

UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES CARRERA
DE INGENIERÍA DE EMPRENDEDORES**

TRABAJO DE TITULACIÓN

**PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO EN DESARROLLO DE NEGOCIOS BILINGÜE**

EFFECTUADO:

Desde Octubre de 2014 hasta Febrero de 2015

REALIZADO POR: HENRY JESÚS BALLA SASNALEMA

Tutor:

ECON. XIMENA ÁLVAREZ MACÍAS MBA

INFORMACIÓN PERSONAL:

Dirección: Brasil 2014 y Esmeraldas

Teléfono: 04-2-453-665

Celular: 0968736696

Correo: henry_best23@hotmail.com

Guayaquil - Ecuador

**“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CUADROS PARA BICICLETAS
EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”**

CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por el Sr. Henry Jesús Balla Sasnalema como requerimiento parcial para la obtención del título de INGENIERO EN DESARROLLO DE NEGOCIOS BILINGÜE.

Guayaquil, Marzo de 2015

ECON. XIMENA ÁLVAREZ MACÍAS MBA

Tutor

Ing. Ángel Castro Peñarreta

Director

Econ. Servio Correa Macías

Decano



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

INGENIERÍA DE EMPRENDEDORES

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

HENRY JESÚS BALLA SASNALEMA

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación denominado “Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”, ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme a las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es de mi autoría.

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

Guayaquil, Marzo de 2105

EL AUTOR

HENRY JESÚS BALLA SASNALEMA



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

INGENIERÍA DE EMPRENDEDORES

AUTORIZACIÓN

Yo, HENRY JESÚS BALLA SASNALEMA

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación, en la biblioteca de la institución del trabajo titulado: “Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Guayaquil, Marzo de 2015

EL AUTOR

Henry Jesús Balla Sasnalema

DEDICATORIA

El presente Trabajo de Titulación se lo dedico con todo cariño a mi querida madre que con esfuerzo y sacrificio a lo largo de estos años ha sabido en todo momento apoyarme y motivarme en la búsqueda de mi superación. A mi hija Sofía que en forma silenciosa ha sido mi inspiración para no claudicar en mi objetivo.

AGRADECIMIENTO

Un eterno agradecimiento a Dios por guiar mi pasos por el camino correcto para culminar con éxito ésta etapa de mi vida.

A la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, en especial a la Facultad de Especialidades Empresariales y a sus autoridades.

Especial agradecimiento a mi estimada tutora Econ. Ximena Álvarez Macías por su orientación en ésta tesis, pero sobre todo por sembrar el afán de superación constante hacia mí con nuevas ideas de transformación.

RESUMEN

El Ecuador durante los últimos años ha creado reformas que fomentan el cambio de la matriz productiva en los diferentes sectores estratégicos del país con la finalidad de desarrollar nuevas fuentes de ingresos no petroleros.

Uno de los sectores que se impulsa es la industria de las bicicletas y sus partes, este sector es incentivado a través de la creación de alianzas entre el gobierno con las empresas privadas dedicadas a esta actividad, en las que se compromete a impulsar el consumo tanto local como internacional de los productos fabricados por las compañías ecuatorianas.

Por otra parte Ecuador ha empezado a adoptar la tendencia mundial de utilizar como medio de transporte ecológico las bicicletas por sus diversos beneficios.

El aspecto social y político referente lleva a plantear la propuesta de crear una empresa que se dedique a la producción y comercialización de cuadros para bicicletas, los mismos que serán personalizados de acuerdo a los requerimientos de los potenciales clientes.

ABSTRACT

In the last years Ecuador have created new laws and regulation that hope to create a new model of production for the country economy this with the objective of diversify the income sources of the country.

One of the economy sectors that has been promoted is the bicycle industry, and the production of the needed parts for their manufacturing, this industrial segment has achieved strategic alliances with the government, in which the state compromises to increase the local and international demand of the products they manufacture.

Also Ecuador shows signs the citizens have begun to adopt the global tendency of using alternative ways of transportation just like bicycles and similar.

This social and political combination made possible to propose the creation of a Company that dedicates to the production and distribution of bike frames, to satisfy the demand and also to incorporate the added value of personalization of the used components and general aspect of the product...

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de titulación denominado “Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil” surge a partir de la creciente demanda de velocípedos en la ciudad.

La empresa Ecuabicis propone la fabricación de cuadros de bicicletas personalizados, los mismos que serán comercializados bajo la marca Prime Ride en tiendas especializadas de ciclismo, que se encuentran ubicadas en los diferentes sectores urbanos de Guayaquil.

A través de la investigación se busca analizar la viabilidad financiera y de mercado para la implementación del proyecto.

RESUMEN EJECUTIVO

El estudio del presente trabajo de titulación se encuentra desarrollado en trece capítulos, los mismos que consisten en:

- Descripción de la investigación: Trata el planteamiento de la investigación y sus objetivos.
- Descripción de la idea de negocio: Detalla la idea de la empresa que se propone crear.
- Entorno Jurídico: Describe los lineamientos legales que se debe seguir para la creación de una empresa.
- Auditoría de mercado: Se analiza la oferta y la demanda existente en el mercado.
- Plan de Marketing: Se desarrolla un plan estratégico de marketing para crear una penetración de marca.
- Plan Operativo: A través de un plan operativo se busca plantear los procesos que se debe seguir dentro de la fábrica para su respectiva producción y distribución.
- Plan Financiero: Se realiza un análisis financiero, proyectado a cinco años para determinar la rentabilidad de la propuesta.
- Plan de Contingencia: Se evalúa los factores de riesgo internos y externos.
- Conclusiones y Recomendaciones: Se presentan las conclusiones y recomendaciones en relación al estudio desarrollado.
- Fuentes: Recursos bibliográficos que se ha consultado para la investigación.
- Anexos: Material extra de la propuesta.
- Material Complementario: Material que soporta el estudio de la propuesta.

ÍNDICE GENERAL

Contenido

PORTADA.....	1
TEMA.....	2
CERTIFICACIÓN.....	3
DECLARACION DE RESPONSABILIDAD.....	4
AUTORIZACION.....	5
DEDICATORIA.....	VI
AGRADECIMIENTO.....	VII
RESUMEN.....	VIII
ABSTRACT.....	IX
INTRODUCCION.....	X
RESUMEN EJECUTIVO.....	XI
ÍNDICE GENERAL.....	XII
ÍNDICE DE TABLAS.....	XXI
ABREVIATURAS.....	XXIII
1.-DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	25
1.1 Tema - Título.....	25
1.2 Justificación.....	25
1.3. Planteamiento y Delimitación del Tema u Objeto de Estudio.....	26
1.4 Contextualización del Tema u Objeto de Estudio.....	26
1.5 Objetivos de la Investigación.....	28
1.5.1. Objetivo General.....	28
1.5.2 Objetivos Específicos.....	28
1.6 Determinación del método de investigación y Técnica de Recogida y Análisis de la Información.....	28
1.7 Planteamiento del Problema.....	29
1.8 Fundamentación Teórica del Proyecto.....	30
1.8.1 Marco Referencial.....	30
1.8.2 Marco Teórico.....	30
1.8.3 Marco Conceptual.....	33
1.8.4 Marco Legal.....	34
1.8.5 Marco Lógico.....	35

1.9 Formulación de la hipótesis y-o de las preguntas de la investigación de las cuáles se establecerán los objetivos.....	36
1.10 Cronograma	37
2. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO.....	39
2.1 Análisis de la Oportunidad.....	39
2.1.1 Descripción de la idea de negocio.....	40
2.1.2 Descripción de la idea del producto o servicio	40
2.2 Misión, Visión y valores de la empresa	41
2.3 Objetivos de la empresa.....	42
2.3.1 Objetivo General	42
2.3.2 Objetivos Específicos	42
2.4 Estructura Organizacional	43
2.4.1 Organigrama	43
2.4.2 Desarrollo de cargos y perfiles de competencias	43
2.4.3 Manual de funciones: Niveles, interacciones, responsabilidades y derechos.....	45
3. ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA.....	51
3.1 Aspecto societario de la empresa	51
3.1.1 Generalidades	51
3.1.2 Fundación de la empresa	51
3.1.3 Capital social, acciones y participaciones	51
3.1.4 Junta general de accionistas	52
3.2 Aspecto laboral de la empresa	52
3.2.1 Generalidades	52
3.2.2 Mandato Constituyente No. 8	53
3.2.3 Tipos de contratos	53
3.2.4 Obligaciones del empleador	53
3.2.5 Décimo Tercera y cuarta remuneración	54
3.2.6 Fondos de reserva y vacaciones	55
3.2.7 Inserción de discapacitados a puestos de trabajo	55
3.3 Contratación Civil.	55
3.3.1 Principios básicos de la contratación.....	55
3.3.2 Contratos de prestación de servicios.....	55
3.3.3 Principales cláusulas de contratos en la prestación de servicios .	56
3.3.4 Soluciones alternativas a conflictos: arbitraje y mediación.....	57

3.3.5 Generalidades de la contratación pública.....	57
3.3.6 Contrato de confidencialidad	57
3.4 Políticas de un buen gobierno corporativo	58
3.4.1 Código de Ética	58
3.5 Propiedad Intelectual.....	58
3.5.1 Registro de marcas	58
3.5.2 Derecho de Autor	58
3.5.3 Patente y/o modelo de utilidad.	58
3.6 Seguros.....	59
3.6.1 Incendio.....	59
3.6.2 Robo.....	59
3.6.3 Fidelidad.....	59
3.6.4 Maquinaria y equipos	59
3.6.5 Materia Prima y Mercadería	60
3.7 Presupuesto	60
4. AUDITORÍA DE MERCADO.....	62
4.1 PEST	62
4.2 Actividad de la Industria: Estadísticas de Ventas, Importaciones y Crecimientos de la industria.	71
4.3 Análisis del ciclo de vida de la Industria	72
4.4 Matriz BCG.....	72
4.5 Análisis del ciclo de vida del producto o servicio	74
4.6 Análisis de las cinco fuerzas competitivas de Porter y Conclusiones	74
4.7 Análisis de la Oferta	76
4.7.1 Tipo de Competencia	76
4.7.2 Market Share: Mercado Real y Mercado Potencial	76
4.7.3 Segmentación de Mercado.....	77
4.7.4 Características de los competidores: Liderazgo, Antigüedad, Ubicación, Productos Principales y Líneas de Precios.....	77
4.7.5 Benchmarking: Estrategia de competidores y contra estrategia de la empresa.	78
4.8 Análisis de la demanda	78
4.8.1.2 Selección de Segmentos.....	80
4.8.1.3 Perfiles de Segmentos	80

4.9 Matriz FODA.....	81
4.10 Investigación de Mercados.....	83
4.10.1 Método	83
4.10.2 Diseño de la Investigación.....	83
4.10.2.1 Objetivos de la Investigación General y Específicos	83
4.10.2.2 Tamaño de la Muestra.....	84
4.10.2.3 Técnica de Recogida y Análisis de datos	85
4.10.2.3.1 Exploratoria (Entrevista Preliminar, Observación, Grupo Focal, etc.)	85
4.10.2.3.2 Concluyente (Encuesta)	87
4.10.2.4 Análisis de datos	87
4.10.2.5 Resumen e interpretación de resultados	97
4.10.3 Conclusiones de Investigación de mercados	98
4.10.4 Recomendaciones de la Investigación de Mercado	98
5. PLAN DE MARKETING.....	100
5.1 Objetivo: General y Específico	100
5.1.1 Mercado Meta: Ventas y Utilidad Esperada	100
5.1.1.1 Tipo de Estrategias de Penetración.....	100
5.1.1.2 Cobertura	101
5.2 Posicionamiento	101
5.2.1 Estrategia de Posicionamiento: posición, objetivo, segmento, atributos, calidad percibida, ventaja competitiva, símbolos identitarios.101	
5.3 Marketing Mix	103
5.3.1 Estrategia de Producto o servicio	104
5.3.1.1 Descripción del producto: Definición, composición, color, tamaño, imagen, slogan, producto esencial, producto real, producto aumentado.	104
5.3.1.2 Adaptación o modificación del producto: componente central, empaque y servicio de apoyo, requerimientos del cliente, condiciones de entrega, transporte, embalaje, etc.....	105
5.3.1.3 Empaque: reglamento del mercado y etiquetado	105
5.3.1.4 Amplitud y profundidad de línea	106
5.3.1.5 Marcas y Submaracas.....	106
5.3.2 Estrategias de precios	106
5.3.2.1 Precios de la Competencia.....	106
5.3.2.2 Poder adquisitivo del mercado meta	107

5.3.2.4 Políticas de precio: Sobreprecio y descuento, márgenes brutos de la compañía, precio al menudeo, términos de venta, métodos de pago.	107
5.3.3 Estrategia de Plaza de puntos de venta.....	108
5.3.3.1 Localización Macro y Micro	108
5.3.3.1.4 Distribución de Espacio	108
5.3.3.2 Merchandising	110
5.3.3.2.1 Sistema de distribución comercial	111
5.3.3.2.2 Penetración de mercados rurales y urbanos 112_Toc414134366	
5.3.3.2.3 Logística	112
5.3.3.2.4 Red de ventas	113
5.3.3.2.5 Política de servicio al cliente: preventa, post-venta, quejas, reclamaciones, devoluciones.	113
5.3.4 Estrategias de Promoción	114
5.3.4.1 Estrategias ATL y BTL.....	114
5.3.4.2 Elaboración de diseño y propuesta publicitaria: concepto y mensaje.....	115
5.3.4.3 Promoción de ventas.....	116
5.3.4.3.1 Venta personal	116
5.3.4.3.3 Clienting: muestras gratuitas, documentación, obsequios, asistencia a congresos, seminarios y conferencias, rebajas, descuentos, mayor, contenido de producto por igual precio, productos complementarios gratis o a bajo precio, cupones o vales de descuentos, concursos, regalos, otras.	117
5.3.4.4 Publicidad.....	117
5.3.4.4.1 Estrategia de lanzamiento	117
5.3.4.4.2 Plan de medios: Tipos, costos, rating, agencias de publicidad.	118
5.3.4.4.3 Mindshare.....	118
5.3.4.4.6 Relaciones públicas.....	118
5.3.4.4.7 Marketing Relacional	119
5.3.4.4.9 Gestión de promoción electrónica del proyecto.....	119
5.3.4.4.9.1 Estrategias de E-commerce, E-business, E-marketing.	119
5.3.4.4.9.2 Análisis de la promoción electrónica de los competidores .	121
5.3.4.4.9.3 Diseño e implementación de la página web.	121
5.3.4.4.10 Estrategias de marketing a través de las redes sociales....	122

5.3.4.4.10.1 Análisis de la promoción electrónica de los competidores	122
5.3.4.4.10.2 Diseño de la fan page en redes sociales	123
5.3.4.4.10.3 Marketing Social	124
5.3.4.5 Ámbito Internacional	124
5.3.4.5.1 Estrategia de distribución internacional	124
5.3.4.5.2 Estrategia de precio internacional	124
5.3.5 Cronograma	125
5.3.6 Presupuesto de Marketing	125
6 PLAN OPERATIVO	127
6.1 Producción	127
6.1.1 Proceso Productivo	127
6.1.2 Infraestructura	128
6.1.3 Mano de Obra	128
6.1.4 Capacidad Instalada	129
6.1.5 Flujo Grama de procesos	129
6.1.6 Presupuesto	129
6.2 Gestión de Calidad	130
6.2.1 Procesos de planeación de calidad	130
6.2.2 Beneficios de las acciones proactivas	131
6.2.3 Políticas de calidad	131
6.2.4 Proceso de Control de calidad	132
6.2.5 Certificaciones y licencias	133
6.2.6 Presupuesto	133
6.3 Gestión Ambiental	133
6.3.1 Procesos de planeación ambiental	134
6.3.2 Beneficios de las acciones proactivas	134
6.3.3 Políticas de protección ambiental	134
6.3.4 Procesos de control de calidad	135
6.3.5 Logística Verde	135
6.3.6 Certificaciones y licencias	136
6.3.7 Presupuesto	136
6.4. Gestión de Responsabilidad Social	136
6.4.1. Procesos de planeación de molde empresarial de Responsabilidad Social	136

6.4.2. Beneficios de las acciones proactivas	137
6.4.3. Políticas de protección social	137
6.4.4. Certificaciones y Licencias	137
6.4.5. Presupuesto	138
6.5. Balanced Scorecard y mapa estratégico	138
6.6. Otros temas relacionados al plan operativo (tales como estudio de exportación, construcción para un hotel, etc.)	139
7. ESTUDIO ECONÓMICO- FINANCIERO - TRIBUTARIO	141
7.1. Inversión Inicial.....	141
7.1.1. Tipo de Inversión.....	141
7.1.1.1 Fija.....	141
7.1.1.2. Diferida	142
7.1.1.3. Corriente.....	143
7.1.2. Financiamiento de la inversión	143
7.1.2.1. Fuentes de Financiamiento	143
7.1.2.2. Tabla de Amortización	144
7.1.3. Cronograma de inversiones	144
7.2. Análisis de Costos.....	144
7.2.1. Costos Fijos.....	144
7.2.2. Costos Variables	144
7.2.2.1. Costos de Producción	144
7.3. Capital de Trabajo	145
7.3.1. Costos de Operación.....	145
7.3.2. Costos Administrativos	145
7.3.3. Costos de ventas.....	145
7.3.4. Costos Financieros.....	146
7.4. Análisis de variables críticas	146
7.4.1. Determinación del precio: Mark Up y Márgenes.....	146
7.4.2. Proyección de costos e ingresos en función de la proyección de ventas.....	147
7.4.3. Determinación del punto óptimo de producción por medio de análisis marginales.....	147
7.4.4. Análisis del punto de equilibrio	147
7.4.5. Análisis de Punto de Cierre	147
7.5. Entorno Fiscal de la Empresa	148

7.5.1. Planificación Tributaria	148
7.5.1.1. Generalidades	148
7.5.1.2. Minimización de la carga fiscal	148
7.5.1.3. Impuesto a la renta.....	149
7.5.1.4. Impuesto al valor agregado	149
7.5.1.5. Impuestos a los consumos especiales	149
7.5.1.6. Impuestos, tasas y contribuciones municipales.....	149
7.5.1.7. Impuesto al comercio exterior	149
7.5.1.8. Impuestos a las herencias, legados y donaciones.	150
7.5.1.9. Impuestos a la salida de divisas	150
7.5.1.10. Impuestos a los vehículos motorizados	150
7.5.1.11. Impuestos a las tierras rurales	150
7.6. Estados Financieros Projectados	150
7.6.1. Balance General Inicial.....	150
7.6.2. Estado de Pérdidas y Ganancias	151
7.6.2.1. Flujo de Caja Projectado	151
7.6.2.1.1. Indicadores de Rentabilidad y Costos de Capital	151
7.6.2.1.1.1. TMAR	151
7.6.2.1.1.2. VAN	151
7.6.2.1.1.3. TIR.....	152
7.6.2.1.1.4. PAYBACK	152
7.7. Análisis de Sensibilidad y Multivariantes o de Escenarios Múltiples.	152
7.7.1. Productividad.....	152
7.7.2. Precio Mercado Local.....	152
7.7.3. Precio Mercado Externo	152
7.7.4. Costo de Materia Prima.....	152
7.7.5. Costo de Materiales Indirectos	152
7.7.6. Costo de Suministros y Servicios	153
7.7.7. Costo de mano de obra directa	153
7.7.8. Costo de mano de obra indirecta	153
7.7.9. Gastos administrativos	153
7.7.10. Gastos de Ventas	153
7.7.11. Inversión en Activos Fijos	153
7.7.12. Tasa de interés promedio.....	153

7.8. Balance General.....	153
7.8.1. Razones Financieras.....	154
7.8.1.1 Liquidez.....	154
7.8.1.2 Gestión.....	154
7.8.1.3 Endeudamiento.....	154
7.8.1.4 Rentabilidad.....	155
7.9. Conclusión Financiera.....	155
8. PLAN DE CONTINGENCIA.....	157
8.1. Plan de Administración del Riesgo.....	157
8.1.1. Principales Riesgos.....	157
8.1.2. Reuniones para mitigar riesgos.....	158
8.1.3. Tormenta de ideas (brainstorming), listas de verificación (check listas).....	159
8.2. Planeación de respuesta al riesgo.....	160
8.2.1. Monitoreo y Gestión de riesgo.....	160
8.3. Plan de contingencia y acciones correctivas.....	161
9. CONCLUSIONES.....	163
10. RECOMENDACIONES.....	165
11. BIBLIOGRAFÍA.....	167
12. ANEXOS.....	178
12.1 Cuestionario de Focus Group.....	178
12.1.1 Entrevista con empresario.....	178
12.2 Modelo de Encuesta.....	181
12.3 Flujograma de procesos.....	184
12.4 Tabla de Amortización.....	185
12.5 Costos Fijos.....	186
12.6 Costos Variables.....	186
12.7 Costos Administrativos.....	187
12.8 Proyección de ventas.....	188
12.9 Balance General.....	189
12.10 Estado de Pérdidas y Ganancias.....	190
12.11 Flujo de Caja Proyectado.....	191
12.12 Balance General.....	192
13. MATERIAL COMPLEMENTARIO.....	194
13.1. Productos.....	194

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Marco Lógico	35
Tabla 2: Hipótesis.....	36
Tabla 3: Capital Social	52
Tabla 4: Presupuesto	60
Tabla 5: Características de los competidores.....	77
Tabla 6: Benchmarking	78
Tabla 7: Criterios de Segmentación mercado final.....	78
Tabla 8: Matriz FODA.....	81
Tabla 9: Tamaño de la muestra.....	85
Tabla 10: Amplitud y Profundidad de línea.....	106
Tabla 11: Precios de la competencia	106
Tabla 12: Plan de Medios.....	118
Tabla 13: Presupuesto de Marketing.....	125
Tabla 14: Infraestructura	128
Tabla 15: Presupuesto	129
Tabla 16: Proceso de Control de Calidad.....	132
Tabla 17: Presupuesto del proceso de calidad.....	133
Tabla 18: Inversión Inicial.....	141
Tabla 19: Inversión Fija	142
Tabla 20: Inversión Diferida.....	142
Tabla 21: Capital de trabajo	143
Tabla 22: Fuentes de financiamiento	143
Tabla 23: Costos de Operación.....	145
Tabla 24: Gastos Financieros.....	146
Tabla 25: Mark up y Márgenes.....	146
Tabla 26: Punto de Equilibrio	147
Tabla 27: Punto de Cierre	148
Tabla 28: TMAR	151
Tabla 29: Índices de Gestión.....	154
Tabla 30: Índices de Endeudamiento	154
Tabla 31: Rentabilidad	155
Tabla 32: Nivel y clases de riesgos	158
Tabla 33: Monitoreo y control de riesgo	160
Tabla 34: Amortización.....	185
Tabla 35: Costos Fijos.....	186

Tabla 36: Costos Variables	186
Tabla 37: Costos Variables	187
Tabla 38: Costos Administrativos	187
Tabla 39: Proyección de ventas en unidades.....	188
Tabla 40: Proyección de ventas en dólares.....	188
Tabla 41: Balance General.....	189
Tabla 42: Estado de Pérdidas y Ganancias	190
Tabla 43: Flujo de caja proyectado	191
Tabla 44: Balance General.....	192

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Cronograma de actividades	37
Ilustración 2: Organigrama	43
Ilustración 3: Producto Interno Bruto	66
Ilustración 4: PIB	67
Ilustración 5: Inflación del Ecuador.....	68
Ilustración 6: Actividad de la industria	71
Ilustración 7: Ciclo de vida del producto.....	72
Ilustración 8: Matriz BCG.....	73
Ilustración 9: Segmentación Industrial.....	79
Ilustración 10: Posesión de Bicicleta	87
Ilustración 11: Cambio de Piezas para mejorar rendimiento.	88
Ilustración 12: Análisis del Comportamiento del consumidor en cambio de piezas de bicicletas.	89
Ilustración 13: Introducción a la propuesta.....	91
Ilustración 14: Valoración de Atributos en marcos de Bicicletas.	92
Ilustración 15: Aceptación de la propuesta.....	95
Ilustración 16: Lugar de compra.....	96
Ilustración 17: Rango de Precios en compras de Bicicletas.....	97
Ilustración 18: Logo	103
Ilustración 19: Área de la oficina	109
Ilustración 20: Área del taller de fabricación.....	110
Ilustración 21: Canales de distribución	112
Ilustración 22: Diseño Publicitario	115
Ilustración 23: Proceso de Compra ZMOT	120
Ilustración 24: Diseño Web.....	122
Ilustración 25: Fan Page.....	123
Ilustración 26: Cronograma	125
Ilustración 27: Proceso Productivo	127
Ilustración 28: Tabla de planificación de la calidad.	130
Ilustración 29: Balanced Score card.....	138
Ilustración 30: Mapa estratégico.....	139
Ilustración 31: Flujograma	184
Ilustración 32: Cuadro de bicicleta	194

ABREVIATURAS

ATL:	Above The Line
BCE:	Banco Central del Ecuador
BCG:	Boston Consulting Group
BTL:	Below The Line
IEPI:	Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual
IESS:	Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social
INCOP:	Instituto Nacional de Contratación Pública
INEC:	Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
IVA:	Impuesto al Valor Agregado
MREMH:	Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana
PEST:	Político, Económico, Social y Tecnológico
PGE:	Procuraduría General del Estado
PIB:	Producto Interno Bruto
PYMES:	Pequeñas y Medianas Empresas
ROA:	Return Over Assets
ROE:	Return Over Equity
RUC:	Registro Único del Contribuyente
SENPLADES:	Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo
SIN:	Sistema Nacional de Información
SINDE:	Sistema de Investigación y Desarrollo
SRI:	Servicio de Rentas Internas
TIR:	Tasa Interna de Retorno
TMAR:	Tasa Mínima Aceptable Requerida
VAN:	Valor Actual Neto

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

CAPÍTULO 1

DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

1.-DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Tema - Título

El tema de Trabajo de Titulación previo a la obtención del título de Ingeniero en Desarrollo de Negocios Bilingüe es: “Creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros de bicicletas en la ciudad de Guayaquil”.

1.2 Justificación

A través de la presente investigación se busca analizar la factibilidad financiera y de mercado para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros de bicicletas en la ciudad de Guayaquil.

En la actualidad existe una creciente demanda de bicicletas debido a los múltiples beneficios que otorga este medio de transporte ecológico. A partir de este antecedente el Gobierno ecuatoriano propone la fabricación nacional de este tipo de vehículo y sus respectivas partes (Ministerio de Industrias y Productividad, 2014).

Desde un punto de vista académico el estudio del presente trabajo de titulación permitirá desarrollar un plan de negocios en el que se estipule estructuras operacionales, legales, financieras, y de marketing para la ejecución de un correcto proceso administrativo que podrá ser empleado como un modelo de negocios.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

Por otra parte en el aspecto social la creación de este tipo de empresa, correspondiente a la industria de bicicletas generará fuentes de empleo con condiciones justas y dignas para los trabajadores. Contribuyendo de esta forma con la reducción de la tasa de desempleo, la misma que en el 2014 se registró en un 4.57% (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2014).

1.3. Planteamiento y Delimitación del Tema u Objeto de Estudio

Se propone la creación de una empresa que fabrique y comercialice cuadros de bicicletas en la ciudad de Guayaquil. El mercado objetivo que se busca alcanzar es un grupo de personas pertenecientes a un estrato social – económico medio y alto interesadas en realizar adecuaciones en sus bicicletas.

En la propuesta se plantea el desarrollo de un plan de negocios con una proyección a cinco años mediante el cual se determinará la rentabilidad de la compañía. El mismo abarcará la descripción del negocio, el entorno jurídico, auditoría de mercado, plan operativo, plan de marketing, plan de contingencia y una evaluación económica-financiera-tributaria.

1.4 Contextualización del Tema u Objeto de Estudio

Ecuador durante los últimos años ha seguido la tendencia de países de primer mundo como Holanda y Alemania en optar por un medio de transporte ecológico como son las bicicletas.

Los ciudadanos ecuatorianos prefieren utilizar este velocípedo debido a los beneficios que este les proporciona tales como: aumento de la calidad de

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

salud por el ejercicio físico y facilidad de transporte en la ciudad ya que se evita el embotellamiento en las horas de tráfico (Diario El Comercio, 2014).

Por otra parte el Gobierno ecuatoriano al identificar el incremento de las importaciones de este producto incentiva la fabricación nacional de bicicletas y sus partes con la finalidad de ofertarlos en el mercado internacional, específicamente a países europeos mediante la oportunidad de comercio que se da a través del acuerdo con la Unión Europea (Ministerio de Industrias y Productividad, 2014).

A partir de estos antecedentes planteados se propone la creación de una empresa que se dedique a la producción y comercialización de cuadros de bicicletas en la ciudad de Guayaquil.

La propuesta se enmarca en uno de los objetivos del Plan Nacional para el Buen Vivir. El mismo que consiste en impulsar la transformación de la matriz productiva a través de la disminución de importaciones y fortaleciendo la industria nacional (Plan Nacional para el Buen Vivir, 2013).

Además la idea de negocio corresponde a la línea de investigación de modelos empresariales y redes de intercambio presentado en los lineamientos del Sistema de Investigación de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil en la Facultad de Especialidades Empresariales (SINDE, 2014).

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

1.5 Objetivos de la Investigación

1.5.1. Objetivo General

Evaluar la factibilidad financiera y de mercado para la creación de una empresa que se dedique a la producción y comercialización de cuadros de bicicletas en la ciudad de Guayaquil.

1.5.2 Objetivos Específicos

- Analizar la oferta y demanda de bicicletas y sus partes en el mercado guayaquileño.
- Evaluar la rentabilidad financiera de la empresa durante los próximos cinco años.
- Determinar un plan operativo y de mercado para la creación de la empresa.

1.6 Determinación del Método de Investigación y Técnica de Recogida y Análisis de la Información.

El método de investigación será cuantitativo con alcance descriptivo. La recolección de datos será a través de encuestas (cuantitativo) realizadas a la muestra poblacional de Guayaquil, entrevistas, antecedentes y observaciones en campo (cualitativo).

La información cuantitativa será analizada a través del sistema estadístico SPSS para posteriormente generar los informes respectivos de la investigación.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

1.7 Planteamiento del Problema

El uso de bicicletas se ha incrementado durante los últimos cinco años, especialmente en las ciudades más desarrolladas del país como Guayaquil, Quito y Cuenca. Los ciudadanos han optado por este medio por los múltiples beneficios que este presenta, tales como: ahorro de tiempo para movilizarse en especial en las horas de tráfico, por ser amigable con el ambiente, por deporte y por mejorar la calidad de vida de sus usuarios (El Comercio, 2014).

Los consumidores de este tipo de productos tienen la tendencia de adaptarlos de acuerdo a sus necesidades, las mismas que dependen de la finalidad del uso, sea esta para hacer ciclismo en pista, urbano, descensos, Freestyle, paseos, etc. Las partes de una bicicleta que se suelen cambiar son los aros, cuadro principal, montura y tijera rígida (Ministerio de Industrias y Productividad, 2014).

El proceso de identificar las necesidades también involucra el concepto de personalizar la bicicleta, diseñar un producto con el que el consumidor se sienta identificado (Diario El País, 2014).

Actualmente en el país la oferta se centra en la producción de bicicletas y sus partes en series sin ser adaptadas a las exigencias del consumidor por ello en el presente Trabajo de Titulación se propone la creación de una empresa que se dedique a la fabricación y comercialización de cuadros con diseños personalizados.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

1.8 Fundamentación Teórica del Proyecto

1.8.1 Marco Referencial

El desarrollo de la presente investigación tomará como marco referencial las empresas Wobiby y Mr. Jors Bicicletas, las mismas que se encuentran ubicadas en España y Colombia respectivamente.

El modelo de negocio de estas empresas se basa en ofrecer la personalización de sus productos. A través de su página web permite a los clientes escoger un tipo de bicicleta, colores y variedad de diseños.

En la capital del Ecuador se encuentra una empresa con características similares a las anteriores mencionadas. Construbicis Ecuador ofrece un servicio denominado por su propietario como “Bicicletas a la carta”.

El servicio ofrecido por esta compañía ecuatoriana consiste en la personalización del producto y asesoría. Los vehículos son fabricados de acuerdo a los requerimientos de los clientes (La Hora, 2009).

1.8.2 Marco Teórico

La creación de un modelo de negocios se basa en el desarrollo de estructuras administrativas, operativas y de marketing para su correcta implementación.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

En el aspecto administrativo Frederick Winslow Taylor sugiere que la producción debe ser estandarizada y que los trabajadores deberían ser funcionales (Taylor, 2007). Un método estandarizado permite ahorrar tiempo y recursos en el proceso de fabricación.

Henry Gantt plantea la técnica gráfica denominada el diagrama de Gantt que permite el control y planificación del tiempo de las operaciones productivas (Gantt, 2012). En los procesos de producción masiva el tiempo equivale a rentabilidad para las empresas.

Por otra parte Henry Fayol formula la “teoría clásica” que promueve aumentar la productividad de las empresas a través del aumento de la eficiencia a nivel operacional, es decir que los trabajadores operativos se enfoquen en sus actividades (Fayol, 2012).

Otro autor Theodore Levitte establece que "Las empresas deberían otorgar un valor adicional a sus productos o servicios con la finalidad de generar una identidad distintiva para el negocio que supere las expectativas de los consumidores creando una relación de fidelidad que se refleja en la rentabilidad de la compañía" (Levitte, 2008).

En el área de marketing Philip Kotler presenta su concepto de la ciencia del mercado, la misma que consiste en un proceso social y administrativo en el cual los individuos obtienen y necesitan lo que desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes (Kotler, 2012).

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

Paco Underhill, autor del libro *Por qué compramos* determina que el momento preciso para conocer el comportamiento del consumidor es cuando se realizan las compras. A través de la observación directa, hecha en la superficie comercial se identifican los factores que impulsan las ventas (Underhill, 2000).

Las empresas para volverse más competitivas en el mercado deben caracterizarse por un valor agregado, Michael Porter desarrolla la teoría llamada la cadena de valor, la misma que se define como una herramienta de análisis que permite ver hacia adentro de la empresa, en búsqueda de una fuente de ventaja en cada una de las actividades que se realizan (Porter, 2012).

De acuerdo a la matriz establecida las áreas de prioridad que agregan valor en una compañía son:

- Infraestructura
- Abastecimiento
- Administración de los recursos humanos
- Logística Interna
- Operaciones
- Logística Externa
- Servicios
- Marketing y ventas

Por otra parte Seth Godin propone que las compañías no sólo deben vender productos. La estrategia de las empresas modernas radica en dar a conocer historias que generen emociones en los consumidores, las mismas que provocan una conexión con la marca. (Godin, 2012).

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

1.8.3 Marco Conceptual

- Cuadro (bicicleta): Cuerpo o pieza básica de la bicicleta, en el cual se fijan los otros componentes como la horquilla, ruedas, montura, timón, etc.
- Ciclismo de pista: Deporte que se caracteriza por disputarse en un velódromo.
- Ciclismo Urbano: Uso de bicicleta como medio de transporte urbano para distancias cortas.
- Freestyle (ciclismo): Deporte de ciclismo que se caracteriza por las maniobras acrobáticas.
- Personalización: La capacidad de crear respuestas individuales para cada cliente.
- Transporte ecológico: Medios de movilización que no producen emisiones dañinas para el medio ambiente.
- Valor agregado: Característica extra que se le da a un producto o servicio.
- Velocípedo: Vehículo de una, dos o tres ruedas que funciona con pedales.
- Velódromo: Instalación en la que se celebran carreras ciclistas (Real Academia Española, 2014).

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

1.8.4 Marco Legal

Las leyes, normas y entidades que se asocian a la presente propuesta se detallan de la siguiente manera:

Leyes:

- Ley de Compañías.
- Ley de Propiedad Intelectual.
- Ley de Régimen Tributario Interno y en su Reglamento.
- Ley Orgánica de Defensa del Consumidor.
- Código Penal.
- Código Civil.
- Código de Trabajo.
- Superintendencia de Compañías.

Entidades:

- IESS.
- Registro Mercantil.
- Cámara de Comercio.
- Servicio de Rentas Internas.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

1.8.5 Marco Lógico

Tabla 1: Marco Lógico

1/1	LÓGICA DE INTERVENCIÓN	INDICADORES VERIFICABLES	FUENTES Y MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
OBJETIVO GENERAL	<p>Evaluar la factibilidad financiera y de mercado para la creación de una empresa que se dedique a la fabricación y comercialización de cuadros de bicicletas en la ciudad de Guayaquil.</p>	<p>Nivel de demanda por el producto ofertado.</p> <p>Análisis de la rentabilidad financiera de la empresa.</p>	<p>Encuestas realizadas a la muestra poblacional.</p> <p>Estados financieros proyectados de la empresa.</p>	<p>Viabilidad financiera y de mercado para la implementación del plan de negocios.</p>
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<p>Analizar la oferta y demanda de bicicletas y sus partes en el mercado guayaquileño.</p>	<p>Análisis de los competidores existentes en el mercado.</p> <p>Identificación de la demanda existente en el mercado local.</p>	<p>Boletines informativos del MIPRO.</p> <p>Estudios de las actividades económicas del país de la Súper Intendencia de Compañías.</p> <p>Estudios estadísticos del INEC.</p>	<p>Pocos competidores existentes en el mercado.</p> <p>Alto uso de bicicletas.</p>
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<p>Evaluar la rentabilidad financiera de la empresa durante los próximos cinco años.</p>	<p>Retorno de la inversión en un período menor a 5 años.</p> <p>Margen de utilidad superior al 40%.</p> <p>Desarrollo de un manual operativo.</p> <p>Creación de un plan estratégico de marketing.</p>	<p>Estados financieros proyectados.</p> <p>Plan Operativo.</p> <p>Plan de marketing.</p>	<p>Utilidades favorables durante el periodo analizado.</p> <p>Proceso de producción certificado.</p> <p>Penetración de mercado.</p>
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<p>Determinar un plan operativo y de mercado para la creación de la empresa.</p>			

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

RESULTADOS ESPERADOS	Aceptación del producto en el mercado.	Ventas de los productos en los diferentes puntos de expendio.	Informe de ventas.	Relación a largo plazo con los clientes.	
ACTIVIDADES A DESARROLLAR	-Estudio de mercado -Desarrollo del producto. -Análisis financiero -Plan Operativo – Administrativo. -Plan de marketing.	Encuestas y análisis. Elaboración de prototipo. Lineamientos de producción. Parámetros administrativos. Estrategias de marketing.	de los cuadros de producción. de de de de	Tabulación de datos. Cuadro de bicicletas terminado. Manual de producción Manual de funcionamiento. Plan de marketing.	Información fiable de las encuestas. Producto que supere las expectativas del cliente. Producción con un mínimo porcentaje de error. Penetración de mercado. Posicionamiento positivo de la marca.

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación

1.9 Formulación de la hipótesis y-o de las preguntas de la investigación de las cuáles se establecerán los objetivos

Tabla 2: Hipótesis

Objetivos	Hipótesis	Preguntas de la investigación
Objetivo General Evaluar la factibilidad financiera y de mercado para la creación de una empresa que se dedique a la fabricación y comercialización de cuadros de bicicletas en la ciudad de Guayaquil.	Existe una alta demanda de bicicletas en el mercado.	¿Con qué frecuencia se compra bicicletas? ¿Cuáles son las partes de las bicicletas con mayor frecuencia de compra?
Objetivo específico 1 Analizar la oferta y demanda de bicicletas y sus partes en el mercado guayaquileño	La oferta de cuadros de bicicletas es baja. Los cuadros de bicicletas con las piezas más compradas.	¿Cuáles son los competidores en el mercado? ¿Cuánto está dispuesto a pagar el mercado por el producto?

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

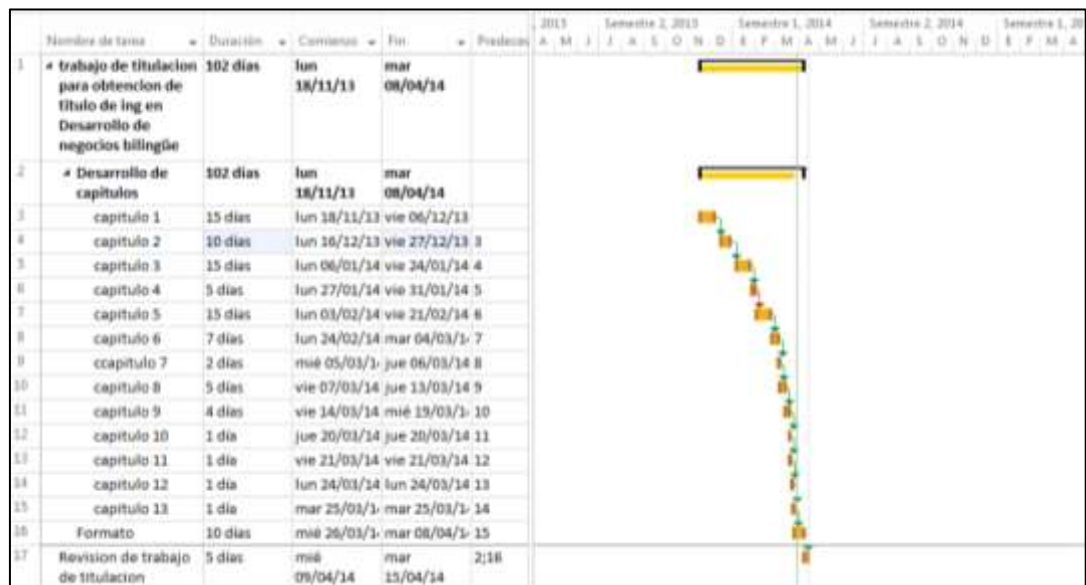
Objetivo específico 2	Evaluar la rentabilidad financiera de la empresa durante los próximos cinco años.	Las utilidades que generará la propuesta son superiores a la TMAR.	¿Cuál es la rentabilidad de la propuesta?
Objetivo específico 3	Determinar un plan operativo y de mercado para la creación de la empresa.	Los procesos de producción son de alta calidad. La penetración de mercado es favorable para la propuesta.	¿El margen de error en la producción es mínimo? ¿Cómo percibe el consumidor la propuesta?

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación

1.10 Cronograma

Ilustración 1: Cronograma de actividades



Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

CAPÍTULO 2

DESCRIPCIÓN DEL INVESTIGACIÓN

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

2. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

2.1 Análisis de la Oportunidad

El uso de bicicletas se ha incrementado durante los últimos años debido a que los ciudadanos a través de las diferentes campañas organizadas por el Gobierno nacional e influencias internacionales han descubierto los múltiples beneficios de este medio de transporte. Entre los cuales se destaca el cuidado del medio ambiente, disminución del tráfico, mejor uso del espacio público y salud.

El Gobierno ecuatoriano incorpora el Plan Nacional de Ciclo Vías que incentiva el uso masivo de bicicletas como medio de transporte. El mismo consiste en otorgar infraestructura (ciclo vías), parqueos, programas educativos y campañas de comunicación en el que se concibe a las bicicletas como un medio de transporte seguro y ecológico (Ministerio de Transporte y Obras Públicas, 2014).

Actualmente la oferta de bicicletas y piezas se encuentra dada en gran parte por las fábricas nacionales por las restricciones de importación e incremento de aranceles del 10% al 30% implementado por el Gobierno ecuatoriano (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2014)

La producción local se caracteriza por elaborar los vehículos en series, sin adaptarlas a las necesidades del consumidor.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

A partir de esta situación se propone la creación de una empresa que se dedique a la fabricación y comercialización de cuadros de bicicletas, los mismos que serán personalizados de acuerdo a las exigencias de los clientes.

2.1.1 Descripción de la idea de negocio

Ecuabicy es una empresa ecuatoriana que se dedicará a la producción de cuadros para bicicletas, los mismos que serán comercializados en la ciudad de Guayaquil.

Los productos de Ecuabicy se diferenciarán de la competencia por la calidad de su materia prima y diseño. Lo más destacable será el diseño ya que los clientes a través de su creatividad e inspiración serán los encargados de presentar su arte para personalizar los cuadros de bicicletas.

La compañía empleará como canales de distribución las tiendas especializadas de bicicletas que se encuentran en el perímetro urbano de Guayaquil. A través de estas se llegará al consumidor final.

2.1.2 Descripción de la idea del producto o servicio

La propuesta contempla la creación de una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de cuadros de bicicletas en la ciudad de Guayaquil.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

El producto será producido con altos estándares de calidad. Los cuadros de bicicletas serán hechos en material de acero para ofrecer mayor rigidez y soporte al ciclista durante sus rutas.

El valor agregado del producto será la personalización del diseño, en cuanto a colores y gráficos que el cliente desee implementar. La idea se centra en que el consumidor tenga la oportunidad de desarrollar su producto mediante un sistema de modulación, el mismo que consiste en hacer elecciones entre una gama predeterminada de objetos, creando la ilusión de que se está produciendo un producto único.

Los canales de distribución a emplearse serán las tiendas especializadas en venta de bicicletas y piezas. Además se implementará un sitio web para las ventas online.

2.2 Misión, Visión y valores de la empresa

Misión

Fabricar y comercializar cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil, entregando un óptimo servicio en la personalización de producto.

Visión

Reflejar la creatividad e inspiración de los amantes de los velocípedos en cada una de sus partes.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

Valores de la Empresa.

- Puntualidad: La responsabilidad y la exactitud en la entrega del pedido de los productos será una cultura que se creará en la empresa.
- Responsabilidad: Todos los empleados de la empresa desde el administrativo hasta los operadores de las herramientas y maquinarias se encargará de realizar el trabajo con calidad.
- Comunicación: Mantener el dialogo tanto en la parte interna de la empresa como en la externa, con proveedores y clientes.
- Calidad: Los cuadros de bicicleta se fabricaran con materiales locales y la mano de obra experimentada junto con las máquinas y herramientas darán al producto un alto nivel de profesionalismo.

2.3 Objetivos de la empresa

2.3.1 Objetivo General

Crear una empresa rentable y sólida que se dedique la fabricación y comercialización de cuadros de bicicletas personalizados en la ciudad de Guayaquil.

2.3.2 Objetivos Específicos

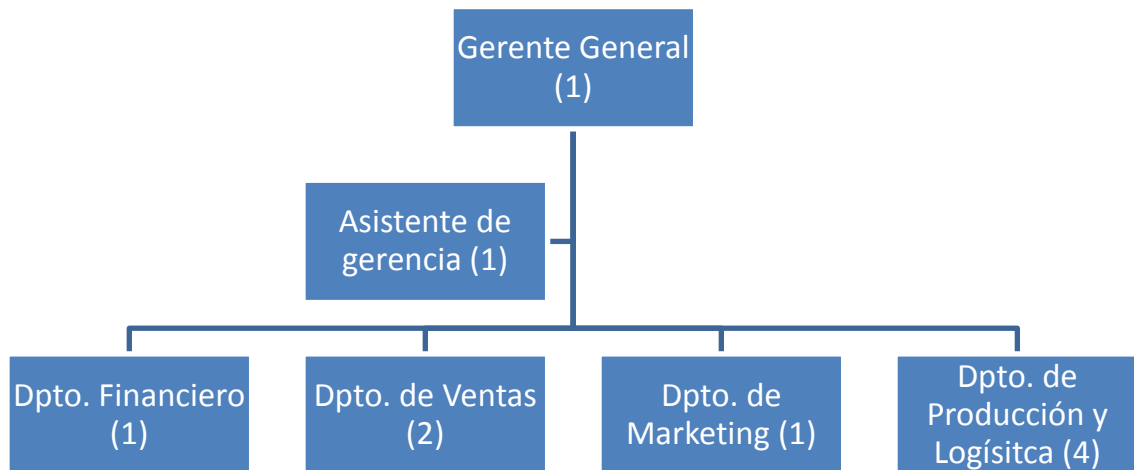
- Obtener un retorno del 100% de la inversión en un periodo menor a cinco años.
- Alcanzar el 15% de la cuota del mercado de cuadros para bicicletas en el primer año.
- Aumentar las utilidades mínimo el 5% anual en relación al año anterior.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

2.4 Estructura Organizacional

2.4.1 Organigrama

Ilustración 2: Organigrama



Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación

2.4.2 Desarrollo de cargos y perfiles de competencias

- **Director General**

Función General:

- Planificar, organizar, dirigir, coordinar, evaluar a la organización que dirige.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

Funciones Específicas:

- Elaborar presupuestos de clientes y empresa.
- Crear un método de control y archivo de las compras y ventas de la organización.
- otorgar asistencia técnica operativa en el manejo económico, financiero y administrativo
- Conocer y realiza sus labores acorde a los objetivos, misión y visión de la empresa

- **Jefe de producción**
 - Analizar los procesos de fabricación para una pieza o conjunto determinado.
 - Elegir el proceso más adecuado, en función de las especificaciones de los marcos a fabricar y de los plazos de entrega.
 - Definir el proceso de fabricación, paso a paso, de cada pieza y su conjunto.
 - Mantener en orden al personal de producción cuando se encuentre personalizando los cuadros de bicicletas.
 - Mantener al taller en perfectas condiciones para que el personal pueda trabajar de una manera cómoda y eficiente. Calcular de tiempos de fabricación.
 - Dirigir y controlar las actividades de los procesos de la Planta.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

- Hacer seguimiento a la programación semanal y/o mensual de producción y de mantenimiento preventivo

- Cumplir normas de seguridad y salud ocupacional establecidas.

- Vigilar que todas las instalaciones, máquinas y equipos de la empresa estén en condiciones para desarrollar su cometido.

- **Operador de máquinas y herramientas**
 - Preparar, operar y monitorear los tornos, fresadoras, rectificadoras y las máquinas de acabado.

2.4.3 Manual de funciones: Niveles, interacciones, responsabilidades y derechos.

- Gerente General
 - Funciones:
 - Brindar soporte técnico operativo en la gestión económica, financiera y administrativa.
 - Elaborar en coordinación con la áreas operativa el plan estratégico, y el presupuesto.
 - Administrar adecuadamente todos los recursos humanos y materiales de la empresa.
 - Crear y mantener buenas relaciones laborales con: los clientes, consumidores, personal, proveedores, etc.
 - Hacer ejecutar las políticas de la compañía.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

- Encargarse de aumentar las ventas con planes de marketing.
- Manejar de manera eficiente la contabilidad y finanzas de la empresa.
- Llevar pleno control de los objetivos y metas de la empresa.
- Atender a las distintas quejas o reclamos que se lleguen a presentar.

Educación:

- Título universitario en ingenierías afines al cargo con Especialización en Administración de Gerencia de la Producción y-o Recursos de Materiales y-o Mantenimiento Industrial.

Perfil:

- Sólidos conocimientos en el área de administración de negocios.
- Manejo de sistemas de inventarios, facturación, manejo de personal, trabajo bajo presión.

- Asistente de Gerencia

Funciones:

- Ayudante de trámites, ventas y compras de la empresa.
- Asistir a la Gerencia General y a los demás Departamentos.
- Preparar citas de la Gerencia General
- Realizar informes de las actividades diarias.
- Participa en el estudio y análisis de nuevos procedimientos y métodos de trabajo.
- Realiza los descargos o pagos contra asignaciones varias.
- Realiza registro contable.
- Recopila, clasifica y analiza información para los planes y programas.
- Mantiene actualizado los registros contables y financiero

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

Educación:

- Título universitario en administración.

Perfil:

- Conocimientos en el manejo y métodos de oficina
- Redacción, ortografía y sintaxis.
- Conocimiento en retención de Impuestos.

Jefe de Planta y de Producción

Funciones:

- Supervisar y verificar el cumplimiento del plan de trabajo previamente establecido.
- Elaborar manual de procesos.
- Organización de los materiales y equipos
- Ordenar la materia prima en el área.
- Capacitarse cada cierto periodo.
- Supervisar que se trabaje con exigentes controles de calidad.

Educación:

- Ingeniero Industrial.

Perfil:

- Ser responsable de la existencia de materia prima, materiales de empaque y productos en proceso y entre otros.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

- Jefe de Marketing

Funciones:

- Desarrolla e implementa estrategias de marketing.
- Realizar estrategias de ventas.
- Reforzar la imagen y el posicionamiento de la organización.
- Desarrollar investigación de mercado
- Trabaja en el desarrollo de la marca.

Educación:

- Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión.

Perfil:

- Saber comprender e intervenir el mercado con enfoque e inteligencia estratégica.
- Saber apropiar y aplicar conocimientos de marketing.
- Capacidad de identificar los aspectos relevantes del mercado.

- Jefe financiero

Funciones:

- Mantener actualizado el registro de proveedores.
- Negociación de proveedores.
- Elaborar rol de pagos de la empresa.
- Responsable de nuevas actuaciones financieras que se lleven a cabo.
- Control completo de la bodega.
- Control de archivo administrativo y contable.
- Comunicar la variación de precios de materia prima para la elaboración del producto.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

- Entregar informes financieros a la Gerencia General.

Educación:

- Título superior en Finanzas.

Perfil:

- Saber administrar y autorizar préstamos para empleados.
- Conocimiento en elaboración de reportes.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

CAPÍTULO 3

ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

3. ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA

3.1 Aspecto societario de la empresa

3.1.1 Generalidades

La firma “Ecuabicis” tendrá como razón social Compañía Limitada y el nombre comercial será “Prime-Ride.”

La sede principal de la empresa será en la ciudad de Guayaquil.

3.1.2 Fundación de la empresa

Ecuabicis Cía. Ltda., es una empresa ecuatoriana con sede principal en la ciudad de Guayaquil, su actividad comercial es elaborar cuadros personalizados para bicicletas.

De acuerdo al tamaño e idea de negocio, la compañía se encuentra asentada en el registro mercantil como empresa de compañía limitada más conocida en su abreviatura CÍA. LTDA.

3.1.3 Capital social, acciones y participaciones

El capital social de la compañía es de \$20.000,00, dividido en 1000 acciones con un valor nominal de \$20,00 (veinte dólares) cada una, y podrán ser objeto de cambio si los accionistas así lo requieren.

El Gerente de firmará las acciones y además las acciones tendrá una denominación desde el 0001 hasta el 1000, cada una tendrá un voto dentro de la junta general de accionistas. A continuación presentamos una tabla con los registros de las acciones por cada socio:

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

Tabla 3: Capital Social

SOCIOS	# DE ACCIONES	POR CENTAJE	VALOR TOTAL DE PARTICIPACIÓN
Socio 1	550	55%	\$11.000,00
Socio 2	450	45%	\$9.000.00

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación

3.1.4 Junta general de accionistas

Las convocatorias para la reunión de la Junta General se lo realizarán con ocho días de anticipación a través de memorándum, e-mails y diarios de mayor circulación de la ciudad.

La reunión se la realizará en los primeros días de cada trimestre, a fin de tratar problemas internos y externos de la empresa.

3.2 Aspecto laboral de la empresa

3.2.1 Generalidades

Ecuabicis Cía. Ltda., se apegará a las leyes del código de trabajo, creando contratos a tiempo fijo, de prueba y ocasional.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

3.2.2 Mandato Constituyente No. 8

De acuerdo a lo establecido en la constituyente por mandato, la empresa tendrá en consideración la eliminación y prohibición de la tercerización, contratos por horas y cualquier otra forma que vaya en contra de los beneficios del trabajador (Procuraduría General del Estado, 2013).

3.2.3 Tipos de contratos

La empresa maneja contratos fijos, prueba y ocasionales según cuando la empresa lo crea necesario.

Contrato Fijo: en esta se puede determinar la duración del contrato (empleador-empleado) y si en el caso una de las partes quiere dar por terminado, se le notificará con un mes de anticipación de la fecha de término del contrato.

Contrato de Prueba: no se podrá exceder más de 90 días.

Contrato Ocasional: se lo utilizará en necesidades emergentes o extraordinarias y no podrá excederse más de treinta días en un año. (Código de Trabajo, 2014).

3.2.4 Obligaciones del empleador

La compañía asumirá las siguientes obligaciones que se le indique en el Código de Trabajo:

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

- Pagar cantidades que correspondan al trabajador de acuerdo a lo estipulado en el contrato y este código.
- Entregar fábricas, talleres, oficinas y demás lugares de trabajo, sujetándose a las medidas de prevención, seguridad e higiene de trabajo.
- Indemnización a los trabajadores por accidentes que sufrieran en el trabajo y por las enfermedades profesionales.
- Entregar al trabajador los útiles, instrumentos y materiales necesarios para la ejecución del trabajo.
- No maltrato al trabajador, siempre con la debida consideración.

(Código de Trabajo, 2014).

3.2.5 Décimo Tercera y cuarta remuneración

Para el pago de las décimo tercera y cuarta remuneración, se registrarán a las fechas determinadas en el Código de Trabajo que son: 24 de diciembre para el pago máximo del décimo tercer sueldo equivalente a la doceava parte de las remuneraciones percibidas durante al año laboral. El décimo cuarto sueldo es igual a un salario mínimo es decir \$356, este pago se efectuará hasta fecha límite 15 de abril, este sueldo se lo ha fijado para el uso de los útiles escolares de los hijos de los trabajadores. En caso de que el empleado saliere o fuese separado de su trabajo antes de las fechas mencionadas, recibirá la parte proporcional de la décima cuarta remuneración al momento del retiro o separación.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

3.2.6 Fondos de reserva y vacaciones

Se lo realizará como se lo indica en el Código de Trabajo (Código de Trabajo, 2014).

3.2.7 Inserción de discapacitados a puestos de trabajo

La compañía no cuenta con un número mayor de 25 trabajadores al inicio de sus actividades comerciales, por lo tanto Ecuabicis Cía. Ltda., no se ve obligada a reclutar personal discapacitado según como lo indica en el Código de Trabajo.

3.3 Contratación Civil.

3.3.1 Principios básicos de la contratación

El contrato es un convenio el cual el trabajador se compromete a prestar sus servicios lícitos y personales, por una remuneración fijada en el contrato y las leyes.

Los contratos que realiza Ecuabicis Cía. Ltda., con sus colaboradores poseerán consensualidad, inalterabilidad y autonomía de voluntad.

3.3.2 Contratos de prestación de servicios

Los contratos de prestación de servicio se realizan cuando la empresa desea contratar personal profesional externo, para cumplir trabajos de la empresa acordando el precio y el tiempo.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

3.3.3 Principales cláusulas de contratos en la prestación de servicios

La compañía utilizará las siguientes cláusulas dentro de este tipo de contratos:

- Interviniente: las personas relacionadas llevarán a cabo el contrato.
- Referencias: aclaración del inicio de la relación de comercial.
- Objeto: es la razón de celebrarse dicho contrato, que va hacer o que servicio la parte contratada.
- Plazo del contrato.
- Precio, forma de pago y garantía: se detalla el precio que se va a pagar, formas de pago, garantías.
- Obligaciones del contrato: se detalla las obligaciones que tendrá la persona contratada con la empresa, todo pegado a las leyes y reglamentos vigentes.
- Solicitud de pedido o producción: se detallará el producto o servicio que el proveedor dará.
- Deducciones: se especifica cantidades a deducir correspondiente a lo decreto por la ley, por ejemplo: impuesto a la renta, etc.
- Responsabilidades y prohibiciones
- Cláusula de confidencialidad: se cuida de manera secreta la información que se maneja entre ambas partes.
- Relación civil entre las partes: se detalla que existe relación laboral y consecuentemente rendición al Código de Trabajo y leyes.
- Controversia: partes contratantes.
- Solución de controversia: se especifica el centro de arbitraje.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

3.3.4 Soluciones alternativas a conflictos: arbitraje y mediación.

Se detallará en los contratos el centro de arbitraje como solución a posibles conflictos, y las partes involucradas sabrán qué centro de mediación tendrán que recurrir al momento de firmar el contrato.

3.3.5 Generalidades de la contratación pública

La ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública organiza todas las instancias, organismo e instituciones en los ámbitos de planificación, programación, presupuesto, control, administración y ejecución de las adquisiciones de bienes, servicios y ejecución de obras públicas que se realizan con recursos públicos.

Para ser un proveedor del INCOP se necesita obtener el Registro Único de Proveedor y reunir requisitos para de esta manera constar en la base de datos de los proveedores de obras, bienes y servicios del sector público. (Servicio Nacional de Contratación Pública, 2014).

3.3.6 Contrato de confidencialidad

Para evitar fuga de información confidencial, la empresa Ecuabicyc Cía. Ltda., estipulará cláusula de confidencialidad en cada contrato a celebrarse.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

3.4 Políticas de un buen gobierno corporativo

3.4.1 Código de Ética

En el código de ética de la compañía constarán las políticas que se aplicarán para asegurar la reputación de la empresa a largo plazo, esto nos ayudará a convertirnos en los principales aliados de los clientes ya que reconocerán a Ecuabicis Cía. Ltda., por su calidad, honestidad y ética con se trabaja.

3.5 Propiedad Intelectual

3.5.1 Registro de marcas

Se deberá registrar como marca mixta o compuesta, el nombre y logotipo de la empresa en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual para proteger de plagios o robos de identidad empresarial (IEPI, 2014). Se registrará como marca mixta o compuesta ya que se encuentra formada por letras e imagen.

3.5.2 Derecho de Autor

La presente “Propuesta para Crear una Empresa de Fabricación y Comercialización de Cuadros para Bicicletas en la ciudad de Guayaquil”, cuenta con derecho de autor intelectual y publicada por la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

3.5.3 Patente y/o modelo de utilidad.

La patente y modelo de utilidad no aplica para este Trabajo de Titulación.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

3.6 Seguros.

3.6.1 Incendio.

La empresa contará con una póliza de seguros la cual cubrirá la pérdida o daños materiales originados por incendio (Mapfre, 2014).

3.6.2 Robo

Este tipo de seguro cubre o ampra cualquier tipo de robo o asalto de los materiales de la empresa (QBE, 2014).

3.6.3 Fidelidad

Este seguro cubre cualquier tipo de estafas o fraudes en contra de la empresa, pero la compañía no ve en la necesidad de adquirí, porque este tipo de actos de manejará dentro de las cláusulas del contrato.

3.6.4 Maquinaria y equipos

Los equipos y maquinarias ya se encontraría asegurados contra incendio, robo y en caso de que el personal sustrajeran mercadería o dañen algún equipo dentro de la cláusula de prohibiciones de los contratos, se encuentra la sanción.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

3.6.5 Materia Prima y Mercadería

Al analizar el tipo de materia prima requerida para la fabricación de cuadros de bicicletas se encuentra poco probable que exista algún accidente por ello no será asegurada.

3.7 Presupuesto

Tabla 4: Presupuesto

Descripción	Costo
Seguros	
Prima contra incendios	\$200,00
Prima contra robo	\$200,00
total	\$400,00
Gasto de Constitución	
Gasto de constitución	\$765,00
Registro de marca	\$208,00
Permiso y Certificación Sanitario	\$30
Pago a Cuerpo de Bomberos	\$15
Total Gastos de Constitución	\$1.018,00
Total	\$1.418,00

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

CAPÍTULO 4

AUDITORIA DE MERCADO

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

4. AUDITORÍA DE MERCADO

4.1 PEST

Político: En los últimos siete años el país ha travesado una estabilidad política sólida, para los inversionistas esto es una buena señal para invertir en los diferentes sectores del mercado ecuatoriano. Con ello el Gobierno Nacional puede seguir desarrollando proyectos, leyes y tratados.

Actualmente el Gobierno Nacional persigue un nuevo modelo político que es el “Plan Nacional para el Buen Vivir “con miras hasta el 2017 y bajo este modelo se busca transformar la matriz productiva y la estrategia nacional para la equidad y la supresión de la pobreza.

Bajo este modelo el actual Estado quiere erradicar la pobreza en el país siguiendo un modelo de Gobierno más equitativo y justo tal como lo dice los objetivos nacionales 9 y 10 del Plan Nacional para el Buen Vivir “Garantizar el trabajo digno en todas sus formas e Impulsar la transformación de la matriz productiva” (Senplades, 2014).

El Gobierno incentiva a la industria nacional para que existan mayores productos locales en el mercado, para que haya un mayor aumento en la economía del país y de incentivar al empresario a invertir en la elaboración de producto nacional o de mayores componentes en el producto, todo esto con el fin de evitar y retener la salida de divisas.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

Lo que el Gobierno ecuatoriano quiere es que el país exporte más productos elaborado localmente y deje de importar artículos que está en capacidades de producirse en el Ecuador, con el fin de ir reduciendo el déficit comercial en las exportaciones, ya que actualmente existe mayor nivel de importación que de exportación en el país.

Dentro de esta idea del Gobierno, dentro de la legislación ecuatoriana se ha creado el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI), el mismo que establece políticas que promueven la actividad productiva del país, las mismas que se presentan a continuación:

- Art. 2.- Actividad Productiva.- Se la considera actividad productiva al proceso mediante el cual la actividad humana transforma insumos en bienes y servicios lícitos, socialmente necesarios y ambientalmente sustentables, incluyendo actividades comerciales y otras que generen valor agregado.
- Art. 3.- Objeto.- Tiene como objeto regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir.
- Art. 4.- Fines.- La transformación productiva debe potenciar el valor agregado, considerando aspectos ambientales, sostenibles y eco-eficientes.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

En el Libro II establece los mecanismos de desarrollo de la inversión productiva y sus instrumentos, enfocados en la inversión productiva, inversión nueva, inversión extranjera e inversión nacional.

- Art. 5.- Órgano Competente.- El Consejo Sectorial de la Producción será el máximo órgano gubernamental en materia de inversiones.
- Art. 19.- Derecho de los inversionistas.- manifiesta que los inversionistas tienen derecho a la libertad de producción y comercialización de bienes y servicios.
- Art. 24.- Clasificación de los Incentivos.- Establecen principales incentivos para la promoción de inversiones que se realicen dentro del país, como la reducción de 3 puntos porcentuales del impuesto a la renta, deducciones adicionales para el cálculo del impuesto a la renta como mecanismo para incentivar la optimización de productividad, innovación y producción eco-eficiente.

De la misma forma se establecen facilidades de pago en tributos al comercio exterior; exoneración del impuesto a la salida de divisas para el financiamiento externo; exoneración del anticipo de impuesto a la renta por cinco años para toda inversión nueva.

El Estado ecuatoriano y los Gobiernos locales se encuentran incentivando el uso de la bicicleta como un medio de transporte sano para el ambiente y el ser humano y alcanzar un mejor estilo vida para todos; por lo que últimamente ministerios como el de Transporte y Obras Públicas ha venido

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

creando espacios recreativos, ciclo vías en carreteras y puentes en las diferentes ciudades del país. (Plan Nacional de Ciclovías, 2014)

Económico: Las variables macroeconómicas importantes para el cálculo de la tasa de descuento del proyecto, fundamentales en los aspectos financieros al momento de pronosticar gastos e ingresos de la empresa son las siguientes:

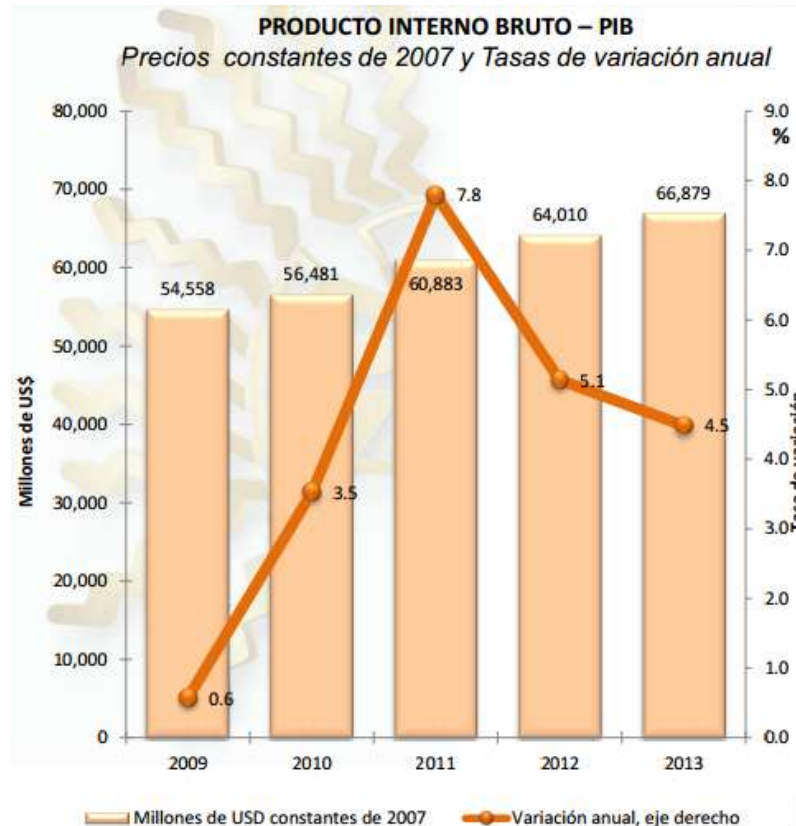
- Producto Interno Bruto (PIB)
- Índice de Inflación
- Riesgo país
- Tasa de Interés

PIB: El Ecuador mantuvo la tendencia de crecimiento económico, cerrando el año 2013 con un resultado positivo de 4.5%, situando al PIB (a precios constantes) en USD 66,879 millones.

Desde el 2009, la economía ecuatoriana ha presentado un crecimiento de 4.5%, esto para el Gobierno es un impacto positivo para fortalecer los sectores productivos.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

Ilustración 3: Producto Interno Bruto



Elaborado por: El Autor

Fuente: BCE (Banco Central del Ecuador, 2014).

La industria metalmecánica en el cual se encuentra el sector de las bicicletas, le representa al país 16% del PIB con un crecimiento promedio del 8% anual 2000–2012; con un consumo intermedio de acero del 65%, superior al de la industria manufacturera con el 59%.

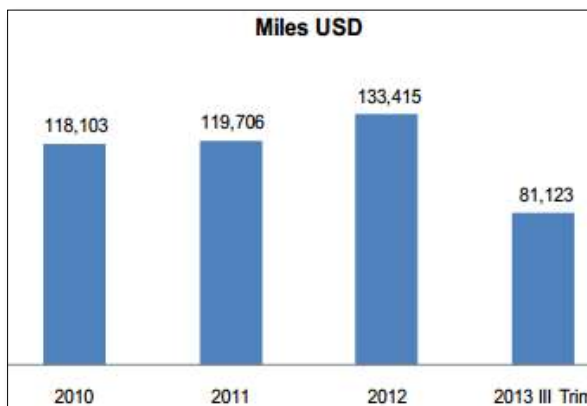
De acuerdo a fuentes oficiales, la industria metalmecánica del Ecuador está orientada principalmente a los siguientes segmentos:

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

- Coberturas de Metal
- Turbarías y plomería
- Soportes Estructurales
- Laminados
- Invernaderos
- Sistemas industriales
- Varilla de acero para construcción.
- Alcantarillado sanitario
- Productos de tránsito.
- Señalética.
- Electrodomésticos

El Flujo de Inversión Extranjera Directa en Ecuador según el Banco Central del Ecuador registra inversión en el sector industrial manufacturero, el cual engloba algunas industrias, entre ellas la del sector metalmecánica. Este sector tiene una tasa de crecimiento promedio anual de 6.29% y en el 2012 muestra una variación del 11.45% vs. 2011 (Banco Central del Ecuador, 2014).

Ilustración 4: PIB



Elaborado por: El Autor

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2014)

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

Inflación: Es una de las variables macroeconómicas de mayor vertibilidad y relevancia para el proyecto, porque su incidencia es directa en los resultado de la empresa, principalmente en el cálculo de los presupuestos de costos y gastos.

El Banco Central del Ecuador registra una inflación en el mes de octubre 2014 de 3.95%; sin embargo, al observar la gráfica, este indicador tiene una tendencia a la baja en los últimos años. Por esta razón, si se hace un promedio de este indicador la inflación 2012-2014 sería de 3.45% en promedio, es decir que de este porcentaje se verá afectado los costos y gastos operativos que la compañía demande el momento de elaborar los presupuestos.

Ilustración 5: Inflación del Ecuador

FECHA	VALOR
Octubre-31-2014	3.98 %
Septiembre-30-2014	4.19 %
Agosto-31-2014	4.15 %
Julio-31-2014	4.11 %
Junio-30-2014	3.67 %
Mayo-31-2014	3.41 %
Abril-30-2014	3.23 %
Marzo-31-2014	3.11 %
Febrero-28-2014	2.85 %
Enero-31-2014	2.92 %
Diciembre-31-2013	2.70 %
Noviembre-30-2013	2.30 %
Octubre-31-2013	2.04 %
Septiembre-30-2013	1.71 %
Agosto-31-2013	2.27 %
Julio-31-2013	2.39 %
Junio-30-2013	2.68 %
Mayo-31-2013	3.01 %
Abril-30-2013	3.03 %
Marzo-31-2013	3.01 %
Febrero-28-2013	3.48 %
Enero-31-2013	4.10 %
Diciembre-31-2012	4.16 %
Noviembre-30-2012	4.77 %

Elaborado por: El Autor

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2014)

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

Riesgo País: El EMBI (Emerging market bonds index) se define como un índice de bonos de mercados emergentes, el cual refleja el movimiento en los precios de sus títulos negociados en moneda extranjera. Se la expresa como un índice o como un margen de rentabilidad sobre aquella implícita en bonos del tesoro de los Estados Unidos.

De esta forma existe un menor riesgo por lo tanto un mayor grado de atractivo para la inversión, en especial porque mejores condiciones económicas y políticas que aseguren la estabilidad del país.

En los últimos meses este indicador se ubicó de 417 puntos hasta 545 del último corte del 05 de noviembre del 2014.

Tasa de Interés: El país tiene dos tipos de tasas, la activa que es la cobran los bancos por los préstamos que se realizan dentro del sistema financiero por lo que se había mantenido constante en 8.17%; pero recientemente se fijó que para diciembre de 2014 subirá hasta 8.19%.

Por otro lado se encuentra la tasa pasiva que es aquella que paga las instituciones financieras por los depósitos en las cuentas bancarias, registro una conducta similar al incrementarse de 4.53% hasta el 5.18% (Banco Central del Ecuador, 2014).

Social: Actualmente el país cuenta con factores positivos para las nuevas compañías. Ecuador disminuyó la desigualdad entre el 2006 y 2012, su coeficiente de Gini descendió de 0,54 a 0,48, esto lo hace positivo porque mejora la calidad de vida y efectos como: estabilidad política, disminución de

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

riesgos comerciales y las transacciones económicas son más óptimas, de esta forma un factor social puede ayudar al desarrollo económico.

Otro factor que lo hace positivo al país es la tasa de desempleo que bajó de 5.0% a 4,1%, debajo del promedio de América Latina 6,3%, factor importantísimo para las compañías que ofertan productos y servicios en el mercado, porque existe mayor poder adquisitivo de las diferentes clases sociales.

Tecnológico: El sector metalmecánico se caracteriza por tener un ritmo innovador, tantos en los productos elaborados como en los métodos de gestión, y los proveedores que no lo logran, se convierten en proveedores marginales (Antequera, 2014).

Esta industria va seguida con el crecimiento demográfico constante, problemas ambientales como el cambio climático, la necesidad de fuentes de energía alternativas, desarrollo de vehículos más eficientes energéticamente para de esta manera poder asegurar la sostenibilidad de la vida y el medio que nos rodea.

La utilización de materia prima ligera y sus tecnologías permiten una reducción del consumo energético y/o materiales por lo que como resultado se consigue una mejora de eficiencia y rentabilidad de sistemas, asegurando de esta manera las principales ventajas competitivas en el sector.

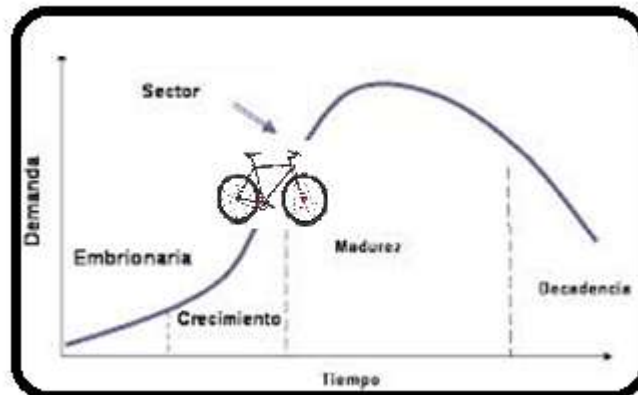
El país ha destinado cerca de los 450 millones de dólares en máquinas e infraestructuras de planta para el sector metalmecánico (Proecuador, 2014).

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

4.2 Actividad de la Industria: Estadísticas de Ventas, Importaciones y Crecimientos de la industria.

El mercado de la venta de bicicletas está en una etapa entre crecimiento y madurez puesto que comenzó con expectativas hacia el futuro construyendo ciclo vías, ciclo rutas, etc., en varias ciudades del Ecuador, todo esto específicamente para el mejor manejo de este medio de transporte formando ahorro económico y ambiental. Este mercado se mantendrá en constante crecimiento debido a estos ahorros y mejoras para la salud y en madurez debido a los arreglos que se les tiene que hacer constantemente a este medio de transporte.

Ilustración 6: Actividad de la industria



Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación

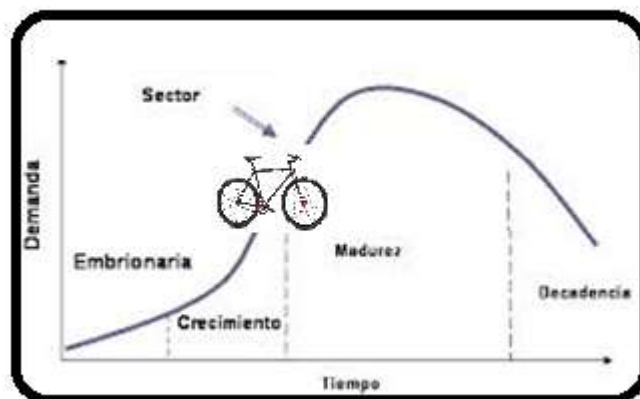
“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

4.3 Análisis del ciclo de vida de la Industria

En el Ecuador tradicionalmente la comercialización de marcos de bicicleta se ha llevado a cabo por medio de productos importados.

Sin embargo en tiempos actuales se han iniciado proyectos de producción nacional por lo que la industria se encuentra en fase introductoria.

Ilustración 7: Ciclo de vida del producto



Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación

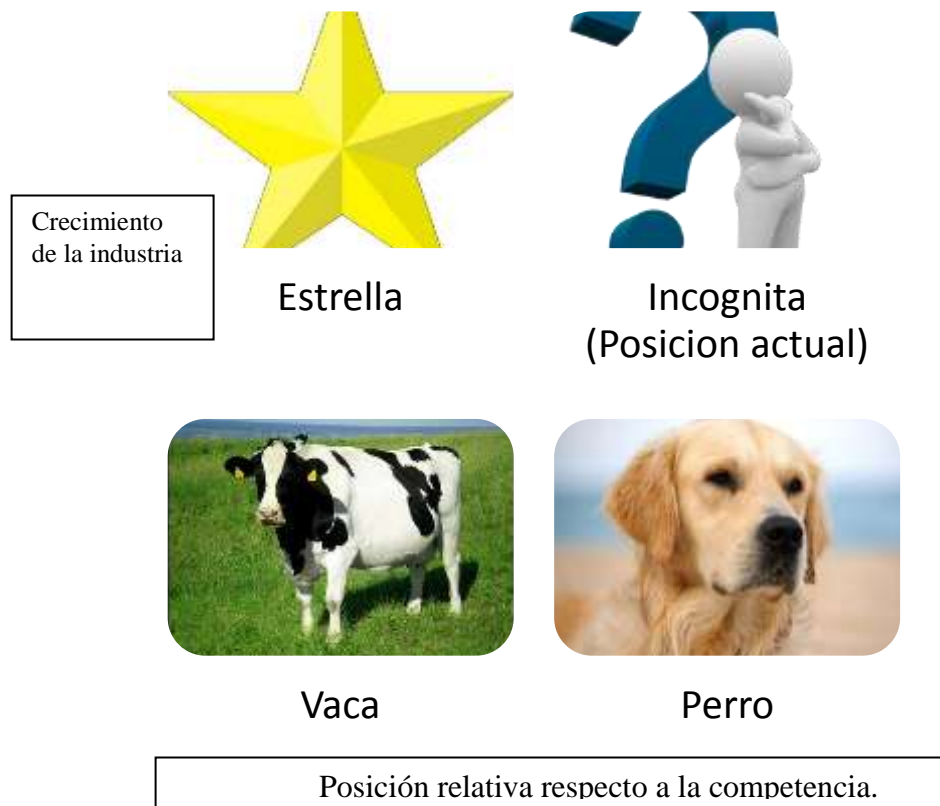
4.4 Matriz BCG

La matriz del Boston Consulting Group es un análisis efectuado al considerar la posición de la empresa y sus productos al considerarlo en la

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

posición relativa de sus competidores, tomando como referente al mayor competidor del mercado por la naturaleza del proyecto propuesto la matriz BCG se manifiesta de la siguiente manera:

Ilustración 8: Matriz BCG.



Bajo los parámetros de la matriz BCG el producto al estar en una fase de proyecto e introductoria y enfocarse a nicho de mercado corresponde a un producto con bajas ventas al compararse a sus competidores que participa en una industria de crecimiento acelerado, lo que lo posiciona en la posición de incógnita o interrogante, la tendencia no demuestra que el crecimiento de la industria vaya a desacelerar por lo que la empresa enfocara sus esfuerzos en

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

aumentar sus ventas para eventualmente aproximarse a la posición de estrella en la Matriz BCG.

4.5 Análisis del ciclo de vida del producto o servicio

Los cuadros nacionales de bicicletas se encuentran ubicados en su etapa introductoria dentro del mercado, además de la producción del cuadro de la bicicleta la empresa desea agregarle un valor agregado al caracterizar el marco de la bicicleta, por lo que la compañía considera que debe haber un elemento diferenciador de los demás competidores para conseguir penetrar en el mercado local.

4.6 Análisis de las cinco fuerzas competitivas de Porter y Conclusiones

Amenaza de los Nuevos Competidores Entrantes

Las amenazas de ingresar en la industria de la producción de partes y piezas de bicicletas en el mercado de Guayaquil son de un nivel medio por lo que se necesita una inversión considerable y experiencia en este tipo de negocios.

Con un buen servicio a la comunidad se puede contrarrestar cualquier futura amenaza y a la vez diseñar estrategias que ayuden a tomar un rápido posicionamiento dentro del mercado local.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

Amenaza de Productos / Servicios Sustitutos

Si bien es cierto en el mercado existe productos sustitutos como por ejemplos los cuadros importados, esto no sería un gran problema para la empresa por lo que estos productos son producidos en series es decir son elaborados con el mismo diseño (colores) y no personalizados como la empresa ofrece por lo que la amenaza de este punto es baja o media baja.

Rivalidad entre los Competidores

La rivalidad entre competidores en la fabricación de cuadros para bicicletas es sumamente baja en la ciudad de Guayaquil, puesto que actualmente no existe una empresa que se dedique a fabricar y personalizar cuadros para bicicletas.

Poder de Negociación de los Proveedores

En el mercado nacional existen muchos proveedores de acero y utensilios para la elaboración y personalización del cuadro, por lo que se puede catalogar que el poder de negociación es bajo.

Poder de Negociación de los clientes.

El poder de negociación de los clientes es medio alto por lo que tienen más variedad de cuadros importados que nacionales actualmente, pero que no dan la característica y el diseño diferenciador que ofrece la empresa en su producto, sin embargo por factores como a costumbre o falta de conocimiento será necesario invertir en estrategias de comunicación para entrar en dicho mercado.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

4.7 Análisis de la Oferta

4.7.1 Tipo de Competencia

Competencia directa: Actualmente las actividades de producción de marcos de bicicleta se encuentra en fase introductoria, siendo parte de los esfuerzos impulsados para el cambio de la matriz productiva, dichas productoras actualmente enfocan sus servicios y producción en la región interandina del país, y centran su modelo de negocio en la estandarizada.

Competencia indirecta: Existen tiendas de bicicletas donde se comercializa accesorios y partes de bicicletas como lo es el cuadro importado, entre estas empresas están las siguientes: Cikla, Hot Bike, Bicimanía Bike Shop, Enbiciate, Mundo Bike, entre otras.

4.7.2 Market Share: Mercado Real y Mercado Potencial

Mercado Real: el mercado real son aquellas tiendas de partes y piezas de bicicletas que estén interesados en comprar cuadros nacionales personalizados ubicados en la ciudad la ciudad de Guayaquil que atiendan al mercado de clase media a alta.

Mercado Potencial: el mercado potencial son hombres y mujeres de la ciudad de Guayaquil, que lleven un estilo de vida activo y realicen ciclismo, cantidad que suma más de 25000 usuarios a nivel de Guayaquil Urbano (Velez, 2010).

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

4.7.3 Segmentación de Mercado

La segmentación de mercado para la compañía va dirigida a las empresas de tiendas o ensambladoras de bicicletas que estén interesados en renovar sus productos de partes y piezas de bicicletas como es el caso del cuadro con características diferenciador a la competencia y que se encuentren en la ciudad de Guayaquil, el mercado total de la iniciativa como se designó en el mercado anterior es de más de 25000 usuarios en Guayaquil urbano.

4.7.4 Características de los competidores: Liderazgo, Antigüedad, Ubicación, Productos Principales y Líneas de Precios.

Tabla 5: Características de los competidores

Producto	Competidores	
	Metaltronic S.A.	Ecobike S.A.
Cuadro estándar de bicicletas	Rango \$50.00 - \$75.00	Rango \$120.00- \$150.00

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

4.7.5 Benchmarking: Estrategia de competidores y contra estrategia de la empresa.

Tabla 6: Benchmarking

Estrategias (ECOBIKE y METALTRONIC)	Contra estrategias Ecuabicis
Modelos en series.(ECOBIKE)	Creación de nuevos diseños de cuadros personalizados.
Pedidos de mercadería mensuales.(METALTRONIC)	La empresa ofrecerá un portal por medio del cual el cliente podrá hacer sus pedidos on line.
Costo del producto bajo(ECOBIKE)	La empresa ofrecerá promociones en sus ventas

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación

4.8 Análisis de la demanda

4.8.1.1 Criterio de Segmentación

Los criterios de segmentación para la compañía son los siguientes:

Tabla 7: Criterios de Segmentación mercado final

Criterio	Cliente final
Geográfico	Ubicado en la ciudad de Guayaquil
Demográfico	Clase social A, B, C+, C- entre los 16 a 30 años de edad.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

Psicográfica situacionales	Personas aventureras, que disfruten del aire libre y actividades sociales, además que cuiden su salud.
Conductual o personales	Ciclistas que practiquen el deporte a modo de pasatiempo hasta nivel profesional.

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación

Ilustración 9: Segmentación Industrial.

Criterio	Locales
Región	Costa Ecuatoriana
Ubicación	Ciudad de Guayaquil
Tamaño	Pequeña y mediana empresa
Estructura	Centralizada
Criterio de compra	Demanda de cliente, Margen
Situación de compra	Just in Time
Tamaño del pedido	Pequeño y mediano
Requerimiento de servicio	Moderados
Calidad de Servicio	Alta

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

4.8.1.2 Selección de Segmentos

Para la selección de segmentos la empresa ha tomado como referencia el punto anterior como base para llegar al mercado objetivo que se desea ofrecer el producto.

Del cual se determinaron dos segmentos de mercado en los cuales la empresa centrara su negocio:

Segmento corporativo: Empresas que comercializan accesorios, partes y piezas de bicicletas que estén interesados en innovar el producto del cuadro con diseños personalizados, se estiman más de 200 locales de atención de bicicletas en la ciudad de Guayaquil con un Clúster localizado en la calle Colon en el sector centro de la ciudad.

Segmento cliente final: Personas de entre 16 a 30 años de la ciudad de Guayaquil que practiquen ciclismo, pertenecientes a los estratos sociales A, B, C+, C- que practiquen el deporte a modo de pasatiempo o de manera profesional y que pertenezcan o no a clubes de ciclismo de la ciudad de Guayaquil.

De acuerdo al INEC se identifican más de 250.000 individuos con las características propuestas en la ciudad de Guayaquil. (INEC, 2010)

4.8.1.3 Perfiles de Segmentos

Para definir mejor el perfil del consumidor final del producto se puede indicar las siguientes características:

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

- Personas que gusten del ciclismo.
- Ciclistas que desean diferenciar sus bicicletas con otras.
- Personas que busquen nuevas características en el diseño del cuerpo de la bicicleta.
- Personas identificadas con el movimiento Primero lo Nuestro de Ecuador.

4.9 Matriz FODA

La matriz FODA de la compañía se detallara a continuación:

Tabla 8: Matriz FODA

MATRIZ FODA	<u>Fortalezas</u>	<u>Debilidades</u>
	<ul style="list-style-type: none">• Producto personalizado con normas y estándares de calidad.• Precio accesible.• Variedad de modelos en el diseño	<ul style="list-style-type: none">• Compañía reciente en el mercado local.• Pocos colaboradores en la empresa.• Actualmente la empresa solo venderá en la ciudad de Guayaquil.• Falta de renombre en el mercado local• Poca posición de mercado frente a la competencia

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

<u>Oportunidades</u>	F+O (Maxi-Maxi)	D+O (Mini-Maxi)
<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo del MIPRO para la producción nacional. • Al ser un producto innovador para el mercado, despierta un gran interés de querer adquirir el cuadro. • Facilidad de créditos y flexibilidad en los intereses propuesto por el Gobierno Nacional. 	<ul style="list-style-type: none"> • Hacer uso de los beneficios del MIPRO. • Ofrendar más variedad de diseños. • Poder volver a invertir capital gracias a las facilidades que entrega instituciones públicas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Acogerse a préstamos que otorga el Gobierno para financiar actividades operativas de la empresa. • Aprovechar lo novedoso del negocio para promocionar el nuevo producto. • Aprovechar aumento de costo de la competencia importada por aranceles para ser más competitivos.
<u>Amenaza</u>	F+A (Maxi-Mini)	D+A (Mini-Mini)
<ul style="list-style-type: none"> • Ciclistas que prefieren el producto extranjero. • Entrada de nuevos competidores en el mercado. • Incremento de precios en los insumos. • Calidad de competidores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de un producto de calidad. • Posicionar la empresa y al producto en la mente del ciclista. • Construir una buena relación empresarial con los proveedores 	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar campañas de publicidad para ser pioneros en este tipo de negocios. • La empresa seguirá expandiéndose en el mercado nacional.

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

4.10 Investigación de Mercados

4.10.1 Método

Lo métodos a investigación para la presente propuesta son:

Investigación cualitativa descriptiva:

- Entrevista a profundidad: En la cual se entrevistará a representantes del sector comercial del ciclismo, principalmente de tiendas de especialidad.
- Focus Group: A ciclistas para conocer de primera mano sus necesidades y deseos.

Investigación cuantitativa concluyente:

- Encuesta: Llevada a cabo a miembros del mercado meta objetivo para evaluar la aceptación de la propuesta por parte del mercado.

4.10.2 Diseño de la Investigación

4.10.2.1 Objetivos de la Investigación General y Específicos

Objetivo General: Establecer el nivel de agrado de la creación de una empresa de fabricación y comercialización de cuadros personalizados para bicicletas para los ciclistas de la ciudad de Guayaquil.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

Objetivos Específicos Cuantitativos

- Saber qué modelo de cuadros estarían dispuestos a comprar.
- Conocer lugares de compra para partes y piezas de bicicletas.
- Identificar el nivel de agrado y disposición de compra del producto y servicio.
- Identificar el precio ideal promedio que los ciclistas estarían dispuesta a pagar por el producto

Objetivo Especifico Cualitativos.

- Conocer los modelos de cuadros que más compran.
- Saber las razones de compra del cuadro en general.
- Saber la opinión del producto y-o servicio.
- Conocer si existe un problema al ser un producto nacional.
- Identificar el nivel de agrado del producto y servicio.
- Conocer las formas de pago del producto o servicio a las tiendas y-o ensambladoras de partes y piezas de bicicletas de la ciudad de Guayaquil.

4.10.2.2 Tamaño de la Muestra

La población que será analizada para el presente trabajo estará conformada por los clientes potenciales de la propuesta y será determinada a través de la fórmula de población infinita (Ya que la población total analizada supera los 10000 individuos) con margen de error de 5,7% y de confianza del 95% bajo condiciones de muestreo no favorables, a continuación se detalla la fórmula y cálculo efectuado (Macias, 2011)

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

$$n = \frac{z^2 \times P \times Q}{e^2}$$

Tabla 9: Tamaño de la muestra

TAMAÑO DE LA MUESTRA	
Infinita	
P =	0,5
E =	5.7%
N =	15000
Z =	1,96
n =	295

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación

4.10.2.3 Técnica de Recogida y Análisis de datos

4.10.2.3.1 Exploratoria (Entrevista Preliminar, Observación, Grupo Focal, etc.)

A través de un focus group se realizó la recolección de datos para determinar las expectativas que tienen los posibles consumidores ante la propuesta que se ha planteado en la presente investigación. Las preguntas se

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

encuentran anexadas en el punto [12.1](#). Además se realizó una entrevista con un empresario de la industria de bicicletas, la misma que se encuentra en el Anexo [12.1.1](#)

Focus Group

Tema: Estudio de mercado para creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil.

Los participantes del focus group manifestaron que cada cierto tiempo realizan el cambio de algunas partes de sus bicicletas. Steven Peñaherreta, quien practica BMX comentó que cada tres meses cambia las llantas y freno de su bicicleta, dice que estos se desgastan por el terreno y uso diario. Por otra parte Karla Gonzales quien utiliza su velocípedo de forma recreacional comenta que su bicicleta no ha tenido cambio de piezas desde hace seis meses. Los otros dos integrantes del grupo focal dijeron que cambian las llantas cada tres meses ya que la usan frecuentemente.

Los participantes en el momento de comprar un cuadro para bicicletas manifestaron que las características más importantes son: diseño, calidad del material y precio. Mabel Bracco expresó que la calidad del material es muy importante ya que prefiere los que son hechos en fibra de carbono por su resistencia y peso.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

Los lugares favoritos para realizar compras según los integrantes del focus group son las tiendas Cickla y Mundo Bike por la facilidad de acceso, ya que estas se encuentran en puntos comerciales bastante transitados. Además Carlos Jara resalta la calidez en el servicio al cliente.

Se presentó la propuesta de negocio planteada en la presente investigación y los asistentes expresaron su interés por el producto. Mabel Bracco señaló que no conocía de algún lugar que ofreciera este tipo de producto personalizado, que le pareció una interesante opción.

La forma en que conocen de nuevas marcas de productos para bicicletas es a través de las redes sociales o recomendación de algún amigo.

4.10.2.3.2 Concluyente (Encuesta)

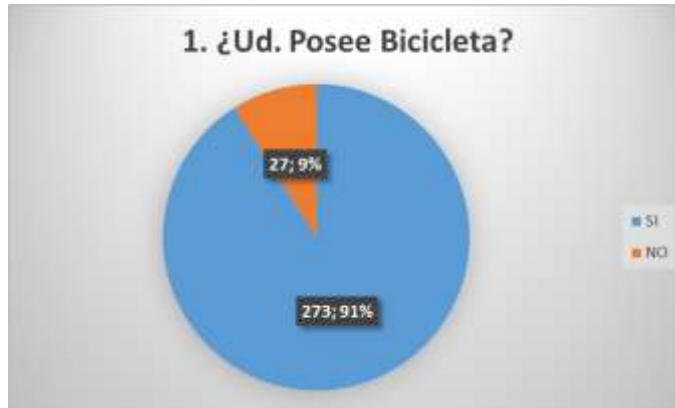
El formato de encuesta para la investigación de mercados concluyente cuantitativa se encuentra anexado en el punto 12.2 de la presente propuesta, se lo realizó a 300 individuos miembros del mercado meta objetivo, a continuación se presentan los resultados de dicho análisis.

4.10.2.4 Análisis de datos

A continuación se resume de manera gráfica las respuestas de los encuestados en el proceso de análisis de mercado.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

Ilustración 10: Posesión de Bicicleta.



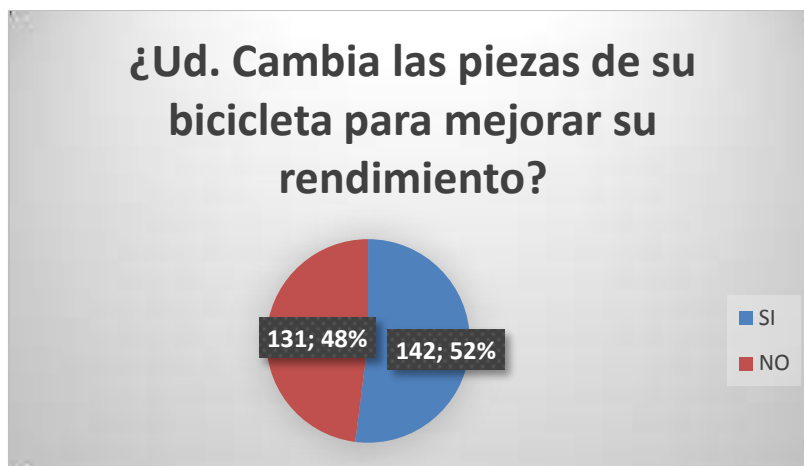
*Base 300 Encuestas

Elaborado Por: El Autor

Fuente: Estudio de mercado.

Inicialmente se consultó a los miembros del mercado meta si poseían bicicletas demostrándose en un 91% de los encuestados una respuesta afirmativa, esto demuestra que la bicicleta es una pertenencia común en el mercado y que existe demanda por la misma.

Ilustración 11: Cambio de Piezas para mejorar rendimiento.



Elaborado Por: El Autor

Fuente: Estudio de mercado.

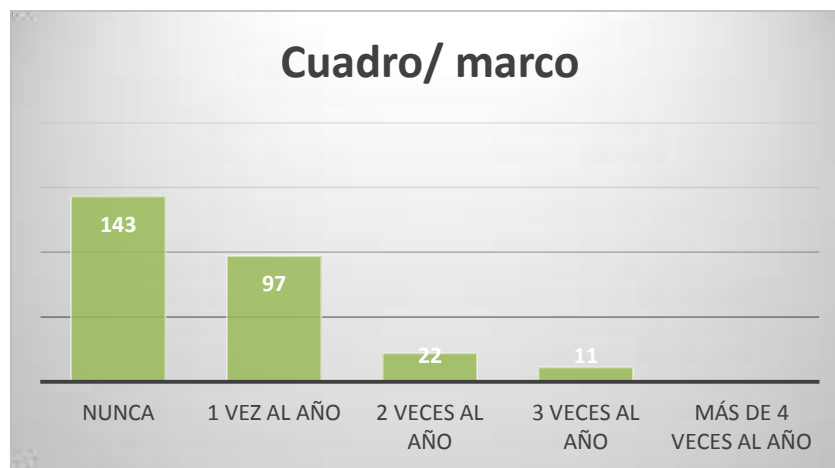
“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

Para analizar el nivel de especialización del mercado y diversas oportunidades comerciales se consultó a los miembros del mercado meta sobre su comportamiento de uso una vez el bien adquirido, demostrándose que actividades de mantenimiento mejora se dan en cerca del 51% del mercado meta, siendo que los que no realizan estas actividades supieron manifestar que una vez cumplida la vida útil proceden al cambio del bien.

Ilustración 12: Análisis del Comportamiento del consumidor en cambio de piezas de bicicletas.



“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”



Elaborado Por: El Autor

Fuente: Estudio de mercado.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

Continuando con el análisis del mercado y su conducta de uso de bicicletas se consultó sobre su mantenimiento en partes específicas, dicho análisis demostró que las piezas que más se realiza mantenimiento son los frenos y las ruedas, sin embargo partes especializadas como marcos, asientos y tija son cambiados de manera periódica por segmentos especializados de mercado.

Ilustración 13: Introducción a la propuesta.



*Base 273 Encuestas

Elaborado Por: El Autor

Fuente: Estudio de mercado.

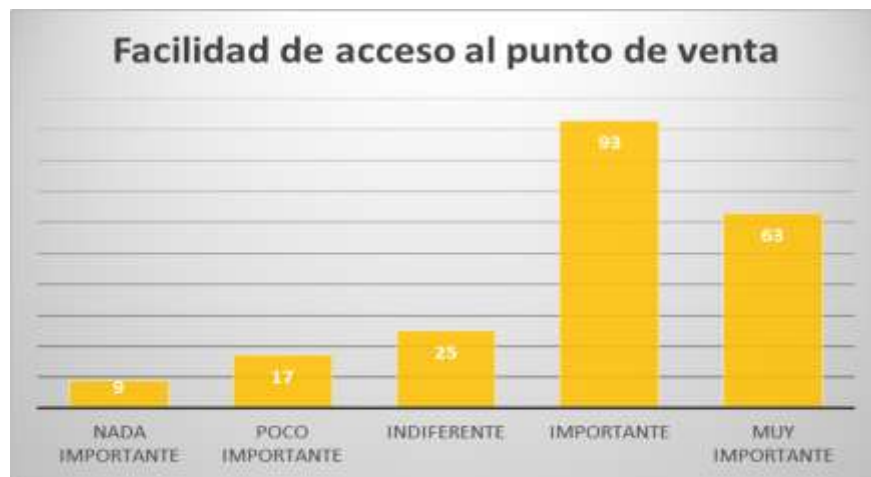
Para presentar uno de los valores agregados de la propuesta, la personalización se consultó a los encuestados si adquirirán un bien personalizado, se recibió una respuesta afirmativa del 76% de los encuestados, demostrando la tendencia de que al igual que otros vehículos la bicicleta cumple un fin más allá del transporte llegando a ser un bien de identificación y valoración personal.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

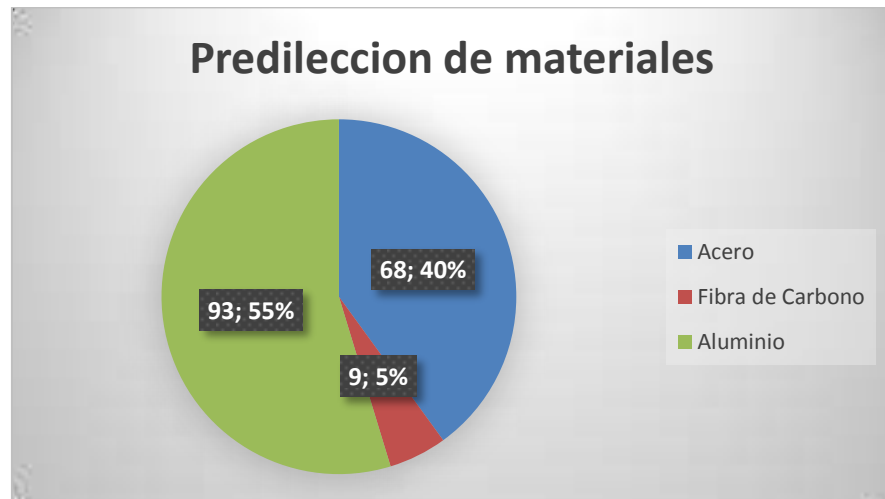
Ilustración 14: Valoración de Atributos en marcos de Bicicletas.



“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”



“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”



*Base 207 Encuestas

Elaborado Por: El Autor

Fuente: Estudio de mercado.

Entre los interesados en marcos personalizados se consultó los atributos que más valoran en el proceso de compra, demostrando un alto margen que valoran todos los atributos como importantes o muy importantes, esto permite llegar a varios análisis, el primero es que el producto ofertado al ser una de las partes principales de un bien mayor (bicicleta), es sujeto a los pasos de una compra compleja, es decir se realiza una búsqueda de información, se analizan opciones, se decide, se crean momentos de la verdad y se realiza la compra para analizar los resultados en el uso posterior, la segunda conclusión es que al analizar los aspectos de servicio se necesitara utilizar distribuidores altamente capaces con excelente manejo del cliente para que se llegue a los niveles de satisfacción esperados.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

Ilustración 15: Aceptación de la propuesta.



*Base 273 Encuestas

Elaborado Por: El Autor

Fuente: Estudio de mercado

Entre los encuestados, estén o no interesados en la personalización se les presento la propuesta para medir su nivel de agrado a la misma lo cual entre agradable y muy agradable demostró un 70% de disposición positiva a la iniciativa.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

Ilustración 16: Lugar de compra.



*Base 273 Encuestas

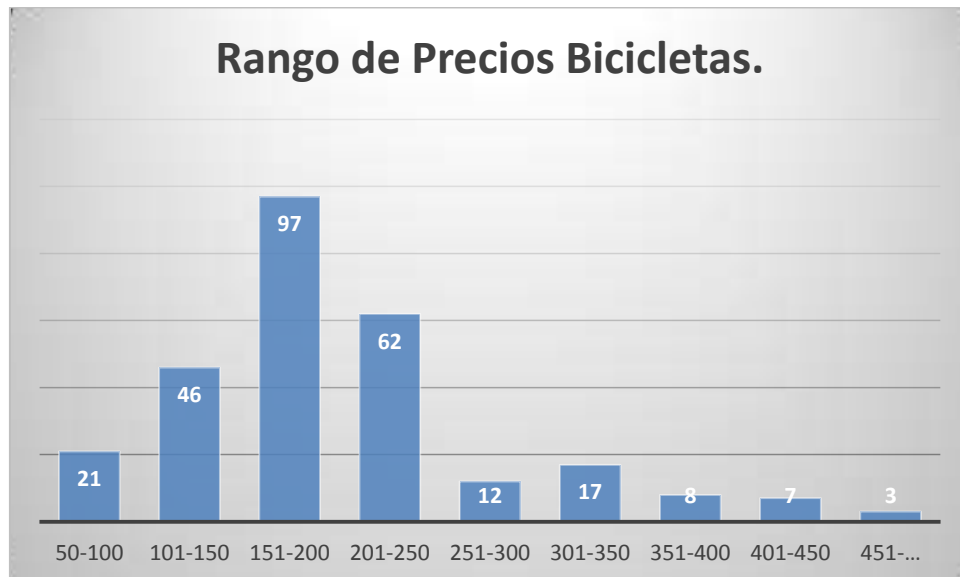
Elaborado Por: El Autor

Fuente: Estudio de mercado

Se procedió a consultar los lugares de compra entre los principales distribuidores considerados por la iniciativa y la opción de otros en caso de que existan otros no contemplados, dicho análisis permitió notar una clara tendencia que indica que las compras realizadas en locales de bicicletas se efectúan por miembros del mercado meta más especializados mientras que las demás se llevan a cabo en lugares varios como jugueterías o tiendas deportivas.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

Ilustración 17: Rango de Precios en compras de Bicicletas.



*Base 273 Encuestas

Elaborado Por: El Autor

Fuente: Estudio de mercado

Por último al ser un producto especializado se decidió obtener la información del valor que el mercado meta estaría dispuesto a pagar extrapolando los datos desde el valor a pagar por el producto terminado, el análisis efectuado demostró que el marco de una bicicleta ronda los 45 a 65% de su valor total por lo que los valores pagados por el mercado meta son favorables para la iniciativa.

4.10.2.5 Resumen e interpretación de resultados

Para mejor análisis de los datos presentados el resumen e interpretación de la información recabada se presentó en el punto anterior, sin embargo es posible afirmar de manera resumida que la iniciativa presenta condiciones de mercado favorables para ser implementada.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

4.10.3 Conclusiones de Investigación de mercados

La investigación realizada permitió concluir:

- Aspecto cualitativo: Los clientes potenciales demuestran interés en la iniciativa propuesta, manifiestan requisitos muy específicos que deben ser satisfechos para garantizar el éxito de la iniciativa, por parte de la entrevista a expertos se pudo reconocer una oportunidad de mercado clara que es posible de satisfacer y para la cual existe recursos y mano de obra necesaria.
- Aspecto cuantitativo: El análisis cuantitativo permitió corroborar la iniciativa y demostrar condiciones favorables de mercado para la misma, se demuestra además existir un mercado segmentado donde distintos nichos tienen distintas exigencias, algo que permite a la propuesta tener un amplio mercado al poder satisfacer necesidades específicas por sus características de personalización.

4.10.4 Recomendaciones de la Investigación de Mercado

Ciertas recomendaciones de la investigación de mercado son:

- Utilizar distribuidores autorizados con renombre y un desempeño en atención al cliente probado ya que el cliente requiere alta calidad en el servicio que recibe.
- Analizar la apertura de mercado de marcos realizados con materiales variados para segmentos especializados.
- Además de la personalización ofrecer marcos estandarizados para atender varios mercados con la capacidad de planta instalada.
- Luego de consolidarse en el mercado de Guayaquil analizar la expansión nacional de la iniciativa.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

CAPÍTULO 5

PLAN DE MARKETING

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

5. PLAN DE MARKETING

5.1 Objetivo: General y Específico

Objetivo General: Desarrollar un plan de marketing para posesionar a “Prime Ride” como la principal marca visceral referente para la adquisición de cuadros de bicicletas personalizados en el mercado guayaquileño.

Objetivos Específicos:

- Alcanzar el 15% del mercado meta durante el primer año.
- Lograr ubicarse en el top of mind de los consumidores a partir del tercer año de operaciones de la empresa.
- Incrementar las ventas mínimo en el 10% anual en relación al año anterior, durante los primeros cinco años de operaciones.

5.1.1 Mercado Meta: Ventas y Utilidad Esperada

Los accionistas de la empresa Ecuabicycía. Ltda. Esperan obtener un margen de rentabilidad del 40% de las ventas durante el primer año, el mismo se espera que se mantenga por un período de cinco años.

5.1.1.1 Tipo de Estrategias de Penetración

La empresa Ecuabicycía implementará la estrategia genérica de Porter de penetración de mercado enfocándose en la apertura de nuevos mercados y la

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

intensificación a través de tácticas que combinen aspectos de promoción, precio y producto, iniciativas que serán detalladas en los puntos posteriores.

5.1.1.2 Cobertura

La empresa Ecuabicis comercializará sus productos con distribuidores autorizados dentro del perímetro urbano de la ciudad de Guayaquil e inmediaciones (**Samborondón** y Durán), las instalaciones de fabricación estarán ubicadas en el sector industrial, en la vía Durán- Boliche km. 4 ½.

5.2 Posicionamiento

A continuación se detalla las estrategias de posicionamiento que implementará la empresa Ecuabicis.

5.2.1 Estrategia de Posicionamiento: posición, objetivo, segmento, atributos, calidad percibida, ventaja competitiva, símbolos identitarios.

Posición: La marca Prime-Ride que será promovida por la empresa Ecuabicis se encuentra en una fase de introducción al mercado por ello no se puede analizar su posicionamiento. Sin embargo la compañía espera que los consumidores recuerden a Prime-Ride como una marca de productos que invita a tener un estilo de vida de aventura, adrenalina y versatilidad.

Objetivo: Ser la marca principal como referente de compra de cuadros personalizados para bicicletas en Guayaquil.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

Segmento: El mercado objetivo es un grupo de personas residentes en Guayaquil, pertenecientes a una clase social A, B, C+, C- entre 16 a 30 años de edad interesados en el ciclismo con un estilo de vida aventurero, que disfrute de actividades recreacionales al aire libre.

Atributos

Producto de alta calidad: Los cuadros de bicicletas serán manufacturados en acero. Este tipo de material ofrece rigidez a la montura y seguridad para el usuario.

Precio: El valor monetario del producto es inferior a los beneficios que el usuario podrá recibir.

Ubicación: Los clientes tendrán acceso al producto a través de los diferentes distribuidores de la ciudad.

Calidad percibida: Se estima que los clientes perciban excelencia en la calidad del material y diseño de los productos. Además de la facilidad de acceso a los puntos de venta.

Ventaja Competitiva: La ventaja competitiva de la iniciativa radica en su capacidad de respuesta a las necesidades específicas del cliente tanto en apariencia como de uso, sin que esto signifique grandes aumentos en los costos de compra del cliente final, ofreciendo de esta manera además un

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

sistema Just In Time para los distribuidores que permitirá abaratar costos de bodega y reducir el volumen de sus pedidos.

Producto: Cuadros de bicicletas personalizados, diseñados de acuerdo a los requerimientos de los clientes.

Servicio: Asesoría para el diseño del producto.

Símbolo Identitario:

Ilustración 18: Logo



Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación

5.3 Marketing Mix

A continuación se detallará las estrategias de marketing mix que desarrollará la empresa.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

5.3.1 Estrategia de Producto o servicio

La empresa desarrollará un producto de alta calidad en materia prima y diseño con un precio competitivo en el mercado. Además de crear una marca que revele el estilo de vida del grupo objetivo que se busca alcanzar.

5.3.1.1 Descripción del producto: Definición, composición, color, tamaño, imagen, slogan, producto esencial, producto real, producto aumentado.

Cuadro de bicicletas: Es la pieza dónde se ajustan las partes de la bicicleta, la misma sirve para otorgar comodidad y ergonomía al ciclista (Ciclismo a fondo, 2014).

Composición: Producto elaborado 100% en acero.

Color: Depende del usuario, pintura a base de vinil o poliuretano.

Tamaño: Dependen del usuario.

Imagen: Se adjuntan ejemplos de imagen en anexos de la propuesta.

Slogan: Recorriendo un mundo versátil, el slogan hace referencia a la exploración de los diferentes lugares a través de un recorrido en bicicletas.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

Producto esencial: Es decir la necesidad satisfecha corresponde a un Producto de alta calidad para ciclistas que además ofrezca aspectos de identificación personal.

Producto real: Cuadros para bicicletas.

Producto aumentado: Cuadros personalizados para bicicletas.

5.3.1.2 Adaptación o modificación del producto: componente central, empaque y servicio de apoyo, requerimientos del cliente, condiciones de entrega, transporte, embalaje, etc.

Ecuabicyc por su tipo de producto no requerirá de empaque especial, se utilizarán empaques de cartón corrugado para su transportación a los puntos de venta o al domicilio del cliente final.

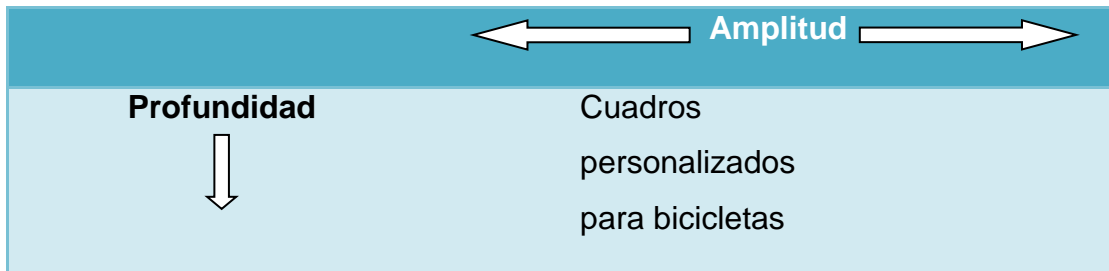
5.3.1.3 Empaque: reglamento del mercado y etiquetado

El reglamento de empaque y etiquetado son aspectos que no se consideran necesarios para la comercialización de los productos.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

5.3.1.4 Amplitud y profundidad de línea

Tabla 10: Amplitud y Profundidad de línea



Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación

5.3.1.5 Marcas y Submarcas

Ecuabicyc comercializará sus productos bajo la marca Prime-Ride.

5.3.2 Estrategias de precios

5.3.2.1 Precios de la Competencia

Tabla 11: Precios de la competencia

Producto	Competidores	
	Metaltronic S.A	Ecobike S.A.
Cuadro estándar de bicicletas	Rango \$50.00 - \$75.00	Rango \$120.00 - \$150.00

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

5.3.2.2 Poder adquisitivo del mercado meta

El mercado objetivo que se busca alcanzar es un grupo de personas interesadas en el ciclismo con un poder adquisitivo medio-alto, perteneciente a la clase social A, B, C+, C- entre 16 y 30 años de edad.

. El perímetro urbano de la ciudad de Guayaquil más Samborondón cuenta con más de 270,000 habitantes de clase social entre C+ a A.

5.3.2.4 Políticas de precio: Sobreprecio y descuento, márgenes brutos de la compañía, precio al menudeo, términos de venta, métodos de pago.

Márgenes brutos de la compañía: Se estima que el margen de rentabilidad de la empresa sea el 40% sobre las ventas.

Descuentos: Los productos serán comercializados a través de los diferentes distribuidores. Ellos tendrán un margen de utilidad del 20% por cada cuadro de bicicleta.

Métodos de pago: El método de pago será a crédito de treinta días para los distribuidores, el mismo se manejará de manera directa con la empresa, el método de pago de local en local dependerá de sus políticas individuales.

Términos de la venta: La venta será realizada de forma presencial en los locales distribuidores. En la misma se ofrecerá garantía de 30 días a fallos en fabricación y se entregará con inspección visual de la empresa y el cliente final.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

5.3.3 Estrategia de Plaza de puntos de venta

Plaza: Las instalaciones de manufactura estarán ubicadas en el km. 5 ½ Vía Durán – Boliche por ser un sector industrial, la plaza de venta será de terceros, la empresa invertirá conjuntamente en material POP para dichas instalaciones, la distribución será selectiva a los segmentos establecidos para los productos personalizados e intensiva en productos de diseño estándar.

Puntos de venta: Los lugares de expendio serán las tiendas comerciales que distribuirán los productos, los mismos que se encuentran ubicados en diferentes puntos del sector urbano de Guayaquil, se espera tener un mínimo de 10 distribuidores que cumplan los criterios de segmentación propuestos.

5.3.3.1 Localización Macro y Micro

Macro Localización: Las instalaciones se encontrarán en el sector industrial de Durán, a treinta minutos de Guayaquil.

Micro Localización: Vía Durán – Boliche Km. 4 ½, el sector tiene vías de acceso y facilidad de transporte ya que se encuentra a 200 metros de la vía principal.

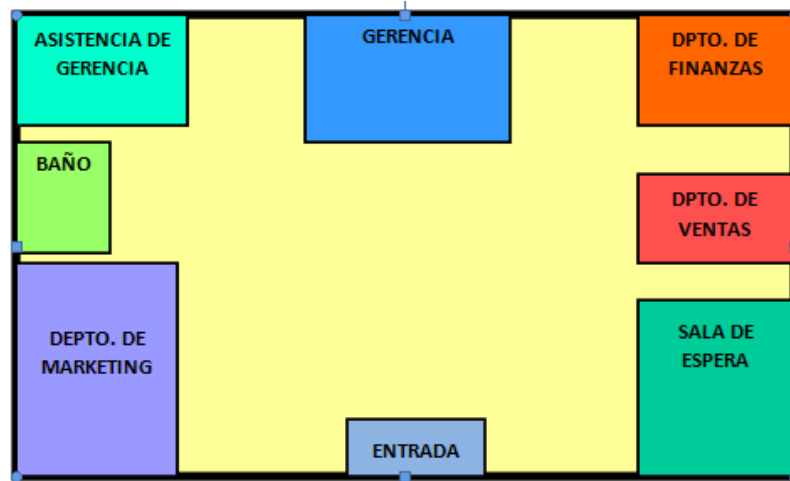
5.3.3.1.4 Distribución de Espacio

Las instalaciones de la empresa estarán divididas en dos áreas:

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

Oficinas: Área de 30 metros cuadrados, distribuidos por cubículos para los diferentes departamentos.

Ilustración 19: Área de la oficina



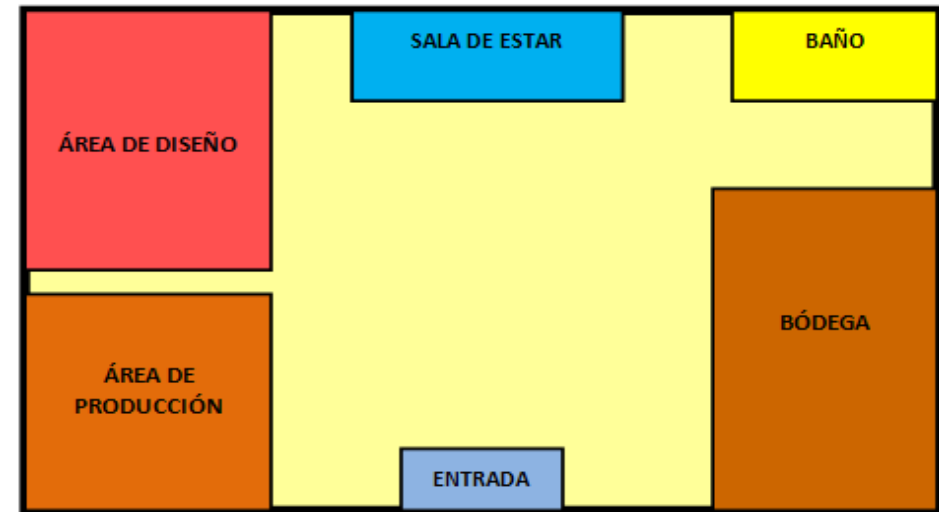
Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación

Taller de fabricación: Área de 50 metros cuadrados para la fabricación y bodegaje de los productos.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

Ilustración 20: Área del taller de fabricación



Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación

5.3.3.2 Merchandising

Se define a merchandising como un conjunto de técnicas comerciales que permite mostrar la mercadería de forma clara y detallada ante el consumidor con la finalidad de impulsar la compra en el punto de expendio (Merchandising, 2004).

Ecuabicis empleará una estrategia de merchandising visual en los puntos de venta autorizados.

Disposición exterior en el punto de venta: Los productos serán ubicados en el escaparate principal de la tienda comercial, junto a las bicicletas. De esta forma el cliente tendrá el primer contacto visual con los cuadros.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

Trazado interior: Los cuadros de bicicletas estarán expuestos en un escaparate abierto en el área central de la tienda comercial, ya que este es uno de los puntos calientes, con mayor rotación de clientes dentro de la superficie.

Organización y disposición de la mercancía: En el área del escaparate se implementará un modular con una tablet a la altura del consumidor para que a través de un catálogo digital diseñe su producto.

Ambientación: El escaparate tendrá iluminación indirecta especial para que resalten los productos. Además en el modular de diseño de producto se presentará material P.O.P tales como afiches en los que se muestre los beneficios instrumentales y emocionales de la marca Prime Ride, propiedad de Ecuabicy.

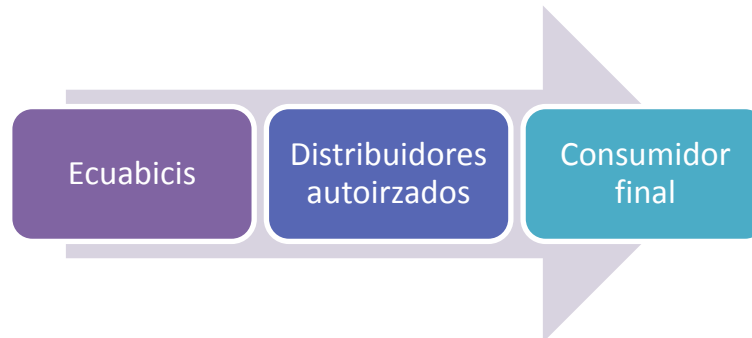
5.3.3.2.1 Sistema de distribución comercial

5.3.3.2.1.1 Canales de Distribución: Minoristas, Mayoristas, Agentes, Depósitos y Almacenes

Ecuabicy será la empresa que fabricará los cuadros de bicicletas, los mismos serán distribuidos a los diferentes puntos de venta autorizados para que a través de estos se comercialicen al consumidor final.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

Ilustración 21: Canales de distribución



Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación

5.3.3.2.2 Penetración de mercados rurales y urbanos

Ecuabicis centrará su estrategia de penetración exclusivamente para mercados urbanos ya que en este sector residen los miembros pertenecientes al mercado objetivo que se busca alcanzar.

5.3.3.2.3 Logística

La transportación de los productos vendidos será a través de un servicio de coordinación logístico externo que será ofrecido por una empresa o persona natural que se dedique a este tipo de actividad.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

5.3.3.2.4 Red de ventas

La red de ventas de la empresa estará conformada por dos grupos:

Equipo de ventas directo de Ecuabicis: Son los encargados de gestionar el proceso de ventas con los distribuidores oficiales.

Equipo de ventas indirecto: Son los ejecutivos de ventas que trabajan en relación de dependencia de los distribuidores.

5.3.3.2.5 Política de servicio al cliente: preventa, post-venta, quejas, reclamaciones, devoluciones.

Pre-venta: Se proporcionará la información respectiva a las políticas de venta de la empresa, la garantía y método de pago.

Post-ventas: A través de un formulario digital se evaluará la atención al cliente recibida en los diferentes establecimientos de expendio y se receptaran sugerencias de los mismos.

Quejas y reclamaciones: Los clientes podrán expresar su inconformidad a través del sitio web oficial de Prime Ride o redes sociales. A través de estos medios de comunicación se podrá entablar una relación directa con el consumidor final para conocer el nivel de satisfacción otorgado por el producto y servicio de los puntos de expendio.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

Devoluciones: Las devoluciones se realizarán en un período máximo de quince días después de la compra, en caso de tener defecto de fabricación.

5.3.4 Estrategias de Promoción

A continuación se explica las estrategias ATL y BTL que se aplicarán para la marca Prime Ride.

5.3.4.1 Estrategias ATL y BTL

Ecuabicis desarrollará una estrategia de BTL centrando la comunicación para el grupo objetivo que se busca alcanzar.

La campaña se basará en mostrar los beneficios instrumentales del producto y emocionales con la finalidad de crear un vínculo sentimental con la marca Prime Ride, generando así clientes para toda la vida.

Estrategias

- Addwords
- Videos promocionales en el canal de Youtube y redes sociales, con la finalidad de que se convierta en una publicación viral.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

5.3.4.2 Elaboración de diseño y propuesta publicitaria: concepto y mensaje.

La propuesta publicitaria se basa en mostrar las características del producto a través de los beneficios, los que están reflejados en las actividades que pueden hacer los usuarios. Además se busca transmitir una personalidad de la marca, la misma que se destaca por ser aventurera y llena de adrenalina.

Ilustración 22: Diseño Publicitario



Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

5.3.4.3 Promoción de ventas

5.3.4.3.1 Venta personal

Ecuabicis al comercializar los productos a través de distribuidores no realiza una venta directa al consumidor final, por ello capacitará a los vendedores de todos los puntos de expendio para ofrecer asesoría e impulsar a la compra.

5.3.4.3.2 Trading, ferias comerciales, competiciones, concursos y premios, descuentos, primas por objetivos, muestras, productos gratuitos, publicidad en el punto de venta, primas por objetivos, distinciones, otras.

Ecuabicis contemplará una estrategia de trading promocionando su marca Prime Ride en los diferentes eventos de ciclismo que se realiza en Guayaquil y sectores cercanos tales como:

- Expo Fitness y Deporte
- Raid Triatlón Extrema

Además se auspiciará las campañas que impulsan el uso de bicicletas como medio de transporte y actividad recreacional saludable realizado por los grupos de ciclistas de la calle y Guayaquil en Bici.

Se fomentará la compra por parte de los distribuidores ofreciendo descuentos especiales en fechas de baja demanda.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

5.3.4.3.3 Clienting: muestras gratuitas, documentación, obsequios, asistencia a congresos, seminarios y conferencias, rebajas, descuentos, mayor contenido de producto por igual precio, productos complementarios gratis o a bajo precio, cupones o vales de descuentos, concursos, regalos, otras.

La estrategia de clienting consistirá en obsequiar un kit que incluya termo y toalla personal con la marca Prime Ride por la compra de un cuadro de bicicleta.

El empleo de este tipo de material P.O.P permitirá que la marca forme parte de las actividades de ciclismo de los usuarios, recordando de forma inconsciente a Prime Ride.

5.3.4.4 Publicidad

A través de una campaña de comunicación se transmitirá los beneficios que promueve la marca de cuadros para bicicletas Prime – Ride.

La publicidad se basará en estrategia BTL.

5.3.4.4.1 Estrategia de lanzamiento

Ecuabicyc se centrará en realizar activaciones de marca en los puntos de venta durante la fase de lanzamiento del producto.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

5.3.4.4.2 Plan de medios: Tipos, costos, rating, agencias de publicidad.

Las actividades de publicidad serán desarrolladas por el departamento de marketing de la empresa.

Tabla 12: Plan de Medios

Medios de Comunicación	Costo Mensual	Costo Anual
Activaciones de marca	\$ 500,00	\$12.000,00
Anuncios en facebook	\$ 600,00	\$ 7.200,00
Anuncios en Google Addwords	\$ 300,00	\$ 3.600,00
TOTAL	\$2.400,00	\$28.800,00

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación

5.3.4.4.3 Mindshare

La marca Prime Ride tiene un mindshare del 0% por estar en una fase previa de lanzamiento. Se aspira que se alcance el 20% de mindshare.

5.3.4.4.6 Relaciones públicas

La marca Prime Ride dentro de su estrategia de trading contempla la participación de la empresa en eventos de ciclismo. Los mismos son cubiertos por los medios de comunicación que harán la difusión de la empresa Ecuabicy.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

5.3.4.4.7 Marketing Relacional

Se define a marketing relacional como el estudio de las necesidades de cada uno de los clientes de una empresa con la finalidad de fortalecer las relaciones y generar el mayor número de transacciones a favor de la compañía (Ponzao, 2004).

Ecuabicis a través de un sistema operativo manejará una base de datos dónde se especifique la frecuencia y tipo de compra realizada por los clientes, se establecerán rangos de clientes con mayor acceso a descuento y a promociones especiales.

5.3.4.4.9 Gestión de promoción electrónica del proyecto

5.3.4.4.9.1 Estrategias de E-commerce, E-business, E-marketing.

E- commerce: De acuerdo al autor del libro ZMOT el proceso de compra actual involucra la búsqueda de información a través de Google para conocer el producto y tener una decisión de compra previa a la visita al local comercial (Vook, 2011).

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

Ilustración 23: Proceso de Compra ZMOT



Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación

A partir de esta teoría Ecuabicyc plantea el desarrollo de un sitio web para la difusión de su marca.

E-business: La comunicación interna y externa entre los diferentes colaboradores de la organización y clientes será a través del correo electrónico institucional.

E-marketing: Las estrategias de marketing online se basarán en los anuncios pagados en redes sociales: Google Addwords, Facebook y Twitter. Además de los líderes de opinión en redes sociales que promocionen el producto.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

5.3.4.4.9.2 Análisis de la promoción electrónica de los competidores

Los competidores Metaltronic S.A. y Ecobike tienen presencia en internet tanto en las redes sociales como sitios web propios.

Metaltronic S.A. cuenta con una página web informativa, en la que se da a conocer los productos y procesos de fabricación que sigue la empresa.

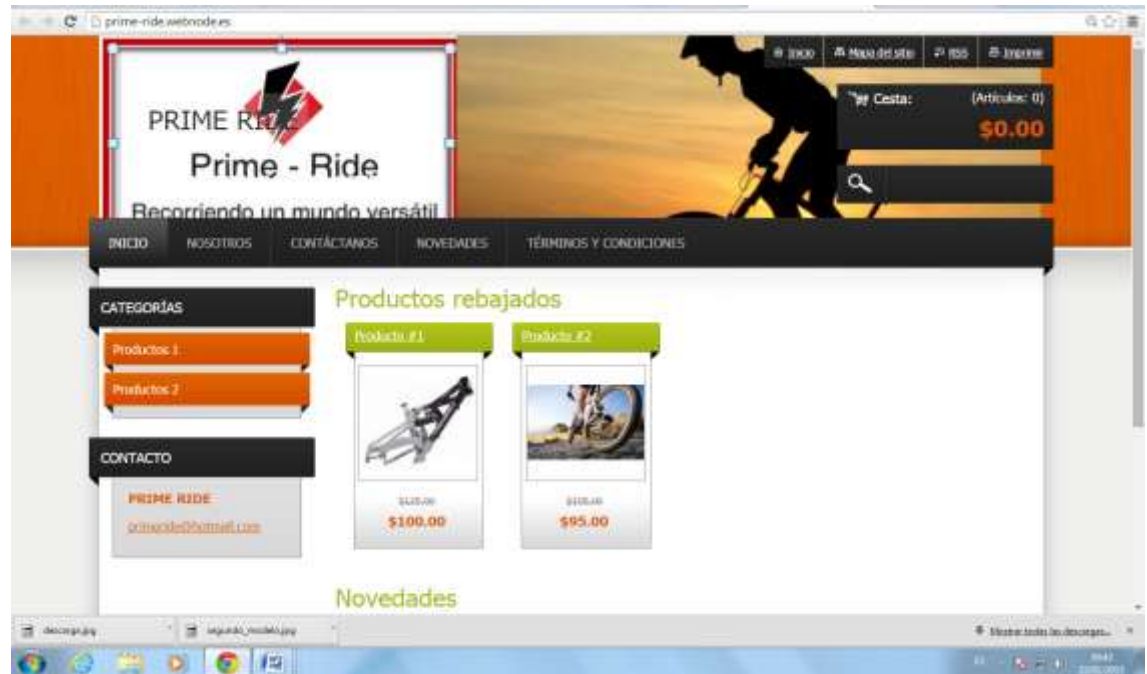
Por otra parte Ecobike tiene un sitio web en el que se muestran los productos y los puntos de venta donde se puede adquirir las bicicletas y sus partes.

5.3.4.4.9.3 Diseño e implementación de la página web.

El sitio web de Ecuabicyclics estará disponible en idioma español ya que este es la lengua oficial del mercado meta. A través de la página web se dará a conocer los productos, ofertas y noticias de la compañía para el desarrollo normal de la propuesta la empresa no requiere página web en inglés.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

Ilustración 24: Diseño Web



Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación

5.3.4.4.10 Estrategias de marketing a través de las redes sociales.

Las estrategias de marketing que serán implementadas por la empresa Ecuabicy es la difusión de información a través de las redes sociales tales como: Facebook, Twitter e Instagram.

5.3.4.4.10.1 Análisis de la promoción electrónica de los competidores

La empresa Metaltronic S.A no cuenta con su presencia en redes sociales. Mientras que Ecobike tiene cuentas de Facebook, Twitter e Instagram,

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

en las mismas publica sus productos, promociones y recomendaciones acerca del ciclismo. A través de estas publicaciones crea interacción con sus seguidores.

5.3.4.4.10.2 Diseño de la fan page en redes sociales

A través de la fan page se publicará información, ofertas, y proyectos de la empresa con la finalidad de compartir las actividades que se realiza con los seguidores.

Ilustración 25: Fan Page



Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

5.3.4.4.10.3 Marketing Social

La empresa Ecuabicis Cía. Ltda., desarrollará una campaña social de concientización a la seguridad en sus empaques con consejos al ciclista y señalética refractiva de seguridad, dicha campaña será parte del costo de venta de la empresa.

5.3.4.5 Ámbito Internacional

Ecuabicis durante los primeros cinco años de operaciones no exportará sus productos. Durante este periodo se estima posesionar la marca Prime Ride en el mercado ecuatoriano.

5.3.4.5.1 Estrategia de distribución internacional

La estrategia de distribución inicial no será analizada durante este periodo ya que no se contempla la exportación de los productos.

5.3.4.5.2 Estrategia de precio internacional

Ecuabicis no desarrollará una estrategia de precio internacional ya que no comercializará los productos durante los primeros cinco años de funcionamiento.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

5.3.5 Cronograma

Ilustración 26: Cronograma



Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación

5.3.6 Presupuesto de Marketing

Tabla 13: Presupuesto de Marketing

Presupuesto Publicitario / Gastos de Ventas						
MEDIO	COSTO/PAUTA	# DE PAUTAS /MES	INVERSIÓN MENSUAL	MESES A INVERTIR	Gasto / año	
ACTIVACIONES DE MARCA	500,00	1,00	500,00	12,00	6.000,00	
ANUNCIOS EN REDES SOCIALES	600,00	1,00	600,00	12,00	7.200,00	
ANUNCIOS GOOGLE ADDWORDS	300,00	1,00	300,00	12,00	3.600,00	
VIDEOS PROMOCIONALES	1.500,00	2,00	3.000,00	1,00	3.000,00	
PARTICIPACIÓN EN FERIAS	1.500,00	2,00	3.000,00	1,00	3.000,00	
AUSPICIO DE CAMPAÑAS	300,00	2,00	600,00	1,00	600,00	
MATERIAL P.O.P	50,00	1,00	50,00	12,00	600,00	
TOTAL					24.000,00	

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

CAPÍTULO 6

PLAN OPERATIVO

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

6 PLAN OPERATIVO

6.1 Producción

El proceso productivo de la empresa será llevado a cabo con mano de obra y maquinas especializadas para todas las fases productivas del proceso. El primer año hasta desarrollar el know how se estima que la producción será de 43 marcos de bicicletas diarios, la misma que equivale al 60% de la capacidad de la planta.

6.1.1 Proceso Productivo

El proceso de producción consistirá en la fabricación de bienes a partir de insumos procesados (tubos de acero), su acondicionamiento, corte, doblado, soldado, pintado y personalización para crear marcos de bicicleta.

Ilustración 27: Proceso Productivo



Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

6.1.2 Infraestructura

La infraestructura de la organización será utilizada dentro de las instalaciones estipuladas previamente en la misma serán requeridos equipos para el correcto ensamblaje de los productos de la empresa, a continuación se detallan dichos equipos:

Tabla 14: Infraestructura

Equipos	Cantidad	Presupuesto Total
Soldadoras	4	\$2000
Dobladoras de tubo	1	\$1000
Cierras de mesa	1	\$1200
Bomba de aire	2	\$1000
Pistola de pintura	2	\$200
Perforadora	1	\$1000

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación

6.1.3 Mano de Obra

La Mano de obra de la iniciativa consistirá en maestros artesanos, los mismos que recibirán un salario digno por su trabajo.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

6.1.4 Capacidad Instalada

Se estima una capacidad de producción máxima de 40 unidades diarias en meses de 20 días laborales promedio, aunque se espera trabajar a 60% de la capacidad es decir 24 unidades diarias o 480 unidades mensuales.

6.1.5 Flujo Grama de procesos

El flujograma de procesos se encuentra en el capítulo de Anexos.

6.1.6 Presupuesto

El presupuesto de los equipos para la iniciativa se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 15: Presupuesto

Equipo	Cantidad	Presupuesto Total
Soldadoras	4	\$2000
Dobladoras de tubo	1	\$1000
Cierras de mesa	1	\$1200
Bomba de aire	2	\$1000
Pistola de pintura	2	\$200
Perforadora	1	\$1000

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

6.2 Gestión de Calidad

La gestión de la calidad en la producción será efectuada a través de inspecciones a las distintas etapas de la producción por parte de los encargados en la empresa para esta labor a continuación se detallan las especificaciones de este proceso.

6.2.1 Procesos de planeación de calidad

La presente propuesta al ser una empresa de producción de un solo producto con alteraciones de personalización, por lo cual se llevará a cabo una planeación mensual de los diferentes procesos internos de la empresa:

Ilustración 28: Tabla de planificación de la calidad.

Proceso	Ámbito de planeación	Factor de control
Materiales (Recepción y uso)	Análisis de revisión de materiales (Inspección Visual)	Certificaciones de calidad de empresa productora. Inspección Visual
Armado	Calidad de resistencia de producto armado	Pruebas de estrés y de uso en muestras del lote. Revisión de juntas
Pintura	Calidad de Pintura (No Grumos)	Certificación ambiental de pintura. Tiempo de Secado
Personalización	Calidad de los elementos de personalización. Consistencia con pedido	Inspección Visual Feedback del Cliente

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

6.2.2 Beneficios de las acciones proactivas

Con las propuestas expuestas se espera:

- Reducir el desperdicio de materiales en el proceso de producción.
- Evitar productos en proceso de re manufacturación.
- Aumentar la satisfacción al cliente.
- Cumplir con las normativas de seguridad establecidas para marcos de bicicleta.

6.2.3 Políticas de calidad

Las políticas de calidad de la propuesta irán acorde a los siguientes elementos que participan dentro de la organización:

- Cliente: el cliente es la base de la política de calidad de la propuesta ya que este exige, demanda y requiere para comprar los productos comercializados por la iniciativa.
- Mercado: La calidad de los productos ofrecidos por la iniciativa debe ser igual o superior a los de los demás participantes del mercado para que la propuesta se mantenga competitiva.
- Empresa: La empresa mantendrá altos estándares de calidad y de seguridad industrial en sus instalaciones para el bienestar de la organización y de sus trabajadores.
- Gerencia: La Gerencia de la empresa deberá mantener los altos niveles de calidad aunque esto pudiera significar una reducción de las utilidades a corto plazo, sabiendo que largo plazo esta acción genera fidelización por parte del cliente.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

6.2.4 Proceso de Control de calidad

Para el aseguramiento de la calidad se harán inspecciones diarias a muestras dentro de un mismo lote de producción, dichas pruebas serán llevadas a cabo de una manera estandarizada bajo la metodología de listas de chequeo.

Los estándares de calidad de la propuesta se detallan en la siguiente tabla:

Tabla 16: Proceso de Control de Calidad

Proceso	Factor de control	Estándar
Materiales (Recepción uso)	Certificaciones de calidad de empresa productora. Inspección Visual	Material sin Abolladuras Certificación de calidad
Armado	Pruebas de estrés y de uso en muestras del lote. Revisión de juntas	Acabados sin bordes Uniones herméticas
Pintura	Certificación ambiental de pintura. Tiempo de Secado	Sin presencia de grumos Uniforme
Personalización	Inspección Visual Feedback del Cliente	De acuerdo a pedido

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

6.2.5 Certificaciones y licencias

Por el tamaño de la empresa la misma no proyecta adquirir certificaciones de calidad para sus productos en el periodo establecido de análisis.

6.2.6 Presupuesto

La planificación de calidad de la iniciativa se llevara a cabo por los propios trabajadores de la misma, la verificación de los procesos se hará de forma periódica por porcentaje de error y margen de desperdicio se considera que el control de calidad equivaldrá al 2% del costo variable de la iniciativa

Tabla 17: Presupuesto del proceso de calidad

Ítem	Presupuesto
Errores y margen de desperdicio	5% de costo variable

Elaborado por:

Fuente: Investigación

6.3 Gestión Ambiental

En los siguientes puntos se tratan los temas relacionados a la gestión ambiental de la presente propuesta.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

6.3.1 Procesos de planeación ambiental

La planificación ambiental de la propuesta estará enfocada en cumplir los requerimientos del estado ecuatoriano para normativas ambientales de empresas del sector donde se desarrolla las actividades emprendidas.

Las mismas se basaran en los estatutos establecidos en el TULSA (Texto Unificado de Legislación Secundaria Ambiental) que en sus libros expresa las normativas necesarias para el cumplimiento de los requisitos del estado ecuatoriano. (Ministerio de Ambiente, 2003).

6.3.2 Beneficios de las acciones proactivas

El principal beneficio de las acciones emprendidas será estar en completo cumplimiento con las regulaciones ecuatorianas a la vez de demostrar ser una empresa ambientalmente responsable que proyecta una imagen acorde al posicionamiento esperado de una empresa para actividades de deporte y recreación.

6.3.3 Políticas de protección ambiental

Además de las políticas elementales establecidas por el estado ecuatoriano la empresa en sus actividades cotidianas seguirá varias políticas ambientales internas:

- Priorización de proveedores con certificaciones ambientales.
- Compra de materia prima sin componentes dañinos (Plomo en pintura)

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

- Uso de tecnología de iluminación LED con alta eficiencia energética.
- Sistema de ventilación natural en punto de fabricación.
- Reciclaje de material excedente para su reutilización (Chatarrerías)

6.3.4 Procesos de control de calidad

Para el control de calidad ambiental requerido por el estado ecuatoriano la empresa se someterá a toda inspección aleatoria solicitada por el mismo, para garantizar que la empresa se encuentre en condiciones óptimas para superar dichas pruebas se realizaran inspecciones bimensuales de planta con el fin de confirmar la correcta aplicación de las iniciativas ambientales.

6.3.5 Logística Verde

La empresa contara con un servicio de transporte y entregas externalizado para el envío de los pedidos de marcos personalizados al lugar de recepción en los locales autorizados.

La logística de la materia prima de la empresa será llevada a cabo por los proveedores.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

6.3.6 Certificaciones y licencias

Por la naturaleza del negocio y por cuestión de optimización de recursos financieros de la empresa no se efectuarán gestiones para la obtención de certificaciones y licencias para la calidad ambiental de la empresa.

6.3.7 Presupuesto

6.4. Gestión de Responsabilidad Social

Las iniciativas de responsabilidad sociales serán atemporales en la empresa organizándose de acuerdo a como se presenten los casos, sin embargo la responsabilidad con la sociedad será uno de los valores fundamentales de la empresa con iniciativas de información y colaboración en eventos de terceros (Patrocinios).

No existirá personal específico en la organización para este fin, cayendo las obligaciones de toma de decisión en el gerente general de la empresa.

6.4.1. Procesos de planeación de molde empresarial de Responsabilidad Social

La planificación de responsabilidad social se realizara con la planificación anual de la empresa algunas de las iniciativas analizadas serán:

- Recordatorios de uso de seguridades viales en empaque de bicicleta.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

- Incorporación de material refractivo a modo de sticker para que los use el cliente final.
- Obsequio de sticker para vehículo de respeto al ciclista para el cliente final.

6.4.2. Beneficios de las acciones proactivas

Con las acciones efectuadas se espera logran posicionarse como una empresa socialmente responsable, preocupada por los miembros del mercado meta principal y la comunidad en General.

6.4.3. Políticas de protección social

Las políticas de protección social de la empresa serán:

- Contratación Geo localizada: Las contrataciones serán preferenciales entre personas más próximas a la empresa, buscando ser un apoyo social a empleo del sector.
- Campaña de concientización: Todo empaque incluirá elementos de concientización a la cultura ciclista.
- Campaña de seguridad: En todo empaque se incluirá material refractante para el uso del usuario final.

6.4.4. Certificaciones y Licencias

En la propuesta actual no se buscara la obtención de licencias y certificación para el periodo analizado.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

6.4.5. Presupuesto

Por la naturaleza de las iniciativas implementadas el presupuesto de la misma está directamente incorporado en la operación diaria de la propuesta por lo que no se incurren en costos extras presupuestables para su implementación.

6.5. Balanced Scorecard y mapa estratégico

Ilustración 29: Balanced Score card

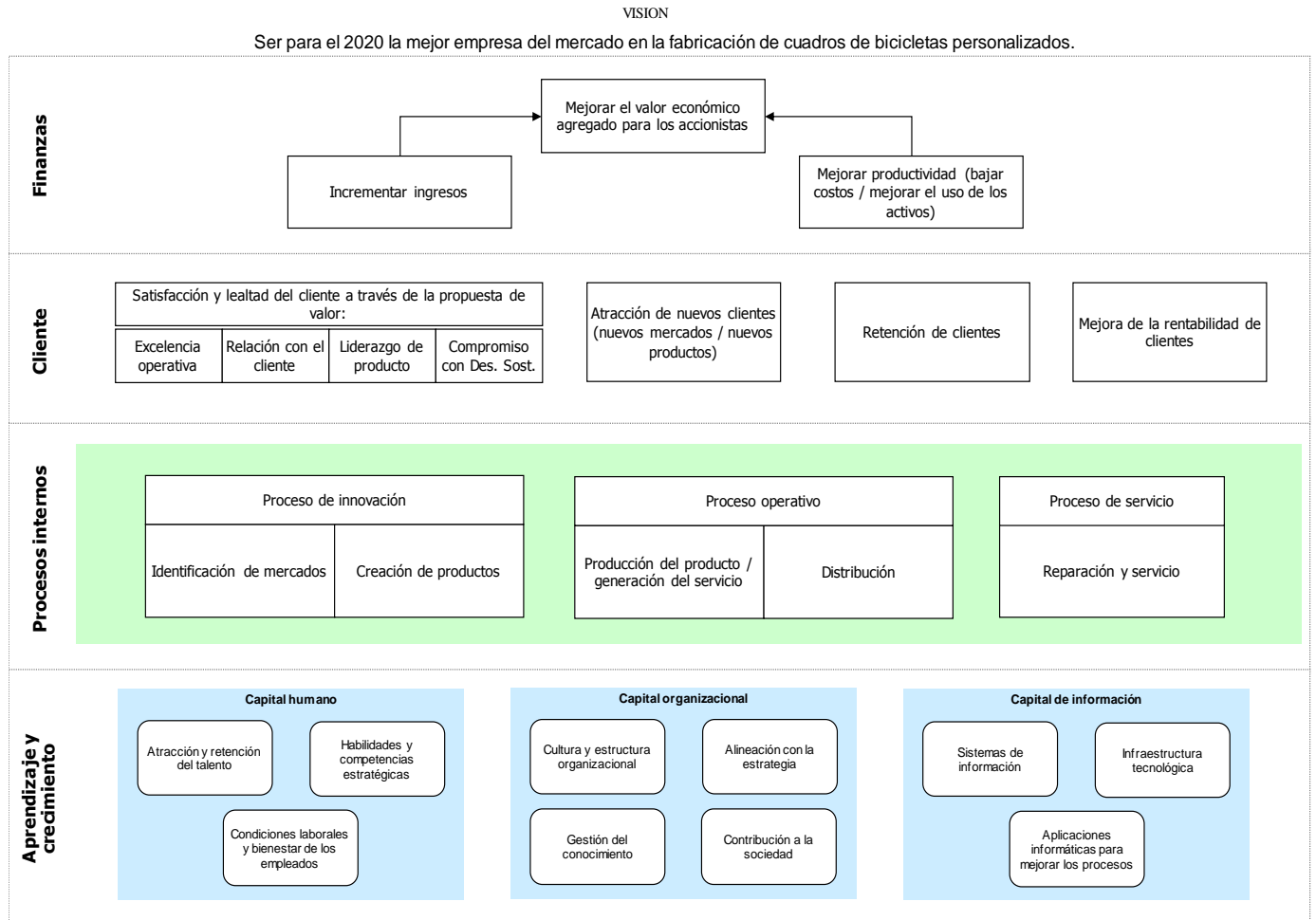
Perspectivas	Objetivos	Indicadores	Metas	Iniciativas	Optimo	Tolerable	Deficiente	Responsable
Finanzas	Aumentar la rotación de inventarios	Incremento en ventas.	10%	Personalización y nichos	10%	5%	2%	Gerente
Consumidor	Aumentar consumo de personalización	% de compras personalizadas	15%	Análisis de Pedidos	15%	12.5%	10%	Ventas
Procesos Internos y estructura	Atención de pedidos en 3 días laborables	Satisfacción de tiempo de entrega Just In Time.	100%	Análisis de Logística.	100%	80%	75%	Administrador General
Aprendizaje y capacitación	Capacitar y entrenar a los trabajadores.	Número de capacitación al año.	4	Planificación de capacitaciones para mejorar Know How.	4	2	1	Administrador General

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

Ilustración 30: Mapa estratégico



Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación

6.6. Otros temas relacionados al plan operativo (tales como estudio de exportación, construcción para un hotel, etc.)

La propuesta no contempla otros puntos para su plan operativo.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

CAPÍTULO 7

**ESTUDIO ECONÓMICO -
FINANCIERO -
TRIBUTARIO**

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

7. ESTUDIO ECONÓMICO- FINANCIERO - TRIBUTARIO

7.1. Inversión Inicial

La inversión inicial comprende los muebles, equipos y maquinaria de producción de la fábrica, capital de trabajo y gastos de constitución. La inversión total es de \$49.136, 71.

Tabla 18: Inversión Inicial

Total de Inversión Inicial	
Inversión en Activos Fijos	16.660,00
Inversión en Capital de Trabajo	25.003,71
Gastos de Constitucion e Instalacion	7.473

49.136,71

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación

7.1.1. Tipo de Inversión

7.1.1.1 Fija

La inversión fija comprende los costos de adquisición de los muebles, equipos, y maquinaria de producción de la empresa por un total de \$16.660,00.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

Tabla 19: Inversión Fija

INFRAESTRUCTURA				
INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS				
Cantidad	ACTIVO	Valor de Adquisición Individual	Valor de Adquisición Total	
MUEBLES Y EQUIPOS				
7	Escritorio	\$ 300,00		2.100,00
7	Archivadores	\$ 125,00		875,00
7	Sillas de oficina	\$ 80,00		560,00
10	Sillas de visitas	\$ 25,00		250,00
6	Divisiones de estanterías	\$ 200,00		1.200,00
1	Muebles de Oficina sillón-sofa de tres filas de asie	\$ 300,00		300,00
3	Teléfonos de escritorio	\$ 125,00		375,00
7	Computadoras de escritorio	\$ 600,00		4.200,00
1	Impresora Multifuncional	\$ 400,00		400,00
MAQUINARIA DE PRODUCCIÓN				
4	Soldadoras	\$ 500,00		2.000,00
1	Dobladoras de tubo	\$ 1.000,00		1.000,00
1	Cierras de mesa	\$ 1.200,00		1.200,00
2	Bomba de aire	\$ 500,00		1.000,00
2	Pistolas de pintura	\$ 100,00		200,00
1	Perfoadora	\$ 1.000,00		1.000,00
TOTALES				\$ 16.660,00

Elaborado por: El Autor

Fuente: Plan Financiero

7.1.1.2. Diferida

La inversión diferida de la empresa es por un valor total de \$7.473,00.

Tabla 20: Inversión Diferida

GASTOS DIFERIDOS				
Alquiler	\$ 1.200,00	1		\$ 1.200,00
Consitucion de la compania	\$ 765,00	1		\$ 765,00
Registro de marca	\$ 208,00	1		\$ 208,00
Instalaciones	\$ 5.000,00	1		\$ 5.000,00
Permisos Municipales y bomberos	\$ 300,00	1		\$ 300,00
TOTAL				\$ 7.473,00

Elaborado por: El Autor

Fuente: Plan Financiero

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

7.1.1.3. Corriente

Ecuabicis para iniciar sus operaciones requerirá de un capital de trabajo por \$25.003,71 en el cual se incluye los costos fijos y variables.

Tabla 21: Capital de trabajo

Inversión en Capital de Trabajo		
Valor Mensual Costos Fijos	10.430,83	10.430,83
Valor Mensual Costos Variables	14.572,87	14.572,87
TOTAL		25.003,71

Elaborado por: El Autor

Fuente: Plan Financiero

7.1.2. Financiamiento de la inversión

7.1.2.1. Fuentes de Financiamiento

Tabla 22: Fuentes de financiamiento

Financiamiento de la Inversión de:	49.136,71	
Recursos Propios	31.029,83	63%
Recursos de Terceros	18.106,88	37%

Elaborado por:

Fuente: Plan Financiero

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

7.1.2.2. Tabla de Amortización

La tabla de amortización se encuentra adjuntada en el [Anexo 12.4.](#)

7.1.3. Cronograma de inversiones

A continuación se presenta el cronograma de inversiones.

7.2. Análisis de Costos

7.2.1. Costos Fijos

Los costos fijos en los que incurrirá la empresa son: sueldos, gastos de ventas, gastos varios y pago de servicios básicos. Los mismos que están detallados en el [Anexo 12.5.](#)

7.2.2. Costos Variables

Los costos variables para la fabricación de cuadros para bicicletas incluyen los materiales requeridos para dicha actividad. La proyección de costos se encuentra en el [Anexo 12.6](#)

7.2.2.1. Costos de Producción

Los costos de producción son los involucrados en los costos variables, los que están detallados en el punto anterior.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

7.3. Capital de Trabajo

El capital de trabajo requerido para la realización de las actividades operacionales de la empresa será detallado en los siguientes puntos.

7.3.1. Costos de Operación

La empresa ha estimado un valor equivalente a un mes para cubrir sus costos operativos.

Tabla 23: Costos de Operación

Inversión en Capital de Trabajo		
Valor Mensual Costos Fijos	10.430,83	10.430,83
Valor Mensual Costos Variables	14.572,87	14.572,87
TOTAL		25.003,71

Elaborado por: El Autor

Fuente: Plan Financiero

7.3.2. Costos Administrativos

Los costos administrativos de Ecuabicyc se detallados en la tabla que se encuentra en el [Anexo 12.7.](#)

7.3.3. Costos de ventas

El costo de ventas de los productos fabricados por Ecuabicyc se encuentra detallado en el [Anexo 12.6.](#)

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

7.3.4. Costos Financieros

La siguiente tabla detalla los gastos financieros por el préstamo bancario.

Tabla 24: Gastos Financieros

Amortización de la Deuda Anual					
Años	2014	2015	2016	2017	2018
Pagos por Amortizaciones	2.938,17	3.245,83	3.585,71	3.961,19	4.375,97
Pago por Intereses	1.678,44	1.370,78	1.030,90	655,43	240,64
Servicio de Deuda	4.616,61	4.616,61	4.616,61	4.616,61	4.616,61

Elaborado por: El Autor

Fuente: Plan Financiero

7.4. Análisis de variables críticas

7.4.1. Determinación del precio: Mark Up y Márgenes

El precio unitario de los cuadros de bicicletas es de \$87,17 con un Mark up del 40%.

Tabla 25: Mark up y Márgenes

CÁLCULO DE EL PRECIO DE VENTA		
Producto	Costo Unitario Año 1	% de margen de contribución
CUADRO DE BICICLETAS	52,30	40,0%

Elaborado por: El Autor

Fuente: Plan Financiero

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

7.4.2. Proyección de costos e ingresos en función de la proyección de ventas.

La proyección de las ventas de la empresa se encuentra en el [Anexo 12.8.](#)

7.4.3. Determinación del punto óptimo de producción por medio de análisis marginales

7.4.4. Análisis del punto de equilibrio

Se necesita vender \$182.043 para cubrir los costos anuales de la empresa.

Tabla 26: Punto de Equilibrio

Datos iniciales	
Precio Venta	87,17
Coste Unitario	10,46
Gastos Fijos Año	160.198
Q de Pto. Equilibrio	2.088
\$ Ventas Equilibrio	182.043

Elaborado por: El Autor

Fuente: Plan Financiero

7.4.5. Análisis de Punto de Cierre

A continuación se detalla el punto de cierre de la empresa.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

Tabla 27: Punto de Cierre

Datos iniciales	
Precio Venta	87,17
Coste Unitario	10,46
Gastos Fijos Año	154.233
Gastos Financieros	1.678,44
Q de Pto. Equilibrio	2.033
\$ Ventas Equilibrio	177.172

Elaborado por: El Autor

Fuente: Plan Financiero

7.5. Entorno Fiscal de la Empresa

7.5.1. Planificación Tributaria

7.5.1.1. Generalidades

Las empresas que realicen actividades comerciales en territorio ecuatoriano tienen la obligación de acatar las leyes tributarias del país.

7.5.1.2. Minimización de la carga fiscal

La empresa Ecuabicis para minimizar su carga fiscal empleará las amortizaciones y depreciaciones de sus activos fijos durante los cinco años de operación.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

7.5.1.3. Impuesto a la renta

El impuesto a la renta es del 22%, según lo estipulado por el Servicio de Rentas Internas.

7.5.1.4. Impuesto al valor agregado

El impuesto al valor agregado en el Ecuador es del 12%, según lo establecido en el Servicio de Rentas Internas.

7.5.1.5. Impuestos a los consumos especiales

El impuesto a los consumos especiales no se grabará en los productos de Ecuabicy ya que estos no son suntuosos.

7.5.1.6. Impuestos, tasas y contribuciones municipales.

Las tasas y contribuciones municipales de la ciudad de Guayaquil son:

- Certificado del uso de suelo
- Tasa de habilitación
- Registro de patente municipal
- Impuesto Predial

7.5.1.7. Impuesto al comercio exterior

La propuesta no contempla la comercialización de los productos en el mercado internacional por ello este punto no se tomará en consideración para el presente estudio.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

7.5.1.8. Impuestos a las herencias, legados y donaciones.

La empresa Ecuabicis no contempla aumentar su masa de activos con la incorporación de herencias legados o donaciones de terceros por lo que el presente punto no aplica a la misma.

7.5.1.9. Impuestos a la salida de divisas

La empresa no contempla realizar transacciones al extranjero por ello no realizará salida de divisas.

7.5.1.10. Impuestos a los vehículos motorizados

Ecuabicis entre sus activos no cuenta con vehículos por ello este punto no aplica.

7.5.1.11. Impuestos a las tierras rurales

No aplica este punto para el presente trabajo de titulación.

7.6. Estados Financieros Projectados

7.6.1. Balance General Inicial

El balance general de la empresa se encuentra detallado en el [Anexo 12.9.](#)

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

7.6.2. Estado de Pérdidas y Ganancias

El estado de Pérdidas y Ganancias se encuentra en el [Anexo 12.10.](#)

7.6.2.1. Flujo de Caja Proyectado

El flujo de caja proyectado se detalla en el [Anexo 12.11.](#)

7.6.2.1.1. Indicadores de Rentabilidad y Costos de Capital

7.6.2.1.1.1. TMAR

La TMAR de la propuesta se encuentra detallada a continuación.

Tabla 28: TMAR

TMAR del Proyecto = Tasa pasiva + inflación + tasa de riesgo	
TASA PASIVA BCE	4,55%
INFLACION BCE	2,99%
RIESGO	6,42%
TMAR PROYECTO	13,96%

Elaborado por: El Autor

Fuente: Plan Financiero

7.6.2.1.1.2. VAN

La propuesta presenta una VAN de \$92,493.00 al finalizar el proyecto.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

7.6.2.1.1.3. TIR

La tasa interna de rentabilidad de la compañía es de 48.76%, la misma que se considerada moderada para el tipo de inversión.

7.6.2.1.1.4. PAYBACK

La inversión se recupera en un período de dos años y seis meses.

7.7. Análisis de Sensibilidad y Multivariantes o de Escenarios Múltiples.

7.7.1. Productividad

7.7.2. Precio Mercado Local

7.7.3. Precio Mercado Externo

Este escenario no es analizado ya que no se contempla la comercialización de los productos a nivel internacional.

7.7.4. Costo de Materia Prima

7.7.5. Costo de Materiales Indirectos

Los costos de materiales indirectos no se analizarán porque están incluidos en los costos variables.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

7.7.6. Costo de Suministros y Servicios

Los suministros y servicios no se tomarán en consideración para el análisis de sensibilidad.

7.7.7. Costo de mano de obra directa

Los costos de mano de obra directa están contemplados dentro de los gastos fijos por ende no será necesario su análisis.

7.7.8. Costo de mano de obra indirecta

Los costos de mano de obra indirecta no se contemplarán para la producción ya no existen estos costos indirectos.

7.7.9. Gastos administrativos

7.7.10. Gastos de Ventas

7.7.11. Inversión en Activos Fijos

7.7.12. Tasa de interés promedio

7.8. Balance General

El Balance General se encuentra en el [Anexo 12.12.](#)

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

7.8.1. Razones Financieras

7.8.1.1 Liquidez

El índice de liquidez no puede ser analizado ya que la propuesta no cuenta con pasivos corrientes.

7.8.1.2 Gestión

A continuación se detalla el índice de gestión de la empresa.

Tabla 29: Índices de Gestión

RATIOS FINANCIEROS		2015	2016	2017	2018	2019
Ratios de Liquidez						
Capital de Trabajo	en dinero	27.419	42.908	56.628	95.174	152.278
Indice de liquidez = (Activos Corrientes / Pasivo corriente)	en veces	42,78	6,37	4,42	4,50	4,87

Elaborado por: El Autor

Fuente: Análisis Financiero

7.8.1.3 Endeudamiento

En la siguiente tabla se detallan los factores relacionados al endeudamiento de la empresa.

Tabla 30: Índices de Endeudamiento

RATIOS DE ENDEUDAMIENTO		2014	2015	2016	2017	2018
Endeudamiento o Apalancamiento = Pasivo / Activo	en porcentaje	32%	29%	28%	23%	19%
Pasivo / Patrimonio	en veces	0,5	0,4	0,3	0,2	0,2
Cobertura 1 = Utilidad Operativa / Gastos Financieros	en veces	2,8	18,3	48,7	123,9	486,4
Cobertura 2 = (Flujo de Efectivo + Servicio de Deuda) / Servicio de Deuda		1,7	5,9	9,8	14,3	19,8

Elaborado por: El Autor

Fuente: Análisis Financiero

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

7.8.1.4 Rentabilidad

A través del índice de rentabilidad se puede determinar los ingresos de la compañía.

Tabla 31: Rentabilidad

Ratios de Rentabilidad		2014	2015	2016	2017	2018
Margen Bruto = Utilidad Bruta / Ventas Netas	en porcentaje	40%	41%	42%	43%	44%
Margen Operacional = Utilidad Operacional / Ventas Netas	en porcentaje	1%	5%	9%	13%	16%
Margen Neto = Utilidad Neta / Ventas Netas	en porcentaje	1%	5%	9%	13%	16%
ROA = Utilidad Neta / Activos	en porcentaje	6%	34%	56%	59%	57%
ROE = Utilidad Neta / Patrimonio	en porcentaje	9%	48%	60%	60%	55%

Elaborado por: El Autor

Fuente: Plan Financiero

7.9. Conclusión Financiera

Una vez analizados los estados financieros de la empresa se concluye lo siguiente:

- De acuerdo a los estados financieros presentados se muestra una rentabilidad moderada por el tipo de inversión, la misma que es del 40%.
- Se muestra una viabilidad financiera al recuperar la inversión en un período de dos años con seis meses.
- La TIR de la empresa es del 48.76%.
- Presenta una VAN de \$92.493,00.
- La utilidad de la compañía tiene un incremento progresivo anual, por lo que inicia con \$2.326,61 y en el quinto año finaliza con 77.439,12.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

CAPÍTULO 8

PLAN DE CONTINGENCIA

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

8. PLAN DE CONTINGENCIA

8.1. Plan de Administración del Riesgo

La presente propuesta elabora un plan de administración de riesgos y contingencias para de esta manera disponer de un modelo administrativo que le permita manejar situaciones fuera de lo esperado en la planificación propuesta y determinar los cursos de acción que se llevaran a cabo ante tales situaciones.

8.1.1. Principales Riesgos

La presente propuesta presenta dos tipos de riesgos internos y externos entre los cuales se subclasifican los siguientes:

- **Riesgos Internos:**

Problemas de seguridad industrial: Situaciones como incendios, heridas o no uso de material de protección por parte del personal pueden presentarse sin el correcto control de tema y aplicación de políticas de educación y sanción entre los miembros del personal.

Fallos logísticos: Errores de entregas y tiempos de producción producidos por el giro normal del negocio, para su control el departamento financiero llevara a cabo controles de inventario periódicos.

- **Riesgos Externos:**

Reducciones drásticas de la demanda.

Quejas del Cliente al producto.

Cambios de tendencias de uso.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

8.1.2. Reuniones para mitigar riesgos

Se realizaran reuniones periódicas entre los miembros de la organización para analizar los riesgos presentes en la iniciativa y si se está llevando un correcto control para su mitigación para esto se usara como base la tabla presentada a continuación.

Tabla 32: Nivel y clases de riesgos

Nivel	Clase de Impacto	Descripción del impacto	Calificación del impacto
5	Catastrófico	<ul style="list-style-type: none"> -Acciones Legales en contra de la empresa -Reducción mayor del 75% de ventas -Nuevos competidores en misma área -Perdidas de inventario totales por siniestro -Variación en costos de producción de más de 50% -Pérdida mayor del 50% de cartera de clientes 	100%
4	Alto	<ul style="list-style-type: none"> -Disminución de más de 50% de pedidos -Competidores en el mercado -fallo del 35% de cumplimiento de pedidos -Pérdida el 35% de clientes. 	85%
3	Moderado	<ul style="list-style-type: none"> - Competidores con mayor capacidad de inversión. - El 20% de falencia en el proceso logístico de la empresa. -Pérdida del 10% de clientes sin ingreso de nuevos 	60%
2	Bajo	<ul style="list-style-type: none"> -Reducción del 6% en pedidos - Competidores artesanales - Dificil Obtención de Pedidos. 	25%
1	Mínimo	<ul style="list-style-type: none"> - Presencia de nuevos competidores no significativos en el mercado. - Fallos logísticos esperados. -El 5% de clientes inconformes. 	5%

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

8.1.3. Tormenta de ideas (brainstorming), listas de verificación (check listas)

Durante las reuniones para mitigación de riesgo se llevaran a cabo sesiones de tormenta de ideas y verificación de las listas de chequeo con el fin de solucionar los problemas presentados y dar orden a la reunión, el sistema se usara de la siguiente manera:

- Check List: Toda reunión empezara con el análisis de los check list de los procesos de la empresa para delimitar los problemas a tratarse en la reunión.
- Tormenta de ideas: Una vez determinado el problema se procederá a realizar una lluvia de ideas de posibles soluciones, una vez finalizado este proceso se procederá a escoger las iniciativas a implementarse y se asignara responsable de reportar los resultados de la iniciativa en la siguiente reunión de riesgos.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

8.2. Planeación de respuesta al riesgo

En los siguientes literales se detallara el sistema de respuesta de riesgos de la iniciativa.

8.2.1. Monitoreo y Gestión de riesgo

Tabla 33: Monitoreo y control de riesgo

RIESGO	NIVEL	VERIFICACION	FRECUENCIA	DIRECTOR	MEDICION
Reducción del Volumen de Ventas	Alto	Facturación	Semanal	Administrador	Análisis comparativo de facturación entre semana y semana y periodos similares de año a año
Demoras en logística	Medio	Desperdicio establecido, dificultades en personalización	Mensual	Administrador de compras	Análisis de inventarios y tiempos de producción.
Competencia entrante	Medio	Análisis de nuevos entrantes.	Trimestral	Administrador	Análisis de Superintendencia de compañías.
Reclamos de consumidores	Medio	Formulación de encuestas a clientes.	Mensual	Administrador de establecimiento.	Información otorgada por los clientes acerca del servicio y producto, número de quejas recibidas, tiempo de respuesta.
Fluctuación drástica de precios de materia prima	Alto	Evaluación de rentabilidad generada por producto	Mensual	Administrador de compras	Facturación en compras y margen de utilidad financiero.

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

8.3. Plan de contingencia y acciones correctivas

Con las acciones propuestas en los puntos anteriores la empresa realizara un plan de contingencias de afectación anual en el primer mes de cada año de operaciones, dicho plan será elaborado con los directores de cada una de las áreas del negocio con el fin de proporcionar para el mismo una visión global de la empresa y todas sus áreas, dicho plan será verificado de manera mensual en las reuniones de mitigación de riesgo propuestas previamente.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

CAPÍTULO 9

CONCLUSIONES

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

9. CONCLUSIONES

Con lo analizado en puntos anteriores es posible concluir:

- Las condiciones de mercado demuestran ser favorables para una iniciativa de las características expuestas, nuevas regulaciones de mercado y la adopción de la tendencia de métodos de transporte alternativos vuelven viables los negocios industriales como el que se propone en el presente trabajo.
- El estudio de mercado demuestra que los supuestos iniciales de aceptación son cercanos a la realidad y permitirán a la propuesta cubrir las proyecciones planeadas.
- El análisis financiero de la propuesta demuestra que la misma es sólida aunque no se cumplieren todos los escenarios de manera favorable, lo que demuestra cierto margen de variación que de presentarse no afectarían el desempeño global de la iniciativa, aunque si cambiarían los periodos de recuperación de inversión.
- El análisis de riesgos y operativo de la iniciativa demuestra que hay mano de obra capacitada en el país para poder satisfacer las necesidades de la empresa.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

CAPÍTULO 10

RECOMENDACIONES

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

10. RECOMENDACIONES

Para la presente propuesta se recomienda:

- La implementación de la misma en el mercado Ecuatoriano con apalancamiento del Estado al ser el ente financiero más competitivo y que ofrece las mejores tasas de interés.
- Se recomienda además la inversión intensiva en estrategias BTL de mercadeo, enfocado a diferentes nichos de mercado y a las necesidades de cada nicho y segmento, factor que es posible gracias a las características de personalización de los productos ofertados.
- Otro factor a analizar es que una vez que la empresa se muestre de renombre en mercado local deberá analizar su expansión a otras provincias del país tomando uso para este fin de empresas de logística que aprovechen la mejorada infraestructura que posee el país en estos momentos.
- Además se sugiere posterior al periodo analizado el análisis de la factibilidad para el crecimiento de la organización por medio de integración vertical, buscando crear tiendas propias, o armar productos terminados en lugar de solo los marcos propuestos inicialmente.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

CAPÍTULO 11

FUENTES

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

11. BIBLIOGRAFÍA

Abarca, R. R. (21 de Febrero de 2014). *Gestión de Calidad: Compromiso Humano*. Obtenido de <http://www.ucsm.edu.pe/rabarcaf/GestCaliComHuma.pdf>

Abogados del Ecuador. (23 de Enero de 2014). Obtenido de <http://www.abogadosecuador.es.tl/C%D3DIGOS-Y-LEYES-DEL-ECUADOR-.htm>

Agencia Pública de Noticial del Ecuador y Suramérica Andes. (29 de Enero de 2014). Obtenido de <http://www.andes.info.ec/es/economia/mision-empresarial-ecuatoriana-acudira-feria-mundial-canton-china.html>

Antequera, N. (20 de 11 de 2014). Obtenido de <http://www.aimme.es/informacion/informativo/ficha.asp?id=1955>

Asiapaco. (2013). Obtenido de <http://asiapacio.bcn.cl/noticias/rafael-pineyro-china>

Banco Central del Ecuador. (Enero de 2014). Obtenido de <http://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/385-econom%C3%ADa-ecuatoriana-crece-al-35>

Banco Central del Ecuador. (28 de Enero de 2014). Obtenido de <http://www.bce.fin.ec/index.php/indicadores-economicos>

Banco Central del Ecuador. (3 de Diciembre de 2014). *Flujo de Inversión Extranjera Directa en Ecuador*. Obtenido de www.bce.fin.ec

Banco Central del Ecuador. (4 de Diciembre de 2014). *Resumen de valores: Banco Central del Ecuador*. Obtenido de Sitio web de Banco Central del Ecuador:
http://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=pasiva

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

- BCE.* (28 de Enero de 2014). Obtenido de <http://www.bce.fin.ec/index.php/indicadores-economicos>
- Blogsicex.* (ABRIL de 2011). Obtenido de <http://www.blogsicex.com/estoschinos/algunos-consejos-para-preparar-vuestro-viaje-a-china/>
- Bolsa de Valores Quito.* (23 de Enero de 2014). Obtenido de <http://www.bolsadequito.info/>
- Business Insider.* (14 de Noviembre de 2011). Obtenido de <http://www.businessinsider.com/yiwu-china-largest-wholesale-market-2011-10>
- Camara de Comercio Ecuatoriano - China.* (22 de Enero de 2014). Obtenido de <http://www.camarachina.ec/index.php/en-los-medios/noticias-2013top>
- CCECH.* (2013). Obtenido de <http://www.ccech.ec/index.php/mision-comercial>
- CCSENET.* (22 de Enero de 2014). Obtenido de <http://www.ccsenet.org/journal/index.php/ibr/article/viewFile/24222/15339>
- CEPMLP Org.* (22 de Enero de 2014). Obtenido de <http://www.dundee.ac.uk/cepmlp/gateway/?news=31344>
- Ciclismo a fondo.* (2014). Recuperado el 20 de 02 de 2014, de <http://www.ciclismoafondo.es/mecanica/Informes/articulo/material-cuadro-bicicleta>
- Código de Trabajo.* (24 de Enero de 2014). Obtenido de http://www.cig.org.ec/archivos/documentos/____tipos_de_contratos.pdf
- Código de Trabajo.* (27 de Noviembre de 2014). *Ministerio de Relaciones Laborales.* Obtenido de www.relacioneslaborales.gob.ec

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

Comercio. (23 de Enero de 2014). Obtenido de <http://elcomercio.pe/economia/mundo/china-se-convirtio-primera-potencia-comercial-mundial-noticia-1701763>

Comunidad de Migrantes Ecuador. (29 de Enero de 2014). Obtenido de <http://www.migrantesecuador.org/index.php/noticias/ecuador/13709-ecuador-6-de-cada-10-viajes-al-exterior-se-cancelan-en-efectivo>

Corporación Financiera Nacional. (27 de Enero de 2014). Obtenido de http://www.cfn.fin.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=597&Itemid=531

Crece Negocios. (13 de Febrero de 2014). Obtenido de <http://www.crecenegocios.com/el-merchandising/>

Data Group. (22 de Enero de 2014). Obtenido de <http://datugroup.com/travel/empresa.php>

datugroup. (28 de Febrero de 2013). Obtenido de http://datugroup.com/importaciones_china/feria_yiwu.php

DGAC. (29 de Enero de 2014). Obtenido de <http://www.aviacioncivil.gob.ec/?p=1979>

Diario El Comercio. (10 de Noviembre de 2014). Obtenido de <http://www.elcomercio.com/actualidad/quito-contagio-a-otras-ciudades.html>

Diario El País. (10 de 12 de 2014). Obtenido de <http://smoda.elpais.com/articulos/bicicletas-customizadas/2725>

Diario El País. (22 de Enero de 2014). Obtenido de http://economia.elpais.com/economia/2014/01/10/agencias/1389323246_619546.html

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

Diario Hoy. (22 de Enero de 2014). Obtenido de <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/china-para-negociar-hay-que-saber-embriagarse-581983.html>

Diario La Hora. (3 de Febrero de 2014). Obtenido de http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101594221/-1/Ecuador_y_China_impulsan_el_turismo_con_vuelos_regulares.html#.Uu-6nz15Nic

ec.china-embassy. (22 de oct. de 2008). Obtenido de <http://ec.china-embassy.org/esp/zegx/t518966.htm>

El Comercio. (28 de Enero de 2014). Obtenido de http://www.elcomercio.com.ec/negocios/FaustoHerrera-MinistroFinanzas-PIB-Ecuador-Proforma_0_1024097854.html

El Comercio. (21 de Marzo de 2014). *El Comercio.* Obtenido de Actualidad: <http://www.elcomercio.com/actualidad/quito-contagio-a-otras-ciudades.html>

Elpais. (06 de 2005). Obtenido de http://elpais.com/diario/2005/06/26/negocio/1119793655_850215.html

Empresario Líder. (13 de Febrero de 2014). Obtenido de <http://empresariolider.com/la-importancia-del-marketing-en-internet-para-los-pequenos-negocios/>

Fayol, H. (2012). *Administración Industrial General.* Paris: Pint.

Gantt, H. (2012). *Waves, Work and Profits.* En H. Gantt. Forgotten Publishers.

Godin, S. (2012). *All marketers are liars.* Portfolio Trade.

Headways. (13 de Febrero de 2014). Obtenido de <http://www.headways.com.mx/glosario-mercadotecnia/definicion/mindshare-presencia-mental/>

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

Huete. (12 de Febrero de 2014). Obtenido de <http://luishuete.com/es/clienting-1>

IEPI. (20 de Agosto de 2014). Obtenido de <http://www.iepi.gob.ec/>

IESS. (23 de Enero de 2014). Obtenido de <http://www.iess.gob.ec/>

INEC. (3 de Febrero de 2014). Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.com/siemprende/PreCenec.html>

Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones. (2014). Recuperado el 13 de 01 de 2015, de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/03/P-1203-JUGUETES_DE_MADERA-ALEMANIA.pdf

Instituto de Responsabilidad Social Empresarial del Ecuador. (24 de Febrero de 2014). Obtenido de <http://www.irse-ec.org/quienessomos.html>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (10 de 2014). Recuperado el 16 de Octubre de 2014, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/el-desempleo-urbano-en-septiembre-de-2014-fue-de-467/>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (29 de Enero de 2014). Obtenido de http://www.inec.gob.ec/sitio_tics/internet.html

Kotler, P. (2012). *Fundamentos del Marketing.* Prentice Hall.

La Hora. (29 de Diciembre de 2009). *La Hora.* Obtenido de Noticias de Quito: http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/976735/-1/En_Quito_s%C3%AD_se_hacen_bicicletas_a_la_medida__.html#.VHJw64uG_z5

Levitte, T. (2008). *La globalización de los mercados.* Masachusetts: Hardvare Business.

Macias, S. C. (2011). *Mi socio el cliente.* Guayaquil: Publicaciones Universidad Católica Santiago De Guayaquil.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

Mapfre. (23 de Enero de 2014). Obtenido de <http://www.mapfre.com/wdiccionario/terminos/vertermino.shtml?s/seguro-de-incendio.htm>

Maroto, D. (7 de Julio de 2014). Obtenido de <http://guayaquilenbici.org/blog/2014/07/01/de-una-ciudad-turistica-una-ciudad-con-movilidad-amigable>

Merchandising. (2004). En M. Á. Muñoz, *Merchandising*. ECIC EDITORIAL.

Michael a Hit, L. W. (2014). *Managmente*. New Jersey: Mc. Graw Hill.

Ministerio de Ambiente. (31 de Marzo de 2003). Obtenido de http://www.agua.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2012/07/TEXTO_UNIFICADO_LEGISLACION_SECUNDARIA_i.pdf

Ministerio de Industrias y Productividad. (20 de Noviembre de 2014). Obtenido de <https://www.industrias.gob.ec/bp-234-grupo-ortiz-incrementa-inversion-con-produccion-de-bicicletas-cocinas-de-induccion-y-juguetes-ecuatorianos-de-alta-calidad/>

Ministerio de Industrias y Productividad. (11 de 2014). Recuperado el Noviembre de 2014, de <https://www.industrias.gob.ec/bp-234-grupo-ortiz-incrementa-inversion-con-produccion-de-bicicletas-cocinas-de-induccion-y-juguetes-ecuatorianos-de-alta-calidad/>

Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana . (22 de Enero de 2014). Obtenido de <http://cancilleria.gob.ec/ecuador-y-china-afianzan-relaciones-politicas-economicas-comerciales-y-de-inversion/>

Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana. (29 de Enero de 2014). Obtenido de <http://cancilleria.gob.ec/ecuador-y-china-impulsan-la-cooperacion-y-la-relacion-bilateral-en-distintas-areas/>

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración. (23 de Enero de 2014). Obtenido de http://www.mmrree.gob.ec/ecuador_actual/bol023.asp

Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información. (29 de Enero de 2014). Obtenido de <http://www.telecomunicaciones.gob.ec/aulas-moviles-y-alistamiento-digital/>

Ministerio de Transporte y Obras Públicas. (2014). Recuperado el 12 de Enero de 2014, de <http://www.cicloviasecuador.gob.ec/quienes-somos.html>

OPTUR. (2 de Febrero de 2014). Obtenido de <http://www.optur.org/estadisticas-turismo.html>

Plan Nacional de Ciclovías. (2 de Noviembre de 2014). *Proyecto de Ciclovías a Nivel Nacional.* Obtenido de cicloviasecuador.gob.ec: <http://cicloviasecuador.gob.ec>

Plan Nacional para el Buen Vivir. (Diciembre de 2013). Obtenido de <http://www.buenvivir.gob.ec/objetivo-10.-impulsar-la-transformacion-de-la-matriz-productiva#tabs2>

Ponzao, J. M. (2004). *Marketing Relacional.* Prentice Hall.

Porter, M. (2012). *Ventaja Competitiva.*

Procuraduría General del Estado. (7 de Junio de 2013). Recuperado el 8 de Octubre de 2013, de <http://www.pge.gob.ec/es/component/search/?searchword=mandato+8&ordering=newest&searchphrase=all&limit=50>

Procuraduría General del Estado. (24 de Enero de 2014). Obtenido de <http://www.pge.gob.ec/es/marco-juridico/ley-organica-de-la-pge.html>

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

Proecuador. (4 de Diciembre de 2014). *Análisis del Sector Metalmecánico: Proecuador*. Obtenido de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/11/PROEC_AS2013_METALMECANICA.pdf

QBE. (24 de Enero de 2014). *QBE Seguros Colonial*. Obtenido de http://www.qbe.com.ec/productos_se_pymes.asp

Real Academia Española. (2014). Recuperado el 13 de 01 de 2014, de <http://lema.rae.es/drae/?val=ciclismo>

Revista ICE. (22 de Enero de 2014). Obtenido de http://www.revistasice.info/cache/pdf/BICE_2835_41-61__DBC625170D5E529A71BCFB2C3FA563DC.pdf

Revista Postgrado. (22 de Enero de 2014). Obtenido de <http://revistapostgrado.eia.edu.co/Revista%20Edici%C3%B3n%20N%C2%BA.7/Soluciones%20N7%20art%2010.pdf>

SECUR. (11 de Febrero de 2014). Obtenido de <http://fama2.us.es:8080/turismo/turisonet1/economia%20del%20turismo/turismo%20y%20otras%20alternativas/introduccion%20al%20turismo%20de%20negocios%20y%20desarrollo%20de%20productos%20especializados.pdf>

SENPLADES. (22 de Enero de 2014). Obtenido de <http://plan.senplades.gob.ec/web/guest/objetivo-6>

Senplades. (23 de Noviembre de 2014). *Plan Nacional del Buen Vivir*. Obtenido de [buenvivir.gob.ec](http://www.buenvivir.gob.ec): <http://www.buenvivir.gob.ec>

Servicio de Rentas Internas. (27 de Marzo de 2014). Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/167>

Servicio de Rentas Internas. (27 de Marzo de 2014). Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/ice>

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

Servicio Nacional de Contratación Pública. (28 de Noviembre de 2014). *Compras Públicas*. Obtenido de <http://portal.compraspublicas.gob.ec/incop/>

Seumenicht, B. (14 de Febrero de 2014). *Mercadotecnia, publicidad y medios*. Obtenido de <http://www.merca20.com/insights-algo-que-no-sabias-que-sabias/>

SIMS. (22 de Enero de 2014). Obtenido de <http://www.sims.monash.edu.au/subjects/ims2603/resources/martinsons.pdf.pdf>

SINDE. (24 de Febrero de 2013). Obtenido de <http://www.sinde.edu.ec/archivos/Gu%C3%ADa%20de%20Pertinencia%20Convocatoria%202010.pdf>

SINDE. (Febrero de 2014). Obtenido de <http://www.sinde.edu.ec/archivos/Gu%C3%ADa%20de%20Pertinencia%20Convocatoria%202010.pdf>

Sistema Nacional de Información. (29 de Enero de 2014). Obtenido de <http://app.sni.gob.ec/web/sni>

Superintendencia de Compañías. (23 de Enero de 2014). Obtenido de https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/ss/instructivo_soc.pdf

Taylor, F. W. (2007). *Shop Managment*. En F. W. Taylor. BiblioBazaar.

Trout. (2010). *Positioning*. New York: Mcgraw Hill.

Underhill, P. (2000). *Why do we buy*. Simon, Schuster.

Universia. (24 de Marzo de 2014). *Ecuador se suma a la sana alternativa de andar en bicicleta: Universia*. Obtenido de

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

<http://noticias.universia.com.ec/en-portada/noticia/2014/03/24/1090456/ecuador-suma-sana-alternativa-andar-bicicleta.html>

Velez, I. (7 de Julio de 2010). Obtenido de <http://guayaquilenbici.org/2010/07/30/guayaquilenos-en-bici>

viajesporchina. (2013). Obtenido de http://www.viajesporchina.com/Viajes_China.html

Vicepresidencia de la República del Ecuador. (2014 de Enero de 2014). Obtenido de <http://www.vicepresidencia.gob.ec/vicepresidente-jorge-glas-afirmo-que-ecuador-esta-encaminado-hacia-el-proceso-de-una-industrializacion-acelerada/>

Vook. (2011). *Zero Moment of Truth*.

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

CAPÍTULO 12

ANEXOS

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

12. ANEXOS

12.1 Cuestionario de Focus Group

1. ¿Ud. Cambia las piezas de su bicicleta para mejorar el rendimiento de la misma?
2. ¿Cuáles son las características más importantes al momento de comprar un cuadro de bicicleta?
3. ¿Qué tanto le agrada la idea de comprar cuadros de bicicletas personalizados?
4. ¿Cuáles son las tiendas de bicicletas dónde compra con mayor frecuencia y por qué?
5. ¿Cómo conoce acerca de nuevas marcas de bicicletas?

12.1.1 Entrevista con empresario

Entrevista con empresario de la industria de bicicletas

Empresa: BKR

Ubicación: Quito

Propietario: Sr. Marcelo Martínez

1. ¿Existe alguna diferencia entre la demanda de bicicletas del mercado femenino y masculino?

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

La diferencia radica en los diseños de las bicicletas y los materiales de los que se componen.

2. ¿Cuál es la producción de cuadros de bicicletas que tienen al mes?

La producción mensual de cuadros de bicicletas es aproximadamente de 400 unidades. Los meses de Diciembre y vacaciones se presentan un aumento en las ventas.

3. ¿Cuáles son las motivaciones para utilizar bicicletas?

Actualmente existe un incremento en el uso de bicicletas por las bondades que esta presenta tales como: ser un medio de transporte ecológico, permitir realizar actividades recreacionales y ser un instrumento beneficioso para la salud.

4. ¿Cuántas personas trabajan en la empresa BKR?

Son 12 trabajadores, 6 ensambladores y 6 fabricantes.

5. ¿Qué equipos se necesitan para fabricar cuadros de bicicletas?

Los equipos que se emplean son soldadoras, cortadoras de tubo, matrices, pulimento y pintura.

6. ¿Cuál es la forma de entrega de los productos?

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

El cuadro de bicicleta se lo entrega como desea el cliente, puede ser sólo soldado o con pintura y alguna calcomanía.

7. ¿Quiénes son los competidores en el mercado?

Actualmente no se presentan competidores en el mercado ya que cada uno se encarga de ofrecer una línea diferente de productos y servicios.

8. ¿Considera que el estado fomenta la demanda de bicicletas?

El proyecto del gobierno de fomentar la producción nacional ha dado un empuje al consumo nacional de este tipo de producto, además de que la gente es consciente de que este medio es amigable con el ambiente, facilita el tráfico. Generalmente la demanda de cuadros de bicicletas aumenta entre el 15% y 10% anualmente. Las pequeñas empresa crecen el menor porcentaje antes mencionado.

9. ¿Cuál es la rotación de compra de un marco de bicicleta?

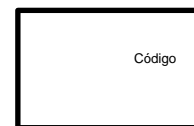
El tiempo de vida útil de un cuadro de bicicletas depende del uso que se le dé, este puede durar toda la vida.

10. ¿Cuál es el cuadro de bicicleta más comprado?

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

El cuadro de montaña es el más solicitado por los clientes porque este sirve para hacer ciclismo en senderos y ciudad, son más fuertes.

12.2 Modelo de Encuesta



Formato de Encuesta

Buenos días/ tardes mi nombre es Henry Balla, soy estudiante de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, dedicado a realizar un estudio de mercado y para el desarrollo de este su opinión es muy importante.

1.- ¿Ud. Posee una bicicleta?

- 1. SI CONTINUAR
- 2. NO TERMINAR

2.- ¿Ud. Cambia las piezas de su bicicleta para mejorar el rendimiento?

- 1. SI CONTINUAR
- 2. NO CONTINUAR

3.- ¿Con qué frecuencia cambia las siguientes piezas de la bicicleta?

Frecuencia	Nunca	1 vez al año	2 veces al año	3 veces al año	Más de 4 veces al año
Frenos					
Silla					
Ruedas					
Tija					
Cuadro/ marco					

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

4.- ¿Estaría dispuesto a adquirir un cuadro de bicicleta personalizado a su gusto?

1. SI CONTINUAR

2. NO CONTINUAR

5.- Califique del 1 al 5 la importancia de los siguientes atributos al momento de comprar un cuadro de bicicleta.

Califique	Nada importante	Poco importante	indiferente	Importante	Muy importante
Material	1	2	3	4	5
Diseño	1	2	3	4	5
Precio	1	2	3	4	5
Facilidad de acceso al punto de venta	1	2	3	4	5
Atención al cliente	1	2	3	4	5

6.- ¿En cuánto a calidad y precio qué material prefiere para la fabricación de un cuadro de bicicleta?

Material	
Acero	
Fibra de Carbono	
Aluminio	

7.- Presentación de la idea de negocio. ¿Qué tanto le agrada la idea de comprar cuadros de bicicletas diseñados por usted?

Califique	Nada agradable	Poco agradable	No agrada ni desagrada	Agradable	Muy Agradable
Propuesta	1	2	3	4	5

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

8.- ¿Cómo conoce las nuevas marcas de bicicletas y sus partes?

Medios	
Redes sociales	
En eventos	
Sugerencia de un amigo	

9.- ¿En cuál de los siguientes locales Ud. Compra bicicletas?

Tiendas de ciclismo	
Cikla	
Hot Bike	
Bicimania	
Bike Shop	
Mundo Bike	
Otros.	

10.- ¿Cuánto pagó la última vez por una bicicleta?

Datos de Control

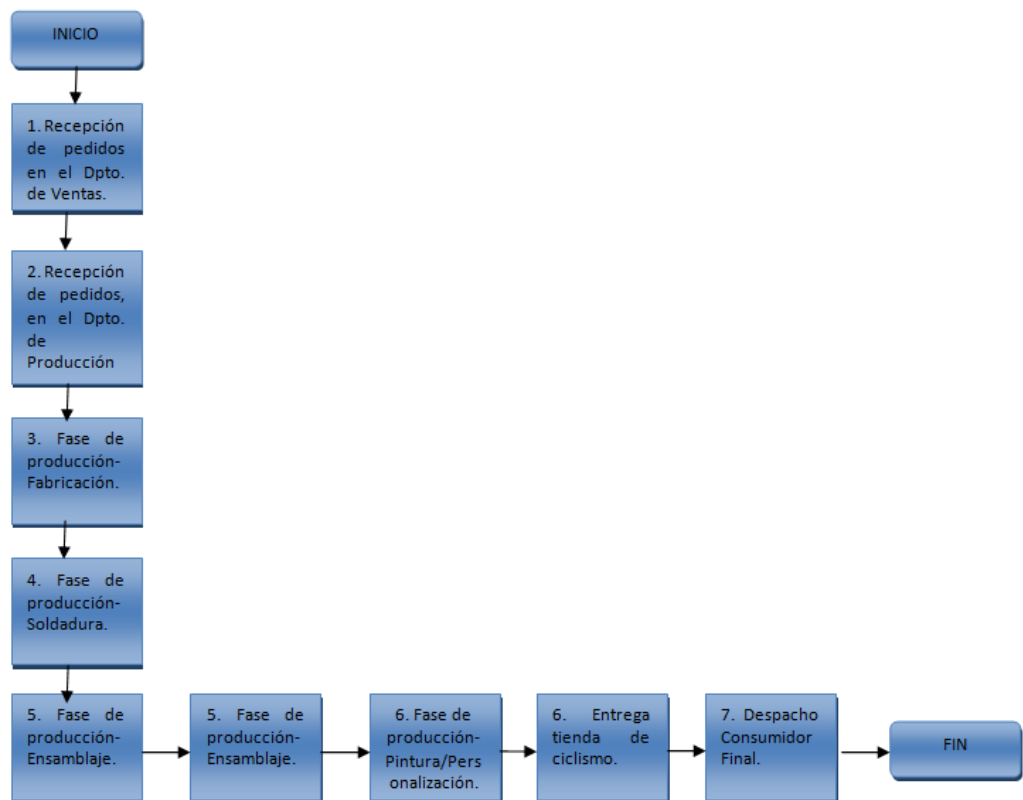
Nombre del entrevistado/a:			
Teléfono:			
Encuestador:	Fecha:		
Edad:	Sexo:	Nivel de Educación	Tipo de ciclismo
1. 18-24	1. Hombre	1. Primaria	1. Recreacional

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

2. 25-34	2. Mujer	2. Secundaria	2. Principiante
3. 35-44		3. Tecnólogo	3. Amateur
4. 45-54		4. Superior	4. Profesional
5. 55 o más		5. Maestría/ Doctorado	

12.3 Flujograma de procesos

Ilustración 31: Flujograma



Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

12.4 Tabla de Amortización

Tabla 34: Amortización

Pago	Capital	Amortización	Interés	Pago
0	17.290,02	-	-	-
1	17.066,74	223,28	144,08	367,36
2	16.841,60	225,14	142,22	367,36
3	16.614,59	227,02	140,35	367,36
4	16.385,68	228,91	138,45	367,36
5	16.154,86	230,81	136,55	367,36
6	15.922,13	232,74	134,62	367,36
7	15.687,45	234,68	132,68	367,36
8	15.450,82	236,63	130,73	367,36
9	15.212,21	238,60	128,76	367,36
10	14.971,62	240,59	126,77	367,36
11	14.729,02	242,60	124,76	367,36
12	14.484,40	244,62	122,74	367,36
13	14.237,74	246,66	120,70	367,36
14	13.989,03	248,71	118,65	367,36
15	13.738,24	250,79	116,58	367,36
16	13.485,36	252,88	114,49	367,36
17	13.230,38	254,98	112,38	367,36
18	12.973,27	257,11	110,25	367,36
19	12.714,02	259,25	108,11	367,36
20	12.452,61	261,41	105,95	367,36
21	12.189,02	263,59	103,77	367,36
22	11.923,23	265,79	101,58	367,36
23	11.655,23	268,00	99,36	367,36
24	11.385,00	270,23	97,13	367,36
25	11.112,51	272,49	94,87	367,36
26	10.837,75	274,76	92,60	367,36
27	10.560,70	277,05	90,31	367,36
28	10.281,35	279,36	88,01	367,36
29	9.999,66	281,68	85,68	367,36
30	9.715,63	284,03	83,33	367,36
31	9.429,23	286,40	80,96	367,36
32	9.140,45	288,78	78,58	367,36
33	8.849,26	291,19	76,17	367,36
34	8.555,64	293,62	73,74	367,36
35	8.259,58	296,06	71,30	367,36
36	7.961,04	298,53	68,83	367,36
37	7.660,02	301,02	66,34	367,36
38	7.356,50	303,53	63,83	367,36
39	7.050,44	306,06	61,30	367,36
40	6.741,83	308,61	58,75	367,36
41	6.430,65	311,18	56,18	367,36
42	6.116,88	313,77	53,59	367,36
43	5.800,49	316,39	50,97	367,36
44	5.481,46	319,02	48,34	367,36
45	5.159,78	321,68	45,68	367,36
46	4.835,42	324,36	43,00	367,36
47	4.508,35	327,07	40,30	367,36
48	4.178,56	329,79	37,57	367,36
49	3.846,02	332,54	34,82	367,36
50	3.510,71	335,31	32,05	367,36
51	3.172,60	338,11	29,26	367,36
52	2.831,68	340,92	26,44	367,36
53	2.487,91	343,76	23,60	367,36
54	2.141,28	346,63	20,73	367,36
55	1.791,77	349,52	17,84	367,36
56	1.439,34	352,43	14,93	367,36
57	1.083,97	355,37	11,99	367,36
58	725,64	358,33	9,03	367,36
59	364,33	361,31	6,05	367,36
60	0,00	364,33	3,04	367,36

Elaborado por: El Autor

Fuente: Plan Financiero

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

12.5 Costos Fijos

Tabla 35: Costos Fijos

Costos Fijos / Años						
TIPO DE COSTO	2015	2016	2017	2018	2019	Promedio Mensual Primer Año
Gastos Sueldos y Salarios	108.862,70	117.571,72	126.977,45	138.405,42	150.861,91	9.071,89
Gastos en Servicios Básicos	4.020,00	4.140,20	4.263,99	4.391,48	4.522,79	335,00
Gastos de Ventas	24.000,00	24.717,60	25.456,66	26.217,81	27.001,72	2.000,00
Gastos Varios	17.350,00	17.868,76	18.403,04	18.953,29	19.519,99	1.445,83
Total Costos Fijos	154.232,70	164.298,27	175.101,14	187.968,01	201.906,41	3.213,18

Elaborado por: El Autor

Fuente: Plan Financiero

12.6 Costos Variables

Tabla 36: Costos Variables

Costos Variables / Años						
TIPO DE COSTO	2015	2016	2017	2018	2019	Promedio Mensual Primer Año
CUADRO DE BICICLETAS	242.881,20	275.157,68	311.723,39	353.148,31	400.078,19	20.240,10
Total Costos Variables	242.881,20	275.157,68	311.723,39	353.148,31	400.078,19	20.240,10

Elaborado por: El Autor

Fuente: Plan Financiero

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

Tabla 37: Costos Variables

LISTADO DE TODA LA MATERIA PRIMA PARA LA PRODUCCIÓN				CUADRO DE BICICLETAS	
Gastos en Materia Prima	Presentación	Costo Unit	Costo Estandarizado	CANTIDAD	TOTAL
Tubo de acero de 1.4	1	12,00	\$ 12,00	3	\$ 36,00
Cemento de contacto grande	1	6,00	\$ 0,30	1	\$ 0,30
Pintura	1	35,00	\$ 1,00	1,0000	\$ 1,00
Diseño de Arte personalizado	1	10,00	\$ 10,00	1,0000	\$ 10,00
Arte	1	5,00	\$ 5,00	1	\$ 5,00
TOTALIZA					\$ 52,30

Elaborado por: El Autor

Fuente: Plan Financiero

12.7 Costos Administrativos

Tabla 38: Costos Administrativos

Presupuesto Publicitario / Gastos de Ventas					
MEDIO	COSTO/PAUTA	# DE PAUTAS /MES	INVERSIÓN MENSUAL	MESES A INVERTIR	Gasto / año
ACTIVACIONES DE MARCA	500,00	1,00	500,00	12,00	6.000,00
ANUNCIOS EN REDES SOCIALES	600,00	1,00	600,00	12,00	7.200,00
ANUNCIOS GOOGLE ADDWORDS	300,00	1,00	300,00	12,00	3.600,00
VIDEOS PROMOCIONALES	1.500,00	2,00	3.000,00	1,00	3.000,00
PARTICIPACIÓN EN FERIAS	1.500,00	2,00	3.000,00	1,00	3.000,00
AUSPICIO DE CAMPAÑAS	300,00	2,00	600,00	1,00	600,00
MATERIAL P.O.P	50,00	1,00	50,00	12,00	600,00
TOTAL					24.000,00

Elaborado por: El Autor

Fuente: Plan Financiero

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

12.8 Proyección de ventas

Tabla 39: Proyección de ventas en dólares

VENTAS PROYECTADAS EN 5 AÑOS					
UNIDADES X PRECIOS	2015	2016	2017	2018	2019
CUADRO DE BICICLETAS	\$ 404.802,00	\$ 467.546,31	\$ 540.015,99	\$ 623.718,47	\$ 720.394,83
VENTAS TOTALES	\$ 404.802,00	\$ 467.546,31	\$ 540.015,99	\$ 623.718,47	\$ 720.394,83

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación

Tabla 40: Proyección de ventas en unidades

UNIDADES PROYECTADAS A VENDER EN 5 AÑOS					
Incremento en ventas proyectado		10%	10%	10%	10%
	2015	2016	2017	2018	2019
CUADRO DE BICICLETAS	4.644	5.108	5.619	6.181	6.799
VENTAS TOTALES EN UNIDADES	4.644	5.108	5.619	6.181	6.799

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

12.9 Balance General

Tabla 41: Balance General

Balance General	
	Año 0
Activos	
Disponible	25.003,71
Caja - Bancos	25.003,71
Ctas por Cobrar	0,00
Activo Corriente	25.003,71
Activos Fijos	16.660,00
Dep Acumulada	0
Activos Fijos Netos	16.660,00
Activo Diferido	7473
Total de Activos	49.136,71
Pasivos	
Ctas por Pagar	0,00
Impuestos por Pagar	0,00
Pasivo Corriente	0,00
Deuda LP	18.106,88
Total de Pasivos	18.106,88
Patrimonio	
Capital Social	31.029,83
Utilidad del Ejercicio	0
Utilidades Retenidas	0
Total de Patrimonio	31.029,83
Pasivo más Patrimonio	49.136,71

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

12.10 Estado de Pérdidas y Ganancias

Tabla 42: Estado de Pérdidas y Ganancias

Estado de Resultado						
% de Repartición Utilidades a Trabajadores		0%	15%	15%	15%	15%
% de Impuesto a la Renta		22%	22%	22%	22%	22%
		2014	2015	2016	2017	2018
Ventas		404.802,00	467.546,31	540.015,99	623.718,47	720.394,83
Costo de Venta		242.881,20	275.157,68	311.723,39	353.148,31	400.078,19
Utilidad Bruta en Venta		161.920,80	192.388,63	228.292,60	270.570,16	320.316,64
Gastos Sueldos y Salarios		108.862,70	117.571,72	126.977,45	138.405,42	150.861,91
Gastos Servicios Basicos		4.020,00	4.140,20	4.263,99	4.391,48	4.522,79
Gastos Ventas		24.000,00	24.717,60	25.456,66	26.217,81	27.001,72
Gastos Varios		17.350,00	17.868,76	18.403,04	18.953,29	19.519,99
Gastos de Depreciación		3.026,83	3.026,83	3.026,83	1.368,50	1.368,50
Utilidad Operativa		4.661,27	25.063,52	50.164,63	81.233,65	117.041,73
Gastos Financieros		1.678,44	1.370,78	1.030,90	655,43	240,64
Utilidad Neta (Utilidad antes de Imptos)		2.982,83	23.692,74	49.133,73	80.578,23	116.801,09
Repartición Trabajadores		0,00	3.553,91	7.370,06	12.086,73	17.520,16
Utilidad antes Imptos Renta		2.982,83	20.138,83	41.763,67	68.491,49	99.280,93
Impto a la Renta		656,22	4.430,54	9.188,01	15.068,13	21.841,80
Utilidad Disponible		2.326,61	15.708,29	32.575,67	53.423,36	77.439,12

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

12.11 Flujo de Caja Proyectado

Tabla 43: Flujo de caja proyectado

Flujo de Efectivo						
		2014	2015	2016	2017	2018
Utilidad antes Imptos Renta		2.982,83	23.692,74	49.133,73	80.578,23	116.801,09
(+) Gastos de Depreciación		3.026,83	3.026,83	3.026,83	1.368,50	1.368,50
(-) Inversiones en Activos		0	0	0	0	0
(-) Amortizaciones de Deuda		2.938,17	3.245,83	3.585,71	3.961,19	4.375,97
(-) Pagos de Impuestos		0,00	656,22	7.984,45	16.558,07	27.154,86
Flujo Anual		3.071,49	22.817,52	40.590,40	61.427,47	86.638,75
Flujo Acumulado		3.071,49	25.889,01	66.479,41	127.906,88	214.545,64
Pay Back del flujo		-46.065,21	-23.247,69	17.342,71	78.770,18	165.408,93

Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

12.12 Balance General

Tabla 44: Balance General

Balance General						
	Año 0	2014	2015	2016	2017	2018
Activos						
Disponible	25.003,71	28.075,20	50.892,72	91.483,12	152.910,59	239.549,34
Caja - Bancos	25.003,71	22.460,16	40.714,17	54.889,87	91.746,35	143.729,61
Ctas por Cobrar	0,00	5.615,04	10.178,54	18.296,62	30.582,12	47.909,87
Activo Corriente	25.003,71	28.075,20	50.892,72	73.186,49	122.328,47	191.639,47
Activos Fijos	16.660,00	16.660,00	16.660,00	16.660,00	16.660,00	16.660,00
Dep Acumulada	0	3.026,83	6.053,67	9.080,50	10.449,00	11.817,50
Activos Fijos Netos	16.660,00	13.633,17	10.606,33	7.579,50	6.211,00	4.842,50
Activo Diferido	7473	7473	7473	7473	7473	7473
Total de Activos	49.136,71	49.181,36	68.972,05	88.238,99	136.012,47	203.954,97
Pasivos						
Ctas por Pagar	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Impuestos por Pagar	0,00	656,22	7.984,45	16.558,07	27.154,86	39.361,97
Pasivo Corriente	0,00	656,22	7.984,45	16.558,07	27.154,86	39.361,97
Deuda LP	18.106,88	15.168,71	11.922,87	8.337,16	4.375,97	0,00
Total de Pasivos	18.106,88	15.824,93	19.907,33	24.895,23	31.530,84	39.361,97
Patrimonio						
Capital Social	31.029,83	31.029,83	31.029,83	31.029,83	31.029,83	31.029,83
Utilidad del Ejercicio	0	2.326,61	15.708,29	32.575,67	53.423,36	77.439,12
Utilidades Retenidas	0	0,00	2.326,61	18.034,89	50.610,56	104.033,92
Total de Patrimonio	31.029,83	33.356,44	49.064,72	81.640,39	135.063,75	212.502,88
Pasivo más Patrimonio	49.136,71	49.181,36	68.972,05	106.535,62	166.594,59	251.864,84

Elaborado por: El Autor

Fuente: Plan Financiero

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

CAPÍTULO 13

MATERIAL COMPLEMENTARIO

“Propuesta para la creación de una empresa productora y comercializadora de cuadros para bicicletas en la ciudad de Guayaquil”

13. MATERIAL COMPLEMENTARIO

13.1. Productos

Ilustración 32: Cuadro de bicicleta



Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación

Ilustración 33: Cuadro de bicicleta BMX



Elaborado por: El Autor

Fuente: Investigación