<b>Estudio Financiero</b> .....	113
<b>Conclusiones</b> .....	156
<b>Recomendaciones</b> .....	158
<b>Bibliografía</b> .....	159
<b>Anexos</b> .....	161
<b>Índice</b> .....	168