

“CHAMPIÑONES BECASGIL”

ASESOR: MARTINEZ VARGAS HENRY  
WILSON ALEJANDRO GIL FEO

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN  
SUPERIOR - CUN  
UNIDAD DE EMPRENDIMIENTO  
PROGRAMA EN TECNOLOGO DE GESTION  
ADMINISTRATIVA  
BOGOTÁ, 2017

“CHAMPIÑONES BECASGIL”

WILSON ALEJANDRO GIL FEO

Trabajo de grado para obtener el título de  
Tecnólogo en Gestión Administrativa

ASESOR: MARTINEZ VARGAS HENRY  
Magister En Educación

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN  
SUPERIOR - CUN  
UNIDAD DE EMPRENDIMIENTO  
PROGRAMA EN TECNOLOGO DE GESTION  
ADMINISTRATIVA  
BOGOTÁ, 2017

## AGRADECIMIENTOS

Quiero manifestar un total agradecimiento a mi asesor HENRY MARTINEZ VARGAS Magíster en educación, por el gran compromiso que tuvo para con el proceso y por el seguimiento y dedicación en cada una de nuestras inquietudes, en cada clase con sus aportes del paso a paso de este proyecto.

Agradezco a la Corporación unificada Nacional (CUN) por darme la oportunidad de ser un joven emprendedor, por brindarme un espacio para expresar mis habilidades y creaciones empresariales. Me doy cuenta que el trabajo en equipo es indispensable para nuestra vida personal y laboral.

## **TABLA DE CONTENIDO**

1. INTRODUCCIÓN
2. MISION
3. VISION
4. LA IDEA DE NEGOCIO
5. IDENTIFICACIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO
6. DESCRIPCIÓN DE NEGOCIO
7. PROBLEMA A DESARROLLAR
8. OPORTUNIDAD DE NEGOCIO
9. CLASE DE PRODUCTO QUE GENERA LA IDEA DE NEGOCIO
10. SECTOR ECONÓMICO AL QUE PERTENECE LA IDEA DE NEGOCIO
11. JUSTIFICACIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO
12. ANTECEDENTES DE LA IDEA DE NEGOCIO
13. OBJETIVO DE LA IDEA DE NEGOCIO
14. OBJETIVO GENERAL
15. OBJETIVOS ESPECIFICOS
16. PENTÁGONO DE PERFILACIÓN DE CLIENTES
17. PROCESO ENTREVISTA
18. HALLAZGOS
19. ANÁLISIS DE INFORMACIÓN
20. ANÁLISIS
21. PENTÁGONO DE PERFILACIÓN DE CLIENTES FINAL (CUADRO)
22. ESTRATO SOCIOECONOMICO
23. MATRIZ DOFA
24. DESCRIPCIÓN GENERAL
25. FICHA TÉCNICA PRODUCTO TERMINADO
26. BENEFICIOS NUTRICIONALE
27. LOGO Y SLOGAN
28. RESEÑA DE SESQUILÉ - CUNDINAMARCA

## **INTRODUCCIÓN**

Este proyecto nos muestra claramente las condiciones que tienen los habitantes de Sesquilé y sus alrededores, para consumir champiñón, y la solución que nosotros queremos llevar a esta población; por lo tanto nos conlleva a afianzar nuestra proyección de empresa buscando brindar beneficios, economía y facilidad para esta población en específico que presenta una necesidad, mostrando innovación y dando soluciones a los habitantes generando satisfacción en ellos.

## **MISIÓN**

Ser líderes en el mercado ofreciendo a nuestros clientes un producto natural ayudando a su bienestar y cuidado de la salud brindando una experiencia única de sabor en sus recetas, asegurando procesos altamente efectivos para el mejoramiento continuo de la compañía logrando crecimiento y sostenibilidad.

## **VISIÓN**

Llegar y mantener un liderato en el mercado de los hongos comestibles logrando un conocimiento pleno en los habitantes de la región sobre los beneficios y formas de preparación de nuestro producto para incentivar su consumo y así lograr una, mayor rentabilidad, contando con talento humano y un modelo eficiente de responsabilidad social.

## LA IDEA DE NEGOCIO

### IDENTIFICACIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

#### DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

Producción y comercialización de champiñón, en la zona de almeidas específicamente en el municipio de sesquilé (Cundinamarca) esta región nos brinda la oportunidad de tener un mercado virgen, ya que en el sector seríamos la única planta de producción y ofreceremos a nuestros clientes un producto fresco con excelente calidad y con un menor tiempo de desplazamiento.

En el caso del champiñón el procedimiento del cultivo es más complejo que para otros hongos debido a que esta variedad, en la naturaleza, crece en el suelo. Por lo tanto es necesario mezclar los materiales de base (ricos en ligninas y celulosas) como las pajas de cereales (generalmente de trigo), con los compuestos secundarios como estiércoles o abonos orgánicos ricos en nitrógeno entre los que se acostumbra el salvado de trigo o arroz, harina de pescado, de algodón, de soya, etc. que favorecen la descomposición de la paja. Se agregan también mejoradores de la estructura (yesos) y estabilizadores de acidez-alcalinidad (carbonatos) durante la descomposición a cielo abierto de la mezcla que ahora se le llama compost. Dependiendo de la técnica empleada, la pila de materiales (que se remueve constantemente) permanece al ambiente entre 6 y 30 días aproximadamente (fase I) y puede someterse posteriormente a un tratamiento secundario en un recinto cerrado (fase II) en el que se favorece el desarrollo de microorganismos afines a temperaturas que fluctúan aproximadamente entre 40 y 60 grados centígrados. El resultado final es un sustrato negrozco que recuerda a la tierra de bosque y muy apropiado para el cultivo del champiñón.

El inóculo se mezcla con este material y puede acomodarse y comprimirse en contenedores ("camas") de madera o metal (incluso aluminio) o llenar bolsas o rectángulos de plástico ("bloques") o incluso incubar toda la masa "de un tirón" dentro de un cuarto especial ("túnel de incubación") para que ya invadido se utilice para rellenar cualquiera de los contenedores antes mencionados. 19 Todo se acomoda en estanterías de 5 y 6 niveles a menos que se trate de cultivos rústicos con simplemente las bolsas acomodadas en el piso. Cuando el compost está bien invadido se coloca por encima tierra natural de buena calidad, que se denomina "cobertura"; siendo esta operación indispensable para lograr una buena producción de champiñones. El micelio del champiñón tendrá que invadir la cobertura a lo que se le denomina "conexión" (sin que se produzca esta unión entre la cobertura y el compost no habrá champiñones). A las pocas semanas la cobertura estará "tapizada" de champiñones. Las producciones comerciales actuales rondan los 25-30 Kg por metro cuadrado en un ciclo completo del cultivo que dura alrededor de 3 meses por lo que normalmente se obtienen 4 ciclos de cultivo al año, pudiéndose esto ser incrementado en función de determinadas circunstancias.

<http://www.cceiburgos.es/sites/default/files/ficheros-publicados/planes-empresa-burgos.pdf>

## **PROBLEMA A DESARROLLAR**

- \*Brindar empleo en la región de sesquile
- \*Ofrecer el producto recién salido de su proceso de producción
- \*Incentivar el consumo de champiñón en la región
- \*Dar a conocer las ventajas nutricionales del producto

## **OPORTUNIDAD DE NEGOCIO**

La producción y comercialización del champiñón es un sector poco explotado, poco comercializado, es por eso que comercializarlo en tiendas, abarrotes, carnicerías, supermercados y negocios es una buena oportunidad de negocio.

Vemos como oportunidad de mercado los champiñones en la región de almeidas, para lo cual necesitamos mayor esfuerzo, dedicación en la siembra, recolección, proceso rápido y natural.

Es una empresa que se dedica a la siembra del champiñón de muy buena calidad mostrando los beneficios nutricionales y medicinales para nuestro organismo y así lograr fidelización de nuestro producto y aumentar el consumo en la población de la sabana

Dar a conocer las propiedades nutricionales de los Champiñones como alimento, con el fin de incrementar el consumo de los mismos en la población de almeidas

## **CLASE DE PRODUCTO QUE GENERA LA IDEA DE NEGOCIO**

El champiñón es un producto tangible, es un alimento clasificado en el reino fungí es un hongo comestible que tiene tallo y una cabeza carnosa su color es blanco, este hongo es ideal para acompañar diferentes recetas y sus propiedades nutricionales nos aportan grandes beneficios a la salud, por lo que debemos incluirlos en nuestra dieta. Además al tener muy pocas calorías (unas 30 kcal por cada 100 gramos) son muy convenientes para personas que quieren perder peso

Son ricos en **minerales** como el selenio, magnesio, fósforo, yodo, calcio, zinc y potasio, **vitaminas** A, B1, B2, B3, B5, B9, C, D y E, proteína vegetal y fibra.

Es por esto que los champiñones tienen acción antioxidante, hepatoprotectora, antianémica, inmunoestimulante, diuréticos.

El reino de los hongos es muy amplio. Se estima la existencia de un millón y medio de especies en todo el mundo aunque solo dos mil especies son comestibles.

## **SECTOR ECONÓMICO AL QUE PERTENECE LA IDEA DE NEGOCIO**

El producto que se está ofertando pertenece al sector primario de la economía ya que es un producto que se encuentra en el sector de la agronomía

## **JUSTIFICACIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO**

En la zona de almeidas hay una población bastante amplia en número por lo cual se evidencia una cantidad de demanda en el consumo de hongos como su alimento predilecto a la vez la cantidad de productores de champiñón en el sector y en Colombia es muy baja por lo tanto la oferta o satisface la demanda potencial existente además el procesos de producción no es tan conocido y por su complejidad pocos se atreven a intervenir en el negocio. la producción y comercialización de hongos comestibles es una actividad, centrada en el crecimiento de los hongos en compost preparado a base de pajas de cereales y estiércol de caballo o gallina, con demanda creciente, para la cual no es necesaria una inversión muy alta y que se desarrolla en un sector no saturado con potencialidad de desarrollo.

## **ANTECEDENTES DE LA IDEA DE NEGOCIO**

### **Reseña histórica del champiñón en Colombia**

“En Colombia el cultivo de champiñón empezó hace aproximadamente 50 años siendo su pionero un alemán llamado Alfredo Beck quien además producía la semilla para los demás cultivos. Otro de los cultivos pioneros de la época era de un francés y se llamaba Champiñones de París siendo esta la única marca que se conseguía en los supermercados. De manera casi simultánea surgieron otros cultivos como el de la señora Betancourt, el señor Ariza y cinco cultivos más. Todos estos cultivos se encontraban en la sabana de Bogotá, sin embargo existían otros cuatro en diferentes regiones del país.

Todos los cultivos que se mencionaron en la primera parte trabajaban con un sistema denominado mono-zona en el cual la pasteurización se realiza en los mismos cuartos de cultivo lo cual exigía de altísimas cantidades de combustible para calentar los inmensos cuartos. Veinte años después de su inicio en el negocio del champiñón surgieron los cultivos con las tres fases descritas anteriormente siendo pionero Champiñones Monte Alto. Con tan solo una producción de 7 kilos por metro cuadrado los cultivos de la zona se vieron exigidos por los cultivos de la nueva tecnología que alcanzaban 17 kilos por metro cuadrado con menores costos. En muy poco tiempo, en 1987, se crearon en el país aproximadamente 20 cultivos con la segunda generación de tecnología del proceso para un total de 30 cultivos poco tiempo los cultivos pioneros en el negocio se vieron obligados a cerrar por lo difícil que se volvió el mercado. A pesar de un constante aumento del consumo per cápita de champiñón de los colombianos el mercado se vio saturado por la cantidad de cultivos que se encontraban funcionando. El momento más difícil para los cultivadores que quedaban fue en 1994 cuando el Sindicato antioqueño abrió un cultivo en Llanos de Cuivá en Antioquia. Con una inversión de 19 millones de dólares Setas de Cuivá se posicionó instantáneamente como el cultivo más grande del país obligando a muchos a cerrar. A la fecha en Colombia hay nueve cultivos funcionando, cuatro en la Sabana de Bogotá, dos en Medellín, dos en Pereira y uno en Cali.  
Juan Martín Galvis Cahn-Speyer”

Bibliografía: Entrevistas: Hernando Galvis y Patricia Mora.

Setas de Cuiva. Consultado 12 de Marzo 2014. [http://mushrooms.wholesaleonlineweb.com/champinones\\_empresa.htm](http://mushrooms.wholesaleonlineweb.com/champinones_empresa.htm)

La idea de negocio nace gracias a la curiosidad y el deseo de emprender de hacer algo nuevo algo para nosotros y al ver la necesidad muy claramente del champiñón en la zona de almeidas más precisamente en el municipio de sesquilé decidimos sacar adelante esta idea de negocio y así poderse apropiarse del mercado de dicha región dar a conocer este producto e incentivar su consumo.

## **OBJETIVO DE LA IDEA DE NEGOCIO**

### **Objetivo General:**

Establecer las bases para la implementación de un cultivo de champiñón y poder disponer del producto, comercializarlo en principio en la zona almeidas buscando clientes por medio de un esfuerzo comercial para posteriormente crecer y extenderse en todo el país.

### **Objetivos Específicos:**

- Que la actividad sea compatible con el medio ambiente.
- Potenciar los beneficios de los hongos y en concreto del champiñón, ya que se trata de un alimento muy saludable y poco calórico.
- Impulsar una marca de garantía, siendo un negocio en el que los productos pasan los análisis necesarios para certificar que son saludables y se encuentran en perfecto estado.
- Facilitar a los habitantes de la región de almeidas, la adquisición de nuestro producto por medio de una red de distribución
- Ofrecer a nuestra clientela un producto de buena calidad sin sobre costos.
- Evitar el desplazamiento de los habitantes a otros municipios o ciudades
- Realizar un trabajo de campo donde los habitantes de esta región sean los que definan qué tipo de producto y forma de atención les gustaría, como se sentirían a gusto y quizás qué presentación de champiñón les gustaría más.

# PENTÁGONO DE PERFILACIÓN DE CLIENTES

## HIPÓTESIS

### Stakeholder

- agropecuaria
- clientes
- proveedores
- sesquilé
- socios capitalistas

### Necesidades

- hogares
- personas
- empresas
- microempresas
- higiene
- presentación
- recetas
- preparaciones

### Beneficios, Expectativas de Resultado

- incentivar el consumo de champiñón
- componentes nutricionales
- el producto llegue a los municipios cercanos en menor tiempo
- salud y bienestar

### Soluciones Actuales

- se encuentra en la planta de producción
- tiendas
- supermercados
- almacenes
- plazas

### Inconformidades, Frustraciones y Limitaciones

- no se encuentre fresco el producto
- no se encuentre el tamaño favorable
- presentación
- no lo encuentre al tiempo necesario

## **Mercado**

- sabana de Bogotá
- región almeidas
- municipio sesquile
- microempresas
- supermercados
- mercados región almeidas
- mercado real: sesquilé municipios cercanos
- mercado meta nivel nacional

## **PROCESO ENTREVISTA**

### **Recolección de información: Entrevista**

1. ¿Cuándo hace mercado, piensa en comprar champiñón?
2. ¿Si lo compro, cuál fue su razón principal?
3. ¿Que tuvo en cuenta para comprarlo?
4. ¿cuándo tiene el producto en su mano, en que se fija?
5. ¿En qué lugares encuentra el champiñón?
6. ¿conoce algún beneficio nutricional que tenga el champiñón?
7. ¿Cómo consume el champiñón? ¿ en qué receta le gusta más?
8. ¿Qué le gusta más del champiñón? ¿su sabor? ¿su aspecto? ¿su aroma?
9. ¿Con qué regularidad consume el champiñón?
10. En el último mes ¿cuántas veces consume champiñón?

La entrevista se hizo a varias personas entre los 25 a 60 años, en Bogotá y en el municipio de sesquilé,

### **HALLAZGOS**

<b>NOMBRE ENTREVISTADO</b>	<b>ENTREVISTA</b>
<b>LINA PATRICIA BARONA</b>	Realizar nuevos platos, en ensaladas, con huevo, me fijo en la fecha de vencimiento, el color, y que este en buen estado, lo consumo una vez al mes.
<b>CARLOS RAMIREZ BEJARANO</b>	La presentación, la fecha de vencimiento, tiene proteína vegetal, me gusta con pollo, crema de champiñón o en brochetas, me gusta el sabor y textura.

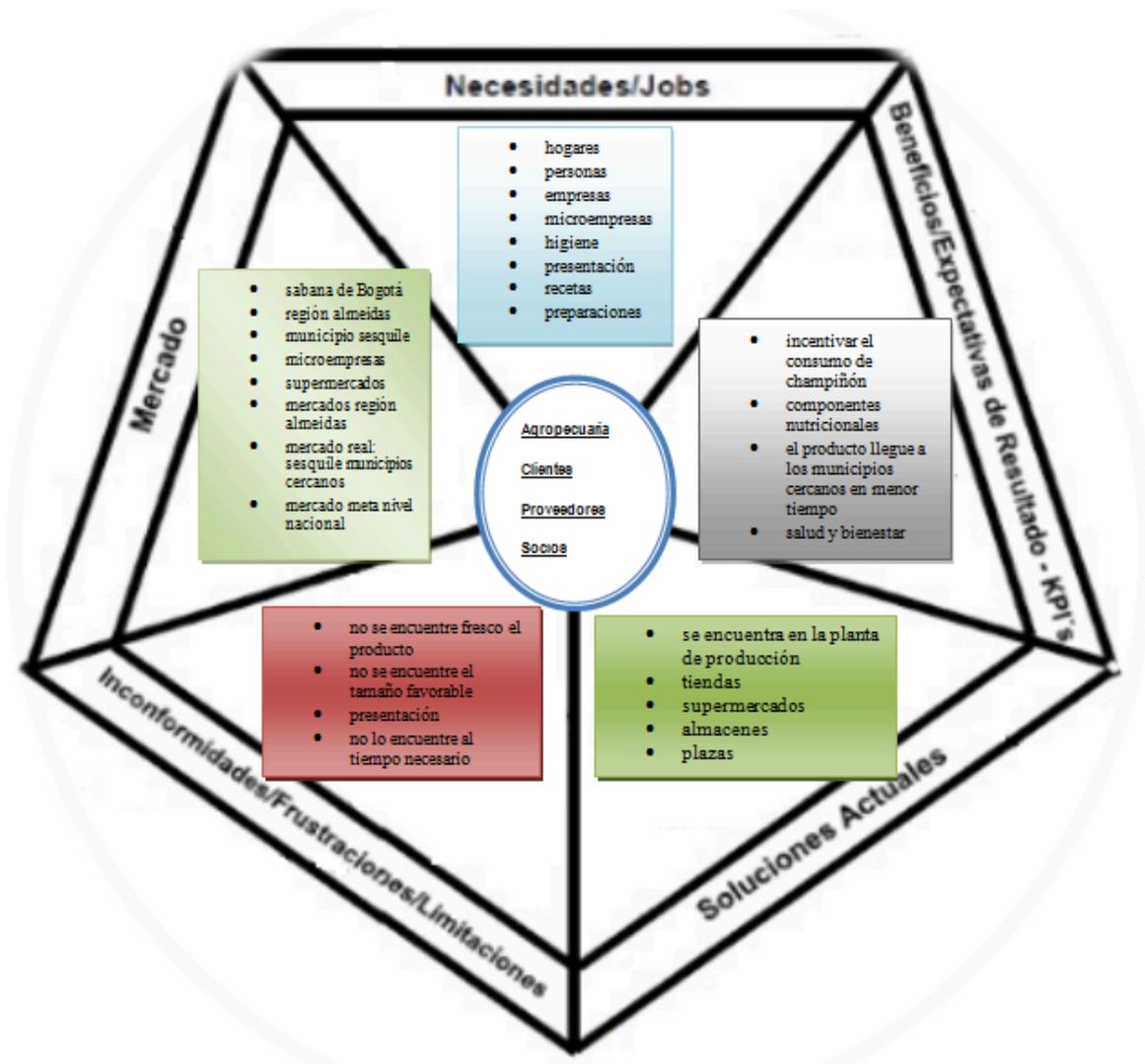
<b>SANDRA HARKER POLO</b>	Me gusta, es una fuente alta de proteína, no es caro ,sale con cualquier plato, ensaladas, con arroz y verduras. me gusta su sabor y aroma.
<b>LUZ MARINA GOMEZ</b>	Me dicen que es de mucho alimento, el precio es cómodo, me gusta con los huevos pericos y con la pasta,
<b>ALVARO GIL MELO</b>	conoce algunos beneficios nutricionales del producto y los usa para ocasiones especiales prefiere calidad antes que precio
<b>LUZ MILLA FEO</b>	le gusta su sabor y la calidad al comprarlo, lo compra con regularidad
<b>JEISON STIF GOMEZ</b>	prefiere la calidad y los consume muy frecuentemente cree conocer algunos beneficios nutricionales, se fija en que el producto esté fresco
ASDASDASDASDASDASDASDA S	

## ANÁLISIS DE INFORMACIÓN

### ANÁLISIS

Después de realizar las entrevistas a varios conocidos de Bogotá y alrededores, se observa el poco consumo de champiñón, ya que la mayoría lo consume dos veces al mes, en platos especiales como: pizza, pechuga en salsa de champiñones, ensaladas, brochetas etc. Se encuentra como beneficio la alta fuente de proteína que contiene el champiñón, es fácil de conseguir ya que en la ciudad de Bogotá, lo conseguimos en abarrotes, supermercados, carnicerías y demás, notamos que nuestros entrevistados nos refieren que su precio es asequible para toda clase de público, lo cual es una gran oportunidad de consumo.

## PENTÁGONO DE PERFILACIÓN DE CLIENTES FINAL



### ESTRATO SOCIOECONOMICO:

El champiñón es un producto que se consume en todos los estratos socioeconómicos ya que pertenece al sector primario de la economía y es importante para la nutrición aunque es un tipo de alimento que generalmente se usa para recetas especiales u ocasiones especiales

## **MATRIZ DOFA**

### **Fortalezas**

- conocimiento de los procesos
- producto 100% orgánico
- precios accesibles a los diferentes tipos de clientes
- personal experimentado
- nuevas presentaciones del producto
- diseños de recetas

### **Oportunidades**

- crecimiento del negocio
- aumento de la demanda
- innovación y creatividad
- incentivar el consumo de producto

### **Debilidades**

- poco capital de trabajo
- falta de infraestructura
- falta de conocimiento en los empleados
- variación en precios de los insumos
- posición geográfica

### **Amenazas**

- aumento de competidores
- escasez de proveedores de materias primas
- poco conocimiento sobre utilización del producto
- escasez de recurso natural (agua)
- ingreso de productos sustitutos

## DESCRIPCIÓN GENERAL

### FICHA TÉCNICA PRODUCTO TERMINADO

<b>PRESENTADO POR.</b>	Wilson Alejandro Gil Feo
<b>NOMBRE DE LA EMPRESA</b>	<b>CHAMPIÑONES BECASGIL (COMERCIALIZACIÓN Y PRODUCCIÓN DE CHAMPIÑÓN)</b>

<b>DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA</b>	CHAMPIÑONES BECASGIL. Es una empresa que produce y comercializa champiñones en la sabana de Bogotá, para toda clase de público.
----------------------------------	---

<b>UBICACIÓN</b>	Nuestro punto principal de venta es en el municipio de Sesquile, Cundinamarca a 45 minutos de la ciudad de Bogotá,
<b>PRESENTACIÓN</b> :	en diferentes bandejas de kilo de libra de 250 gramos y de 120 gramos y a granel

<b>CARACTERÍSTICAS</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>● empaque con bandejas envueltas en vinipel</li><li>● producto orgánico</li><li>● cero químicos</li></ul>
------------------------	---

## BENEFICIOS NUTRICIONALES

- ▶ Evitan la migraña
- ▶ Regulan el tránsito intestinal
- ▶ Inhiben el crecimiento de células cancerosas
- ▶ Son beneficiosos para la vista
- ▶ Los champiñones combaten la retención de líquidos
- ▶ Mantiene el cabello, la piel y las uñas fuertes y saludables
- ▶ Son ricos en minerales como el magnesio, fósforo, yodo, calcio, zinc, potasio etc

## LOGO Y SLOGAN



¡¡Ricos, Saludables e Insuperables!!

## RESEÑA DE SESQUILÉ - CUNDINAMARCA

Municipio de Sesquilé ubicación, comercio y población municipal.

**Sesquilé** es un municipio de Cundinamarca en el centro de (Colombia), ubicado en la provincia de Almeidas. Sesquilé, en idioma muisca, significa Boquerón de la arroyada y también significa Agua Caliente, como derivado de sisque, que proviene del vocablo muisca *Sisquis Bteib*.

La región ocupó en la historia precolombina un lugar intermedio entre el cacicazgo de Chocontá y el de Guatavita. Fue fundado en 1600 por el Oidor Luis Enríquez

### Descripción Física:

Sesquilé cuenta con un variado y extenso territorio de planicie que lo compone el área longitudinal del Embalse de Tominé en la Veredas de Gobernador San José y Chaleche, son áreas que en el pasado se explotaron en la agricultura antes de la construcción de la represa, hoy son dedicadas en su gran mayoría a fincas de recreo. Existen zonas montañosas en la parte alta del Municipio (veredas El Hato, Ranchería, Tierra Negra y Espigas) que son explotadas en agricultura (cultivo de papa) y ganadería especialmente. El área noroccidental es donde se concentra la mayor actividad agro industrial del municipio (Veredas Boitá, Nescuatá y Boitivá), zonas de planicie y ligeramente quebradas que han dado auge a la mayor expansión de población a nivel rural, los cultivos de flores y producción lechera en haciendas de gran extensión.

**Límites del municipio:** Al sur limita con Guatavita, Al norte con Chocontá y Suesca, al Oriente con Machetá y al Occidente con Gachancipá.

**Extensión total:** 141 Km<sup>2</sup>

**Altitud de la cabecera municipal (metros sobre el nivel del mar):** 2595

**Temperatura media:** 14° C

**Distancia de referencia:** De Bogotá a 45 km

**Sesquilé** tiene una población de **9.817 habitantes** según datos del censo 2005 (DANE, Departamento Administrativo Nacional de Estadística).

Se comparan los datos de **Sesquilé** con los del departamento de **Cundinamarca** se concluye que ocupa el puesto 59 de los 116 municipios que hay en el departamento y representa un 0,4306 % de la población total de éste. A nivel nacional, **Sesquilé** ocupa el puesto 681 de los 1.119 municipios que hay en Colombia y representa un 0,0229 % de la población total del país.

-Información suministrada por la actual alcaldía de Sesquile Cundinamarca, proyecto del señor alcalde para el desarrollo de su comunidad.

[http://sesquile-cundinamarca.gov.co/informacion\\_general.shtml](http://sesquile-cundinamarca.gov.co/informacion_general.shtml)

<https://es.wikipedia.org/wiki/Sesquil%C3%A9>

<http://venio.info/pregunta/cuantos-habitantes-tiene-sesquile-cundinamarca-16234.html>