



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS

**“PLAN DE NEGOCIO PARA LA MEJORA DE LOS NIVELES DE
INVERSIÓN PARA LA ORGANIZACIÓN ASERLIPIMOC DEL
CANTÓN EL CHACO, PROVINCIA DE NAPO”**

Trabajo de Titulación

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADO EN FINANZAS

AUTOR:

JEFFERSON BRYAN ANDI ANDI

Riobamba - Ecuador

2022



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS

**“PLAN DE NEGOCIO PARA LA MEJORA DE LOS NIVELES DE
INVERSIÓN PARA LA ORGANIZACIÓN ASERLIPIMOC DEL
CANTÓN EL CHACO, PROVINCIA DE NAPO”**

Trabajo de Titulación

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADO EN FINANZAS

AUTOR: JEFFERSON BRYAN ANDI ANDI

DIRECTOR: ING.ÁNGEL BOLÍVAR BURBANO PÉREZ

Riobamba – Ecuador

2022

2022, Jefferson Bryan Andi Andi

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Yo, Jefferson Bryan Andi Andi, declaro que el presente Trabajo de Titulación es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autor asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este Trabajo de Titulación; el patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 08 de agosto de 2022

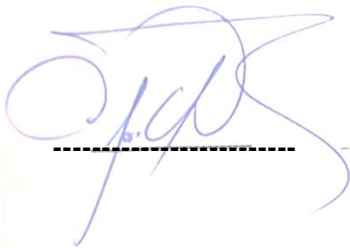




Jefferson Bryan Andi Andi

C.C. 150095591-7

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS

El Tribunal del Trabajo de Titulación certificamos que: El Trabajo de Titulación ; tipo: Proyecto de Investigación, “**PLAN DE NEGOCIO PARA LA MEJORA DE LOS NIVELES DE INVERSIÓN PARA LA ORGANIZACIÓN ASERLIPIMOC DEL CANTÓN EL CHACO, PROVINCIA DE NAPO**”, realizado por el señor: **JEFFERSON BRYAN ANDI ANDI**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
Ing. José Gabriel Pilaguano Mendoza. PRESIDENTE DEL TRIBUNAL.		2022-08-08
Ing. Burbano Pérez Ángel Bolívar. DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN		2022-08-08
Ing. López Aguirre José Fernando. MIEMBRO DEL TRIBUNAL		2022-08-08

DEDICATORIA

A Dios, que siempre me ha guiado y me ha bendecido para salir adelante con cada uno de mis objetivos y metas que he planteado en mi vida. Mis padres, Enrique y Ruberta, por optar su confianza, su esfuerzo, su amor y constante apoyo en cada una de las dificultades que se presentaron en mi formación académica. Mis hermanos Jhonny, Gabriel y Jerson, gracias de todo corazón por cada uno de los consejos, por la comprensión y apoyo incondicional que han sabido brindar en cada una de las circunstancias que se han vivido. Mis profesores que me han ayudado a formarme como profesional de bien. No podía olvidarme de mis amigos que han sido unos hermanos más en mi vida que siempre han apoyado en cada una de las actividades que se vivieron en todo el proceso académico.

Jefferson

AGRADECIMIENTO

A Dios, por ser la guía del camino al éxito. A la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, en especial a la Facultad de Administración de Empresa, Escuela de Finanzas, quien me dio la oportunidad de culminar mis estudios y desempeñarme habilidades profesionales que me ayudara en un futuro profesional. A mi familia, amigos, docentes por ser la motivación e inspiración para la realización del presente trabajo. A mi asesor de proyecto, que supo guiarme en la elaboración y culminación del presente trabajo.

Jefferson

ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	ix
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xi
INDICE DE ANEXOS.....	xii
RESUMEN.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
INTRODUCCIÓN.....	1

CAPÍTULO I

1	MARCO TEÓRICO REFERENCIAL.....	2
1.1	Antecedentes de investigación.....	2
1.2	Marco teórico.....	3

CAPÍTULO II

2	MARCO METODOLÓGICO.....	18
2.1	Enfoque de investigación.....	18
2.2	Nivel de Investigación.....	18
2.3	Diseño de investigación.....	18
2.4	Tipo de estudio.....	18
2.5	Población y Planificación, selección y cálculo del tamaño de la muestra.....	19
2.6	Métodos, técnicas e instrumentos de investigación.....	20
2.6.1	<i>Método de investigación analítico.....</i>	<i>21</i>
2.6.2	<i>Técnicas de Investigación.....</i>	<i>21</i>
2.6.3	<i>Instrumentos.....</i>	<i>21</i>

CAPÍTULO III

3	MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS.....	22
3.1	Resultados.....	22
3.2	Discusión de resultados.....	25
3.3	Propuesta.....	26
3.3.1	<i>Filosofía de la Organización.....</i>	<i>27</i>

3.3.2	<i>Objetivo General de la Propuesta</i>	27
3.3.3	<i>Objetivo Específicos</i>	27
3.3.4	<i>Justificación de la Propuesta</i>	27
3.3.5	<i>Desarrollo de la Propuesta</i>	28
3.3.5.1	<i>Organización y Dirección</i>	29
3.3.6	<i>Estudio de Mercado</i>	32
3.3.6.1	<i>Situación Actual del mercado</i>	32
3.3.6.2	<i>Producto</i>	34
3.3.6.3	<i>Precio</i>	36
3.3.6.4	<i>Plaza</i>	41
3.3.6.5	<i>Promoción y publicidad</i>	42
3.3.6.6	<i>Presupuestos de Inversiones Costos y Beneficios</i>	44
3.3.7	<i>Estudio Técnico de las Operaciones del Negocio</i>	62
3.3.8	<i>Viabilidad Económica Financiera</i>	72
3.3.8.1	<i>Análisis operativo de la Organización Aserlipimoc</i>	72
3.3.9	<i>Página web (Portal Publicitario)</i>	90
	CONCLUSIONES	93
	RECOMENDACIONES	94
	GLOSARIO	
	BIBLIOGRAFÍA	
	ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-1:	Análisis previo de viabilidad.....	12
Tabla 2-1:	Titulo: Entorno Global o entorno general	14
Tabla 3-1:	Forma de realizar el análisis externo	16
Tabla 1-2:	Población Ganadera de Napo	19
Tabla 2-2:	Población de las principales empresas que requieren el servicio	20
Tabla 1-3:	Análisis FODA	31
Tabla 2-3:	Variación de los precios en fincas- Zonales del cantón "El Chaco"	32
Tabla 3-3:	Detalle del producto a ofertar.....	34
Tabla 4-3:	Valor Nutricional de Res	36
Tabla 5-3:	Cuadro de Productos a Oferta de Venta	37
Tabla 6-3:	Cuadro de Productos a Oferta de Venta	37
Tabla 7-3:	Proyección de Crecimiento del ganado vacuno.....	38
Tabla 8-3:	Población de Ganado vacuno Proyectada para el 2023 por Cantón.	39
Tabla 9-3:	Número de bovinos entre 2017	40
Tabla 10-3:	Proyección de la demanda.....	41
Tabla 11-3:	Dimensión de Conducta	42
Tabla 12-3:	Anexos Aserlipimoc	45
Tabla 13-3:	Cuadro de Inversiones Aserlipimoc	47
Tabla 14-3:	Cuadro de Amortizaciones y Depreciaciones.....	48
Tabla 15-3:	Costos de Operación Aserlipimoc	50
Tabla 16-3:	Amortización de la Deuda Aserlipimoc	51
Tabla 17-3:	Ingresos de Venta Aserlipimoc	52
Tabla 18-3:	Rol de Pagos Aserlipimoc	53
Tabla 19-3:	Rol de Provisiones Aserlipimoc	54
Tabla 20-3:	Balance de Resultados.....	55
Tabla 21-3:	Flujo de Fondos Aserlipimoc	56
Tabla 22-3:	VAN Inferior Aserlipimoc	56
Tabla 23-3:	Periodo de Recuperación Aserlipimoc	57
Tabla 24-3:	Tasa Interna de Retorno Aserlipimoc.....	58
Tabla 25-3:	Beneficio Costo Aserlipimoc	59
Tabla 26-3:	Punto de Equilibrio Aserlipimoc	60
Tabla 27-3:	Requerimientos de los servicios de Limpieza con bases del Portal de la SERCOP.	62

Tabla 28-3:	Estimación de los Servicios que oferta Aserlipimoc.....	65
Tabla 29-3:	Servicio que Oferta Aserlipimoc	67
Tabla 30-3:	Principales competidores.....	68
Tabla 31-3:	Ponderación de Servicios Requeridos	70
Tabla 32-3:	Inversiones y Financiamiento Aserlipimoc	73
Tabla 33-3:	Inversión y Financiamiento Aserlipimoc	74
Tabla 34-3:	Inversión y Financiamiento por Rubro Aserlipimoc	75
Tabla 35-3:	Tabla de Amortización de la Deuda Aserlipimoc	76
Tabla 36-3:	Depreciación y Amortización.....	77
Tabla 37-3:	Rol de Pagos y Provisiones	78
Tabla 38-3:	Presupuesto de Gastos Aserlipimoc	86
Tabla 39-3:	Estimación de Ingresos por Servicios.....	87
Tabla 40-3:	Estado de Resultados Aserlipimoc	88
Tabla 41-3:	Flujo de Caja Aserlipimoc.....	89
Tabla 42-3:	Cartera de Servicios Aserlipimoc	91

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1-1:	Elementos y pasos a seguir en la elaboración.....	6
Ilustración 2-1:	Principales elementos del Modelo Canvas	9
Ilustración 3-1:	El mapa de empatía.....	11
Ilustración 4-1:	Proceso de elaboración del plan de Negocio.	11
Ilustración 5-1:	Elementos Externos de la Empresa.....	14
Ilustración 1-3:	Diagrama de Gantt.....	23
Ilustración 2-3:	Organigrama Estructural de Aserlipimoc	30
Ilustración 3-3:	Método de las 4 P	33
Ilustración 4-3:	Detalle del producto en oferta.....	35
Ilustración 5-3:	Detalle del producto en oferta.....	35
Ilustración 6-3:	Penetración de las cadenas de consumo masivo de Ecuador en carne de res	42
Ilustración 7-3:	Proceso de producción del ganado	43
Ilustración 8-3:	Página de Inicio del Portal Publicitario	92
Ilustración 9-3:	Índice de los servicios que se va a ofrecer.....	92

INDICE DE ANEXOS

ANEXO A:	ENTREVISTA 1
ANEXO B:	ENTREVISTA 2
ANEXO C:	ENTREVISTA 3
ANEXO D:	ENTREVISTA 4
ANEXO E:	ENTREVISTA APLICADA
ANEXO F:	TASAS DE INTERÉS
ANEXO G:	DIRECTIVA ASERLIPIMOC
ANEXO H:	REQUERIMIENTO DE CONTRATO
ANEXO I:	REQUERIMIENTO DE CONTRATO
ANEXO J:	ACTA DE INICIO Y ECONÓMICA
ANEXO K:	REQUERIMIENTOS DE CONTRATO

RESUMEN

El objetivo de este estudio se orientó a la viabilidad de un plan de negocios que ayude a planificar las actividades del negocio definiendo objetivos, logros y tiempos, utilizándose portales publicitarios realizando el método de factores ponderados y el método de evaluación de factores cualitativos y cuantitativos, se ejecutó dichos métodos para identificar alternativas de inversión. En la identificación de la inversión se realizó el método de evaluación de proyectos con factores cualitativos y cuantitativos, estudiándose el comportamiento económico de organización en un año para determinar si los recursos se aprovechan de manera eficiente y eficaz, se propuso la implementación de un portal publicitario que permita conocer la existencia de la organización, tanto en los sectores públicos como privados. La determinación de una nueva línea se lo realizó con el método de ponderaciones, se identificó un total de 25 requerimientos emitidos por la SERCOP, para seleccionar la nueva línea de servicios con el 72% en servicios hospitalarios, 16% servicios distintos a los que se ofrece y el 12% en servicios de mantenimientos. El análisis y evaluación financiera se lo realizó con la entidad contratante, con un presupuesto de \$ 305.140,65 por año. Se concluyó que el plan de negocio como herramienta mejora los niveles de inversión en dos temas muy importantes: la inversión a nuevas líneas de servicios y al cambio de actividad económica donde la estimación de la inversión planeada se fundamentó con la compra de una finca valorada en \$ 80.000,00 para comprar ganado vacuno, una alternativa de inversión productiva de \$ 133.549,00, TIR del 29,36%, B/C de \$ 2.05 y un punto de equilibrio de \$689.782,50, recomendándose realizar un estudio minucioso de mercado, considerando como prioridad el marketing, inversión, oferta de nuevos servicios entre otros aspectos muy importantes.

Palabras clave: <PLAN DE NEGOCIO>, <INVERSIÓN PRODUCTIVA>, <ORGANIZACIÓN>, <MODELO CANVAS>, <SERCOP>, <FODA>.



28-11-2022

2239-DBRA-UPT-2022

ABSTRACT

The objective of this study was oriented to the feasibility of a business plan that helps to plan the activities of the business by defining objectives, achievements, and times, using advertising portals using the method of weighted factors and the method of evaluation of qualitative and quantitative factors, these methods were executed to identify investment alternatives. In the identification of the investment, the method of evaluation of projects with qualitative and quantitative factors was carried out, studying the economic behavior of the organization in a year to determine if the resources are used efficiently and effectively, it was proposed the implementation of an advertising portal that allows knowing the existence of the organization, both in the public and private sectors. A total of 25 requirements issued by SERCOP were identified to select the new line of services, with 72% in hospital services, 16% in services other than those offered, and 12% in maintenance services. The financial analysis and evaluation were carried out with the contracting entity, with a budget of \$305,140.65 per year. It was concluded that the business plan as a tool improves the investment levels in two very important areas: the investment in new lines of services and the change of economic activity, where the estimate of the planned investment was based on the purchase of a farm valued at \$ 80,000.00 to buy cattle. 000.00 to buy cattle, a productive investment alternative of \$ 133,549.00, IRR of 29.36%, B/C of \$ 2.05 and a break-even point of \$ 689,782.50, recommending a thorough market study, considering as a priority the marketing, investment, offer of new services among other very important aspects.

Keywords: <BUSINESS PLAN>, <PRODUCTIVE INVESTMENT>, <ORGANIZATION>, <CANVAS MODEL>, <SERCOP>, <FODA>.



Lic. José Luis Andrade Mendoza. Mgs.
0603339334

INTRODUCCIÓN

Un plan de negocios es un documento que ayuda a planificar las actividades del negocio y a definir objetivos, logros y el tiempo en que lo vamos a lograr. Asimismo, permite hacer correcciones y modificaciones de las actividades descritas para generar ganancia, también describe al detalle las actividades comerciales, productivas, logísticas, de recursos humanos, organizativas y financieras económicas como es el caso de la Organización Aserlipimoc la cual se dedica a la prestación de servicios de limpieza y mantenimiento en obra civil, la organización es nueva apenas lleva 4 años de operación en las zonas aledañas del cantón el Chaco, provincia de Napo.

Desde la creación de la organización, siempre se ha trabajado en base a la experiencia de los socios fundadores, quién a su vez dirige y toma las decisiones de administración y prestación de servicios, lo cual se ve reflejado en los resultados; que si bien es cierto tienen clientes reales, mas no han podido desarrollar relaciones con otros clientes en los últimos años, es decir no ha gozado de una expansión en el mercado provincial ni en el mercado nacional.

El fin del plan de negocios es buscar la expansión del negocio, lograr que la organización “Aserlipimoc” se posicione en el mercado local gracias a la difusión de los servicios que ofrece tanto en los sectores públicos como los sectores privados.

Cabe destacar que los servicios ofrecidos son de calidad y garantizados por la Organización “Aserlipimoc”, ya que son ofrecidos bajo lineamientos y requerimientos que organización proporciona como una de las políticas y garantías emitidas tanto por la entidad contratante como el beneficiario.

CAPÍTULO I

1 MARCO TEÓRICO REFERENCIAL.

1.1 Antecedentes de Investigación.

La Organización Aserlipimoc, desde su creación y puesta en marcha como negocios en prestación de servicios no ha creado ni a establecido investigaciones o documentos que sustenten la implementación de estrategias, políticas, alcances, metas entre otros aspectos importantes, por lo que el plan de negocios se partirá con trabajos de investigación referentes al que se lo está realizando, se detalla a continuación:

Guillin (2017) en su trabajo titulado “Diseño de un plan de negocios para mejorar la gestión de la ferretería “Comercial Ely” del Cantón san José de Chimbo, provincia Bolívar, para el periodo 2017 - 2020”, plantea que “se contemple la priorización para el desarrollo de las estrategias propuestas dentro de este modelo de negocio para así consolidar su nueva estructura administrativa empresarial” (p.92).

Chariguaman (2017) en su trabajo titulado “Propuesta de un plan de negocios para mejorar los niveles de satisfacción de los clientes en la Empresa Creaciones Katty en el Cantón Coca, Provincia de Orellana, plantea que se debe implementar el plan de negocios y que sus dueños determinen cada estrategia, para poder cumplir con cada expectativa del cliente y a la vez dar a conocer más de la empresa (p.158).

Quishpi (2017) en su trabajo de titulado “Diseño de un Plan de Negocios para la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Guamote Ltda”, Cantón Guamote, Provincia de Chimborazo, período 2016-2017”, plantea que a través del plan de negocios se ha podido determinar las condiciones en las que se encuentra actualmente la Cooperativa Guamote Ltda., los objetivos que persigue y las estrategias que requiere para posicionar los productos y servicios financieros en el mercado (p.128).

Edgar (2018) en su trabajo de titulado “Plan de Negocios para Incrementar las ventas de la empresa Boman Sport de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua, período 2018” plantea que en el desarrollo de la investigación permitió determinar que la empresa Boman Sport a pesar de contar con un nicho de mercado no cuenta con un posicionamiento importante en la ciudadanía de Ambato la cual desconoce los puntos de venta y por ende los productos y servicios que oferta la

empresa, evidenciando con ello que el reconocimiento social que dispone, representa una importante debilidad frente a la competencia local (p. 95).

1.2 Marco teórico

El trabajo de investigación se sustenta a base de instrumentos de investigación como; artículos científicos, sitios webs académicos, pdf, revistas, entre otras herramientas que permitan respaldar el sondeo de la información.

“Un plan de negocio se entiende como un documento que describe actividades para generar ganancia con el objetivo de satisfacer las necesidades mediante el ofrecimiento de bienes o servicios.” (Castillejo, 2015, p.4).

El plan de negocio, es una forma de describir, claramente, las características que tendrá el negocio a futuro y en ese sentido, refleja la visión que el emprendedor o intraemprendedor tiene del negocio. El plan de negocio, se diferencia de una evaluación de proyectos por cuanto contiene la descripción del proyecto de negocios y dentro de ello, una evaluación de su atractivo económico. La evaluación de proyectos, es uno de los tantos análisis posibles de utilizar, al formular un plan de negocios (Peña, 2018, p. 2).

Un plan de negocio es una declaración formal de un conjunto de objetivos de una idea o iniciativa empresarial o de un emprendimiento, que se constituye como una fase de proyección y evaluación empleando internamente la planificación de las tareas, y la evaluación de la necesidad de recurrir a bancos o posibles inversores, para que aporten financiación al negocio (Olivares, 2019, p. 1).

El plan de negocios es un documento que permite al emprendedor analizar la situación actual del mercado, sector y entorno. El plan de negocios recoge tal información y permite al emprendedor presentar su negocio a inversores, aceleradoras, etc; y explicar cómo su arranque y siguientes pasos van a generar rentabilidad en el transcurso del tiempo (Pérez, 2019, p. 3).

¿Para qué nos sirve un plan de negocios?

Un plan de negocios es un documento que ayuda a planificar las actividades del negocio, a tener un norte, a definir objetivos, cómo lograrlos y en qué tiempo lo vamos a lograr. Asimismo, permite hacer correcciones y modificaciones de las actividades descritas para generar ganancia, también describe al detalle las actividades comerciales, productivas, logísticas, de recursos humanos, organizativas y financieras económicas con las cuales se logrará el objetivo para así ayudar a obtener financiamiento (Moyano, 2017, p. 23).

¿Qué comprende un plan de negocios?

Un plan de negocios involucra una serie de planes internos de cada actividad (área funcional) de una organización (o futura organización). Es decir, debería contemplar un plan de marketing, un plan de producción (si hubiese manufactura), un plan logístico, un plan económico-financiero, un plan de recursos humanos entre las principales áreas.

El plan de negocios puede ser simple o complejo y muchas veces se centra en la parte comercial, logística-productiva y económica (Moyano, 2017, p. 25).

Un plan de negocio, tiene como objetivo principal analizar y planificar la estrategia de un negocio al que se requiere implementar estrategia ya sean de cambio continuo como un cambio hacia un enfoque futuro, basándose en la siguiente estructura común por los fondos nacionales públicos y privados: Resumen ejecutivo, Definición del negocio, Estudio de mercado, Estudio técnico, Organización, Estudio de la inversión y financiamiento, Estudio de los ingresos y egresos, y Evaluación del proyecto (Choque, 2020, p. 5-6).

Básicamente el plan de negocios posee ventajas competitivas que podrán ayudar de manera proporcional al negocio o emprendimiento. Ferreteriaonline (2018) afirma que:

- Te permite obtener un mayor conocimiento de todo lo relacionado al emprendimiento, ordenar las ideas y poner en relieve cuestiones que se habían pasado por alto.
- Proporciona las herramientas para prevenir futuros inconvenientes o tener estrategias preparadas para enfrentar aquellos que sean inevitables.
- Colabora en lograr una mejor articulación y coherencia de todos los aspectos de la empresa.
- Sirve para medir los resultados conseguidos, comparándolos con los esperados.
- Un plan bien desarrollado podría resultar clave a la hora de conseguir inversionistas o el otorgamiento de créditos para llevarlo a cabo.

La implementación del plan de negocios se fundamenta a la mejora de los niveles de inversión ya que con ellos se prevé implementar estrategias que ayuden a mejorar y direccionar los fondos económicos a nuevas oportunidades de negocio con la finalidad de poseer fuentes confiables de inversión para la organización Aserlipimoc.

El giro del negocio a la cual se direcciona es a la prestación de servicios en mantenimiento de obra civil para entidades del sector público, de las cuales se encuentra enfocada en una sola institución lo que implica que la organización se encuentra estancada en un solo lugar para la cual se prevé plantear mejoras de inversión que ayuden a la ampliación de mercado a nivel local y nacional, lo que se recomienda es realizar estrategias de inversión que le permita sobresalir a

distintas fuentes de ingresos que le ayuden a mejorar y aumentar su patrimonio en un tiempo determinado. Un plan de negocios es muy útil para este tipo de organizaciones ya que es un instrumento indispensable que facilita la información necesaria para poder evaluar y analizar proyectos que se pretenden ejecutar en a un futuro.

Los componentes del plan de negocio.

El contenido del plan de negocios, varía de acuerdo al objetivo con que se confeccione y al negocio de que se trate. Según el objetivo, ya sea para uso en la gestión interna o de uso externo, llevará en diferentes negocios a cambios más bien de forma que de fondo. El tipo de negocio, determinará qué aspectos son relevantes de incluir y cuáles no. Se puede establecer, a modo de referencia, un esquema general, para el plan de negocios, según el siguiente detalle:

- Resumen Ejecutivo.
- Estudio de Mercado.
- Estudio Técnico de las Operaciones del Negocio.
- Organización y Dirección.
- Presupuestos de Inversiones Costos y Beneficios.
- Viabilidad Económica Financiera.
- Bibliografía.
- Anexos.
- Apéndice.

Cada una de las estructuras van encaminadas a cada una de las herramientas que se necesitan para dar marcha a un plan de negocio (Peña, 2018, p. 2).

Beneficios de un Plan de Negocio (Antonreader 2020) afirma que:

Objetivos claros: El Plan de negocios es muy útil cuando se comienza o se dirige un negocio pues con él se definen los objetivos concretos de tu empresa, con los objetivos específicos definidos claramente, como el número de visitas a tu sitio web o la cantidad de ventas que se tienen planeadas del producto.

Proyecciones firmes: Con tu plan de negocios puedes ir detallando, puliendo y actualizando datos sobre tus clientes potenciales, la competencia, las ventas, los costos, averiguar los generadores de ventas, las conversiones y los procesos de negocios. Mantener actualizado tu plan también te ayudará a notar los cambios y las tendencias en el mercado.

Mejor manejo de efectivo: Ninguna empresa puede permitirse administrar de manera incorrecta el flujo de efectivo. Tener una sección en el plan de negocios dedicada al flujo de efectivo es una excelente forma de enlazar las proyecciones en ventas, los costos, activos, gastos y deudas.

Estarás al tanto de tu negocio: Puedes usar tu Plan de negocios para mantener y establecer fechas y eventos importantes relacionados con tu negocio, aunque esto es muy recomendable para los negocios de una sola persona, lo es todavía más para equipos de trabajo.

Evitas que tu negocio se estanque: No tienes que esperar a que las cosas pasen, lo mejor es planear constantemente las actividades, un buen plan de negocios te permite monitorear y darles seguimiento a tus resultados, para poder corregir los que sean negativos.

La implementación de métodos y estrategias se pretenden realizar en base a:

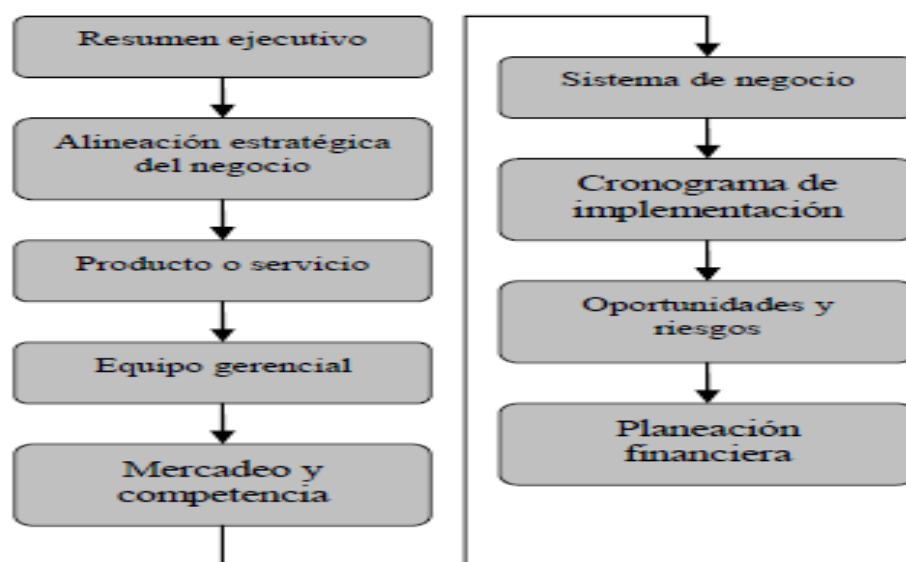


Ilustración 1-1: Elementos y pasos a seguir en la elaboración.

Realizado por: Andi, J. 2022.

Mediante la implementación de este método según. (Crónicas 2019) afirma que:

Resumen ejecutivo: Está diseñado para capturar el interés de los tomadores de decisiones y debe contener un breve resumen de los aspectos principales del negocio. En particular deben resaltarse los productos y servicios, la propuesta de valor para el cliente, los mercados relevantes, la experiencia de los administradores, los requerimientos financieros y el posible retorno de la inversión.

Alineación estratégica del negocio: El plan de negocios debe estar coordinado con el plan estratégico de la empresa, de tal manera que se pueda establecer una relación entre sus objetivos

y los objetivos generales de la misma. Para lograrlo, el plan de negocios debe indicar claramente cuáles son las metas y objetivos de largo plazo que ayuda a alcanzar, de tal manera que se soporte el desarrollo de las estrategias específicas de la Unidad Estratégica de Negocio y por lo tanto el de las estrategias corporativas.

Producto o servicio: El plan de negocios se deriva de un producto o servicio innovador y del valor que represente para el consumidor final. Es importante indicar la forma como el producto se diferencia de aquellos que se encuentran o estarán en el mercado. Cuando se trate de compra de negocios existentes se debe analizar cuáles son los productos y servicios que se prestan en el mercado y que potencial de mejora o innovación presentan, tratando de incluir únicamente los detalles técnicos principales haciendo énfasis en la naturaleza de sus innovaciones y la forma en que estas se convierten en ventajas sobre sus competidores.

Equipo gerencial: En esta parte se describen las fortalezas del equipo gerencial. Al describir las destrezas se debe estar seguro de enfatizar aquellas que tengan una particular importancia para implementar sus planes específicos. La experiencia profesional y logros laborales tienen mayor peso que los títulos académicos.

Producto o servicio: El plan de negocios se deriva de un producto o servicio innovador y del valor que represente para el consumidor final. Es importante indicar la forma como el producto se diferencia de aquellos que se encuentran o estarán en el mercado. Cuando se trate de compra de negocios existentes se debe analizar cuáles son los productos y servicios que se prestan en el mercado y que potencial de mejora o innovación presentan, tratando de incluir únicamente los detalles técnicos principales haciendo énfasis en la naturaleza de sus innovaciones y la forma en que estas se convierten en ventajas sobre sus competidores.

Equipo gerencial: En esta parte se describen las fortalezas del equipo gerencial. Al describir las destrezas se debe estar seguro de enfatizar aquellas que tengan una particular importancia para implementar sus planes específicos. La experiencia profesional y logros laborales tienen mayor peso que los títulos académicos.

Oportunidades y riesgos: El objeto de este ejercicio es identificar el margen de error por desviaciones de sus supuestos. Si es posible con un esfuerzo razonable, sería deseable contar con los escenarios optimistas y pesimista a partir de cambios en los parámetros claves. Es aquí donde se identifican los riesgos y las oportunidades. Estos cálculos ayudarán a juzgar que tan realistas son los planes y a una mejor evaluación de los riesgos de la inversión. Cambiando varios

parámetros en los escenarios, tales como precios y volúmenes de ventas, para simular como un cambio en estas condiciones puede afectar sus aspectos claves.

Planeación financiera: La planeación financiera lo asiste siempre y cuando el concepto de negocio sea rentable y pueda ser financiado. Para esto los resultados de los puntos anteriores deben ser resumidos y consolidados. El crecimiento en valor resulta de los flujos de caja de la operación del negocio. Estos son relevantes para la planeación de la liquidez del negocio que además produce información de las necesidades de financiación de su negocio. Por otro lado, la situación de utilidades de puede verse en el estado de resultados. Este estado es además necesario desde el punto de vista legal e impositivo.

Mediante el desarrollo de la investigación se aplicará el modelo Canvas ya que con ello se podrá determinar aquellas ventajas por las cuales se tomó el mencionado modelo:

¿Qué es el Modelo Canvas?

El llamado Modelo Canvas o método canvas fue desarrollado en 2011 por Alexander Osterwalder e Yves Pigneur en el libro Generación de Modelos de Negocio, donde analizan los diferentes tipos de modelos y cuál es mejor utilizar en cada caso. Cabe destacar que el libro hace referencia a una nueva economía donde el sistema productivo ha cambiado, y por lo tanto es necesario cambiar también la mentalidad: lo más importante ahora es crear valor para los clientes (Mireia, 2020, p. 2).

El Modelo Canvas es una herramienta para definir y crear modelos de negocio innovadores que simplifica 4 grandes áreas: clientes, oferta, infraestructura y viabilidad económica en un recuadro con 9 divisiones.

Principales elementos del Modelo Canvas (Canvas model).

Tienes que llenar los 9 bloques con las características de la empresa que quieres crear. Si ves que al principio te cuesta un poco es porque no tienes del todo bien definido tu modelo de negocio, y por eso mismo es importante hacer cuanto antes un Modelo Canvas.



Ilustración 2-1: Principales elementos del Modelo Canvas.

Realizado por: Andi, J. 2022.

Detalle de los principales los elementos según:

1. Segmentos de Mercado.

Se fundamenta con la relación de clientes ya que es muy importante definir a los clientes en base a la actividad económica que realiza.

2. Propuesta de valor.

Lo que te diferenciará de las demás empresas, podrá diferenciar de otras empresas siempre y cuando tengas una ventaja competitiva, que puede ser de diferentes tipos: ventaja de costo, ventaja por diferencia de producto, o ventaja de transacción (el acceso de tus clientes para comprar tu producto).

3. Canal.

¿Cómo podrán comprar tu producto? Tienes que tener en cuenta cómo vas a distribuirlo, sobre todo si en tu modelo de negocio te comprometes a ser rápido.

4. Relación con el cliente.

Tienes que pensar si tus clientes requieren un trato personalizado y exclusivo, si va a existir una relación personal con ellos, o si vas a tener autoservicio o va a ser automatizado, por ejemplo. Tienes que tener en cuenta que la relación con tus clientes debe ser siempre acorde con el mensaje de tu marca.

5. Fuentes de ingreso.

No solamente tienes que pensar a qué precio te vendrá bien a ti vender tu producto, sino que lo importante es saber qué están dispuestos a pagar tus clientes por tu producto. Por lo tanto,

la fuente de ingreso tiene que permitir que la empresa sea rentable, pero siempre pensando que tiene que ser acorde con lo que pide el consumidor.

6. Recursos clave.

Para que funcione el modelo de negocio hacen falta una serie de recursos físicos e intelectuales (como patentes o derechos de autor), humanos y financieros que seguro vas a necesitar.

7. Actividades clave.

Se trata de todo lo necesario para llevar a cabo tu propuesta de valor, como la producción, la solución de problemas, la plataforma, etc.

8. Socios clave.

Saber cuáles van a ser tus alianzas estratégicas para poder conseguir más recursos.

9. Estructuras de costos.

Tienes que decidir cómo quieres enfocar tus costos entre dos tipos diferentes: bajando el costo del producto y automatizando la producción, o bien teniendo en cuenta la creación de valor para el consumidor.

Esta herramienta es muy útil para la realización del trabajo de investigación ya que con ello permitirá utilizar con temas de Innovación Estratégica que básicamente van a permitir crear servicios eficientes y de calidad a distintas entidades que requiera el servicio como un “Modelo de negocios” (More, 2020, p.4-8).

Mediante este método permitirá estructural de mejor manera el plan de negocios garantizando la utilización de herramientas acorde a su actividad económica ya que con ello se pretende enfocar la viabilidad del negocio a una idea centrista.

Otra herramienta que permitirá conocer más a fondo la utilización de métodos alternativos de investigación:

El mapa de empatía es una herramienta perfecta para conocer a tus clientes ya que permite personalizar, caracterizar y conocer a tu segmento de clientes también el mapa de empatía es un instrumento que lleva tiempo empleándose en las empresas o negocios (Prim, 2016).

El mapa de empatía es un formato que busca describir el cliente ideal de una empresa por medio de análisis de 6 aspectos, relacionados a los sentimientos del ser humano. Puede ser realizado a partir de preguntas que ayudan a entender a conocer el cliente y como relacionarse con él. (Custódio, 2017).

El ejemplo se detalla a continuación:

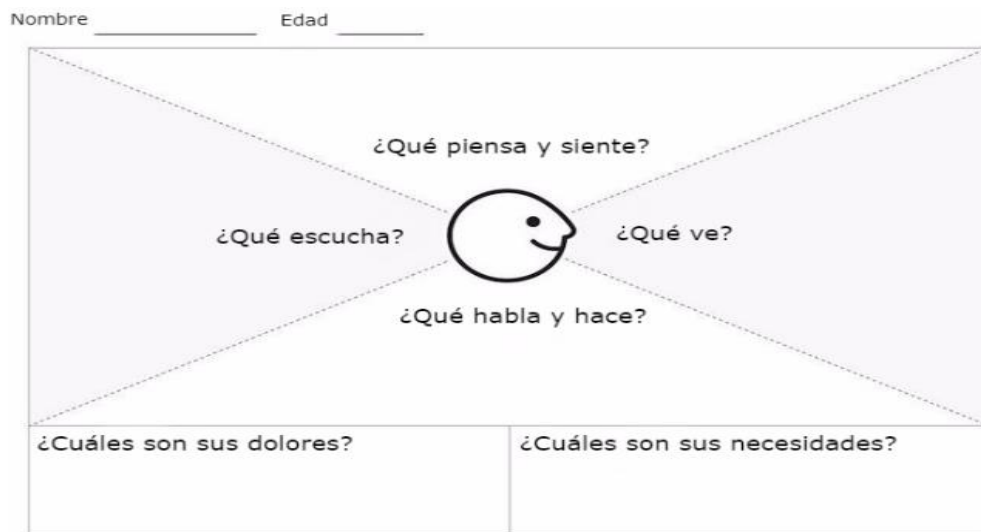


Ilustración 3-1: El mapa de empatía.

Realizado por: Andi, J. 2022.

Proceso de elaboración del plan de Negocio. Wiki-Eoi (2012) afirma que:

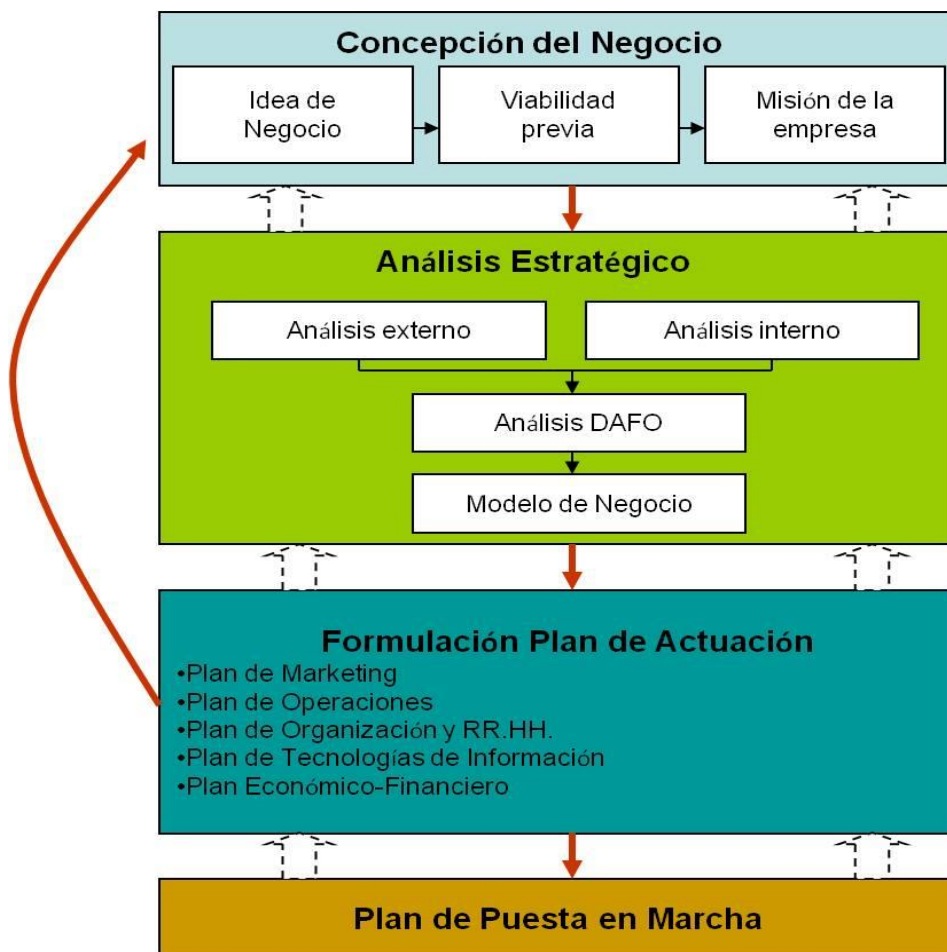


Ilustración 4-1: Proceso de elaboración del plan de Negocio.

Realizado por: Andi, J. 2022.

Concepción del negocio-Etapa 1.

Generación de Idea de Negocio: En el módulo 1 se analizó cómo generar ideas de negocio y cuáles eran las causas de fracaso y los riesgos más habituales.

En general, las ideas de negocio se pueden agrupar en las siguientes tipologías:

- Nuevos productos o servicios.
- Mejoras de productos o servicios para mejor atender las necesidades de los clientes.
- Nuevos usos de productos o servicios existentes.
- Nuevos mercados o segmentación de los existentes.

Análisis previo de viabilidad.

Una idea puede ser muy válida en teoría, pero no necesariamente dar lugar a una empresa viable. Es conveniente testar esta idea de forma previa, antes de profundizar en el análisis. Debe realizarse un primer filtro de viabilidad, a pesar de que todavía no se conocen en detalle ni el mercado, ni los competidores, ni los recursos necesarios para su puesta en marcha.

Es imprescindible realizar una reflexión genérica inicial, recabando información de alto nivel sobre los siguientes aspectos:

Tabla 1-1: Análisis previo de viabilidad.

Viabilidad Técnica.	Debe evaluarse si existen las tecnologías necesarias que permitan fabricar el producto o prestar el servicio para reconocer si es factible conseguirlos las maquinas se esté fuese el caso.
Viabilidad Económica.	Contrastando la posibilidad tanto de financiar el desarrollo como de fabricar el producto o de prestar servicios a unos precios asequibles para los potenciales clientes.
Viabilidad Comercial.	Un negocio tendrá éxito si consigue satisfacer las demandas de los consumidores o clientes de forma mejor que la competencia. Por lo tanto, su viabilidad comercial depende de: Las tendencias en la demanda de los clientes. La competencia existente. El grado de innovación de la idea.

Realizado por: Andi, J. 2022.

Definición preliminar de la Misión de la Empresa:

Una vez elegida la idea de negocio y realizado el análisis previo de viabilidad, estaremos en condiciones de definir qué es lo que quiere ser la empresa o negocio y para qué queremos crear esta actividad.

La declaración de misión muestra quién es y hacia dónde se dirige la organización proporcionando a terceros la información necesaria del negocio que lo hace diferente a la competencia.

Las preguntas a responder para definir la misión de forma adecuada en esta fase inicial, serían las siguientes:

- ¿Qué necesidad se quiere satisfacer con el proyecto?
- ¿A qué clientes, consumidores o usuarios finales se dirige?
- ¿Cómo se satisface la demanda en la actualidad?
- ¿En qué forma el enfoque del negocio es innovador?

Una vez que el proyecto vaya avanzando y se conozcan datos más precisos del negocio, esta misión podrá reformularse o ampliarse. En la fase preliminar, debe procurarse que sea lo más concreta posible para poder servir de punto de referencia a fin de decidir nuevos frentes de análisis sobre los que profundizar y para posibilitar la toma de decisiones.

Análisis estratégico- Etapa 2

En esta etapa se debe configurar el negocio formulado en la Misión antes descrita, plasmado conceptualmente en una Definición del Modelo de Negocio, que es la manera precisa en que se debe definir el enfoque competitivo de la empresa ante sus mercados y clientes y ante sus competidores actuales y potenciales.

Tras un análisis del entorno en el que se debe desarrollar la actividad empresarial (mercado potencial, competencia directa e indirecta, legislación aplicable, etc.) y una revisión crítica de la empresa o enfoque de negocio, que se ven de forma integrada en el denominado Análisis DAFO, el emprendedor estará en condiciones de plantear cuál es su Modelo de Negocio, definiendo unas líneas estratégicas que deben constituir la columna vertebral del posterior desarrollo del proyecto.

Análisis externo.

En el siguiente gráfico se recogen los diferentes elementos externos que pueden influir y afectar al proyecto empresarial y que es conveniente conocer muy bien antes de diseñar el plan de negocio.



Ilustración 5-1: Elementos Externos de la Empresa.

Realizado por: Andi, J. 2022.

A la hora de plantear el Análisis Externo debemos diferenciar dos entornos en función de la intensidad de la influencia:

- Entorno Global o entorno general.
- Sector de Actividad o entorno específico.

Entorno Global o entorno general:

Todas las empresas se ven afectadas por los factores de su entorno (económicos, legales, tecnológicos, sociales, políticos, etc.) aunque no sea con la misma intensidad en todos los casos, y es conveniente realizar un análisis detallado de este entorno para poder identificar posibles oportunidades o amenazas que puedan surgir del mismo.

Los factores determinantes del entorno general se agrupan en general en categorías como las definidas en el denominado “Análisis PEST”, acrónimo de análisis Político, Económico, Social y Tecnológico:

Tabla 2-1: Titulo: Entorno Global o entorno general.

Categoría de entorno.	Elementos analizados.
Político.	<ul style="list-style-type: none"> • Legislación general y sectorial que puede incidir en la iniciativa planteada. • Enfoque y programas de gasto público en ámbitos relacionados con la iniciativa. • Políticas impositivas, medioambientales, de regulación de comercio exterior, normativa antimonopolio, legislación laboral, de promoción de la actividad económica, etc.

Económico.	<ul style="list-style-type: none"> • Situación y evolución esperada de las variables macro y microeconómicas que puedan afectar a posibles proveedores y clientes (crecimiento económico, inflación, tipos de interés, tasa de desempleo, etc.) • Disponibilidad de formas de financiación.
Social.	<ul style="list-style-type: none"> • Situación y tendencias demográficas de los colectivos de referencias para el proyecto (Pirámide de población, distribución de la renta, nivel de educación, movilidad laboral, evolución demográfica, etc.) • Tendencias de comportamiento global (estilo de vida, conciencia ecológica, grupos de presión, etc.).
Tecnológico.	<ul style="list-style-type: none"> • Grado o expectativas de desarrollo de los hábitos y soportes tecnológicos que pueden afectar al proyecto (extensión de servicios de banda ancha, políticas de apoyo a la madurez de las tecnologías convencionales, líneas de actuación de los centros de investigación sectorial, etc.

Realizado por: Andi, J. 2022.

Análisis del Sector de Actividad

El análisis del sector de actividad o mercado puede realizarse utilizando el Modelo de las 5 fuerzas de Porter, o cualquier otro. Pero el emprendedor debe en esta fase intentar recabar y analizar información que le ayude a comprender los aspectos clave del sector como, por ejemplo:

- Consideraciones políticas, económicas y legales que afecten específicamente a los productos o servicios previstos.
- Tamaño y evolución del sector desde el punto de vista de la oferta.
- Características de los clientes como número y grado de concentración, segmentos o nichos existentes, hábitos de compra, grado de fidelización, etc.
- Competidores (número y características, posicionamiento, cuotas de mercado, resultados económicos, estrategias de éxito, etc.).
- Proveedores principales (características, solvencia, grado de concentración, fiabilidad empresarial y técnica, etc.).
- Canales de distribución, caso de ser relevantes para el proyecto (márgenes, condiciones de contratación, garantías, etc.).
- Tecnología aplicada en el sector (desarrollo y nivel de aplicación tanto de tecnologías genéricas como específicas).
- Otros agentes con influencia en el sector (reguladores, intermediarios, industria auxiliar, etc.) evaluando su situación y capacidad de influencia.

Forma de realizar el análisis externo:

En general, los emprendedores encuentran importantes dificultades en la realización del análisis externo, ya que son tantos los aspectos que se podrían analizar que es difícil saber por dónde empezar.

Por ello, es recomendable recurrir al denominado “Análisis de Factores Clave”, que consiste en identificar los elementos especialmente importantes que pueden condicionar la viabilidad de un proyecto y concentrar los esfuerzos de análisis en dichos elementos.

Este análisis se puede plasmar en una plantilla como la que se recoge a continuación, aunque cada uno elaborará la que más se adecue a sus necesidades.

Tabla 3-1: Forma de realizar el análisis externo.

Grupo.	Preguntas a Responder.	Análisis a Realizar.	Posibles Fuentes de Información.	Fecha.
Competencia.	¿Quiénes son los principales competidores? ¿Cuáles son sus características? ¿Cuáles son las estrategias de éxito en el sector?	Tipos de empresas. Facturación de las empresas. Políticas de Precio.	Información de Cámara de Comercio. Petición de oferta “Ficticias”	

Realizado por: Andi, J. 2022.

La información recogida en esta etapa servirá de base al análisis externo, pero también de base para la toma de decisiones a lo largo del desarrollo del proyecto. Por tanto, es posible que sea necesario recabar información adicional más adelante.

1. Tras plantear el análisis de factores clave, cada miembro del equipo se responsabiliza de un área de análisis concreto (normativa aplicable, clientes, proveedores, competidores, etc.) y de recopilar información sobre la misma.
2. Cada miembro del equipo plasma los elementos esenciales identificados en un documento de trabajo accesible por el resto de los miembros (por ejemplo, en un entorno web común), sin dedicar especial cuidado todavía a los aspectos formales o de redacción.
3. Periódicamente se reúne todo el equipo para comprobar avances y contrastar opiniones.
4. Tras cada reunión se reasignan las tareas tanto para continuar los análisis en marcha como para avanzar en nuevos análisis que hayan surgido de la información recogida.

De la realización del Análisis del mercado surgirán otra serie de Oportunidades y Amenazas en cada uno de los apartados que, como en el caso del entorno global, será preciso identificar y valorar.

Como en el caso del análisis del entorno, en el análisis del mercado se deben identificar los aspectos clave o críticos del mismo y revisarlos en profundidad.

Proceso de recogida de información para realizar el análisis externo:

La respuesta a las preguntas realizadas en el Análisis de Factores Clave vendrá de la búsqueda y análisis de información, que puede obtenerse de documentos existentes (artículos, informes, estudios, estadísticas, etc.) o de la realización de trabajo de campo (encuestas, entrevistas, etc.).

La recogida de información documental puede realizarse a través de diferentes fuentes:

- Estadísticas oficiales a nivel central (INE, Ministerios, etc.).
- Estadísticas autonómicas o locales (consejerías de las CC.AA., concejalías del Ayuntamiento, etc.).
- Euroventanillas.
- Agencias e instituciones de desarrollo local o autonómico.
- Agencias o instituciones focalizadas en el desarrollo, implantación y protección de tecnologías (CDTI, Oficina Española de Patentes y Marcas, etc.).
- Memorias de las principales empresas.
- Periódicos y prensa especializada.
- Bancos de datos existentes.
- Boletines oficiales (BOE, etc.).
- Registros y anuarios de empresas.
- Estadísticas e informes de asociaciones de empresarios (internacionales, nacionales y locales).
- Informes elaborados por Centros Tecnológicos sectoriales.

A su vez, el trabajo de campo puede consistir en:

- Entrevistas con empresarios relevantes.
- Entrevistas con profesionales que trabajen en el sector.
- Entrevistas con expertos en el sector.
- Entrevistas a clientes.
- Entrevistas a proveedores.
- Encuestas a clientes o posibles proveedores.
- Otras.

Todos estos aspectos se consideran en el trabajo de investigación ya que permitirá ampliar la coyuntura investigativa.

CAPÍTULO II

2 MARCO METODOLÓGICO.

2.1 Enfoque de investigación.

Afirma que cada una de las metodologías se estimará en un enfoque mixto ya que se basa un proceso que recolecta, analiza y vincula datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio o una serie de investigaciones para responder a un planteamiento. Esta metodología ayudará a determinar resultados numéricos con la recopilación de datos y la descripción de la información que será de gran ayuda para el estudio investigativo (Ruiz, 2011).

2.2 Nivel de Investigación

El nivel de investigación explicativo es aquel tipo de estudio que explora la relación causal, es decir, no solo busca describir o acercarse al problema objeto de investigación, sino que prueba encontrar las causas del mismo. Permitirá explicar la problemática por la cual se está surgiendo en la organización puntualizando ciertas falencias de los dirigentes si fuese el caso (Investigadores, 2020).

2.3 Diseño de investigación.

La investigación no experimental: Es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, es investigación donde no hacemos variar intencionalmente las variables independientes. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos. Dentro del diseño de la investigación se aplicará el no experimental ya que con ello se podrá realizar un estudio minucioso mediante la medición de datos coherentes de la organización (Cortese, 2020).

2.4 Tipo de estudio.

El tipo de estudio que se plantea según las fuentes de información para generar conocimiento porque ayuda a enfocarse en temas amplios de investigación respaldos por artículos científicos, estudios a través de la recopilación de datos y a través de la solución de problemas.

2.5 Población y Planificación, selección y cálculo del tamaño de la muestra.

“La población se define como un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para las cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación” (Unknown, 2017).

Este estudio se lo va considerar bajo una investigación estratificada ya que es una técnica o procedimiento en la que se divide la población bajo estudio en distintos subgrupos o estratos. La población para el primer estudio de inversión ganadera se va considerar los principales competidores local de la provincia de Napo con su respectivo censo en base a los ganados vacunados para la fiebre aftosa.

Tabla 1-2: Población Ganadera de Napo.

Detalle de los Principales Competidores Locales.	Población Total de ganado.	Porcentaje de Producción Ganadera.
Tena.	6.877	14%
Carlos Julio Arosemena Tola.	2.786	6%
Archidona.	7.438	15%
Quijos.	14.499	28%
El Chaco.	18.278	37%
Total.	49.878	100%

Realizado por: Andi, J. 2022.

Básicamente la población se la considera a nivel provincia lo que va permitir cerciorar la información con más facilidad, con cada uno de los datos de obtenidos de Agro-calidad.

Para la determinación de la población de la nueva línea de servicios se va determinar mediante el sondeo de fuentes alternas de información para la recopilación de datos basados en licitaciones emitidas a la Organización Aserlipimoc por parte de la SERCOP, para determinar la viabilidad de invertir en una nueva línea de servicios o caso contrario no proceder con la línea ofertada. También hay que tomar en consideración que los contratos se dan dependiendo del tipo de contratación que la entidad requiera pueden ser en un lapso de tiempo de un año a dos años.

Tabla 2-2: Población de las principales empresas que requieren el servicio.

N°.	Detalle de las Entidades que Requieren el Servicio.	Tiempo de Contratación.	Servicio Requerido.	Monto de la Contratación.
1	Petroecuador.	1 Año	Servicio permanente de limpieza y lavandería, incluido el mantenimiento de áreas verdes en los bloques de la zona oriente.	USD 283,961.68
2	Celec Ep.	1 Año	Servicio de limpieza del campamento central Coca Codo Sinclair.	USD 512.960,00.
3	BanEcuador.	1 Año	Servicio de limpieza de interiores y exteriores tipo iii.	USD 2'239.690,57.
4	Petroamazonas.	1 Año	Servicio de limpieza de oficinas de Petroamazonas Ep.	USD 343.284,48.
5	Gobierno Autónomo Descentralizado del Chaco.	1 Año	Contratación del Servicio de Limpieza y Desinfección para las Instalaciones de la Unidad Metropolitana de Salud Sur.	USD 16,309.40.
Total de Empresas locales.				5

Realizado por: Andi, J. 2022.

Se puede determinar un total de 5 Empresas públicas de más relevancia y mayor presupuesto ofertan para la contratación de los servicios de limpieza y mantenimiento, haciendo referencia en el área local de influencia de los servicios a prestar, considerando también una población mínima de las empresas privas que requieren el servicio.

2.6 Métodos, técnicas e instrumentos de investigación.

Dentro de la investigación se refleja los métodos, técnicas e instrumentos investigativos que ayudaran a recopilar información mediante entrevistas a los dirigentes y socios que están al frente de la organización, como se reflejó anteriormente en los puntos y se detallan a continuación:

2.6.1 Método de investigación analítico.

Método de investigación analítico: Es aquel método de investigación que consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos. El análisis es la observación y examen de un hecho en particular (TecTijuanaFI, 2014, p. 3).

Permitirá direccionar específicamente a las problemáticas que pueden existir internamente dentro de la organización.

2.6.2 Técnicas de Investigación.

Para obtener la información y redactar los capítulos del trabajo de investigación se han utilizado las siguientes técnicas:

- Observación.
- Entrevistas.
- Análisis de documentos.

2.6.3 Instrumentos.

Son aquellos instrumentos de suma importancia que ayudarán a respaldar los resultados de las técnicas de investigación y se detallan a continuación:

- Guía de observación.
- Guía de análisis de documentos.

CAPÍTULO III

3 MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS.

3.1 Resultados.

La ejecución de la entrevista se enfocó a los directivos de la Organización Aserlipimoc, a fin de tratar varios puntos muy importantes relacionados con distribución y asignación de recursos e inversiones donde posiblemente existan problemáticas administrativas

Cada una de las preguntas se detallan a continuación:

1. **¿Considera usted que el manejo de los recursos económicos es el adecuado?**

Los entrevistados mencionaron que el manejo de los recursos es parcialmente adecuado ya que les falta pulir ciertas circunstancias internas.

Análisis:

Se puede evidenciar que la organización se rige a ciertas políticas internas plasmadas por toda la junta directiva, permitiendo un direccionamiento adecuado con las necesidades que la organización efectúa, pero también se debe considerar que cada una de las políticas deben ser ejecutadas al 100% para evitar posibles problemas a causa de una mala decisión tomada.

2. **¿En el caso que usted crea que los recursos económicos son mal manejados cuál cree que es la causa principal?**

Cada uno de los entrevistados dieron sus puntos de vista y mencionaron que durante su administración no existía ineficiencia administrativa ya que se validaban de planificaciones conjuntamente con los dirigentes y la junta general de socios llevando un manejo relativamente eficiente.

Análisis:

Se puede recalcar que el manejo de los recursos en su totalidad no es el adecuado ya que les falta implementar planes emergentes lineados a cubrir problemas anteriores con mayor facilidad.

3. **¿Cuál son los principales procesos que la organización Aserlipimoc maneja en la asignación de recursos para gastos administrativos y operacionales (Sueldos y Salarios)?**

Los entrevistados mencionaron que cada uno de los procesos se encaminan a planificaciones aprobadas por la junta directiva y por ende el manejo es relativamente eficiente.

Análisis:

Como recomendación para mejorar su eficiencia es conveniente implementar el diagrama de Gantt, donde se puede distribuir los: Materiales, equipos, personas y cantidades de presupuestos que se pueden colocar en este esquema ya que, de esta manera, se logrará un mayor control sobre su evolución y distribución.

Ejemplo del diagrama:



Ilustración 1-3: Diagrama de Gantt.

Realizado por: Bronwyn Kienapple, 2020.

4. ¿Cree que es factible considerar la ampliación de la organización?

Cada uno de los entrevistados mocionaron que si están de acuerdo con la ampliación de la organización ya que ven viable aumentar el mercado a nuevos contratos tanto público como privado y también consideran que ya no quieren estar esperanzados de un solo contrato.

Análisis:

Se puede evidenciar que la ampliación de la organización conlleva estudios de mercado y para ello es muy importante considerar lo antes mencionado para poder garantizar la apertura de nuevas líneas de servicios en cualquiera ámbito.

5. ¿Considera usted que la Organización Aserlipimoc debe implementar estrategias viables de inversión a corto plazo y largo plazo?

Mencionan cada uno de los entrevistados que si es factible considerar estrategias de inversión para dinamizar el capital en una sola fuente ya que con ello se canaliza inversiones viables a favor de la organización.

Análisis:

Se debe considerar inversiones distintas a las que se han planteado últimamente como es la de poner el dinero a plazo fijo, desde un punto de vista se puede observar que el dinero de la

organización está estancado ya que este no genera una rentabilidad adecuada, lo que significa que no existe eficiencia con el manejo de los recursos.

6. ¿Qué actividades económicas consideran convenientes para aumentar los niveles de inversión?

Cada uno de los entrevistados mencionaron que, si es factible implementar estrategias de inversión tanto a corto plazo porque se consideran una organización pequeña, pero poseen una ventaja que es el manejo de contratos grandes lo que implica que hay que aprovechar implementando actividades como:

- Inversión productiva.
- Inversión inmobiliaria.
- Inversión de un supermercado.
- Inversión en la creación de una Cooperativa.

Análisis:

Desde un punto de vista profesional para la elaboración o la implementación de cada una de las propuestas se debe considerar un análisis técnico de oferta-demanda, nichos de mercado y todo lo que conlleva a estudios de mercado.

7. ¿Cuál cree que son la fortalezas y oportunidades de la Organización Aserlipimoc?

Los entrevistados mencionaron que únicamente el presidente tenía conocimiento de las fortalezas y oportunidades (FODA) de la organización.

Análisis:

Se debe considerar que la organización debe manejar estrictamente estos puntos ya que se genera vacíos administrativos e implicando desacuerdos entre los dirigentes y es por ello que hay que tomar muy en cuenta cada uno de estos puntos para poder evitar posibles problemas internos.

8. ¿Cuál cree que son las debilidades y amenazas de la Organización Aserlipimoc?

Los entrevistados mencionaron que únicamente el presidente tenía conocimiento de las debilidades y Amenazas (FODA) de la organización.

Análisis:

Se debe considerar que la organización debe manejar estrictamente estos puntos ya que se genera vacíos administrativos e implicando desacuerdos entre los dirigentes y es por ello que hay que tomar muy en cuenta cada uno de estos puntos para poder evitar posibles problemas internos.

Análisis de las propuestas de contratación en base a la SERCOP.

Con relación a las invitaciones emitidas por la SERCOP, se puede observar que cada entidad solicita diferentes servicios en distintas áreas como:

- Contratación del Servicio Anual de Limpieza Hospitalaria de Area Critica y no Critica del Centro Clínico Quirúrgico Ambulatorio Hospital del Dia Norte Tarqui. Código del proceso: SIE.CCQAHNT-001-2021.
- Contratación de servicios de Lavandería Hospitalaria y Adecuación del Material Textil (lavado, desinfectado, secado, planchado, doblado, reparación y reparto de lencería y prendas de forma) sin Equipamiento del Hospital Gineco Obstétrico Pediátrico de Nueva Aurora Luz Elena Arismendi. Código del proceso: Re-SERCOP-2020-106.
- Adquisición del servicio externalizado de limpieza y desinfección para el hospital básico del triunfo perteneciente al distrito 09d21 san Jacinto de Yaguachi-Salud. Código: SIE-DD09D21-027-2020.
- Contratación del servicio de limpieza para los establecimientos de salud y el hospital Básico Cayambe de la dirección distrital 17d10 Cayambe – Pedro Moncayo – salud, Correspondiente al periodo 202. Código: SIE-DD17D10-031-2020.
- Contratación del servicio de limpieza Hospitalaria para las áreas críticas y Semi-Criticas para el Hospital básico de Baeza pertenecientes a la dirección distrital 15d02 el Chaco Quijo salud. Código: SIE-DD15D02-007-2020.

Como se puede observar que cada uno de los requerimientos se basan en servicios Hospitalarios, lo que indica que la nueva línea de servicios debe plantearse en los servicios de limpieza hospitalaria en el caso de generar algún campo adicional al que ofrece la Organización Aserlipimoc. Y cada una de las decisiones que se tomen debe ser analizadas y disectadas con los socios para finiquitar el futuro de la organización con una buena toma decisión que valide la estabilidad económica-financiera de la misma.

Desde otro punto de vista también se consideró por parte los dirigentes en anexar los servicios para; oficinas, casas, entre otras líneas de servicios que se relaciones al ser de la organización.

3.2 Discusión de resultados.

Dado ya los resultados se puede evidenciar que la organización necesita implementar planes emergentes como; un estudio de mercado, estudio de inversiones, estudio y evaluación financiera, ya que es importante tener claro los componentes financieros para analizar la viabilidad y tomar decisiones que mitiguen los riesgos, es por ello que la organización debe enfocarse en realizar

inversiones a corto y largo plazo ya que se considera factible implementar tanto la ampliación de organización como la implementación de una nueva línea de servicios en base a las propuestas emitidas por el portal de la SERCOP y los comentarios expuestos por los miembros de la organización.

Cada una de las propuestas están canalizadas en relación a las necesidades emitidas por la organización ya que se puede evidenciar que no posee con variables bien definidas en relación a las inversiones y oferta del servicio.

También se pudo evidenciar que la organización únicamente se maneja con restricciones en el sentido de ocultar información necesaria para los demás representantes, es por ello que al momento de preguntar si conocían la visión, misión y el FODA de la organización, no pudieron responder ya que no existen una adecuada comunicación tanto con el presidente, admirador y secretaria, se puede concluir que existen una sobrevaloración de cargos administrativos por una sola persona en este caso.

Como parte final se evidencio que la organización no cuenta con manejo adecuado en el control de recursos, en la distribución operaria y presentación del servicio a detalle que ofrece la organización, es por ello que es muy importante implementar ciertas estrategias, análisis, planes emergentes, entre otros aspectos que ayuden a mejorar el control y manejo de recursos con relación a inversión. Por lo tanto, se debe considerar cada una de las propuestas establecidas para dar cumplimiento a la misión y visión a fin de finiquitar un buen manejo financiero y administrativo.

3.3 Propuesta

Se propone a la organización Aserlipimoc en base a los análisis establecidos de la entrevista que se tome en consideración la propuesta de invertir en nuevas fuentes económicas como:

- **Inversión productiva:** Se relaciona con la compra de una finca con el fin de implementar producción ganadera.
- **Inversión de nuevas líneas de servicios:** Acatando los comentarios y propuestas dadas por los representantes de la organización se efectúa una nueva línea de servicios diferente al que se presta en la actualidad.
- **Inversión en Marketing:** Se relaciona con la implementación de un portal web para detallar cada uno de los servicios conjuntamente con su precio.

Cada una de las propuestas emitidas deben ir de la mano de estudio minucioso de mercado para poder conocer el entorno en que se desempeñará la ejecución de la inversión, es necesario conocer la situación actual del mercado, ya que esta herramienta que facilita el proceso de toma de decisiones de inversión, financiamiento, planes de acción y así poder identificar los puntos fuertes y débiles de la organización, a fin de identificar información necesaria para conocer el comportamiento operativo de la organización y su situación económica-financiera.

3.3.1 *Filosofía de la Organización.*

TÍTULO:

“PLAN DE NEGOCIO PARA LA MEJORA DE LOS NIVELES DE INVERSIÓN PARA LA ORGANIZACIÓN ASERLIPIMOC DEL CANTÓN EL CHACO, PROVINCIA DE NAPO”

3.3.2 *Objetivo General de la Propuesta.*

Implementar un calendario de inversiones y un portal publicitario en la organización Aserlipimoc, el mismo que permita generar un acercamiento a las empresas tanto públicas y privadas, con el fin de lograr un mayor compromiso con sus colaboradores.

3.3.3 *Objetivo Específicos.*

- Ejecutar un plan de inversiones conjuntamente con el portal publicitario.
- Diagnosticar la viabilidad de las inversiones.
- Responder a cada uno de los requerimientos que se genere en plan de inversión.

3.3.4 *Justificación de la Propuesta.*

La implementación de inversión productiva como campo adicional a la actividad real que ejerce la organización se consideró la compra de una finca en los sectores aledaños de influencia ganadera con el fin de invertir en producción Ganadera.

Detalles:

- Valor de la finca:
- Tipo de Financiamiento.
- Ubicación de la finca
- Entre otros.

Con relación a los análisis de la entrevista se pudo determinar que la organización Aserlipimoc únicamente se centra en una sola línea de servicios, es por ello que se debe centrar en adherir una nueva línea de servicios direccionados a áreas hospitalarias, con base referencial a las invitaciones emitidas por las instituciones que requieren el servicio (Plataforma de la SERCOP), con el fin de determinar una línea de servicios viables para la organización, ya que es muy importante conocer cada uno de los exigencias emitidos por la instrucciones públicas en este caso por el motivo de estar ligados a empresas públicas.

También se consideró un Portar Publicitario donde se detalle cada uno de los servicios que ofrece la organización con el fin de anexarse a un mercado más amplio, y para así poder generar oportunidades más concretas en el mercado de servicios.

La porta Publicitario se direcciona a cada uno de los requerimientos que las entidades contratantes desean conocer y es por ello que es muy importante detallar cada uno de los servicios se ofrece la organización como:

- Precio.
- Alcance del servicio.
- Detalles de cada uno de los servicios.
- Tipos de servicios.
- Proforma del servicio.

El calendario de inversiones permitirá identificar la factibilidad de la inversión en un tiempo determinado ya sea en la implementación de una nueva línea de servicios o la ampliación de la organización con una nueva sucursal, pero siempre y cuando se considere un estudio minucioso de mercado para que cada uno de los requerimientos encajen de acuerdo a su necesidad.

Las expectativas en el desarrollo de este proceso se fundamentan con la creación de nuevas estrategias de inversión para finiquitar a nuevos campos de contratación tanto pública como privada que le permitan a la organización en un futuro fortalecer tanto su capital como la dinamización de la economía en los sectores influyentes.

3.3.5 *Desarrollo de la Propuesta.*

El propósito de desarrollar el calendario de inversiones y el portal publicitario tiene como fin acaparar nuevas líneas de servicios conjuntamente con la publicidad ya que con ello se podrá aumentar la competitividad en el mercado de servicios de limpieza y mantenimiento en obra civil en la Provincia de Napo.

3.3.5.1 Organización y Dirección.

Visión:

Brindar servicios de limpieza, desbroce y mantenimiento de las líneas eléctricas, mediante un talento humano amable con vocación del servicio a entidades públicas y privadas, ofreciendo un servicio de calidad utilizando productos amigables con el medio ambiente, satisfaciendo las necesidades y expectativas de nuestros clientes.

Misión:

Ser una asociación pionera y reconocida en la provincia por la prestación de nuestros servicios y poder tener sentido de responsabilidad, afianzando un grupo calificado, vital, transparente y comprometido con la asociación.

Valores:

- Servicio: Excelencia en el servicio prestado.
- Calidad: Mejora continua.
- Seguridad: Promover el trabajo seguro.
- Medio Ambiente: Acciones responsables para el cuidado del entorno.
- Cortesía y respeto: La amabilidad como sello en la interacción.
- Transparencia y honestidad: Principios que guíen nuestra conducta en el accionar comercial y operativo.

Organigrama estructural de la Organización Aserlipimoc.

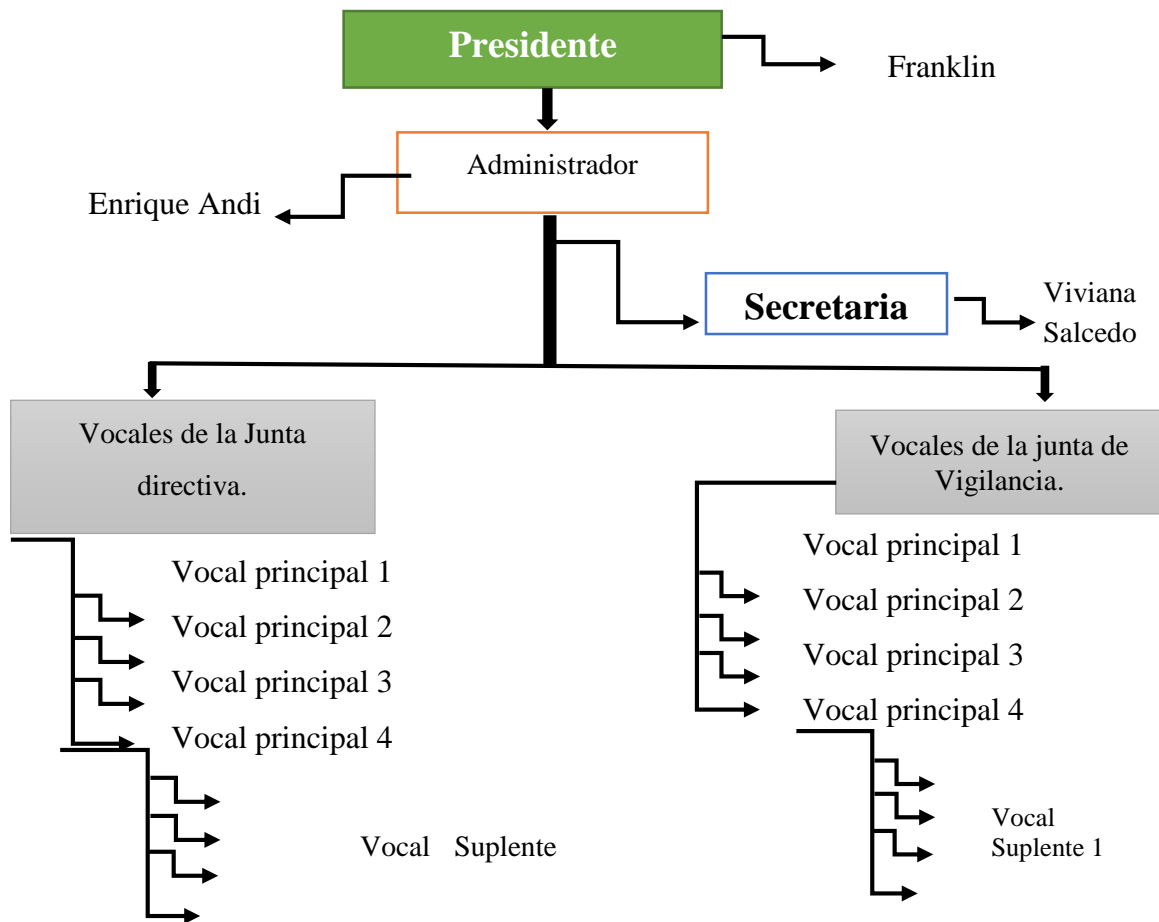






Ilustración 2-3: Organigrama Estructural de Aserlipimoc.

Realizado por: Andi, J. 2022.

FODA:

Tabla 1-3: Análisis FODA.

ANÁLISIS FODA	
Fortalezas.	Debilidades.
	
<ul style="list-style-type: none"> -Tener personal eficiente y capacitado para trabajar en el servicio de limpieza. -Existe un horario de trabajo rotativo. -Contar con personal de Sucumbios y Napo fortaleciendo al sector economico. -El administrador se desenvuelve adecuadamente en temas administrativos y operativos de la asociación. - Existencia de políticas y normativas que logran dar cumplimiento el ser de la organización. -Servicios de excelente calidad. 	<ul style="list-style-type: none"> -No todas los socios entienden los fines de la asociación. -Exite conflictos internos entre socios. -Falta de dinero circulante para garrantizar contratos mas gramndes. -No cuentan con un espacio fisico propio de la asociación. -No mantienen una capacitación continua. -La mayoría de los socios tiene el reglamento interno pero no conocen su contenido por falta de auntoeducación. -Poca de publicidad.
Oportunidades.	Amenazas.
	
<ul style="list-style-type: none"> -Restructurar nuevas lineas de servicios. -Asistencia tecnica por parte del IEPS. -Mantener un contrato de trabajo con el Estado. -Los procesos de contratación permiten que las asociaciones de la EPS, participen en la prestación de servicios y/o bienes. -Los excedentes de las utilidades pueden ser invertidos en la asociación. -Hacerse conocer mediante portales publicitarios y redes sociales. 	<ul style="list-style-type: none"> -Incremento progresivo de organizaciones con los mismos fines. -Demora en los pagos a la asociación. -Preferencia de las entidades contratantes con otros proveedores de servicios. -Contaminación ambiental del mal uso de los desifectantes. -Competencia desleal emitidas por la competencia. -Dura situacion economica que pasa el pais (Emergencia Sanitaria).

Realizado por: Andi, J. 2022.

Los cambios realizados en el FODA se lo realizo en base a cada una de las necesidades que la organización emite a fin de salvaguardar las decisiones que se pueden tomar en un futuro.

3.3.6 Estudio de Mercado.

3.3.6.1 Situación Actual del mercado.

Para el desarrollo de la situación actual del mercado se empleó un sondeo de información. El Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP) informa que la producción ecuatoriana de carne bovina es de alrededor de 200 mil toneladas métricas, lo que significa que nuestro país es autosuficiente para cubrir la demanda nacional de este producto.

Inversión productiva para la compra de una finca en los sectores aledaños de la Organización Aserlipimoc, El método a desarrollarse es la aplicación del método de evaluación de factores ponderados.

Propuestas de fincas:

Tabla 2-3: Variación de los precios en fincas- Zonales del cantón "El Chaco".

N°.	Detalle.	N°. de Hectáreas.	Ubicación.	Precio.
1	A la vía principal, planita 70% potreros y el 30% monte virgen, colinda con el río Quijos, apto para cabañas, ganadería, agricultura, turismo, etc.	10	El Chaco, Napo.	\$200.000,00
2	De 100 hectáreas 75 hectáreas de potrero con alambrado eléctrico y 25 hectáreas de montaña con madera agua entubada para todos los potreros con carretera hasta la finca.	100	Archidona, Napo.	\$190.000,00
3	Venta de una finca de 1000 hectáreas 70% potreros y el 30% monte virgen y quebradas.	1000	El Chaco-Las Palmas, Napo.	\$80.000,00

Realizado por: Andi, J. 2022.

Como se puede observar los precios de las fincas la opción más viable para la compra está en la alternativa 3 ya que se encuentra en un sector ganadero con climas aptos que favorecen la alternativa de compra, se detalla a continuación su clima.

INFORMACIÓN CLIMÁTICA. (SENPLADES 2019) afirma que:

Clima (Isoyetas e Isotermas). El territorio de cantón El Chaco, se encuentra ubicado topográficamente entre las cotas mínimas de los 500 msnm y las máximas de 5.000 msnm. Posee un clima variado que va desde el templado frío hasta el muy húmedo sub tropical; con una temperatura promedio de 16 ° C. y una precipitación media anual de 3.350 mm. Existe épocas de baja intensidad de lluvias que normalmente se las ubica entre los meses de octubre y febrero, mientras que entre marzo y septiembre las lluvias toman una mayor intensidad. En todas partes las precipitaciones varían entre los 3.500 mm a 7.000 mm en la estación del Reventador localizado a 1.500 msnm, donde la nubosidad es particularmente fuerte.

Debido al amplio rango altitudinal que abarca al cantón, incluye varias zonas de vida que van desde las zonas bajas en la región tropical hasta las zonas altas que incluyen a los altos andinos.

Ventajas de la compra de la finca:

- 70% de la finca es potrero lo que significa que se puede invertir en ganadería.
- No se necesita realizar canales de riego.
- Potreros cercados y divididos.
- Pocas hectáreas por Trabajar.
- **Desventajas:**
- No posee establos para la ganadería.
- No posee Infraestructura (Ascienda).
- Distancia.

En base a la situacional del trabajo de investigación se opta por cerciorar la información bajo el método de las 4 P (Producto, precio, plaza y promoción) a detalle de los dos tipos de inversión.



Ilustración 3-3: Método de las 4 P.

Realizado por: Andi, J. 2022.


Básicamente el marketing mix es una herramienta que puede ser muy útil en el proceso de creación de una nueva empresa o la creación de estrategias que permitan mantener un negocio controlado y configurado a una estructura de competencias.

Se emplea en 4 parte el color azul representa el producto, el color verde el precio, el color tomate la plaza y el color amarillo la promoción.

Implementación del Marketing Mix.

3.3.6.2 Producto.

Tabla 3-3: Detalle del producto a ofertar.

		Cuadro de productos que se va ofertar.		
		ofertas	Kg Mínimo.	Kg Máximo.
	de venta.			
1	Toros de 550 a 800 Kg (Producción en 1 año).	De 550 kg.	De 800 kg.	
2	Toros de 800 a 1000 kg (Producción en 2 años).	De 800 kg.	De 100 kg.	

Realizado por: Andi, J. 2022.

El detalle de los productos se lo considero acorde a la producción local de la más mínima hasta el máximo crecimiento del animal en este caso el ganado, se consideró a los datos arrojados de las ferias de Quito y Santo Domingo.

Según el (Ministerio de Agricultura y Ganadería) miles de ganaderos son parte del sustento de millones de familias ecuatorianas con carne de calidad. Por ello el MAG fortalece su desarrollo para ofrecer carne de calidad en el mercado local, y a través de su Subsecretaría de Producción Pecuaria impulsa el desarrollo ganadero sostenible del país, mediante políticas y acciones que apoyen el incremento de la productividad, a través del manejo integral y eficiente de los factores de la producción y recursos naturales (Mag, 2021, p. 14).

El ganado de res se encuentra disponible en presentaciones de 550 kg a 800 kg de un lapso de tiempo de 1 año y de 800 kg a 1000 kg en lapso de tiempo de 2 años con dos tipos de razas Holstein y brahmán, y cabe recalcar que cada que su venta se lo realiza en pie en las distintas ferias anteriormente mencionadas.

Aspectos innovadores que diferencia de la competencia:

- El producto que se ofrece es un toro para res de proporciones altas con regulación zoonosanitarias que validan la veracidad y calidad del producto final.
- Los precios están normalizados y acorde a la referencia que emite las ferias de Machachi y Santo Domingo y están estipulados en precios mínimos y máximos que permitan hacer frente a la competencia.
- La ubicación geográfica es estratégica ya que su distribución no es extensa lo que permitirá operar con mayor facilidad en cualquier feria de las ya mencionadas anteriormente.

Presentación del producto:

Cabe recalcar que el producto final son los toros en pie de un año y dos años consecutivamente en pesos considerables entre 550 kg a 1000 kg como tope máximo y cien por ciento certificados con los distintos certificados de calidad.

Toro de 550 kg estimación de desarrollo de 1 año, con el tipo de raza se prevé producir la raza Holstein y Brahman.



Ilustración 4-3: Detalle del producto en oferta.

Realizado por: Andi, J. 2022.

Toro de 1000 kg con una estimación de desarrollo de 2 años, con el tipo de raza se prevé producir la raza Holstein y Brahman.



Ilustración 5-3: Detalle del producto en oferta.

Realizado por: Andi, J. 2022.

Valor nutricional.

Según Es una fuente esencial de energías. Es más, es vital para el correcto funcionamiento de nuestro metabolismo y si nuestros antepasados prehistóricos no la hubiesen incorporado a su dieta, el desarrollo de nuestro cerebro no se hubiera producido de la misma manera.

El aporte energético de la carne es de 309 kilocalorías por cada 100 gramos para una dieta de 2000 kilocalorías. Esto se traduce en una ingesta diaria de minerales, vitaminas del grupo B, aminoácidos y grasas.

Tabla 4-3: Valor Nutricional de Res.

Cantidad por 100 gramos.			
Calorías 250.	250.		
Grasas totales 15 g.	15 g.		
Ácidos grasos saturados 6 g.	6 g.		
Ácidos grasos trans 1,1 g.	1,1 g.		
Colesterol 90 mg.	90 mg.		
Sodio 72 mg.	72 mg.		
Potasio 318 mg.	318 mg.		
Carbohidratos 0 g.	0 g.		
Fibra alimentaria 0 g.	0 g.		
Azúcares 0 g.	0 g.		
Proteínas 26 g.	26 g.		
Vitamina C.	0 mg.	Calcio.	18 mg.
Hierro.	2,6 mg.	Vitamina D.	7 IU.
Vitamina B6.	0,4 mg.	Vitamina B12.	2,6 µg.
Magnesio.	21 mg.		


Realizado por: Andi, J. 2022.

3.3.6.3 Precio.

Se debe determinar el factor precio como uno de los elementos más importantes para este proyecto a fin de que el producto tenga un precio acorde a la demanda de la inversión y al alcance de los clientes que interviene en la compra del producto en este caso los toros para res.

Estimación de precios que ofertara la organización Aserlipimoc a la venta de ganado directo en Quito y Santo Domingo (Precio).

Tabla 5-3: Cuadro de Productos a Oferta de Venta.

		Cuadro de productos que se va ofertas.		
N.º	Detalle de las ofertas de venta.	Precio Mínimo por Kg.	Precio Máximo por Kg.	Precio Total Estimado.
1	Toros de 550 a 800 Kg (Producción en 1 año).	0.82	0.85	Valores estimados en un toro de 550kg por \$ 0.83= \$ 456,50 o 800 kg por \$ 0.85 = \$ 680,00.
2	Toros de 800 a 1000 kg (Producción en 2 años).	0.85	0.87	Valores estimados en un toro de 880kg por \$ 0.85= \$ 680,00 o 1000 kg por \$ 0.87 = \$ 870,00.

Realizado por: Andi, J. 2022.

El precio se determinará a partir del conocimiento de los costos fijos totales, los costos variables unitarios y el nivel de ventas que se espera obtener. Posteriormente se aplicarán las siguientes estrategias, en función de definir el precio final:

- Analizar el mercado y los precios de la competencia para poder fijar un precio promedio, accesible a los clientes y conveniente para el proyecto.
- Administrar correctamente los recursos humanos y materiales para poder mantener un precio estable y así evitar reacciones negativas por parte del consumidor.

El cálculo del precio se da de la siguiente manera con un margen del 70%.

Tabla 6-3: Cuadro de Productos a Oferta de Venta.

Detalle de los Costos.	
Costo Fijo Unitario.	\$ 5.045,12
Costo Variable Unitario.	\$ 2.266,67
Costo Total Unitario.	\$ 7.311,79
Marguen de Utilidad.	70%
Total Precio Global.	\$ 24.372,62
Total Precio Unitario.	\$ 541,61

Realizado por: Andi, J. 2022.

$$Precio = \frac{Costo\ total\ Unitario}{(1-\% Marguen)} = P = \frac{5.045,12}{(1-\% 70)} = \$24.372,62/45 = \$ 541.61$$

El precio es de \$541.61 con el cual no se obtiene ni ganancias ni pérdidas y con un margen de contribución del 70% de poder cubrir los gastos de operación del negocio.

Las formas de cobro se establecen según a los convenios que se optan tanto con el comprador y vendedor en este caso se prevé métodos de pagos como:

- Transferencias.
- Efectivo.

Las entregas de los productos se darán a el sitio de las ferias y camales que se designen tanto por acuerdo entre las ambas partes y el despacho se lo realizara de forma directa con el cliente.

Análisis de oferta

Específicamente la oferta del producto es muy variada ya que existe un sin número asociaciones y empresas que se encargan a la venta de ganado en todo el Ecuador.

Para la determinación de la oferta se fija la población local de la provincia de Napo, ya que son los principales competidores según Agro-calidad de Napo, 2017 la producción total, por ganado certificado y vacunado fue de 49.878 ganados de res con un porcentaje de crecimiento en el Cantón de influencia del 37% frente a los 4 cantones competidores con un promedio del 15% de crecimiento entre los 4 cantones.

Proyección de crecimiento poblacional del ganado vacuno por cada año.

Tabla 7-3: Proyección de Crecimiento del ganado vacuno.

Proyección		Crecimiento por año
Porcentaje	de	0,76%
Crecimiento.		
2017		49878,00
2018		50257,07
2019		50639,03
2020		51023,88
2021		51411,66
2022		51802,39
2023		52196,09

Realizado por: Andi, J. 2022.

Tabla 8-3: Población de Ganado vacuno Proyectada para el 2023 por Cantón.

Población por Cantón.	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Tena.	6877,00	6929,27	6981,93	7034,99	7088,46	7142,33	7196,61
Carlos Julio Arosemena Tola.	2786,00	2807,17	2828,51	2850,00	2871,66	2893,49	2915,48
Archidona.	7438,00	7494,53	7551,49	7608,88	7666,71	7724,97	7783,68
Quijos.	14499,00	14609,19	14720,22	14832,10	14944,82	15058,40	15172,84
El Chaco.	18278,00	18416,91	18556,88	18697,91	18840,02	18983,20	19127,47
Total.	49878,00	50257,07	50639,03	51023,88	51411,66	51802,39	52196,09

Realizado por: Andi, J. 2022.

Se puede observar que existe un crecimiento considerable y lento en la población tanto de los competidores como en las del ganado vacuno, es decir que existe un total de 49878 ganados vacunos en el año 2017, frente a 52196.09 de ganado vacuno para el año 2023 con un crecimiento de 18278 a 19127.47 de proyección estimada para el año que viene.

Análisis de Competencia.

Desde el punto de vista del consumidor el mercado de competencias se considera cualquier oferta que genera valor superior en la satisfacción de las necesidades, es decir que los competidores pueden en cualquier momento ofertar productos o servicios sustitutivos que cambian el comportamiento del mercado.

Descripción de las competencias: En el caso de productos cárnicos en el Ecuador lo consumen cadenas de consumo masivo como los supermercados, tercenas, restaurantes, entre otras que demandan a un más el consumo de carne a nivel local y nacional.

La competencia en este sector se enfocará en dos zonas muy conocidas del país Machachi (Quito) y Santo Domingo por la distancia que favorece a la comercialización del ganado, ya que por su gran reputación ganadera y la compra directa son muy importantes para el desarrollo comercial tanto de venta como de compra. La feria ganadera de Santo Domingo de los Tsáchilas está entre las que más movimiento genera en Ecuador por la alta acogida de comerciantes del sector que traen, de lunes a jueves, sus cabezas de ganado desde ciudades de la Costa y del noroccidente del país. En los cuatro días de actividad se colocan al menos 8 000 bovinos a la venta, según datos de la Asociación Provincial de Ganaderos. La facturación alcanza los USD 5 millones, una cifra que

incluye el comercio de comida, los accesorios ganaderos, las ventas informales, entre otros rubros (Velasco, 2021).

Competencia local a nivel cantonal.

El análisis de la competencia se basa en los informes de las memorias técnicas DRP Napo “DIAGNÓSTICO RURAL PARTICIPATIVO DEL SECTOR GANADERO EN LAS ZONAS DE IMPLEMENTACIÓN DEL PROYECTO MGCI EN LA PROVINCIA DE NAPO”.

Tabla 9-3: Número de bovinos entre 2017.

Detalle de los Principales Competidores Locales.	Población Total de ganado.	Porcentaje de Producción Ganadera
Tena.	6.877	14%
Carlos Julio Arosemena Tola.	2.786	6%
Archidona.	7.438	15%
Quijos.	14.499	28%
El Chaco.	18.278	37%
Total.	49.878	100%

Realizado por: Andí, J. 2022.

Como se puede observar el análisis de competencia es amplia, pero en el sector en el cual se produce más y se vende más es en el Cantón el Chaco por lo que es una de las ventajas frente a la competencia.

Análisis de la competencia para mejorar las ventas.

Mercado: Penetración en la participación del cliente, Penetración del mercado, Estimulación del mercado secundario.

Productos: Promoción de productos, Ventas cruzadas.

Servicios: Sistema de atención al cliente, Desarrollo de coberturas de ventas, Oferta de valor agregado.

Para la cuantificación de la demanda actual se obtiene multiplicando el 41,4 % (según INEC-Napo,2019) de la población económicamente activa de la provincia de Napo con sus diferentes cantones que son los principales competidores en este caso, por la demanda total que se produce en la provincia de napo de 49.878 que es el total de producción, datos obtenidos por Agro-calidad de Napo y Inec, 2019.

Cálculo de la demanda:

Demanda= Población total x Porcentaje de Consumo x Consumo per-cápita.

Demanda= 49.878*41.4%*9 kg= 185.845,42 kg.

Adicionalmente se toma en consideración la proyección del año 2017 de 49.878 del total de ganados vacunos para determinar la demanda proyectada, se multiplica la tasa de crecimiento de 2.5% para año 2022.

Tabla 10-3: Proyección de la demanda.

Detalle de los Principales Competidores Locales.	Población Total de ganado.	Proyección de demanda tasa de crecimiento 2,5%.	2020	2022	2023	2024
Tena.	6.877	7048,93	7225,15	7405,78	7590,92	7780,69
Carlos Julio Arosemena Tola.	2.786	2855,65	2927,04	3000,22	3075,22	3152,10
Archidona.	7.438	7623,95	7814,55	8009,91	8210,16	8415,41
Quijos.	14.499	14861,48	15233,01	15613,84	16004,18	16404,29
El Chaco.	18.278	18734,95	19203,32	19683,41	20175,49	20679,88
Total.	49.878	51124,95	52403,07	53713,15	55055,98	56432,38
Tasa de Crecimiento.	2,50%					

Realizado por: Andi, J. 2022.

3.3.6.4 Plaza.

A quien se va vender la producción y los mecanismos de comercialización del producto son muy necesarios definirlos:

Dese la perspectiva del economista Gregory Mankiw, autor del libro "Principios de Economía", un mercado es "un grupo de compradores y vendedores de un determinado bien o servicio. Los compradores determinan conjuntamente la demanda del producto, y los vendedores, la oferta" (Mankiw, 2004).

Para pretender poner un producto a disposición de los consumidores es necesario desarrollar un estudio de mercado de solidifique el direccionamiento de a quién va dirigido el producto como la región, área física y consumidores potenciales, entre otros elementos que pueden ser la cultura del producto las necesidades de los consumidores y las necesidades que puede cubrir esta.

El mercado se ha considerado a los cantones Mejia (Machachi) y Santo Domingo donde se dan las ferias ganaderas más grandes a nivel nacional.

Segmentación.

Tabla 11-3: Dimensión de Conducta.

Dimensión de la conducta de la necesidad.	
Tipo de necesidad.	Alimentación.
Tipo de Compra.	Genética y calidad.
Relación de la actividad.	Si.
Actividad frente al producto.	Positiva.

Realizado por: Andi, J. 2021.

Es muy importante poner en claro que el producto ya que es muy demandado en el mercado por lo cual es muy relevante ejecutar estrategias que le ayuden a diferenciar de las otras.

Consumo de carne en los supermercados.

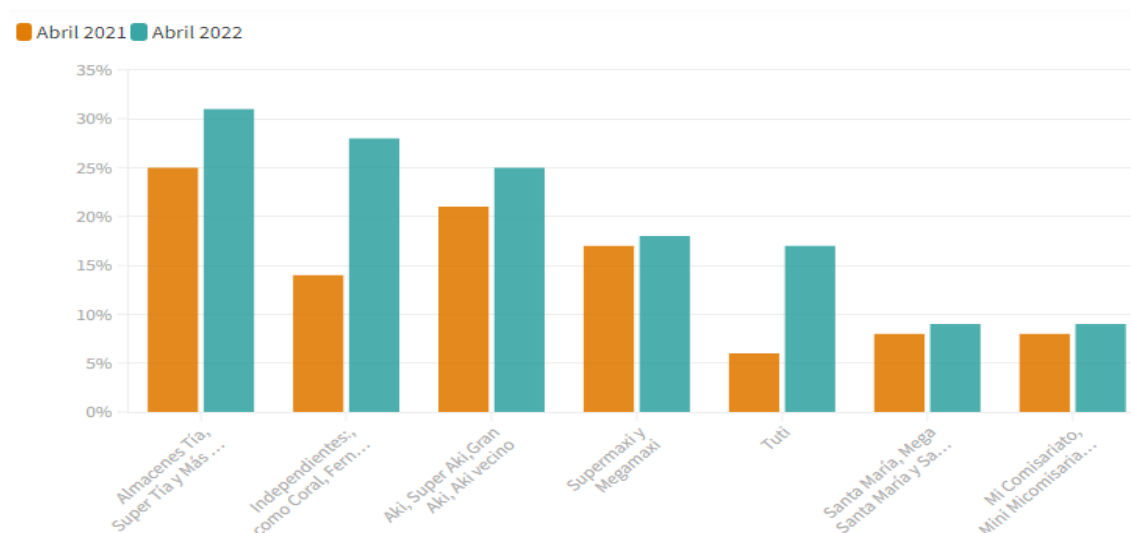


Ilustración 6-3: Penetración de las cadenas de consumo masivo de Ecuador en carne de res.

Realizado por: Andi, J. 2021.

Como se puede observar en el grafico el mayor comprador son los supermercados ya que se encuentran en todo el país con todas sus sucursales en cada provincia del Ecuador. Y es muy importante considerar la demanda insatisfecha que básicamente viene a ser las cadenas de restaurantes y tercenas locales, para cubrir esa necesidad es muy primordial tomar en cuenta dicha demanda que necesita ser cubierta.

3.3.6.5 Promoción y publicidad.

Dentro de la promoción y publicidad es muy importante tener en claro que el producto final no lleva empaque ya que este proyecto está enfocado en a la comercialización de reces en pie para cada una de las ferias mencionadas con anterioridad. Es importante que los consumidores tengan

la seguridad de que el producto se adquiriera en fuentes y herramientas oficiales, para garantizar las ventas progresivas y seguras, mediante la aplicación de herramientas digitales como:

- Redes Sociales: Con la implementación de una página social en Facebook, Instagram donde se promocionan el tipo de ganado, el peso, el precio y el transporte.
- Aplicaciones digitales: Que permitan hacer ventas directas ya sea en subasta o por convenio entre ambas partes.
- Anuncios publicitarios: Que permitan difundir el producto en oferta a gran escala.

Proceso de Producción.

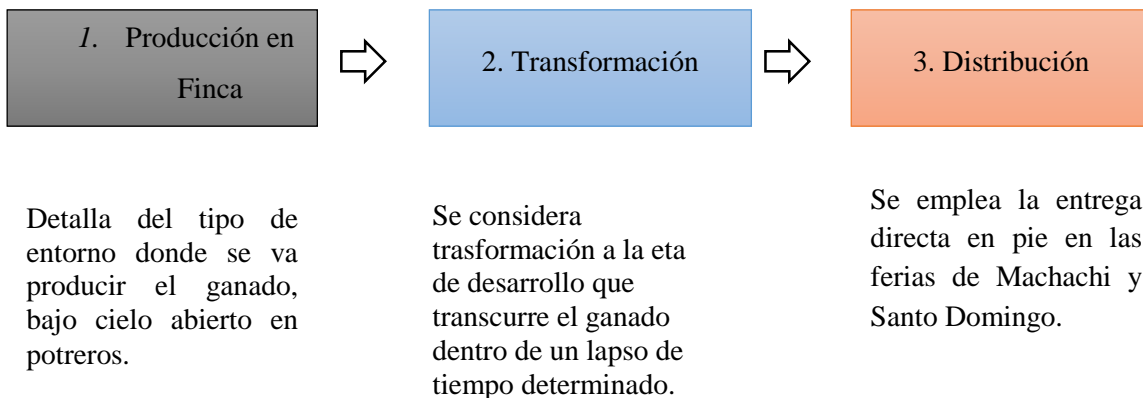


Ilustración 7-3: Proceso de producción del ganado.

Realizado por: Andi, J. 2022.

Sistema de distribución a utilizar.

Situar el producto en el lugar y el momento adecuado es una de las responsabilidades que Aserlipimoc debe considerar como proceso primordial para cada una de las ventas que se realicen de manera directa o bajo subasta.

Existen dos maneras básicas para hacer conocer el producto entre las cuales la empresa debe decidir la venta directa por contacto de clientes potenciales o la venta en aplicaciones de subasta.

- La venta directa hace referencia a que Aserlipimoc debe encargarse de llevar el producto final a las ferias de Machachi o Santo Domingo a fin de que las ventas se efectúen de manera segura.
- La venta por subasta significa que el vendedor y el comprador interactúan con la subida y baja de precios.

3.3.6.6 Presupuestos de Inversiones Costos y Beneficios.

Cuadro de Inversión:

El cuadro de inversión va direccionado a la compra de una finca en los sectores aledaños a la organización Aserlipimoc, El estudio técnico y financiero se basó a las prospectivas que tiene la organización y los documentos de respaldo que se necesitaron para realizar dicho estudio, básicamente este estudio de inversión permitirá a la organización ampliar su capital a un negocio distinto al actual lo que permitirá dar un giro al cambio económico de inversiones, a continuación de detalla los cuadros:

Tabla 12-3: Anexos Aserlipimoc.

ASERLIPIMOC

Anexo 1		Anexo 2	
Gasto constitución, estudios, asesoramiento		Muebles y Enseres	
Producto	Valor	Producto	Valor
Honorarios Profesionales	\$ 700,00	2 Mesas	\$ 80,00
Constitución	\$ 800,00	10 Sillas	\$ 150,00
		Archivadores	\$ 89,00
Total	\$ 1.500,00	Total	\$ 319,00

Anexo 3		Anexo 4	
Maquinaria y Equipos		Equipo de Computo	
Producto	Valor	Producto	Valor
5 Guadañas	\$ 2.500,00	2 Laptops	\$ 1.200,00
1 Refrigeradora Industrial	\$ 750,00	2 Impresoras	\$ 700,00
Total	\$ 3.250,00	Total	\$ 1.900,00

Anexo 5		Anexo 6	
Herramientas		Terreno	
Producto	Valor	Producto	Valor
15 rollos de Alambre	\$ 850,00	Compra de una Finca	\$ 80.000,00
10 Martillos	\$ 90,00	Total	\$ 80.000,00
10 Machetes	\$ 160,00		
10 Pistola de Inyecciones	\$ 100,00		
5 Chapeadora de Oreja	\$ 100,00		
Total	\$ 1.300,00		

Anexo 7

Vehículo	
Producto	Valor
Compra de un Camión	\$ 20.000,00
Total	\$ 20.000,00

Anexo 8

Materia Prima (Ganado)	
Producto	Valor
50 Ganados Vacunos	\$ 15.000,00
Total	\$ 15.000,00

Anexo 9

Efectivo	
Producto	Valor
Compra de un Camión	\$ 5.000,00
Total	\$ 5.000,00

Anexo 10

Instalaciones, montaje, adecuaciones	
Producto	Valor
Remodelación espacios administrativos y de producción	\$ 5.000,00
Pintado paredes internas y exterior	\$ 200,00
Total	\$ 5.200,00

Anexo 11

Gastos de Operación durante la marcha	
Producto	Valor
Pago de servicios básicos	\$ 70,00
Suministro de Oficina	\$ 10,00
Total	\$ 80,00

Realizado por: Andi, J. 2022. https://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-428993263-moto-guadana-chapiadora-o-desbrozadora-fs280-stihl-_JM

Tabla 13-3: Cuadro de Inversiones Aserlipimoc.

CUADRO DE INVERSIONES "ASERLIPIMOC "		
Inversión Fija	Valor \$	Nº. Anexos
Gasto constitución, estudios, asesoramiento	\$ 1.500,00	1
Muebles y Enseres	\$ 319,00	2
Maquinaria y Equipos	\$ 3.250,00	3
Equipo de Computo	\$ 1.900,00	4
Herramientas	\$ 1.300,00	5
Terreno	\$ 80.000,00	6
Vehículo	\$ 20.000,00	7
Instalaciones, montaje, adecuaciones	\$ 5.200,00	8
Gastos de Operación durante la marcha	\$ 80,00	9
Total Inversión Fija	\$ 113.549,00	
Capital de inversión		
	Valor \$	
Materia Prima (Ganado)	\$ 15.000,00	11
Efectivo	\$ 5.000,00	12
Total Inversión Fija	\$ 20.000,00	
Total cuadro de Inversión	\$ 133.549,00	
Aporte Propio	\$ 20.000,00	
Financiamiento Requerido	\$ 113.549,00	

Realizado por: Andi, J. 2022.

Tabla 14-3: Cuadro de Amortizaciones y Depreciaciones.

CUADRO DE AMORTIZACIONES DE "ASERLIPIMOC"									
N°	Descripción	Valor	Vida Útil	% de Amortización	Amortización Anual 1	Amortización Anual 2	Amortización Anual 3	Amortización Anual 4	Amortización Anual 5
Amortizaciones									
1	Gasto constitución, estudios, asesoramiento	\$ 1.500,00	5		\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00
2	Instalaciones, montaje, adecuaciones	\$ 5.200,00	5		\$ 1.040,00	\$ 1.040,00	\$ 1.040,00	\$ 1.040,00	\$ 1.040,00
4	Gastos de Operación durante la marcha	\$ 80,00	5		\$ 16,00	\$ 16,00	\$ 16,00	\$ 16,00	\$ 16,00
TOTAL		\$ 6.780,00			\$ 1.356,00	\$ 1.356,00	\$ 1.356,00	\$ 1.356,00	\$ 1.356,00

CUADRO DE DEPRECIACIONES DE "ASERLIPIMOC"									
N°	Descripción	Valor	Vida Útil	% de Depreciación	Depreciación Anual 1	Depreciación Anual 2	Depreciación Anual 3	Depreciación Anual 4	Depreciación Anual 5
Depreciación de Administración									
1	Muebles y Enseres	\$ 319,00	5		\$ 63,80	\$ 63,80	\$ 63,80	\$ 63,80	\$ 63,80
2	Maquinaria y Equipos	\$ 3.250,00	5		\$ 650,00	\$ 650,00	\$ 650,00	\$ 650,00	\$ 650,00
3	Equipo de Computo	\$ 1.900,00	5		\$ 380,00	\$ 380,00	\$ 380,00	\$ 380,00	\$ 380,00

4	Herramientas	\$ 1.300,00	5		\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00
5	Vehículo	\$ 20.000,00	5		\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00
TOTAL		\$ 26.769,00			\$ 5.353,80	\$ 5.353,80	\$ 5.353,80	\$ 5.353,80	\$ 5.353,80
TOTAL DEPRECIACIONES									\$ 26.769,00

CUADRO DE AMORTIZACIONES ACUMULADAS "ASERLIPIMOC"									
N°	Descripción	Valor	Vida Útil	% de Amortización	Amortización Anual 1	Amortización Anual 2	Amortización Anual 3	Amortización Anual 4	Amortización Anual 5
Amortizaciones									
1	Gasto constitución, estudios, asesoramiento	\$ 1.500,00	5		\$ 300,00	\$ 600,00	\$ 900,00	\$ 1.200,00	\$ 1.500,00
2	Instalaciones, montaje, adecuaciones	\$ 5.200,00	5		\$ 1.040,00	\$ 2.080,00	\$ 3.120,00	\$ 4.160,00	\$ 5.200,00
4	Gastos de Operación durante la marcha	\$ 80,00	5		\$ 16,00	\$ 32,00	\$ 48,00	\$ 64,00	\$ 80,00
Total		\$ 6.780,00			\$ 1.356,00	\$ 2.712,00	\$ 4.068,00	\$ 5.424,00	\$ 6.780,00

CUADRO DE DEPRECIACIONES ACUMULADA "ASERLIPIMOC"									
N°	Descripción	Valor	Vida Útil	% Depreciación	Depreciación Anual 1	Depreciación Anual 2	Depreciación Anual 3	Depreciación Anual 4	Depreciación Anual 5
1	Muebles y Enseres	\$ 319,00	5		\$ 63,80	\$ 127,60	\$ 191,40	\$ 255,20	\$ 319,00
2	Maquinaria y Equipos	\$ 3.250,00	5		\$ 650,00	\$ 1.300,00	\$ 1.950,00	\$ 2.600,00	\$ 3.250,00
3	Equipo de Computo	\$ 1.900,00	1		\$ 380,00	\$ 760,00	\$ 1.140,00	\$ 1.520,00	\$ 1.900,00
4	Herramientas	\$ 1.300,00	5		\$ 260,00	\$ 520,00	\$ 780,00	\$ 1.040,00	\$ 1.300,00
5	Vehículo	\$ 20.000,00	5		\$ 4.000,00	\$ 8.000,00	\$ 12.000,00	\$ 16.000,00	\$ 20.000,00
Total Depreciación Acumulada					\$ 5.353,80	\$ 10.707,60	\$ 16.061,40	\$ 21.415,20	\$ 26.769,00

Realizado por: Andi, J. 2022.

Tabla 15-3: Costos de Operación Aserlipimoc.

COSTOS DE OPERACIÓN "ASERLIPIMOC"									
CONCEPTO	UNIDAD MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIA	TOTAL	SUBTOTAL ANUAL				
					AÑO 1	AÑO 2	AÑO3	AÑO4	AÑO 5
1. COSTOS FIJOS				\$ 322.730,40	\$ 26.894,20	\$ 26.894,20	\$ 26.894,20	\$ 26.894,20	\$ 26.894,20
Costos de Administración de la Empresa									
1.1 Sueldos	Mes	60	\$ 2.535,40	\$ 152.124,00	\$ 12.677,00	\$ 12.677,00	\$ 12.677,00	\$ 12.677,00	\$ 12.677,00

1.2 Beneficios sociales	Mes	60	\$ 1.123,44	\$ 67.406,40	\$ 5.617,20	\$ 5.617,20	\$ 5.617,20	\$ 5.617,20	\$ 5.617,20
1.3 Publicidad	Mes	60	\$ 20,00	\$ 1.200,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00
Subtotal				\$ 220.730,40	\$ 18.394,20	\$ 18.394,20	\$ 18.394,20	\$ 18.394,20	\$ 18.394,20
Costos de Operación de la Empresa									
1.1 Cuidado del ganado	Mes	60	\$ 800,00	\$ 48.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00
1.2 Logística y venta	Mes	60	\$ 900,00	\$ 54.000,00	\$ 4.500,00	\$ 4.500,00	\$ 4.500,00	\$ 4.500,00	\$ 4.500,00
				102.000,00	8.500,00	8.500,00	8.500,00	8.500,00	8.500,00
TOTAL COSTOS OPERTIVOS				322.730,40	26.894,20	26.894,20	26.894,20	26.894,20	26.894,20

Realizado por: Andi, J. 2022.

Tabla 16-3: Amortización de la Deuda Aserlipimoc.

TABLA DE AMORTIZACIÓN ANUAL DE LA DEUDA "ASERLIPIMOC"						
Préstamo	BanEcuador					
Monto	\$ 113.549,00					
Interés	8%					
Año	Deuda	Interés	Capital	Pago Anual	Saldo	
1	\$ 113.549,00	\$ 9.322,37	\$ 22.709,80	\$ 32.032,17	\$ 90.839,20	
2	\$ 90.839,20	\$ 7.457,90	\$ 22.709,80	\$ 30.167,70	\$ 68.129,40	
3	\$ 68.129,40	\$ 5.593,42	\$ 22.709,80	\$ 28.303,22	\$ 45.419,60	
4	\$ 45.419,60	\$ 3.728,95	\$ 22.709,80	\$ 26.438,75	\$ 22.709,80	
5	\$ 22.709,80	\$ 1.864,47	\$ 22.709,80	\$ 24.574,27	\$ -	
Total		\$ 27.967,12	\$ 113.549,00			

Realizado por: Andi, J. 2022.

Tabla 17-3: Ingresos de Venta Aserlipimoc.

Ingresos por Ventas de Ganado Vacuno ASERLIPIMOC										
CONCEPTO	UNIDAD MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIA	TOTAL	SUBTOTAL ANUAL					
					AÑO 1	AÑO 2	AÑO3	AÑO4	AÑO 5	
Ventas				\$ 150.000,00	\$ 12.500,00	\$ 12.500,00	\$ 12.500,00	\$ 12.500,00	\$ 12.500,00	\$ 0
Costos de Administración de la Empresa										
Ganado Vacuno entre 1 año	Mes	25	\$ 500,00	\$ 62.500,00	\$ 5.208,33	\$ 5.208,33	\$ 5.208,33	\$ 5.208,33	\$ 5.208,33	\$ 5.208,33
Ganado Vacuno entre 1 a 2 años	Mes	20	\$ 875,00	\$ 87.500,00	\$ 7.291,67	\$ 7.291,67	\$ 7.291,67	\$ 7.291,67	\$ 7.291,67	\$ 7.291,67
Subtotal				\$ 150.000,00	\$ 12.500,00	\$ 12.500,00	\$ 12.500,00	\$ 12.500,00	\$ 12.500,00	\$ 0
TOTAL COSTOS OPERATIVOS				150.000,00	12.500,00	12.500,00	12.500,00	12.500,00	12.500,00	0

Realizado por: Andi, J. 2022.

Tabla 18-3: Rol de Pagos Aserlipimoc.

ROL DE PAGOS												
DEL 01 ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2021												
No	NOMBRES	INGRESOS				TOTAL INGRESOS	EGRESOS			TOTAL EGRESOS	TOTAL A PAGAR	FIRMAS
		SUELDO	HORAS EXTRAS				AP. PERSONAL 9,45%	ANTICIPO	RETENCIONES JUDICIALES			
			HORAS SUPLEM.	HORAS EXTRA.								
1	Administrador	\$ 600,00				\$ 600,00	\$ 56,70			\$ 56,70	\$ 543,30	
2	Secretaria	\$ 470,00				\$ 470,00	\$ 44,42			\$ 44,42	\$ 425,59	
3	Vendedor	\$ 465,00				\$ 465,00	\$ 43,94			\$ 43,94	\$ 421,06	
4	Trabajador 1	\$ 450,00				\$ 450,00	\$ 42,53			\$ 42,53	\$ 407,48	
5	Trabajador 2	\$ 450,00				\$ 450,00	\$ 42,53			\$ 42,53	\$ 407,48	
6	Trabajador 3	\$ 450,00				\$ 450,00	\$ 42,53			\$ 42,53	\$ 407,48	
TOTALES		\$ 2.435,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2.885,00	\$ 272,63	\$ -	\$ -	\$ 272,63	\$ 2.612,37	
_____ GERENTE						_____ CONTADOR						

Realizado por: Andi, J. 2021.

Tabla 19-3: Rol de Provisiones Aserlipimoc.

ROL DE PROVISIONES							
DEL 01 ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2021							
NOMBRES	TOTAL INGRESOS	RECARGOS LEGALES					COSTO TOTAL
		AP. PATRONAL 12,15%	XIII SUELDO	XIV SUELDO	FONDO DE RESERVA	VACACIONES	
Administrador	\$ 600,00	\$ 72,90	\$ 50,00	33,33	\$ 49,98	\$ 25,00	\$ 231,21
Secretaria	\$ 470,00	\$ 57,11	\$ 39,17	33,33	\$ 39,15	\$ 19,58	\$ 188,34
Vendedor	\$ 465,00	\$ 56,50	\$ 38,75	33,33	\$ 38,73	\$ 19,38	\$ 186,69
Trabajador 1	\$ 450,00	\$ 54,68	\$ 37,50	33,33	\$ 37,49	\$ 18,75	\$ 181,74
Trabajador 2	\$ 450,00	\$ 54,68	\$ 37,50	33,33	\$ 37,49	\$ 18,75	\$ 181,74
Trabajador 3	\$ 450,00	\$ 54,68	\$ 37,50	33,33	\$ 37,49	\$ 18,75	\$ 181,74
TOTALES		\$ 350,53	\$ 240,42	\$ 200,00	\$ 240,32	\$ 120,21	\$ 1.151,47
_____ GERENTE				_____ CONTADOR			

Realizado por: Andi, J. 2021.

Tabla 20-3: Balance de Resultados.

Aserlipimoc					
Balance de Resultados					
Años Proyectados					
Ingresos	Año 2021	Año2022	Año 2023	Año 2024	Año 2025
Ventas	\$ 150.000,00	\$ 151.575,00	\$ 152.848,23	\$ 154.132,16	\$ 155.426,87
Costo de producción	\$ 8.500,00	\$ 8.500,00	\$ 8.500,00	\$ 8.500,00	\$ 8.500,00
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 141.500,00	\$ 143.075,00	\$ 144.348,23	\$ 145.632,16	\$ 146.926,87
Gastos operacionales					
Administrativos	\$ 18.919,20	\$ 18.919,20	\$ 18.919,20	\$ 18.919,20	\$ 18.919,20
Ventas	\$ 1.200,00	\$ 1.210,08	\$ 1.220,24	\$ 1.230,49	\$ 1.240,83
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 121.380,80	\$ 122.945,72	\$ 124.208,78	\$ 125.482,46	\$ 126.766,83
financieros	\$ 9.322,37	\$ 7.457,90	\$ 5.593,42	\$ 3.728,95	\$ 1.864,47
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION A TRABAJADORES	\$ 112.058,42	\$ 115.487,82	\$ 118.615,36	\$ 121.753,51	\$ 124.902,36
Participación a trabajadores 15%	\$ 16.808,76	\$ 17.323,17	\$ 17.792,30	\$ 18.263,03	\$ 18.735,35
UTILIDAD ANTES DEL IR	\$ 95.249,66	\$ 96.049,76	\$ 96.856,58	\$ 97.670,17	\$ 98.490,60
impuesto a la renta 22%	\$ 20.954,93	\$ 21.130,95	\$ 21.308,45	\$ 21.487,44	\$ 21.667,93
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	\$ 74.294,74	\$ 74.918,81	\$ 75.548,13	\$ 76.182,73	\$ 76.822,67

Realizado por: Andi, J. 2021.

Tabla 21-3: Flujo de Fondos Aserlipimoc.

Flujo de Fondos Aserlipimoc					
Años	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad Neta	\$ 74.294,74	\$ 74.918,81	\$ 75.548,13	\$ 76.182,73	\$ 76.822,67
Depreciaciones	\$ 5.353,80	\$ 5.353,80	\$ 5.353,80	\$ 5.353,80	\$ 5.353,80
Amortizaciones	\$ 1.356,00	\$ 1.356,00	\$ 1.356,00	\$ 1.356,00	\$ 1.356,00
Total Flujo Neto de Fondos	\$ 67.584,94	\$ 68.209,01	\$ 68.838,33	\$ 69.472,93	\$ 70.112,87

Realizado por: Andi, J. 2021.

Tabla 22-3: VAN Inferior Aserlipimoc.

Periodo	Inversión	Factor Neto de Fondos	Factor Actual		Factor Neto de Fondos Acumulados
	\$ 133.549,00		1	\$ 133.549	
1		\$ 67.584,94	0,923		\$ 62.393,774
2		\$ 68.209,01	0,852		\$ 58.133,230
3		\$ 68.838,33	0,787		\$ 54.163,207
4		\$ 69.472,93	0,726		\$ 50.463,926
5		\$ 70.112,87	0,671		\$ 47.016,953
Total		\$ 344.218,08		\$ 133.549	\$ 272.171,088
VAN=	Factor Neto de Fondos Acumulados- Inversión Actualizada				
VAN=	\$ 140.021,694				

Inversión	\$ 133.549,00		Inversión Total	\$ 153.549,00
Capital propio	\$ 20.000,00	14,98%		
Inflación	1,05%			
Tasa pasiva BanEcuador	5,82%			
TOTAL		1,03%		
Capital ajeno	\$ 113.549,00	85,02%		
Tasa activa BanEcuador	8,58%			
TOTAL		7,30%		
TOTAL TASA		8,32%		

Realizado por: Andi, J. 2021.

Tabla 23-3: Periodo de Recuperación Aserlipimoc.

Del 01 de Enero 2021 al A 31 de Diciembre 2026			
PERIODO DE RECUPERACIÓN DE INVERSIÓN			
PERIODO	INVERSIÓN	FLUJO NETO DE FONDOS	FLUJO NETO DE FONDOS ACUMULADA
0	\$ 133.549,00		
1		\$ 67.584,94	\$ 67.584,94
2		\$ 68.209,01	\$ 135.793,95
3		\$ 68.838,33	\$ 204.632,28
4		\$ 69.472,93	\$ 274.105,21
5		\$ 70.112,87	\$ 344.218,08

Realizado por: Andi, J. 2021.

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE INVERSIÓN- CALCULO				
PRI	\$ 133.549,00	-	\$ 67.584,94	
PRI	\$ 65.964,06			
				96,7%
PRI		13		Meses
PRI		51		Semanas
PRI		353		Días

Tabla 24-3: Tasa Interna de Retorno Aserlipimoc.

Del 01 de Enero 2021 al A 31 de Diciembre 2026					
TASA INTERNA DE RETORNO					
PÉRIODO	INVERSIÓN	FLUJO NETO DE FONDOS	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	INVERSIÓN ACTUALIZADA	FLUJO NETO DE FONDO ACTUALIZADO
	\$ 133.549,00		1	\$ 133.549,00	
1		\$ 67.584,94	0,890		\$ 60.155,706
2		\$ 68.209,01	0,792		\$ 54.037,544
3		\$ 68.838,33	0,705		\$ 48.541,265
4		\$ 69.472,93	0,628		\$ 43.603,699
5		\$ 70.112,87	0,559		\$ 39.168,086
Tasa Referencial BanEcuador 12,35%				\$ 133.549,00	\$ 245.506,300

Realizado por: Andi, J. 2021.

VAN=	\$245.506,300	-	\$ 133.549,00
	\$111.957,300		
VAN TASA INFERIOR		=	\$ 138.622,09
VAN TASA SUPERIOR		=	\$ 111.957,30
TASA INFERIOR		=	8,32%
TASA SUPERIOR		=	12,35%

Tabla 25-3: Beneficio Costo Aserlipimoc.

$\text{Tasa interna de retorno} = \text{Tasa de descuento} + (\text{Diferencia entre tasas}) \left(\frac{\text{VAN tasa inferior}}{\text{Diferencia absoluta entre VAN}} \right)$		
$\text{TIR} = 0,0832 + (0,1235 - 0,0832) \left(\frac{140.021,69}{140.021,69 - 113.219,86} \right)$		
TIR =		29,25%
Aserlipimoc		
Del 01 de Enero 2021 al A 31 de Diciembre 2026		
Beneficio Costo		
$\text{Beneficio costo} = \frac{\text{Flujo neto de fondo actualizadas}}{\text{Inversión actualizada}}$		
Flujo neto de fondo actualizadas	=	\$ 272.171,09
Inversión actualizada	=	\$ 133.549,00
B/C	=	\$ 2,04

Realizado por: Andi, J. 2021.

Tabla 26-3: Punto de Equilibrio Aserlipimoc.

Punto de Equilibrio	
$\text{Punto de equilibrio} = \frac{227.030,43}{1 - \frac{102.000,00}{150.000,00}} = \$709.470,09$	
$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costos fijos}}{1 - \frac{\text{Costos variables}}{\text{Ingresos}}}$	
Costos Fijo	\$ 227.030,43
Costos variables	\$ 102.000,00
Costo total	\$ 329.030,43
Ingresos	\$ 150.000,00
P.E.	\$ 709.470,09

Realizado por: Andi, J. 2021.

Análisis de Resultados

Como se puede observar en cada uno de los cuadros, las cantidades efectuadas se referencian a aproximaciones reales por las cuales se tomaron en consideración en este estudio ya que con ello se prevé evaluar la viabilidad del proyecto de inversión con el objetivo de dinamizar los recursos estancados en la organización Aserlipimoc.

Como primer punto tenemos la determinación del VAN, que mide los flujos de los ingresos y egresos futuros que en un proyecto obtendrá en un tiempo determinado, en este caso obtuvimos un VAN de \$ 138.622,08, frente al valor total de la inversión de \$ 133.549,00, cada una de las cifras se calcularon con el interés respectivo de la entidad financiera BanEcuador, tasa activa del 8.58% y la tasa pasiva 8,58%, con relación a los créditos de producción. Es decir que el proyecto de inversión va generar ganancias frente a la inversión inicial y para la cual se debe tomar en consideración cada una de las directrices de evaluación de proyectos.

Segundo punto el TIR, es un indicador que indica la rentabilidad relativa del proyecto en este caso el TIR es de 29,25% frente a la tasa de descuento de 12,35 % lo que indica que, al aplicar el proyecto de inversión, va generar recursos necesarios para poder cubrir las obligaciones emitidas por la inversión realizada, es decir que la tasa interna de retorno es aceptable frente a la tasa de descuento.

Por otro lado, también tenemos la interpretación de periodo de recuperación de la inversión con relación a los 5 periodos de los cuales se ha estimado la recuperación de la inversión a trece meses y 353 días, ya que esta inversión se enfoca a largo plazo por lo que es muy importantes tomar en cuenta cada uno de los años en los cuales se necesita más trabajo para poder cumplir con los objetivos y metas planteadas.

El beneficio costo es uno de los rubros más importantes para determinar si los beneficios están a favor de la organización o caso contrario trabajamos bajo la tutela de los costos, en este caso el beneficio costo es de \$ 2,04 lo que significa que nuestra inversión se ha recuperado satisfactoriamente y el proyecto de inversión es viable, es decir que la inversión de cada dólar invertido se va ganar \$ 1.04.

Y como parte final tenemos al punto de equilibrio, el cual indica la cantidad de ingresos que necesita para cubrir sus gastos antes de que pueda generar o lograr una ganancia, en este caso el punto de equilibrio es \$ 709.470,09 lo que significa que durante los 5 años debe alcanzar dicho rubro para obtener una ganancia caso contrario no podrá mantener un margen de utilidad.

3.3.7 Estudio Técnico de las Operaciones del Negocio

Para la determinación de una nueva línea de servicios se tomó en consideración el portal Invitación de la SERCOP y el de la organización Aserlipimoc.

A continuación, se detalla los requerimientos emitidos por la SECOP y las instituciones públicas:

Tabla 27-3: Requerimientos de los servicios de Limpieza con bases del Portal de la SERCOP.

Requerimientos de los servicios de Limpieza con bases del Portal de la SERCOP			
N°.	Instituciones/Organización	Servicio Requerido	Fecha emisión
1	Hospital Mariana de Jesús.	Contratación del servicio externalizado de lavandería, desmanchado, desinfectado, secado, planchado, doblado, empacado y etiquetado de lencería hospitalaria para el Hospital del Día Mariana de Jesús.	Lunes, 7 de diciembre de 2020.
2	Hospital Básico – Durán.	Contratación del servicio de aseo y limpieza hospitalaria (jornada completa de 24 horas) para el Hospital Básico Durán.	Martes, 8 de diciembre de 2020.
3	Dirección Distrital 14D03 - Logroño - Sucua – Salud.	Contratación del Servicio de lavandería hospitalaria y adecuación de material textil tipo 1 para el Hospital Básico de Sucua de la Dirección Distrital 14D03 – Logroño – Sucúa – Salud.	Miércoles, 9 de diciembre de 2020.
4	Dirección Distrital 05D04 -Pujili-Saquisili-Salud.	Contratación del Servicio de lavandería: lavado, secado y planchado de lencería hospitalaria para las Unidades Operativas de la Dirección Distrital 05D04 Pujilí – Saquisilí – Salud.	Jueves, 10 de diciembre de 2020.
5	Gobierno Autónomo Descentralizado del Distrito Metropolitano de Quito.	Contratación de: servicio de limpieza y desinfección para las instalaciones del Centro de Atención Temporal “Quito Solidario”.	Lunes, 14 de diciembre de 2020.
6	Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Portoviejo.	Cambio de materiales filtrantes de los módulos C, D y E de la Planta Cuatro esquinas Cantón Portoviejo perteneciente a la EPM Portoaguas.	Martes, 15 de diciembre de 2020.

7	Dirección Distrital 17D03.	Contratación Priorizada del servicio de lavado de lencería hospitalaria para el Distrito 17D03 – Salud.	Miércoles, 16 de diciembre de 2020.
8	IESS Hospital de Chone.	Servicio de Limpieza Hospitalaria para las áreas internas y externas del Hospital Básico Chone para el año 2021.	Jueves, 17 de diciembre de 2020.
9	Hospital Provincial Dr. Verdi Cevallos Portoviejo (Manabí).	Contratación del Servicio Externalizado de Lavandería y Desinfección de lencería hospitalaria del Hospital Provincial de Portoviejo “Dr. Verdi Cevallos Balda.	Viernes, 18 de diciembre de 2020.
10	Dirección Distrital de Salud No. 09D21.	Contratación del Servicio de Limpieza para el hospital Básico del Naranjito Perteneciente al Distrito 09D21 San Jacinto de Yaguachi-Salud.	Martes, 22 de diciembre de 2020.
11	Hospital General Esmeraldas Sur-Delfina Torres de Concha.	Contratación del Servicio de lavado, desmanchado, desinfectado, secado, planchado, doblado de lencería hospitalaria para el Hospital General Esmeraldas Sur Delfina Torres de Concha.	Miércoles, 23 de diciembre de 2020.
12	Empresa Pública Metropolitana de Agua Potable y Saneamiento.	Limpieza de Sumideros a Presión en el Área de Influencia de la Unidad de Operaciones Norte 2020.	Jueves, 24 de diciembre de 2020.
13	Dirección Distrital 01D04 - Chordeleg - Gualaceo – Salud.	Contratación del Servicio de aseo y limpieza hospitalaria para el hospital moreno Vázquez de Gualaceo perteneciente al Distrito 01D04 Chordeleg Gualaceo Salud.	Lunes, 28 de diciembre de 2020.
14	Hospital General Docente de Calderón.	Servicio Especializado de Limpieza y Desinfección Hospitalaria de áreas críticas, semi-críticas, no críticas y administrativas; recolección y clasificación de desechos sanitarios; lavandería especializada, secado, doblado, planchado, costura, zurcido, clasificación, distribución de prendas y lencería del Hospital General Docente de Calderón.	Miércoles, 30 de diciembre de 2020.
	Hospital General Rodríguez Zambrano.	Servicio de Limpieza Hospitalaria, Desinfección de	Jueves, 31 de

15		áreas críticas, semi-críticas, no críticas y áreas administrativas, recolección clasificación de desecho sanitarios, para las instalaciones de contingencias del hospital Rodríguez Zambrano – Manta.	diciembre de 2020.
16	Centro Clínico Quirúrgico Ambulatorio Hospital del Día Central Loja.	Contratación del Servicio de Limpieza Hospitalaria Integral para las Instalaciones del Centro Clínico Quirúrgico Ambulatorio Hospital del Día Central Loja a partir del 16 de febrero de 2021 hasta el 15 de febrero de 2022.	Miércoles, 27 de enero de 2021.
17	EP Petroecuador Empresa pública de Hidrocarburos del Ecuador.	Servicio de Limpieza en los Centros Operativos y, limpieza, arreglo de habitaciones y lavandería para los campamentos de la zona oriente de la EP Petroecuador.	Viernes, 29 de enero de 2021.
18	Hospital Básico el Puyo.	Contratación del Servicio de Limpieza Hospitalaria para Unidades de salud de Primer y segundo nivel (jornada completa 24 horas) para el Hospital Básico el Puyo.	Viernes, 29 de enero de 2021.
19	EP Petroecuador “Empresa Pública de Hidrocarburos del Ecuador”.	Servicio de Limpieza, arreglo de habitaciones y lavandería Zona Oriente.	Martes, 02 de febrero de 2021.
20	Centro Clínico Quirúrgico Ambulatorio Hospital del Día Norte-Tarqui.	Servicio de Mantenimiento Preventivo y Correctivo del Sistema Hidrosanitario (aguas servidas, agua potable, aguas lluvias), bombas de presión de agua, cisternas, Servicios Higiénicos del CCQA Hospital del Día Norte Tarqui.	Miércoles, 3 febrero de 2021.
21	Dirección Distrital 12d03 Quevedo - Mocache Salud.	Contratación del Servicio Limpieza Hospitalaria para áreas críticas, semi-críticas para el centro de salud tipo C San Jacinto de Buena Fe y Centro de Salud Valencia que pertenecen a la Dirección distrital 12 d03 Quevedo salud.	Miércoles, 10 de febrero de 2021.
22	Hospital General Portoviejo.	Contratación del servicio de limpieza hospitalaria jornada completa de 24 horas para el hospital general Portoviejo.	Viernes, 12 de febrero de 2021


23	Hospital Gineco Obstétrico.	Servicio de Lavandería Hospitalaria y Adecuación del Material Textil (lavado, desinfectado, secado, planchado, doblado, reparación y reparto de lencería y prendas de forma) sin equipamiento del Hospital Gineco Obstétrico Pediátrico de Nueva Aurora Luz Elena Arisme.	Viernes, 12 febrero de 2021.
24	Ministerio del Interior - Dirección Nacional de Salud de la Policía Nacional.	Contratación de una empresa especializada en el servicio de limpieza para las instalaciones interna y externas del Centro Integral de Especialidades Centro CIEC adscrita a la Dirección Nacional de Atención Integral en Salud.	Miércoles, 17 febrero de 2021.
25	Centro de Salud A-Cotacachi.	Contratación del servicio de limpieza hospitalaria para el centro de salud a Cotacachi, incluye insumos de aseo y desinfección profunda, periodo 2021 – 2022.	Jueves, 18 febrero de 2021
Total de los Requerimientos Emitidas por la Instituciones (SERCOP)			25

Fuente: Portal de Invitación Aserlipimoc (SERCOP).

Realizado por: Andi, J. 2021.

Estimación de los servicios que brinda Aserlipimoc (Producto).

Tabla 28-3: Estimación de los Servicios que oferta Aserlipimoc.

 SERVICIOS QUE OFERTA ASERLIPIMOC	
N°.	Detalle
1	Limpieza y Mantenimiento campamentos (Instalaciones internas y externas)
2	Limpieza y Mantenimiento de muebles y enseres.
3	Mantenimiento y adecuación de jardinería.
4	Limpieza de líneas eléctricas.

5	Limpieza de oficinas (Limpieza de suelos tipo baldosa y porcelanato, limpieza de muebles, limpieza de barreras, limpieza de paredes, limpieza de bebederos y dispensadores de agua, limpieza de plantas y macetas, limpieza de persianas y ventanas, limpieza de equipos como computadoras, impresoras, teléfonos, etc. Limpieza de ascensor, gradas y pasamanos, limpieza de garitas, limpieza de inodoro, lavamanos, urinarios, decisiones interiores, limpieza de espejos y cristales, vaciado de papeleras, desinfección minuciosa de los elementos mencionados, reposición de materiales; servilletas, papel higiénico, jabón, fundas, lavado de vajillas, fumigación de oficinas)
6	Limpieza de Vías (Desbroce de hierbas)
7	Plomería
Servicios Adicionales	
8	Eliminación de plagas
9	Lavado de Autos
10	Mantenimiento y limpieza de casas


Realizado por: Andi, J. 2021.

El detalle de los servicios que se oferta está en base a las exigencias de las entidades contratantes y bajo los requerimientos emitidos por la SERCOP, y por ende por la razón social que la organización mantiene en vigencia en su actividad económica. También teniendo en cuenta la concurrencia en la que se celebran los contratos por lapsos de 1 año a dos años dependiendo el tipo de requerimiento que emitan las entidades.

Precios de los servicios que oferta Aserlimipoc.

En base a los estatutos que mantiene la organización se detalla cada uno de los servicios con su respectivo precio estimado en el mercado de competencias:

Tabla 29-3: Servicio que Oferta Aserlipimoc.

		SERVICIOS QUE OFERTA ASERLIPIMOC
N°.	Detalle	Precios estimados por metros cuadrados y Kilómetros.
1	Limpieza y Mantenimiento campamentos (Instalaciones internas y externas).	\$ 1,80 m2.
2	Limpieza y Mantenimiento de muebles y enseres.	\$ 1,50 m2.
3	Mantenimiento y adecuación de jardinería.	\$ 1,50 m2.
4	Limpieza de líneas eléctricas.	\$ 1.500,00 km.
5	Limpieza de oficinas (Limpieza de suelos tipo baldosa y porcelanato, limpieza de muebles, limpieza de barreras, limpieza de paredes, limpieza de bebederos y dispensadores de agua, limpieza de plantas y macetas, limpieza de persianas y ventanas, limpieza de equipos como computadoras, impresoras, teléfonos, etc. Limpieza de ascensor, gradas y pasamanos, limpieza de garitas, limpieza de inodoro, lavamanos, urinarios, decisiones interiores, limpieza de espejos y cristales, vaciado de papeleras, desinfección minuciosa de los elementos mencionados, reposición de materiales; servilletas, papel higiénico, jabón, fundas, lavado de vajillas, fumigación de oficinas).	\$ 1,80 m2.
6	Limpieza de Vías (Desbroce de hierbas).	\$ 1.500,00 el km.
7	Plomería.	\$ 1.50 m2.
Servicios Adicionales		
8	Eliminación de plagas.	
9	Lavado de Autos.	
10	Mantenimiento y limpieza de casas.	\$ 1.60 m2.

Realizado por: Andi, J. 2021.

Principales competidores locales a nivel de los sectores de influencia.

Tabla 30-3: Principales competidores.

NUMERO DE ASOCIACIONES		
N°.	Detalle	Servicio que oferta
1	ASOCIACIÓN DE SERVICIOS DE LIMPIEZA NYTTIDA "ASOSERLINY".	Servicios de Limpieza.
2	ASOCIACIÓN DE SERVICIOS DE LIMPIEZA PIEDRA FINA DE MANTENIMIENTO DE OBRA CIVIL ASERLIPIMOC.	Multiservicios.
3	ASOCIACION DE SERVICIOS DE LIMPIEZA EL CHACO ASOLICLEAN.	Servicios de Limpieza.
4	ASOCIACION DE SERVICIOS DE LIMPIEZA MANDURIACU ASOMAND.	Servicios de Limpieza.
5	ASOCIACION DE PRESTACION DE SERVICIOS DE LIMPIEZA Y ALIMENTACION NUEVO MILENIO SANTA ROSA DE EL CHACO ASOPRESCHAC.	Multiservicios.

Fuente: GAD EL CHACO.

Realizado por: Andi, J. 2021.

Cada una de las organizaciones mencionadas van de la mano con la competencia local ya que por ley se debe contratar asociaciones locales y que estén en los sectores de influencia del proyecto, es por ello que se tomó en consideración las 5 organizaciones que están en constante pela por cada contrato emitido por CELEC EP.

Mercado potencial y alcance de las empresas públicas y privadas que requieren el servicio.

La lista de clientes que se encuentran ubicadas en el sector son:

1. Petroecuador.
2. Cuerpo de ingenieros.
3. Celec Ep.
4. Empresa eléctrica Quito.
5. Gobiernos Autónomos.

6. Hospitales y subcentros.
7. Empresas Privadas (Bancos, cooperativas, compañías, entre otras).
8. Residencias locales.

Dentro de este estudio se tomó en consideración a un sondeo local de las empresas que más demande de servicios ofertan a cada una de las organizaciones constituidas en este cantón.

Canales de Ofertas de los Servicios.

Para la oferta de los servicios se prevé realizar y utilizar herramientas digitales que permitan realizar un alcance considerable en la captación de clientes potenciales como:

- Redes sociales.
- Libretas de presentación.
- Aplicaciones digitales.

De esta manera se prevé alcanzar a la mayoría de los clientes potenciales que requieren captar nuestros servicios.

Análisis de Alcance de los servicios a los que puedo cubrir.

En este caso las plazas que puede cubrir la organización es a una institución pública ya que los contratos únicamente periten realizar una adjudicación al año dependiendo del tipo de contrato que sea, es una de las desventajas en la contratación pública y también la capacidad económica que es otro paradigma en tema de desventajas. Una de las ventajas es la contratación privada que demanda muchas más facilidades para extender servicios lo que implica que es factibles aprovechar dicha plaza.

La organización puede mantener prestando servicios a una institución públicas y a dos empresas privadas por temas de competencia y la igualdad de oportunidades de las demás organizaciones existentes. Una de las estrategias también que se debe contemplar es la creación de nuevos RUP como personas naturales que permitan captar 1 o 2 contratos adicionales al existente mediante una alianza que permitirá acaparar la prestación de servicios a más instituciones.

El tiempo en que las empresas públicas requieren el servicio es de un lapso de un año donde se puede renovar el contrato como también se puede liquidar con opciones a licitar a otras instituciones públicas.

Selección de la nueva línea de servicios.

De un total de 25 requerimientos emitidos por el portal de la SERCOP y las instituciones públicas, se procede a clasificar:

Tabla 31-3: Ponderación de Servicios Requeridos.

N°.	Tipo de servicio	Hospitalario	Mantenimiento	Otros
1	Servicio de limpieza hospitalaria.	X		
2	Servicio de limpieza para las instalaciones interna y externas.		X	
3	Servicio de Lavandería Hospitalaria y Adecuación del Material Textil.	X		
4	Servicio de limpieza hospitalaria.	X		
5	Servicio Limpieza Hospitalaria.	X		
6	Servicio de Mantenimiento Preventivo y Correctivo del Sistema Hidrosanitario.		X	
7	Servicio de Limpieza, arreglo de habitaciones y lavandería.			X
8	Servicio de Limpieza Hospitalaria.	X		
9	Servicio de Limpieza Hospitalaria.	X		
10	Servicio Especializado de Limpieza y Desinfección Hospitalaria.	X		
11	Servicio de aseo y limpieza hospitalaria.	X		
12	Servicio de aseo y limpieza hospitalaria.	X		
13	Limpieza de Sumideros a Presión en el Área de Influencia.		X	
14	Servicio hospitalario.	X		
15	Servicio de Limpieza para hospital.	X		
16	Servicio Externalizado de Lavandería y Desinfección de lencería hospitalaria.	X		
17	Servicio externalizado de lavandería, desmanchado, desinfectado, secado, planchado, doblado, empacado y etiquetado de lencería hospitalaria.			X

18	Servicio de aseo y limpieza hospitalaria.	X		
19	Servicio de lavandería hospitalaria y adecuación de material textil.	X		
20	Servicio de lavandería: lavado, secado y planchado de lencería hospitalaria.	X		
21	Servicio de limpieza y desinfección.			X
22	Cambio de materiales filtrantes de los módulos.			X
23	Servicio de lavado de lencería hospitalaria.	X		
24	Servicio de Limpieza Hospitalaria.	X		
25	Servicio de Limpieza Hospitalaria.	X		
Total		18	3	4
Valor %		72%	12%	16%

Realizado por: Andi, J. 2021.

Como se puede evidenciar en el cuadro de ponderación de los requerimientos de servicios se determinó una nueva línea de tipo hospitalaria, ya que se puede observar una demanda del 72% de servicios hospitalarios frente al 16% en otros servicios y con 12% en servicios de mantenimiento, es decir que un servicio hospitalario es mejor alternativa de incorporación para la organización Aserlipimoc.

También se puede evidenciar que la nueva línea de servicios a la cual se pretender incorporar son los servicios hospitalarios, es decir que la implementación de la nueva línea de servicios tiene como objetivo mitigar la demanda insatisfecha emitida por las entidades contratantes.

Se debe tomar en consideración la implementación de una proforma para aquel servicio ya que es muy importante estar al tanto de cada uno de los servicios que se ofrece a cualquier tipo de entidad contratante, es por ello que la organización Aserlipimoc debe trabajar con nuevas estrategias

de mercado que ayuden a acaparar los servicios faltantes dentro de las entidades que requieran el servicio.

3.3.8 Viabilidad Económica Financiera

3.3.8.1 Análisis operativo de la Organización Aserlipimoc

El calendario de inversiones se fundamenta básicamente en evaluar una inversión, para determinar si la inversión que se va a realizar es factible en un futuro.

Tabla 32-3: Inversiones y Financiamiento Aserlipimoc.

Inversiones y Financiamiento de Largo Plazo							
Calendario de Inversiones							
Rubros de Inventario	0	1	2	3	4	5	
Activos Fijos							
Maquinaria		\$ 2.000,00					\$ 2.000,00
Mobiliario		\$ 2.765,00					\$ 2.765,00
vehículos		\$ -					\$ -
Equipo de Computo		\$ 2.000,00					\$ 2.000,00
Total Activos Fijos							\$ 6.765,00
Activos Diferidos							
Gasto de Constitución	\$ 200,00						\$ 200,00
Gasto de Organización	\$ 200,00						\$ 200,00
Gasto de Instalación							\$ -
Gasto de Investigación							\$ -
Total Activos Diferidos							\$ 400,00
Capital de trabajo							
Capital de trabajo:		\$ 676,50	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 4.676,50
Caja bancos							
Cuentas por cobrar							
Inventarios							
Total Capital de Trabajo							\$ 4.676,50
Total Inversiones							\$ 11.841,50

Realizado por: Andi, J. 2021.

Tabla 33-3: Inversión y Financiamiento Aserlipimoc

Inversión y Financiamiento		
A. Inversiones del Proyecto	Valor \$	%
Activos Corrientes		
Capital de Trabajo	\$ 4.676,50	39,49%
Activos Fijos		
Maquinaria	\$ 2.000,00	16,89%
Mobiliario	\$ 2.765,00	23,35%
Vehículos	\$ -	0,00%
Equipo de Computo	\$ 2.000,00	16,89%
Total Activos Fijos	\$ 6.765,00	57,13%
Activos Diferidos		
Gasto de Constitución	\$ 200,00	1,69%
Gasto de Organización	\$ 200,00	1,69%
Total Activos Diferidos	\$ 400,00	3,38%
Total Inversión	\$ 11.841,50	100,00%
B . Financiamiento del Proyecto		
Pasivos	\$ 40.000,00	88,74%
Préstamo Corto Plazo	\$ 40.000,00	88,74%
Préstamo Largo Plazo	\$ -	0,00%
Patrimonio		
Capital Social	\$ 5.076,50	11,26%
Total Pasivos + Patrimonio (Financiamiento)	\$ 45.076,50	100,00%

Realizado por: Andi, J. 2021.

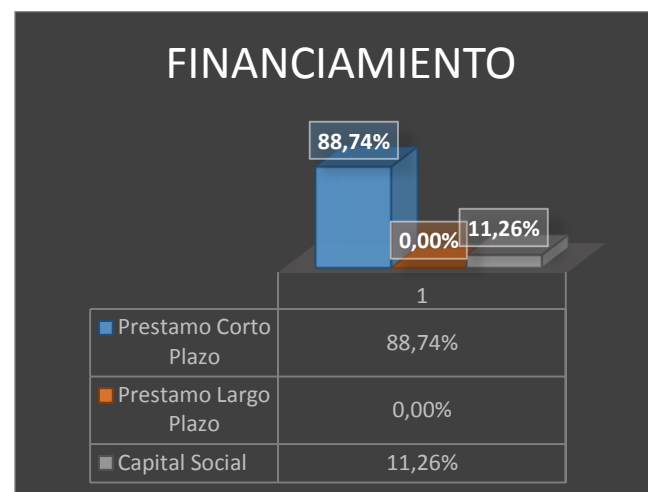
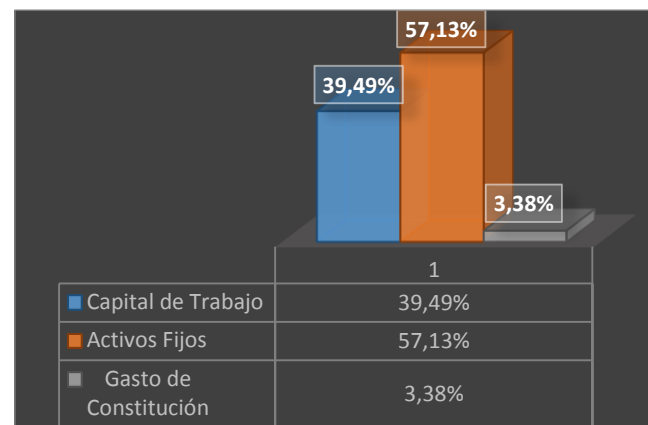


Tabla 34-3: Inversión y Financiamiento por Rubro Aserlipimoc.

Inversiones y Financiamiento (por rubro)					
Rubro de Inversiones	Inversiones (Uso)	Fuentes de Financiamiento			
		Capital Social	CFN	Cooperativas	Proveedores
Maquinaria	\$ 2.000,00				
Mobiliario	\$ 2.765,00				
Vehículos	\$ -		\$ 40.000,00		
Equipo de Computo	\$ 2.000,00				
Total Activos Fijos	\$ 6.765,00		\$ 40.000,00	\$ -	
Activos Diferidos					
Gasto de Constitución	\$ 200,00	\$ 200,00			
Gasto de Organización	\$ 200,00	\$ 200,00			
Total Activos Diferidos	\$ 400,00	\$ 400,00			
Capital de trabajo:					
Capital de Trabajo	\$ 4.676,50	\$ 4.676,50			
Total Capital de Trabajo	\$ 4.676,50	\$ 4.676,50			
Total Inversiones	\$ 11.841,50				
Total Financiamiento	\$ 11.841,50	\$ 5.076,50	\$ 40.000,00	\$ -	\$ -

Realizado por: Andi, J. 2021.

Tabla 35-3: Tabla de Amortización de la Deuda Aserlipimoc.

Tabla de Amortización de la Deuda					
Entidad	BanEcuador				
Monto	\$ 40.000,00				
Tasa de Interés (Nominal)	9,76%				
Método de Calculo	Cuota decreciente				
Mes	Deuda	Interés	Capital	Cuota Mensual	Saldo
1	\$ 40.000,00	\$ 325,33	\$ 3.333,33	\$ 3.658,67	\$ 36.666,67
2	\$ 36.666,67	\$ 298,22	\$ 3.333,33	\$ 3.631,56	\$ 33.333,33
3	\$ 33.333,33	\$ 271,11	\$ 3.333,33	\$ 3.604,44	\$ 30.000,00
4	\$ 30.000,00	\$ 244,00	\$ 3.333,33	\$ 3.577,33	\$ 26.666,67
5	\$ 26.666,67	\$ 216,89	\$ 3.333,33	\$ 3.550,22	\$ 23.333,33
6	\$ 23.333,33	\$ 189,78	\$ 3.333,33	\$ 3.523,11	\$ 20.000,00
7	\$ 20.000,00	\$ 162,67	\$ 3.333,33	\$ 3.496,00	\$ 16.666,67
8	\$ 16.666,67	\$ 135,56	\$ 3.333,33	\$ 3.468,89	\$ 13.333,33
9	\$ 13.333,33	\$ 108,44	\$ 3.333,33	\$ 3.441,78	\$ 10.000,00
10	\$ 10.000,00	\$ 81,33	\$ 3.333,33	\$ 3.414,67	\$ 6.666,67
11	\$ 6.666,67	\$ 54,22	\$ 3.333,33	\$ 3.387,56	\$ 3.333,33
12	\$ 3.333,33	\$ 27,11	\$ 3.333,33	\$ 3.360,44	\$ -
Total		\$ 2.114,67	\$ 40.000,00		

Realizado por: Andi, J. 2021.

Tabla 36-3: Depreciación y Amortización.

Calculo de Depreciaciones y Amortizaciones									
Rubros de Inversión	Vida Útil	Valor de Adquisición	Años					Total	Valor de Salvamento
			1	2	3	4	5		
Activos fijos									
Maquinaria	10	\$ 2.000,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
Mobiliario	10	\$ 2.765,00	\$ 276,50	\$ 276,50	\$ 276,50	\$ 276,50	\$ 276,50	\$ 1.382,50	\$ 1.382,50
vehículos	5	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Equipo de Computo	3	\$ 2.000,00	\$ 666,67	\$ 666,67	\$ 666,67			\$ 2.000,00	\$ -
Total Activos Fijos		\$ 6.765,00	\$ 1.143,17	\$ 1.143,17	\$ 1.143,17	\$ 476,50	\$ 476,50	\$ 4.382,50	\$ 2.382,50
Activos Diferidos									
Gasto de Constitución		\$ 200,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 200,00	\$ -
Gasto de Organización		\$ 200,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 200,00	\$ -
Total Activos Diferidos		\$ 400,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 400,00	\$ -

Realizado por: Andi, J. 2021.

Tabla 37-3: Rol de Pagos y Provisiones.

Rol de Pagos										
N°	Nomina	Cargo	Ingresos			Total Ingresos	Descuentos		Total Descuentos	Liquidado a pagar
			SBU	Bono de Carga Admi.	Bono de Resp.		Aportes IESS9,45%	Aporte. Trabajador		
Administración										
1	A	Presidente	\$ 700,00		\$ 122,14	\$ 822,14	\$ 77,69	\$ 5,00	\$ 82,69	\$ 744,45
2	B	Administrador	\$ 650,00		\$ 40,91	\$ 690,91	\$ 65,29	\$ 5,00	\$ 70,29	\$ 625,62
3	C	Secretaria	\$ 550,00	\$ 100,00	\$ 40,91	\$ 690,91	\$ 65,29	\$ 5,00	\$ 70,29	\$ 625,62
Subtotal			\$ 1.900,00	\$ 100,00	\$ 203,96	\$ 2.203,96	\$ 208,27	\$ 15,00	\$ 223,27	\$ 1.995,69
Operarios										
4	D	Operario 1	\$ 525,00		\$ 40,91	\$ 565,91	\$ 53,48	\$ 5,00	\$ 58,48	\$ 512,43
5	E	Operario 2	\$525,00		\$ 40,91	\$ 565,91	\$ 53,48	\$ 5,00	\$ 58,48	\$ 512,43

6	F	Operario 3	\$ 525,00		\$ 40,91	\$ 565,91	\$ 53,48	\$ 5,00	\$ 58,48	\$ 512,43
7	G	Operario 4	\$ 525,00		\$ 40,91	\$ 565,91	\$ 53,48	\$ 5,00	\$ 58,48	\$ 512,43
8	H	Operario 5	\$ 525,00		\$ 40,91	\$ 565,91	\$ 53,48	\$ 5,00	\$ 58,48	\$ 512,43
9	I	Operario 6	\$ 525,00		\$ 40,91	\$ 565,91	\$ 53,48	\$ 5,00	\$ 58,48	\$ 512,43
10	J	Operario 7	\$ 525,00		\$ 40,91	\$ 565,91	\$ 53,48	\$ 5,00	\$ 58,48	\$ 512,43
11	K	Operario 8	\$ 525,00		\$ 40,91	\$ 565,91	\$ 53,48	\$ 5,00	\$ 58,48	\$ 512,43
12	L	Operario 9	\$ 525,00		\$ 40,91	\$ 565,91	\$ 53,48	\$ 5,00	\$ 58,48	\$ 512,43
13	M	Operario 10	\$ 525,00		\$ 40,91	\$ 565,91	\$ 53,48	\$ 5,00	\$ 58,48	\$ 512,43
14	N	Operario 11	\$ 525,00		\$ 40,91	\$ 565,91	\$ 53,48	\$ 5,00	\$ 58,48	\$ 512,43
15	O	Operario 12	\$ 525,00		\$ 40,91	\$ 565,91	\$ 53,48	\$ 5,00	\$ 58,48	\$ 512,43

Realizado por: Andi, J. 2021.

16	P	Operario 13	\$ 525,00		\$ 40,91	\$ 565,91	\$ 53,48	\$ 5,00	\$ 58,48	\$ 512,43
17	Q	Operario 14	\$ 525,00		\$ 40,91	\$ 565,91	\$ 53,48	\$ 5,00	\$ 58,48	\$ 512,43
18	R	Operario 15	\$ 525,00		\$ 40,91	\$ 565,91	\$ 53,48	\$ 5,00	\$ 58,48	\$ 512,43
19	S	Operario 16	\$ 525,00		\$ 40,91	\$ 565,91	\$ 53,48	\$ 5,00	\$ 58,48	\$ 512,43
20	T	Operario 17	\$ 525,00		\$ 40,91	\$ 565,91	\$ 53,48	\$ 5,00	\$ 58,48	\$ 512,43
21	U	Operario 18	\$ 525,00		\$ 40,91	\$ 565,91	\$ 53,48	\$ 5,00	\$ 58,48	\$ 512,43
22	V	Operario 19	\$ 525,00		\$ 40,91	\$ 565,91	\$ 53,48	\$ 5,00	\$ 58,48	\$ 512,43
23	W	Operario 20	\$ 525,00		\$ 40,91	\$ 565,91	\$ 53,48	\$ 5,00	\$ 58,48	\$ 512,43
24	X	Operario 21	\$ 525,00		\$ 40,91	\$ 565,91	\$ 53,48	\$ 5,00	\$ 58,48	\$ 512,43
25	Y	Operario 22	\$ 525,00		\$ 40,91	\$ 565,91	\$ 53,48	\$ 5,00	\$ 58,48	\$ 512,43

26	Z	Operario 23	\$ 525,00		\$ 40,91	\$ 565,91	\$ 53,48	\$ 5,00	\$ 58,48	\$ 512,43
27	AA	Operario 24	\$ 525,00		\$ 40,91	\$ 565,91	\$ 53,48	\$ 5,00	\$ 58,48	\$ 512,43
28	BB	Operario 25	\$ 525,00		\$ 40,91	\$ 565,91	\$ 53,48	\$ 5,00	\$ 58,48	\$ 512,43
29	CC	Operario 26	\$ 525,00		\$ 40,91	\$ 565,91	\$ 53,48	\$ 5,00	\$ 58,48	\$ 512,43
30	DD	Operario 27	\$ 525,00		\$ 40,91	\$ 565,91	\$ 53,48	\$ 5,00	\$ 58,48	\$ 512,43
Subtotal			\$ 14.175,00	\$ -	\$ 1.104,57	\$ 15.279,57	\$ 1.443,92	\$ 135,00	\$ 1.578,92	\$ 13.835,65
Supervisión										
31	EE	Supervisor 1	\$ 600,00		\$ 122,14	\$ 722,14	\$ 68,24	\$ 5,00	\$ 73,24	\$ 653,90
32	FF	Supervisor 2	\$ 600,00		\$ 122,14	\$ 722,14	\$ 68,24	\$ 5,00	\$ 73,24	\$ 653,90
Subtotal			\$ 1.200,00	\$ -	\$ 244,28	\$ 1.444,28	\$ 136,48	\$ 10,00	\$ 146,48	\$ 1.307,80
Total Mensual			\$ 17.275,00	\$ 100,00	\$ 1.552,81	\$ 18.927,81	\$ 1.788,68	\$ 160,00	\$ 1.948,68	\$ 17.139,13

Total Anual	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	207.300,00	1.200,00	18.633,72	227.133,72		21.464,14	1.920,00	23.384,14	205.669,58
Rol de provisiones									
Rol de provisiones Administrativo									
N°	Nomina	Cargo	Base Imponible	Aporte IESS	XIII Sueldo	XIV Sueldo	Vacaciones	Fondos de Reserva	Total Provisiones
1	A	Presidente	\$ 700,00	\$ 85,05	\$ 58,33	\$ 33,33	\$ 29,17	\$ 58,3	\$ 264,22
2	B	Administrador	\$ 650,00	\$ 78,98	\$ 54,17	\$ 33,33	\$ 27,08	\$ 54,2	\$ 247,73
3	C	Secretaria	\$ 550,00	\$ 66,83	\$ 45,83	\$ 33,33	\$ 22,92	\$ 45,8	\$ 214,74
Total			\$ 1.900,00	\$ 230,85	\$ 158,33	\$ 100,00	\$ 79,17	\$ 158,33	\$ 726,68
Operario									
4	D	Operario 1	\$ 525,00	\$ 63,79	\$ 43,75	\$ 33,33	\$ 21,88	\$ 43,8	\$ 206,50
5	E	Operario 2	\$ 525,00	\$ 63,79	\$ 43,75	\$ 33,33	\$ 21,88	\$ 43,8	\$ 206,50

6	F	Operario 3	\$ 525,00	\$ 63,79	\$ 43,75	\$ 33,33	\$ 21,88	\$ 43,8	\$ 206,50
7	G	Operario 4	\$ 525,00	\$ 63,79	\$ 43,75	\$ 33,33	\$ 21,88	\$ 43,8	\$ 206,50
8	H	Operario 5	\$ 525,00	\$ 63,79	\$ 43,75	\$ 33,33	\$ 21,88	\$ 43,8	\$ 206,50
9	I	Operario 6	\$ 525,00	\$ 63,79	\$ 43,75	\$ 33,33	\$ 21,88	\$ 43,8	\$ 206,50
10	J	Operario 7	\$ 525,00	\$ 63,79	\$ 43,75	\$ 33,33	\$ 21,88	\$ 43,8	\$ 206,50
11	K	Operario 8	\$ 525,00	\$ 63,79	\$ 43,75	\$ 33,33	\$ 21,88	\$ 43,8	\$ 206,50
12	L	Operario 9	\$ 525,00	\$ 63,79	\$ 43,75	\$ 33,33	\$ 21,88	\$ 43,8	\$ 206,50
13	M	Operario 10	\$ 525,00	\$ 63,79	\$ 43,75	\$ 33,33	\$ 21,88	\$ 43,8	\$ 206,50
14	N	Operario 11	\$ 525,00	\$ 63,79	\$ 43,75	\$ 33,33	\$ 21,88	\$ 43,8	\$ 206,50
15	O	Operario 12	\$ 525,00	\$ 63,79	\$ 43,75	\$ 33,33	\$ 21,88	\$ 43,8	\$ 206,50

16	P	Operario 13	\$ 525,00	\$ 63,79	\$ 43,75	\$ 33,33	\$ 21,88	\$ 43,8	\$ 206,50
17	Q	Operario 14	\$ 525,00	\$ 63,79	\$ 43,75	\$ 33,33	\$ 21,88	\$ 43,8	\$ 206,50
18	R	Operario 15	\$ 525,00	\$ 63,79	\$ 43,75	\$ 33,33	\$ 21,88	\$ 43,8	\$ 206,50
19	S	Operario 16	\$ 525,00	\$ 63,79	\$ 43,75	\$ 33,33	\$ 21,88	\$ 43,8	\$ 206,50
20	T	Operario 17	\$ 525,00	\$ 63,79	\$ 43,75	\$ 33,33	\$ 21,88	\$ 43,8	\$ 206,50
21	U	Operario 18	\$ 525,00	\$ 63,79	\$ 43,75	\$ 33,33	\$ 21,88	\$ 43,8	\$ 206,50
22	V	Operario 19	\$ 525,00	\$ 63,79	\$ 43,75	\$ 33,33	\$ 21,88	\$ 43,8	\$ 206,50
23	W	Operario 20	\$ 525,00	\$ 63,79	\$ 43,75	\$ 33,33	\$ 21,88	\$ 43,8	\$ 206,50
24	X	Operario 21	\$ 525,00	\$ 63,79	\$ 43,75	\$ 33,33	\$ 21,88	\$ 43,8	\$ 206,50
25	Y	Operario 22	\$ 525,00	\$ 63,79	\$ 43,75	\$ 33,33	\$ 21,88	\$ 43,8	\$ 206,50

26	Z	Operario 23	\$ 525,00	\$ 63,79	\$ 43,75	\$ 33,33	\$ 21,88	\$ 43,8	\$ 206,50
27	AA	Operario 24	\$ 525,00	\$ 63,79	\$ 43,75	\$ 33,33	\$ 21,88	\$ 43,8	\$ 206,50
28	BB	Operario 25	\$ 525,00	\$ 63,79	\$ 43,75	\$ 33,33	\$ 21,88	\$ 43,8	\$ 206,50
29	CC	Operario 26	\$ 525,00	\$ 63,79	\$ 43,75	\$ 33,33	\$ 21,88	\$ 43,8	\$ 206,50
30	DD	Operario 27	\$ 525,00	\$ 63,79	\$ 43,75	\$ 33,33	\$ 21,88	\$ 43,8	\$ 206,50
Sub Total			\$ 14.175,00	\$ 1.722,26	\$ 1.181,25	\$ 900,00	\$ 590,63	\$ 1.181,25	\$ 5.575,39
Supervisión									
31	EE	Supervisor 1	\$ 600,00	\$ 72,90	\$ 33,33	\$ 33,33	\$ 25,00	\$ 50,00	\$ 214,57
32	FF	Supervisor 2	\$ 600,00	\$ 72,90	\$ 33,33	\$ 33,33	\$ 25,00	\$ 50,00	\$ 214,57
Sub Total			\$ 1.200,00	\$ 145,80	\$ 66,67	\$ 66,67	\$ 50,00	\$ 100,00	\$ 429,13
Total Mensual			\$ 17.275,00	\$ 2.098,91	\$ 1.406,25	\$ 1.066,67	\$ 719,79	\$ 1.439,58	\$ 6.731,20
Total Anual			\$ 207.300,00	\$ 25.186,95	\$ 16.875,00	\$ 12.800,00	\$ 8.637,50	\$ 17.275,00	\$ 80.774,45

Tabla 38-3: Presupuesto de Gastos Aserlipimoc.

Presupuesto de Gastos					
Gasto de Administración	1	2	3	4	5
Sueldos Administrativos	\$ 23.948,23	\$ 23.950,74	\$ 23.953,26	\$ 23.955,77	\$ 23.958,29
Prestaciones Sociales	\$ 8.720,20	\$ 8.721,12	\$ 8.722,03	\$ 8.722,95	\$ 8.723,86
Arriendos	\$ 480,00	\$ 480,05	\$ 480,10	\$ 480,15	\$ 480,20
Impuestos	\$ 8.400,00	\$ 8.400,00	\$ 8.400,00	\$ 8.400,00	\$ 8.400,00
Depreciaciones	\$ 1.143,17	\$ 1.143,17	\$ 1.143,17	\$ 476,50	\$ 476,50
Amortizaciones	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00
Total Gastos Administrativos	\$ 42.771,60	\$ 42.775,08	\$ 42.778,56	\$ 42.115,37	\$ 42.118,85
Gastos Operación (servicios)					
Sueldo Operarios	\$ 29.529,20	\$ 29.532,30	\$ 29.535,40	\$ 29.538,50	\$ 29.541,60
Prestaciones Sociales	\$ 10.724,99	\$ 10.726,11	\$ 10.727,24	\$ 10.728,37	\$ 10.729,49
Dotación	\$ 72.000,00	\$ 72.007,56	\$ 72.015,12	\$ 72.022,68	\$ 72.030,24
Alimentación	\$ 34.757,52	\$ 34.761,17	\$ 34.764,82	\$ 34.768,47	\$ 34.772,12
Total Gasto de Operación	\$ 147.011,70	\$ 147.027,14	\$ 147.042,58	\$ 147.058,02	\$ 147.073,46
Total Gastos	\$ 189.783,30	\$ 189.802,22	\$ 189.821,14	\$ 189.173,39	\$ 189.192,31

Realizado por: Andi, J. 2021.

Tabla 39-3: Estimación de Ingresos por Servicios.

Estimación de Ingresos por servicios prestados																
Años	1			2		Total	3		Total	4		Total	5			Total
Detalle	Cant.	P.U	Total	Cant.	P.U		Cant.	P.U		Cant.	Pu		Cant	Pu		
Servicio de Limpieza de Áreas Operativas y Campamentos	252	1210,87	\$ 305139,24	280	1.210,87	\$ 339.043,60	310	\$ 1.210,87	\$ 375.369,70	340	1.210,87	\$ 411.695,80	340	1.210,87	\$ 411.695,80	
Limpieza de Líneas de cable																
Limpieza de oficinas																
Jardinería																
Limpieza de Vías																
Total	252	\$ 1.210,87	\$ 305.139,24	\$ 280,00	\$ 1.210,87	\$ 339.043,60	\$ 310,00	\$ 1.210,87	\$ 375.369,70	\$ 340,00	\$ 1.210,87	\$ 411.695,80	\$ 340	\$ 1.210,87	\$ 411.695,80	
Otros Ingresos																
Total Ingresos	252	\$ 1.210,87	\$ 305.139,24	280	\$ 1.210,87	\$ 339.043,60	310	\$ 1.210,87	\$ 375.369,70	340	\$ 1.210,87	\$ 411.695,80	340	\$ 1.210,87	\$ 411.695,80	

Realizado por: Andi, J. 2021.

Tabla 40-3: Estado de Resultados Aserlipimoc.

Estado de Resultados Proyectado.					
Rubros.	1	2	3	4	5
Ventas.	\$ 305.139,24	\$ 339.043,60	\$ 375.369,70	\$ 411.695,80	\$ 411.695,80
Costo de producción (Costo de ventas).	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidad Bruta en Ventas.	\$ 305.139,24	\$ 339.043,60	\$ 375.369,70	\$ 411.695,80	\$ 411.695,80
Gastos Operacionales.					
Gasto de Administración.	\$ 42.771,60	\$ 42.775,08	\$ 42.778,56	\$ 42.115,37	\$ 42.118,85
Gasto de venta.	\$ 147.011,70	\$ 147.027,14	\$ 147.042,58	\$ 147.058,02	\$ 147.073,46
Utilidad Operacional.	\$ 115.355,94	\$ 149.241,38	\$ 185.548,56	\$ 222.522,41	\$ 222.503,49
Gastos Financieros.	\$ 3.315,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidad Antes de Impuestos.	\$ 112.040,94	\$ 149.241,38	\$ 185.548,56	\$ 222.522,41	\$ 222.503,49
15% Utilidad Trabajadores.	\$ 16.806,14	\$ 22.386,21	\$ 27.832,28	\$ 33.378,36	\$ 33.375,52
Utilidad Antes de Impuestos IR.	\$ 95.234,80	\$ 126.855,18	\$ 157.716,28	\$ 189.144,05	\$ 189.127,96
Impuesto a la Renta (25%).	\$ 23.808,70	\$ 31.713,79	\$ 39.429,07	\$ 47.286,01	\$ 47.281,99
Utilidad Neta.	\$ 71.426,10	\$ 95.141,38	\$ 118.287,21	\$ 141.858,04	\$ 141.845,97

Realizado por: Andi, J. 2021.

Tabla 41-3: Flujo de Caja Aserlipimoc.

Flujo de Caja						
Años	1	2	3	4	5	
Utilidad Neta.	\$ 71.426,10	\$ 95.141,38	\$ 118.287,21	\$ 141.858,04	\$ 141.845,97	
Depreciaciones.	\$ 1.143,17	\$ 1.143,17	\$ 1.143,17	\$ 476,50	\$ 476,50	
Amortizaciones.	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	
Valor Residual de Activos Fijos.					\$ 2.382,50	Valor Residual de Activos Fijos.
Recuperación del Capital.	\$ 676,50	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	Del Calendario de Inversiones.
Flujo de Caja.	\$ 73.325,77	\$ 97.364,55	\$ 120.510,38	\$ 143.414,54	\$ 145.784,97	

Realizado por: Andi, J. 2021.

Análisis de resultados.

Como se puede observar en cada uno de los cuadros hace referencia a la estimación de valores reales del contrato que se realiza con la empresa pública CELEC EP por la prestación de servicios en 31 puntos de trabajo por el valor de \$ 305.140,65.

La evaluación financiera tiene como objetivo identificar la viabilidad de los recursos obtenidos por la prestación de servicios de limpieza en el lapso de 1 año, pero esta estimación se lo considero para 5 años con el fin de identificar si la captación de recursos es la adecuada, pero como se puede observar la organización mantiene recursos sólidos en utilidades, aun habiendo una gran cantidad de recursos destinados a gastos administrativos y operacionales por cubrir, es decir que la organización mantiene estancado los recursos con el fin de guardarlos para otros periodos y así poder cubrir gastos que el otro contrato genere en el lapso de un año. Lo que significa la organización opera únicamente para satisfacer la demanda de las empresas contratantes, sin mirar las ventajas que ofrece dicho contrato y una de las causas principales es la toma de decisiones personales sin tomar en consideración los riesgos que puede causar tanto económicamente como social dentro de la organización , es por ello que los dirigentes deben tomar planes de acción emergentes que permitan enfocarse a inversiones diferentes a su actividad, para poder mantener una solubre circulación del capital de la organización.

También se puedo observar que los recursos económicos se encurtan estancados y no mantiene una circulación del efectivo que le permitan aumentar su capital en lapsos de tiempos cortos o largos, es decir que la gestión administrativa no toma en consideración procesos administrativos como; la planeación, organización, dirección o ejecución, control son pilares fundamentales en la administración de una empresa u organización ya que cada uno de ellos es encargo de estructuras estrategias, guiar o incentivar, establecer comunicación, establecer mecanismos de evaluación entre otros aspectos que son de suma importante para llevar un control adecuado de la organización.

3.3.9 *Página web (Portal Publicitario).*

La propuesta de crear una página web o portal publicitario, tiene como fin identificar la razón de ser de la organización Aserlipimoc, es por ello que el portal hace referencia a cada uno de los servicios que pretende ofrecer ya sea entidad pública o privada, con la presentación de servicios a los que está ligada:

Tabla 42-3: Cartera de Servicios Aserlipimoc.

CARTERA DE SERVICIOS ASERLIPIMOC.	
Detalle	
Limpieza y Mantenimiento campamentos (Instalaciones internas y externas).	\$ 1,80 m2.
Limpieza y Mantenimiento de muebles y enseres.	\$ 1,50 m2.
Mantenimiento y adecuación de jardinería.	\$ 1,50 m2.
Limpieza de líneas eléctricas.	\$ 1.500,00 km.
Limpieza de oficinas (Limpieza de suelos tipo baldosa y porcelanato, limpieza de muebles, limpieza de barreras, limpieza de paredes, limpieza de bebederos y dispensadores de agua, limpieza de plantas y macetas, limpieza de persianas y ventanas, limpieza de equipos como computadoras, impresoras, teléfonos, etc. Limpieza de ascensor, gradas y pasamanos, limpieza de garitas, limpieza de inodoro, lavamanos, urinarios, decisiones interiores, limpieza de espejos y cristales, vaciado de papeleras, desinfección minuciosa de los elementos mencionados, reposición de materiales; servilletas, papel higiénico, jabón, fundas, lavado de vajillas, fumigación de oficinas).	\$ 1,80 m2.
Limpieza de Vías (Desbroce de hierbas).	\$ 1.500,00 el km.
Plomería.	\$ 1.50 m2.
Servicios Adicionales	
Eliminación de plagas.	
Lavado de Autos.	
Mantenimiento y limpieza de casas.	\$ 1.60 m2.

Fuente: Aserlipimoc.

Realizado por: Andi, J. 2021.

Cada uno de los servicios citados estaba bajo el respaldo de los contratos que emiten con la entidad contratante, en este caso CELEC EP.

A continuación, se detalla el portal publicitario que posiblemente se puede utilizar:

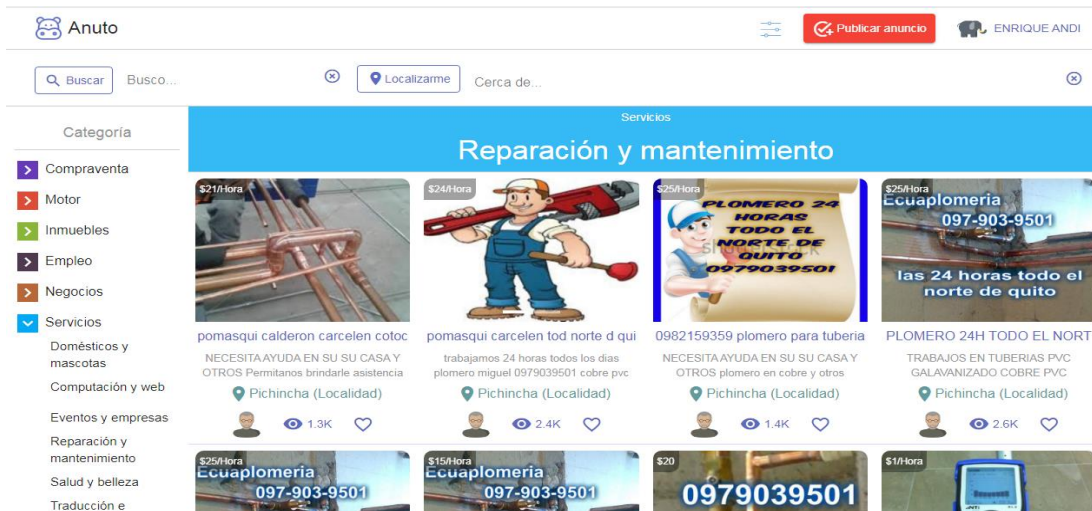


Ilustración 8-3: Página de Inicio del Portal Publicitario.

Realizado por: Andi, J. 2021.

La ejecución y comprobación del funcionamiento del portal publicitario se restringe debido a las políticas de restricción de información emitidas en este caso a mi persona.

El alcance de este estudio permitirá poseer una mejor posesión en el mercado de competencias con más oportunidades de poseer nuevos contratos ya sean pequeños o grandes, pero va permitir diversificar el entorno de servicios.

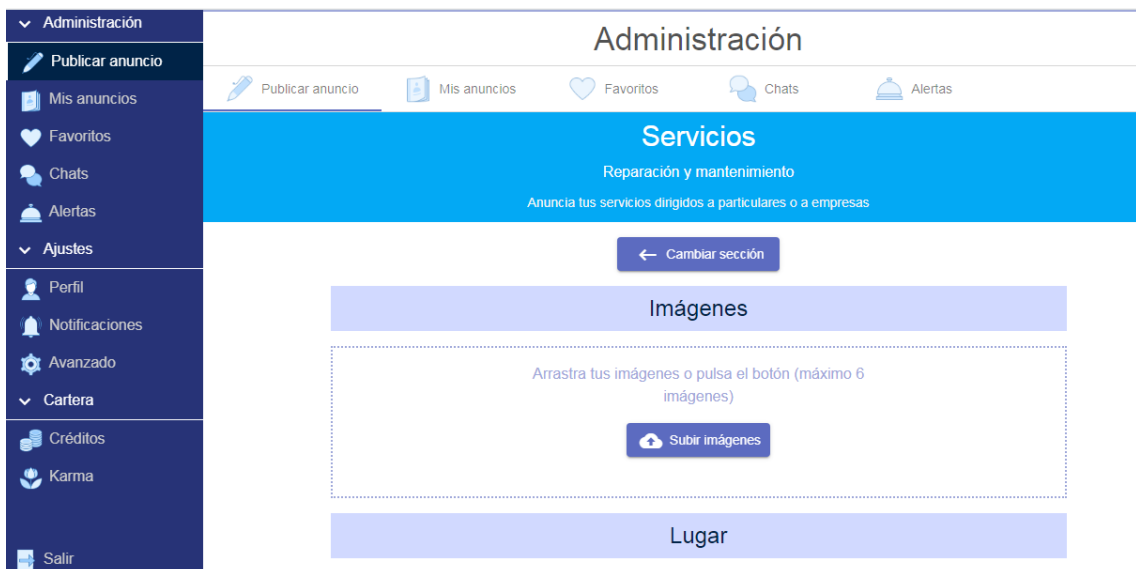


Ilustración 9-3: Índice de los servicios que se va a ofrecer.

Realizado por: Andi, J. 2021.

CONCLUSIONES

- El presente “PLAN DE NEGOCIO PARA LA MEJORA DE LOS NIVELES DE INVERSIÓN PARA LA ORGANIZACIÓN ASERLIPIMOC DEL CANTÓN EL CHACO, PROVINCIA DE NAPO” finiquita dando respuesta a los objetivos tanto general como específico planteados en el plan de negocios. Demostrando la viabilidad de una inversión, situación económica financiera y la importancia de tener a la mano un portal publicitario.
- El estudio en base al marco teórico se lo finiquito satisfactoriamente ya que permitió direccionar los esfuerzos de investigación hacia la obtención de los datos necesarios para cubrir varias brechas encontradas en el desarrollo de la investigación permitiendo así el cumplimiento a lo planteado, a fin de mantener una sólida base de información que fortalezca los indicios de una investigación bien formulada. El aprovechamiento de la información es de gran ayuda por que inspira nuevas líneas de estudio y nuevas guías que facilitan el acople de la investigación de campo.
- La determinación del FODA es una de las herramientas que más relevancia mantuvo en la investigación permitiendo así implementar una inversión diferente a la actividad que ejerce la organización se ejecutó con la implementación de formatos de evaluación de proyectos el cual ayudo a determinar la viabilidad del mismo. También se pudo determinar que existe un mercado potencial en el área de servicios hospitalarios dándonos como resultado una nueva línea de servicios que va a permitir acaparar más demanda de servicios.
- La presentación del plan de negocio como herramienta para mejorar los niveles de inversión en dos temas muy importantes como la inversión a nuevas líneas de servicios y al cambio de actividad económica que básicamente en el análisis con indicadores financieros se pudo comprobar la viabilidad de ambas propuestas de inversión, que cambiaran y ayudaran a la organización con nuevas alternativas de negocios a fin de alcanzar el máximo provecho del capital estancado. También se puede decir que se finiquitó con buenos indicios que permitió determinar la situación económica-financiera con la evaluación de proyectos dando como resultado algunas ventajas y restricciones que la organización posee en la asignación de recursos específicamente en la administración y operación de los recursos, para ello se dio alternativas que aseguren el cambio y la renovación de las herramientas de análisis situacional del negocio como la venta de ganado, la nuevas línea de servicios de limpieza y el acople de un portal publicitario que solidifique la oferta de los productos y servicios.

RECOMENDACIONES

- Realizar el estudio de mercado en base a fuentes de información científica y actualizada dando credibilidad a la veracidad de la información frente a una investigación, donde se permita conocer las necesidades y requerimientos del mercado al cual se dirige los servicios, presentando datos que estén apegados a la realidad, es decir evitar información nueva, para que en la implementación del proyecto sobrepase las expectativas del cliente y no se tenga inconvenientes de ninguna índole situacional del proyecto.
- La apertura de inversiones siempre utilizando herramientas de investigación y evaluación de proyectos ya que con ello se podrá proveer posibles riesgos de inversión tanto a corto y largo plazo, es muy importante que se tomó en consideración por su gran prestigio en el análisis situacional de los negocios, a fin de dar soluciones y alternativas tanto internas como externas de la realidad actual del negocio ya sea en caso de una nueva línea de servicios o el cambio a una nueva modalidad de negocio.
- Emplear indicadores financieros para cualquier tipo de negocio al cual se prevea implementar o lanzar con el objetivo de mitigar riesgos que comprometan el capital a pérdida. Tanto el estudio técnico como el estudio financiero deben estar adecuadamente formulados, ya que son las pautas para que el proyecto esté correctamente organizado y así permita alcanzar los objetivos, metas, misión y visión propuestos en el proyecto de investigación. La implementación de estrategias publicitarias y la asignación de recursos para la misma es de suma importancia porque conlleva un análisis situacional de cada una de las propuestas del negocio al cual se ha enfocado.

GLOSARIO

Inversión: “Es una cantidad limitada de dinero que se pone a disposición de terceros, de una empresa o de un conjunto de acciones, con la finalidad de que se incremente con las ganancias que genere ese proyecto empresarial” (BBVA, 2018).

Financiación: “Se entiende el efecto de prestar dinero para llevar a cabo proyectos y/o actividades” (Méndez, 2020).

Organización: es un conjunto de elementos, compuesto principalmente por personas, que actúan e interactúan entre sí bajo una estructura pensada y diseñada para que los recursos humanos, financieros, físicos, de información y otros, de forma coordinada, ordenada y regulada por un conjunto de normas, logren determinados fines, los cuales pueden ser de lucro o no. (Thompson, 2007, p. 2).

Servicio: “es la acción o conjunto de actividades destinadas a satisfacer una determinada necesidad de los clientes, brindando un producto inmaterial y personalizado” (Sánchez, 2016)

BIBLIOGRAFÍA

- Antonreader. (2020). *100 Plan de negocios*. Recuperado de: <http://www.100plandenegocios.com/beneficios-del-plan-de-negocios>
- BBVA. (14 de Marzo de 2018). *¿Qué es la inversión?*. Recuperado de: <https://www.bbva.com/es/que-es-la-inversion/>
- Castillejo, L. E. (2015). *Plan de Negocio*. Recuperado de: https://books.google.com.pe/books?id=j7wtDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Chariguaman, K. (2017). *Propuesta de un plan de negocios para mejorar los niveles de satisfacción de los clientes en la empresa creaciones katty en el cantón Coca, provincia de Orellana*. (Tesis de Pregrado. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo) Recuperado de: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/77>
- Choque, B. (2020). *Desarrollo de un software web para la gestión de planes de negocios*. Recuperado de: https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-07642020000400045
- Cortese, A. (2020). *Metodología de la Investigación-Diseños no Experimentales de Investigación*. Recuperado de: <http://www.tecnicas-de-estudio.org/investigacion/investigacion37.htm>
- Crónicas. (Diciembre de 13 de 2019). *Metodología para la elaboración de planes de negocios*. Recuperado de: <https://www.cronicas.com.uy/columnas/metodologia-para-la-elaboracion-de-planes-de-negocios/>
- Custódio, M. (7 de Diciembre de 2017). *Mapa de empatía: qué es y 6 pasos para crear uno de calidad*. Recuperado de: <https://www.rdstation.com/co/blog/mapa-de-empatia/>
- Edgar, G. (2018). *Plan de negocios para incrementar las ventas de la empresa Boman Sport de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua, período 2018*. (Tesis de Pregrado. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo) Recuperado de: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/77>
- Ferreteriaonline. (10 de Abril de 2018). *La importancia de un plan de negocios*. Recuperado de: http://www.ferreteriaonline.com.ar/blog-detalle.php?id_nov=67&novedad=La%20importancia%20de%20un%20plan%20de%20negocios.
- Guillin, S. (2017). *Diseño de un plan de negocios para mejorar la gestión de la ferretería “comercial Ely” del cantón san José de Chimbo, provincia Bolívar, para el periodo 2017 – 2020* (Tesis de Pregrado. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo) Recuperado de: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/77>

- Investigadores. (25 de Octubre de 2020). *Qué es la investigación explicativa*. [Entrada de blog]. Recuperado de: <https://tecnicasdeinvestigacion.com/investigacion-explicativa/>
- Mag. (19 de Febrero de 2021). *MAG promueve el consumo de carne ecuatoriana de calidad*. Recuperado de: <http://agricultura.gob.ec/mag-promueve-el-consumo-de-carne-ecuatoriana-de-calidad/>
- Magab. (15 de Marzo de 2017). *Ecuador es autosuficiente para cubrir demanda nacional de carne bovina*. Recuperado de: <https://www.agricultura.gob.ec/ecuador-es-autosuficiente-para-cubrir-demanda-nacional-de-carne-bovina/>
- Mankiw, G. (2004). *Fundamentos de Marketing*. Recuperado de: Promo negocios: <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/mercado-definicion-concepto.html#:~:text=Desde%20la%20perspectiva%20del%20economista,la%20oferta%22%20%5B6%5D>.
- Moyano, L. (2017). *Plan de negocio*, ISBN N.º 978-612-304-292-9. Recuperado de: https://books.google.com.ec/books?id=j7wtDwAAQBAJ&pg=PT3&lpg=PT3&dq=Mo+Luis%20A9+Empresa+Editora+Macro+EIRL,+Av.+Paseo+de+la+Rep%C3%BAblica+N.%20B0+5613,+Miraflores,+Lima,+Per%C3%BA&source=bl&ots=_as_jEpDBs&sig=ACfU3U3SpsqjmXVc5PhRqEI0cBbxEJpj0Q&hl
- More, M. (9 de Septiembre de 2020). *Qué es el Modelo Canvas y cómo aplicarlo a tu negocio*. Recuperado de: <https://www.iebschool.com/blog/que-es-el-modelo-canvas-y-como-aplicarlo-a-tu-negocio-agile-scrum/>
- Olivares, D. (5 de Febrero de 2019). *¿Qué es un plan de negocio?* [entrada de blog]. Recuperado de: <https://www.muypymes.com/2019/02/05/que-es-un-plan-de-negocio>
- Peña, A. (9 de Enero de 2018). *Plan de Negocios-Conceptos y elementos principales* Recuperado de: <https://www.gestiopolis.com/plan-negocios-concepto-elementos-principales/>
- Pérez, S. (12 de Septiembre de 2019). *Plan de Negocio*. [entrada de blog]. Recuperado de: <https://lanzadera.es/como-hacer-plan->
- Prim, A. (25 de Febrero de 2016). *Mapa de empatía-La Herramienta Perfecta para Conocer a tu Cliente*. Recuperado de: <https://innokabi.com/mapa-de-empatia-zoom-en-tu-segmento-de-cliente/>
- Quishpi, B. (2017). *Diseño de un plan de negocios para la cooperativa de ahorro y crédito "Guamote Ltda", cantón Guamote, provincia de Chimborazo, período 2016-2017. (Tesis de Pregrado. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo)* Recuperado de: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/77>
- Reder, A. (2020). *Beneficios de Un Plan de Negocios*. Recuperado de: <http://www.100plandenegocios.com/beneficios-del-plan-de-negocios>

- Ruiz, M. (26 de Junio de 2011). *Políticas públicas en salud y su impacto en el seguro popular en Culiacán, Sinaloa, México*. Universidad Autónoma de Sinaloa, México. Recuperado de: https://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/enfoque_mixto.html#:~:text=Concluyendo%2C%20el%20enfoque%20mixto%20es,para%20responder%20a%20un%20planteamiento.
- Sánchez , J. (13 de Febrero de 2016). *Servicio*. [entrada de blog]. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/servicio.html>
- SENPLADES. (2019). *PD y OT Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial*. Recuperado de: <https://gadmunicipalchaco.gob.ec/>
- Thompson , I. (Octubre de 2007). *Concepto de Organización*. Recuperado de: <https://www.promonegocios.net/empresa/concepto-organizacion.html#comentariosnegocios/#:~:text=El%20plan%20de%20negocios%20es,su%20arranque%20y%20siguientes%20pasos.>
- TecTijuanaFI. (9 de Diciembre de 2014). *Tipos de métodos (inductivo, deductivo, analítico, sintético, comparativo, dialéctico, entre otros)*. Recuperado de: <https://sites.google.com/site/tectijuanafi/unidad-ii/2-3-tipos-de-metodos-inductivo-deductivo-analitico-sintetico-comparativo-dialectico-entre-otros#:~:text=El%20M%C3%A9todo%20anal%C3%ADtico%20es%20aquel,de%20un%20hecho%20en%20particular.>
- Unknown. (4 de Septiembre de 2017). *Población y Muestra*. Recuperado de: [https://investigacionmetodologicaderojas.blogspot.com/2017/09/poblacion-y-muestra.html#:~:text=Para%20Arias%20\(2012\)%20define%20como,la%20investigaci%C3%B3n%20de%20un%20grupo%20de%20individuos%20que%20poseen%20caracter%C3%ADsticas%20comunes%20que%20los%20distingue%20de%20los%20dem%C3%A1s%20de%20la%20poblaci%C3%B3n%20total%20de%20la%20poblaci%C3%B3n%20de%20inter%C3%A9s%20de%20la%20investigaci%C3%B3n.](https://investigacionmetodologicaderojas.blogspot.com/2017/09/poblacion-y-muestra.html#:~:text=Para%20Arias%20(2012)%20define%20como,la%20investigaci%C3%B3n%20de%20un%20grupo%20de%20individuos%20que%20poseen%20caracter%C3%ADsticas%20comunes%20que%20los%20distingue%20de%20los%20dem%C3%A1s%20de%20la%20poblaci%C3%B3n%20total%20de%20la%20poblaci%C3%B3n%20de%20inter%C3%A9s%20de%20la%20investigaci%C3%B3n.)
- Velasco, B. (20 de Noviembre de 2021). *Gran venta de ganado en tierra tsáchila*. Recuperado de: <https://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador/venta-ganado-tierra-tsachila-feria.html>



ANEXOS.

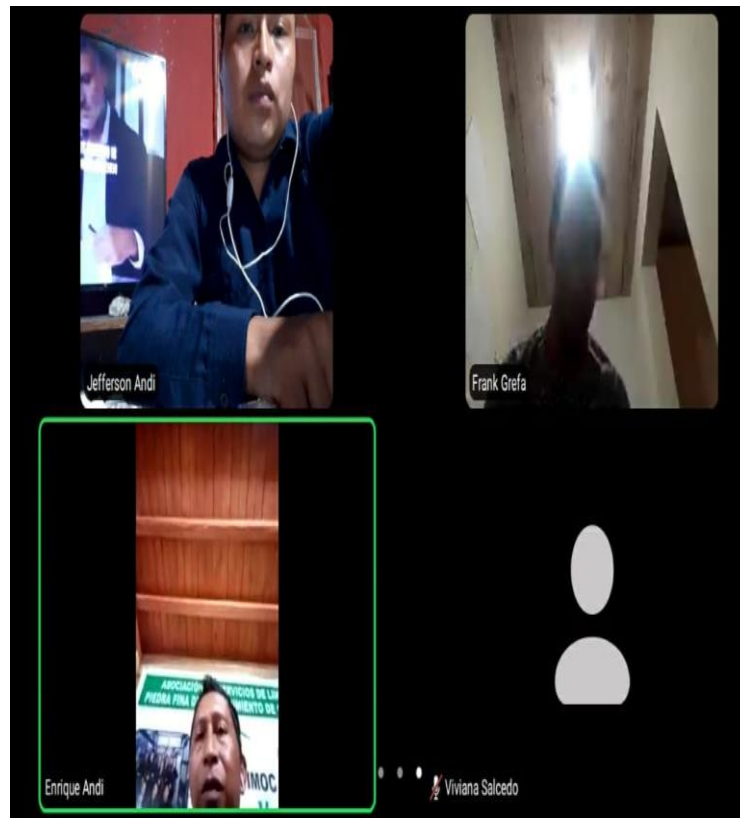
ANEXO A: ENTREVISTA 1.



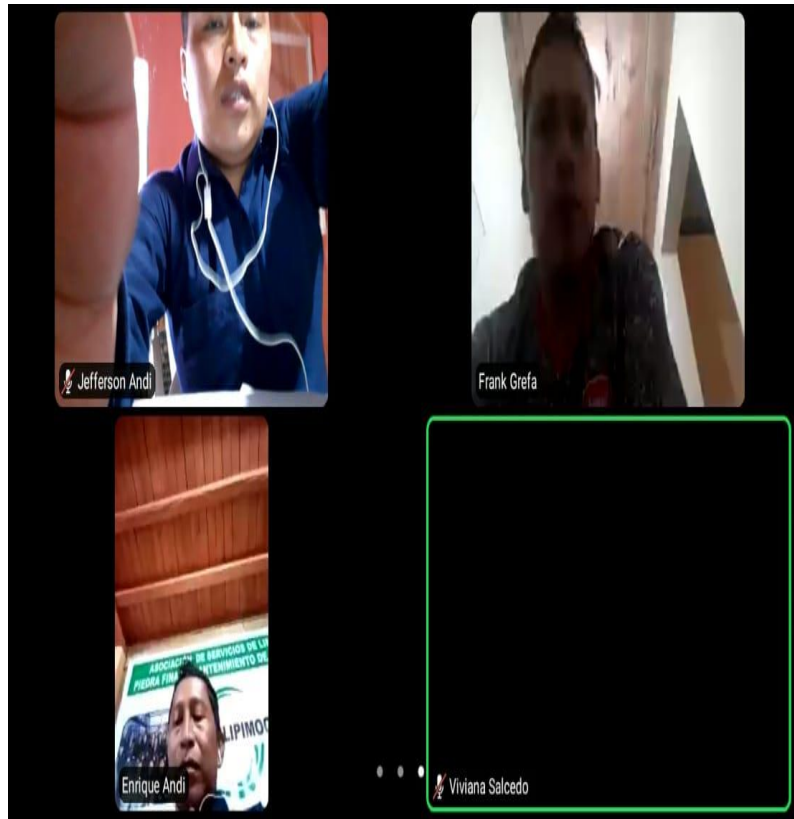
ANEXO B: ENTREVISTA 2.



ANEXO C: ENTREVISTA 3.



ANEXO D: ENTREVISTA 4.



ANEXO E: ENTREVISTA APLICADA.



ESPOCH
ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ESCUELA DE FINANZAS

Fecha: lunes 13 de enero del 2021

Nombre del Entrevistado:

Empresa/Organización: Aserlipimoc

Objetivo: Conocer las obligaciones de un buen manejo y uso del capital de trabajo de la organización Aserlipimoc, con el propósito de desarrollar planes emergentes ante cualquier problemática interna con el fin de salvaguarda los recursos económicos

1. ¿Considera usted que el manejo de los recursos económicos es el adecuado?
Planificación → mucha, en base a lo que con los directivos se va a hacer. falta más de manejo adecuado medio, reuniones
2. ¿En el caso que usted crea que los recursos económicos son mal manejados cuál cree que es la causa principal?

*V → lo existe, un mal manejo, plan emergente
E → a parte de demostrar todo en relación a recursos de recursos. no hay problemas*

3. ¿Cuál son los principales procesos que la organización Aserlipimoc maneja en la asignación de recursos para gastos administrativos y operacionales (Sueldos y Salarios)?
*Sr. Enrig Planifica con la dirección. encaminado beneficios. 95% planificación
→ Sr. Fran → cuentas, gastos y Salarios, materialización, tributario, finalización*

4. ¿Cree que es factible considerar la ampliación de la organización?
*Sr. Si es factible. tiempo y cuando busco un crecimiento el capital
proyecto de compra. una Franca
Sr. Uliana → Si es factible ampliar la organización. → Trabaja en negocio del*
5. ¿Considera usted que la Organización Aserlipimoc debe implementar estrategias viables de inversión a corto plazo y largo plazo?

*ST → Si es factible. pero somos muy pequeños. contratos grandes
→ el que más → traer, invertir en producción, invertir bienes raíces
→ Fran → para que el dinero circule, cooperativas. poner dinero a un interés*

*Sr Fran
Comercio
negocios
lanzar para
pesar el negocio
considerar los
ndos
Planificar
con la dirección*

6. ¿Qué actividades económicas consideran convenientes para aumentar los niveles de inversión?
*Facturación → dinero → Análisis → Inversión; Análisis de factibilidad.
Estudio de mercado, sin ello no podemos ir.*
7. ¿Cuál cree que son las fortalezas y oportunidades de la Organización Aserlipimoc?
*Sr. Fran → Manejo. con la Yepes asesoramiento conjuntamente
en la organización. Análisis más a fondo.*
8. ¿Cuál cree que son las debilidades y amenazas de la Organización Aserlipimoc?
Frente a ella, el conocimiento y la experiencia de cada uno de los dirigentes.

*No hay muchos conocimientos falta pulirlo y compartirlo.
→ bastante delicado → problemas internos → para no se dañe.*

ANEXO F: TASAS DE INTERÉS.

Tasas-de-Interes-FEBRERO-2021.pdf - Adobe Acrobat Reader DC (32-bit)

Archivo Edición Ver Firmar Ventana Ayuda

Inicio Herramientas UPS-ST000490.pdf... Tasas-de-Interes-F... x Iniciar sesión

Para el periodo: FEBRERO 2021

TASAS ACTIVAS PARA BANEQUADOR B.P.		
TIPO DE CRÉDITO	TASA NOMINAL	TASA EFECTIVA
	BANEQUADOR B.P.	
CRÉDITOS PRODUCTIVOS		
Productivo Empresarial	9.76%	10.21%
Productivo PYMES	9.76%	10.21%
Productivo Agrícola Ganadero	8.21%	8.53%
CRÉDITOS COMERCIALES		
Comercial Prioritario Empresarial	9.76%	10.21%
Comercial Prioritario PYMES	9.76%	10.21%
CRÉDITOS DE CONSUMO		
Consumo Ordinario	16.06%	17.30%
Consumo Prioritario	16.06%	17.30%
MICROCRÉDITOS		
Microcrédito Agrícola y Ganadero	11.25%	11.85%
Microcrédito Bantransporte vehiculos combustible fósil	12.95%	13.75%
Microcrédito Impulso Turismo	11.25%	11.85%
Microcrédito Comercio y Servicios - Impulso Cultura	12.00%	12.66%
Microcrédito Minorista		
Crédito de Desarrollo Humano CDH	5.00%	5.12%
Microcrédito Comercio y Servicios	15.30%	16.42%
Microcrédito de Producción	11.25%	11.85%
Microcrédito de Acumulación Simple		
Microcrédito Comercio y Servicios	15.30%	16.42%
Microcrédito de Producción	11.25%	11.85%
Microcrédito de Acumulación Ampliada		
Microcrédito Comercio y Servicios	15.30%	16.42%
Microcrédito de Producción	11.25%	11.85%
ARREGLO DE OBLIGACIONES		
Novación Microcrédito Producción	11.25%	11.85%
Novación Microcrédito Comercio y Servicios	15.30%	16.42%
Refinanciamiento Microcrédito Producción	11.25%	11.85%
Refinanciamiento Microcrédito Comercio y Servicios	15.30%	16.42%
Reestructura Microcrédito Producción	11.85%	12.49%
Reestructura Microcrédito Comercio y Servicios	17.25%	18.68%

TASAS DE INTERES ACTIVAS EFECTIVAS BANCO CENTRAL DEL ECUADOR VIGENTES PARA			
TASAS REFERENCIALES		TASAS MAXIMAS	
TASA ACTIVA EFECTIVA REFERENCIAL PARA EL SEGMENTO	% ANUAL	TASA ACTIVA EFECTIVA MAXIMA PARA EL SEGMENTO	% ANUAL
Productivo Corporativo	8.43	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	10.02	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.53	Productivo PYMES	11.83
Productivo Agrícola y Ganadero	8.15	Productivo Agrícola y Ganadero	8.53
Comercial Ordinario	10.27	Comercial Ordinario	11.83
Comercial Prioritario Corporativo	8.38	Comercial Prioritario Corporativo	9.33
Comercial Prioritario Empresarial	9.36	Comercial Prioritario Empresarial	10.21
Comercial Prioritario PYMES	10.64	Comercial Prioritario PYMES	11.83
Consumo Ordinario	16.50	Consumo Ordinario	17.30
Consumo Prioritario	16.69	Consumo Prioritario	17.30
Educativo	9.28	Educativo	9.50
Educativo Social	6.19	Educativo Social	7.50
Vivienda de Interés Público	4.97	Vivienda de Interés Público	4.99
Vivienda de Interés Social	4.99	Vivienda de Interés Social	4.99
Inmobiliario	10.10	Inmobiliario	11.33
Microcrédito Agrícola y Ganadero	18.97	Microcrédito Agrícola y Ganadero	20.97
Microcrédito Minorista	25.89	Microcrédito Minorista	28.50
Microcrédito de Acumulación Simple	22.97	Microcrédito de Acumulación Simple	25.50
Microcrédito de Acumulación Ampliada	20.10	Microcrédito de Acumulación Ampliada	23.50
Inversión Pública	8.29	Inversión Pública	9.33

OTRAS TASAS REFERENCIALES BANCO CENTRAL DEL ECUADOR	
Tasa Pasiva Referencial	5.70
Tasa Activa Referencial	8.38
Tasa Legal	8.38
Tasa Máxima Convencional	9.33

Fuente: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR - Tasas de Interés efectivas 2021

BANCA DE SEGUNDO NISO	
TASA DE INTERÉS	
MULTIFINANCIAMIENTO 1 - 3 AÑOS	7.58%
MULTIFINANCIAMIENTO > 3 - 5 AÑOS	7.71%

97.5%

ES 16:24 25/02/2021

ANEXO G: DIRECTIVA ASERLIPIMOC.



REGISTRO DE DIRECTIVAS
DE ORGANIZACIONES DE LA
ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA

FECHA DE REGISTRO: 18 de agosto del 2016

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN:
RAZÓN SOCIAL: ASOCIACION DE SERVICIOS DE LIMPIEZA PIEDRA FINA DE
MANTENIMIENTO DE OBRA CIVIL "ASERLIPIMOC"
RUC: 1591715751001
PROVINCIA: NAPO
CANTÓN: EL CHACO
PARROQUIA: GONZALO DIAZ DE PINEDA (EL BOMBON)
DIRECCIÓN: VIA QUITO LAGO AGRIO S/N VIA ALTO COCA

DIRECTIVA REGISTRADA

ADMINISTRADOR/A

NOMBRES Y APELLIDOS	No. CÉDULA	FECHA DE NOMBRAMIENTO
ANDI MACHOA ENRIQUE MIGUEL	2100009725	23-06-2017

PRESIDENTA/E

NOMBRES Y APELLIDOS	No. CÉDULA	PERÍODO AÑOS
GREFA ANDI FRANKLIN GERMAN	1500783855	2

SECRETARIA/O

NOMBRES Y APELLIDOS	No. CÉDULA	PERÍODO AÑOS
SALCEDO ANDI VIVIANA GUADALUPE	1500695182	2

VOCALES DE LA JUNTA DIRECTIVA

CARGO	NOMBRES Y APELLIDOS	No. CÉDULA	PERÍODO AÑOS / MESES
VOCAL PRINCIPAL 1	GREFA ANDI FRANKLIN GERMAN	1500783855	2
VOCAL PRINCIPAL 2	SALCEDO ANDI VIVIANA GUADALUPE	1500695182	2
VOCAL PRINCIPAL 3	TORRES YAGUANA JOSE LUIS	1720980109	
VOCAL PRINCIPAL 4	ANDI ANDI JHONNY MEDARDO	1501171662	



ANEXO H: REQUERIMIENTO DE CONTRATO.

ASOCIACIÓN DE SERVICIOS DE LIMPIEZA PIEDRA FINA DE MANTENIMIENTO DE OBRA CIVIL – "ASERLIPIMOC"

LISTA DE BIENES Y SERVICIOS

La asociación no cuenta con bienes propios, puesto que CELEC les proporciona todos los equipos y herramientas necesarias para trabajar, a continuación se detalla los servicios q ofrecen:

NOMBRE DEL BIEN Y/O SERVICIO	CARACTERISTICAS TANGIBLES	CARACTERISTICAS INTANGIBLES	BENEFICIOS	PROPUESTA DE VALOR	PRECIO
Limpieza de líneas de cable	Desbroce de monte, poda y zocole de arboles	Trabajo de 07h00 a 16h00	Mano de obra de calidad	Servicio de calidad utilizando productos amigables con el medio ambiente	\$ 1.5 m2
Limpieza de oficina	*Limpieza de suelos tipo baldosas y porcelanato (barrer, fregar). *Limpieza de muebles (quitar polvo, limpiar la superficie). *Limpieza de barrederas. *Limpieza de paredes. *Limpieza de bebederos y dispensadores de agua. *Limpieza de plantas y macetas. *Limpieza de persianas internas. *Limpieza de ventanas interiores y vidrios. *Limpieza de equipos como computadoras, impresoras, teléfonos, etc. *Limpieza de ascensor. *Limpieza de gradas y pasamanos. *Limpieza de garita. *Limpieza de inodoro, lavamanos, urinarios,	Trabajo de 07h00 a 16h00	Mano de obra de calidad	Servicio de calidad utilizando productos amigables con el medio ambiente	\$ 1.5 el m2

ANEXO I: REQUERIMIENTO DE CONTRATO.

	decisiones interiores. *Limpieza de espejos. *Limpieza de cristales. *Vaciado de papeleras. *Desinfección minuciosa de los elementos mencionados. *Reposición de material suministrado por la entidad (servilletas, papel higiénico, jabón, fundas) *Lavado de vajillas. *Fumigación de oficinas				
Limpieza de jardines	*Retirar hojas, ramas caídas, plantas muertas, etc. *Poda de plantas. *Siembra de plantas. *Colocación de abonos. *Distribución de agua en las plantas.	Trabajo de 07h00 a 16h00	Mano de obra de calidad	Servicio de calidad utilizando productos amigables con el medio ambiente	\$ 1.5 m2
Limpieza de vías	Desbroce de hierbas	Trabajo de 07h00 a 16h00	Mano de obra de calidad	Servicio de calidad utilizando productos amigables con el medio ambiente	\$ 1500 el km


 Sr. Franklin Grefa
 C.I: 150078385-5
 PRESIDENTE DE ASERLIPIMOC

ANEXO J: ACTA DE INICIO Y ECONÓMICA.

ACTA DE INICIO Y ECONÓMICA DE LA ORDEN DE COMPRA CE-20190001556333

Comparecen a la celebración del presente instrumento, por una parte, la Empresa Pública Estratégica CELEC EP UNIDAD DE NEGOCIO COCA CODO SINCLAIR, representada en este acto por el señor Kristian Ponce Jácome en calidad de Administrador de la Orden designado con fecha 03 de abril de 2019, suscrito por el señor Gerente de la Unidad; y por otra, el señor Enrique Miguel Andi Machoa, en su calidad de Administrador y Representante Legal de la ASOCIACIÓN DE SERVICIOS DE LIMPIEZA PIEDRA FINA DE MANTENIMIENTO DE OBRA CIVIL ASERLIPIMOC, a quien para efectos de la siguiente acta se le denominará el "PROVEEDOR"; quienes en las calidades invocadas, y por los derechos que representan, convienen suscribir el presente instrumento al tenor de las cláusulas:

PRIMERA.- ANTECEDENTES:

En la ciudad de Quito el 03 de abril de 2019, se suscribió entre CELEC EP UNIDAD DE NEGOCIO COCA CODO SINCLAIR y el "PROVEEDOR", la Orden de Compra No. CE-20190001556333 para el "Servicio de Limpieza Campamento, Casa de Máquinas y Edificios de Control de la Central Hidroeléctrica Coca Codo Sinclair"

SEGUNDA.- PLAZO DE LA ORDEN:

El plazo total para la ejecución de la Orden de Compra No. CE-20190001556333 para el "Servicio de Limpieza Campamento, Casa de Máquinas y Edificios de Control de la Central Hidroeléctrica Coca Codo Sinclair" hasta el 02 de abril de 2020 es de doce meses, contados a partir de la fecha de inicio del servicio.

El horario de trabajo establecido para el servicio es de: 07h00 a 16h00, el mismo que se cumplirá todos los días calendario hasta la finalización de la presente Orden.

El desempeño mensual será evaluado, el mismo que se indicará en el informe mensual presentado para el respectivo pago.

TERCERA.- PRECIO DE LA ORDEN:

El precio pactado para la Orden de Compra No. CE-20190001556333 para el "Servicio de Limpieza Campamento, Casa de Máquinas y Edificios de Control de la Central Hidroeléctrica Coca Codo Sinclair" es de USD. 305.140,65 (TRESCIENTOS CINCO MIL CIENTO CUARENTA CON 65/100 DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE

ANEXO K: REQUERIMIENTOS DE CONTRATO.

CORPORACIÓN ELÉCTRICA DEL ECUADOR
 C.E.E. - C.E. ENERGIAS RENOVABLES Y ENERGÍA LIMPIA (CERENEL)

NORTEAMERICA), más el IVA. , los mismos que se pagarán en doce (12) pagos iguales y se los realizará mensualmente como se detalla a continuación:

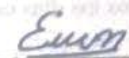
AÑO	MES	VALOR
2019	Abril	\$ 25.428,39
2019	Mayo	\$ 25.428,39
2019	Junio	\$ 25.428,39
2019	Julio	\$ 25.428,39
2019	Agosto	\$ 25.428,39
2019	Septiembre	\$ 25.428,39
2019	Octubre	\$ 25.428,39
2019	Noviembre	\$ 25.428,39
2019	Diciembre	\$ 25.428,39
2020	Enero	\$ 25.428,39
2020	Febrero	\$ 25.428,39
2020	Marzo	\$ 25.428,39
TOTAL		\$ 305.140.65

CUARTA.- ACEPTACIÓN DE LAS PARTES:

Las Partes declaran estar de acuerdo con el contenido de todas y cada una de las cláusulas materia del presente instrumento, por así convenir a sus respectivos intereses, por lo que las aceptan y se ratifican en ellas. Por lo tanto ninguna podrá ser considerada como cláusula de adhesión o sometimiento, pues conlleva su expresa voluntad y conocimiento de causa.

En virtud de lo cual, las Partes suscriben el presente instrumento, en tres ejemplares del mismo contenido y valor, en San Luis, al 08 de abril de 2019.


 KRISTIAN PONCE JACOME
 ADMINISTRADOR DE LA ORDEN


 ENRIQUE ANDI MACHOA
 EL PROVEEDOR



**UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS Y ANÁLISIS BIBLIOGRÁFICO Y
DOCUMENTAL**

REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA

Fecha de entrega: 28 / 11 / 2022

INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)
Nombres – Apellidos: JEFFERSON BRYAN ANDI ANDI
INFORMACIÓN INSTITUCIONAL
Facultad: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
Carrera: FINANZAS
Título a optar: LICENCIADO EN FINANZAS
f. Analista de Biblioteca responsable: ING. JOSÉ LIZANDRO GRANIZO ARCOS MGRT.



2239-DBRA-UTP-2022