

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO  
CARRERA DE INGENIERA COMERCIAL  
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Silvia Paulina Puente Tituaña

DECLARO QUE:

El proyecto de grado denominado “Creación de una Empresa Comercializadora de Champiñones frescos al granel en la Provincia del Guayas”, ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondiente, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

Quito, septiembre de 2008

---

Silvia Paulina Puente Tituaña



ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO  
CARRERA DE INGENIERIA COMERCIAL

**AUTORIZACIÓN**

Yo, Silvia Paulina Puente Tituaña

Autorizo a la Escuela Politécnica del Ejército la publicación, en la biblioteca virtual de la Institución del trabajo: “Creación de una empresa comercializadora de champiñones frescos al granel en la provincia del Guayas”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Quito, septiembre de 2008

---

Silvia Paulina Puente

## DEDICATORIA

A esos seres tan maravillosos que la vida me regaló, mis hijos, Juan Sebastián, Ana Carolina y Martina Gabriela, por ser las piezas fundamentales en las decisiones de mi vida.

A mi esposo, por hacerme una mujer decidida, capaz de enfrentar cualquier adversidad.

A mis padres, Guido y Esthela, quienes con su ejemplo de tenacidad me han impulsado a alcanzar todas las metas propuestas.

A mis hermanas que con su apoyo incondicional han sido mis grandes aliadas.

A mis tías que con su cariño me han enseñado la grandeza de las cosas pequeñas.

A mi sobrina Gabriela, que con su dulzura ha sabido ganarse el corazón de todos.

A toda ésta, mi gran familia dedico este trabajo que estoy segura será motivo de una inmensa alegría, y marcará el inicio de nuevos proyectos de vida.

Silvia Paulina Puente Tituaña

## AGRADECIMIENTO

A mis hijos y esposo, quienes sabiamente han sabido comprenderme y permitir que este sueño sea una realidad.

A mis padres, que siempre han estado junto a mí, apoyándome incondicionalmente.

A mis maestros, a quienes les debo todos mis conocimientos.

Silvia Paulina Puente Tituaña

## ÍNDICE

<b>CONTENIDO</b>	<b>PAG.</b>
INTRODUCCION	1-3
<b>1. ESTUDIO DE MERCADO</b>	<b>4</b>
1.1.    Objetivos del estudio de mercado	4
1.2.    Estructura del mercado	4
1.3.    Análisis de la situación actual del mercado	6
1.4.    Identificación del Producto	7
1.5.    Característica del Producto	8
1.5.1.    Clasificación por su uso y efecto del Producto	9
1.5.2.    Productos Sustitutivos	9
1.5.3.    Productos Complementarios	9
1.5.4.    Normatividad Técnica, Sanitaria y Comercial	10
1.6.    Investigación de Mercado	14
1.6.1.    Segmentación	15
1.6.2.    Tamaño del Universo	16
1.6.3.    Prueba Piloto	18
1.6.4.    Tamaño de la Muestra	19
1.6.5.    Metodología de la Investigación de Campo	20
1.6.5.1.    Elaboración del Cuestionario	21
1.6.5.2.    Aplicación de la Encuesta	21
1.6.5.3.    Procesamiento de Datos: Codificación y Tabulación	21
1.6.5.4.    Cuadros de salida, explicación y análisis de resultados	22
1.7.    Análisis de la Demanda	36
1.7.1.    Clasificación	37
1.7.2.    Factores de Afectan a la Demanda	37
1.7.3.    Comportamiento Histórico de la Demanda	39
1.7.4.    Demanda actual y proyectada	40
1.8.    Análisis de la Oferta	41
1.8.1.    Clasificación	41

1.8.2.	Factores que afectan a la oferta	42
1.8.3.	Comportamiento histórico de la oferta	43
1.8.4.	Oferta Actual y proyectada	44
1.9.	Estimación de la demanda insatisfecha	44
1.9.1.	Análisis de la Demanda insatisfecha captada por la empresa.	45
1.10.	Análisis de Precios	47
1.10.1.	Precios históricos y actuales.	48
1.11.	Comercialización	49
1.11.1.	Estrategia de Precio	49
1.11.2.	Estrategia de Promoción	49
1.11.3.	Estrategia de Servicio	50
1.11.4.	Estrategia de Plaza	51
1.11.5.	Estrategia de Distribución	51
<b>2.</b>	<b>ESTUDIO TECNICO</b>	<b>52</b>
2.1.	Tamaño del Proyecto	52
2.1.1.	Factores determinantes del tamaño	52
2.1.1.1.	El mercado	52
2.1.1.2.	Disponibilidad de recursos financieros	52
2.1.1.3.	Disponibilidad de recursos humanos	53
2.1.1.4.	Disponibilidad De Tecnología	54
2.1.1.5.	Definición de las capacidades del servicio	54
2.2.	Localización del Proyecto	54
2.2.1.	Macro localización	55
2.2.1.1.	Justificación	55
2.2.2.	Micro localización	56
2.2.2.1.	Criterios de selección de alternativas	57
2.2.2.1.1.	Cercanía al mercado consumidor	57
2.2.2.1.2.	Fácil acceso a las fuentes de abastecimiento	57
2.2.2.1.3.	Costo y disponibilidad de locales en arrendamiento	57
2.2.2.1.4.	Vías de comunicación rápidas	58
2.2.2.1.5.	Disponibilidad de agua, energía y otros suministros	58

2.2.2.1.6.	Infraestructura	58
2.2.2.1.7.	Costo del transporte y comunicación	58
2.2.2.1.8.	Disponibilidad de personal	59
2.2.2.2.	Matriz locacional.	59
2.2.2.3.	Selección de la Alternativa Óptima	60
2.2.2.4.	Plano de la Micro localización	60
2.3.	Ingeniería del Proyecto	61
2.3.1.	Diagrama de flujo	63
2.3.2.	Proceso del servicio	64
2.3.3.	Distribución del área de trabajo	64
2.3.4.	Requerimiento de recursos humanos	65
2.3.5.	Requerimiento de vehículo	65
2.3.6.	Requerimiento de Maquinaria y Equipo	66
2.3.7.	Requerimiento de Servicios Básicos	66
2.3.8.	Requerimiento de insumos	67
2.3.9.	Requerimientos de combustible	67
2.3.10.	Requerimiento de inventario de producto terminado	68
2.3.11.	Mantenimiento vehículo	68
2.3.12.	Mantenimiento maquinaria y equipo	69
2.3.13.	Arriendo	69
2.3.14.	Estimación de los costos de inversión	70
2.3.15.	Calendario de Ejecución del Proyecto.	70
<b>3.</b>	<b>LA EMPRESA Y SU ORGANIZACION</b>	
3.1.	Base legal	72
3.1.1.	Nombre o Razón Socia	72
3.1.2.	Titularidad de Propiedad de la Empresa	73
3.1.3.	Tipo de empresa (sector/actividad)	74
3.2.	Base Filosófica de la Empresa	74
3.2.1.	Visión	74
3.2.2.	Misión	75
3.2.3.	Estrategia Empresarial de la Empresa	75
3.2.3.1.	Estrategia de Competitividad	75

3.2.3.2.	Estrategia de Crecimiento	77
3.2.3.3.	Estrategia de Competencia	77
3.2.3.4.	Estrategia Operativa	78
3.2.4.	Objetivos Estratégicos	78
3.2.5.	Principios y Valores	78
3.3.	La Organización	79
3.3.1.	Estructura Orgánica	79
3.3.2.	Descripción de Funciones	79
3.3.3.	Organigrama Estructural	82
<b>4.</b>	<b>ESTUDIO FINANCIERO</b>	
4.1.	Presupuestos	85
4.1.1.	Presupuesto de Inversión	85
4.1.1.1.	Activos Fijos	85
4.1.1.2.	Activos Intangibles	89
4.1.1.3.	Capital de Trabajo	91
4.1.2.	Cronograma de Inversiones	92
4.1.3.	Presupuesto de Operación	93
4.1.3.1.	Presupuesto de Ingresos	94
4.1.3.2.	Presupuesto de Egresos	95
4.1.3.3.	Estado de Origen y Aplicación de Recursos	96
4.1.3.4.	Estructura de Financiamiento	97
4.2.	Estados Financieros Pro forma	98
4.2.1.	Estado de Resultados	98
4.2.2.	Flujo de Fondos	100
4.2.2.1.	Del Proyecto	101
4.2.2.2.	Del Inversionista	102
4.3.	Evaluación Financiera	103
4.3.1.	Determinación de la Tasa de Descuento	103
4.3.2.	Criterios de evaluación	105
4.3.2.1.	Valor Actual Neto (VAN)	105
4.3.2.2.	Tasa Interna de Retorno (TIR)	108
4.3.2.3.	Período de Recuperación de la Inversión	109

4.3.2.4.	Relación Beneficio Costo (RB/F)	112
4.3.2.5.	Punto de Equilibrio	113
4.3.3.	Análisis de Sensibilidad	116
<b>5.</b>	<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>	<b>119</b>
5.1.	Conclusiones	119
5.2.	Recomendaciones	119

## **ANEXOS**

## **BIBLIOGRAFIA**

## **LISTADO DE TABLAS, GRAFICOS Y ANEXOS**

