



**UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES ESPÍRITU SANTO
FACULTAD DE ECONOMÍA Y CIENCIAS EMPRESARIALES**

Tema

**ESTUDIO DE LA FACTIBILIDAD PARA LA “CREACIÓN DE UNA
EMPRESA DE COMERCIALIZACIÓN Y PERSONALIZACIÓN DE
BICICLETAS PARA LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”.**

INSTRUCTIVO PARA LA OPCIÓN PLAN DE NEGOCIOS

Autor.

César Kléber Garzón Goya

Samborondón, 17 de Abril del 2014

CERTIFICACIÓN FINAL DE APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de tutor del estudiante **César Garzón Goya**, que cursa estudios en la **FACULTAD DE ECONOMÍA Y CIENCIAS EMPRESARIALES**, de la UEES.

CERTIFICO:

Que he revisado el trabajo de tesis con el título: **ESTUDIO DE LA FACTIBILIDAD PARA LA “CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE COMERCIALIZACIÓN Y PERSONALIZACIÓN DE BICICLETAS PARA LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”**. presentado por el estudiante **César Garzón Goya** con cédula de ciudadanía N°. 0919191247 como requisito previo para optar por el Grado Académico de Ingeniero en Comercio Exterior con Mención en Dirección y Planeación Comercial, y considero que dicho trabajo investigativo ha incorporado y corregido las sugerencias y observaciones solicitadas por los miembros del tribunal, por lo tanto reúne los requisitos y méritos suficientes necesarios de carácter académico y científico, para presentarse a la Defensa Final.

Tutor: MBA. Christian Moran

Samborondón, 17 de Abril del 2014

DEDICATORIA

A Dios, por el camino recorrido y por permitirme llegar a este momento tan especial en mi vida y de mi formación profesional.

A la vida misma por estar en ella compartiendo afectos y dedicación con responsabilidad

A mis padres Lotis María Goya Martínez y César Kléber Garzón Goya, hermanos Mayra, Raquel y César Andrés cuna de motivación y respaldo constante

A la entidad que preside el logro a mis esfuerzos y dedicación

César Garzón Goya

RECONOCIMIENTO

Debo agradecer de manera especial y sincera al MBA. Mauricio Ramírez e Ingenieros Elba Calderón y Christian Moran, y a la facultad de Economía quienes ha sido parte fundamental del presente trabajo guiándome en los análisis suscitados en el transcurso del mismo, además de darme la oportunidad de adquirir nuevos conocimientos.

César Garzón Goya

ÍNDICE GENERAL

Contenido

CERTIFICACIÓN FINAL DE APROBACIÓN DEL TUTOR	ii
DEDICATORIA	iii
RECONOCIMIENTO.....	iv
ÍNDICE GENERAL.....	v
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	vii
ÍNDICE DE TABLAS	viii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	ix
1. RESUMEN EJECUTIVO	1
1.1. Propósito del Proyecto	2
1.2. Información Básica	3
1.3. Requerimiento Financieros	4
2. DEFINICION DEL NEGOCIO	5
2.1. Misión	5
2.2. OBJETIVOS DEL NEGOCIO.....	6
2.2.1. Objetivo General.....	6
2.2.2. Objetivos Específicos.....	6
2.3. META	7
2.3.1. Imagen y Logotipo de Ciclismos vive en acción CIVIENA S.A.	7
3. VIABILIDAD LEGAL, SOCIAL Y AMBIENTAL	9
3.1. Viabilidad Social y Ambiental	10
3.2. Marco societario.....	12
3.2.1. Visión.....	13
3.2.2. Valores de Trabajo.....	14
3.2.3. Valores Personales.....	14
3.3. Incentivos tributarios.....	15
4. ESTUDIO DE MERCADO	15

4.1.	Mercado objetivo.....	15
4.2.	Análisis político, económico, social y tecnológico	18
4.3.	Evaluación mercados potenciales (zona de influencia del proyecto).....	20
4.4.	Análisis de la oferta y análisis de la demanda.....	21
	Análisis y estrategias de Porter	24
4.5.	Análisis de las 4p's.....	39
4.5.1.	Producto bicicletas personalizadas.....	39
4.5.2.	Precio.....	40
4.5.3.	Plaza	41
4.5.4.	Promoción	42
4.5.5.	Análisis de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas	42
5.	ANÁLISIS OPERATIVO	43
5.1.	Localización (ubicación del negocio).....	43
5.2.	Tamaño del negocio	44
5.3.	Determinación de la capacidad instalada del negocio.....	45
5.4.	Diagrama de procesos	46
5.5.	Diseño de la planta y costos	49
5.6.	Inversiones en insumos y proveedores de materia prima 0.....	50
5.7.	Recursos Humanos.....	51
6.	ANÁLISIS FINANCIERO	53
6.1.	Plan de inversiones, clasificación y fuentes de financiamiento	53
6.2.	Ingresos-egresos proyectados (3 años).....	55
6.3.	Flujos de caja proyectados (con o sin financiamiento propio)	58
6.4.	Proyecciones de los estados financieros.....	60
6.5.	Punto de equilibrio	66
6.6.	Análisis de sensibilidad (dos escenarios para los puntos 6.4 y 6.5)	68
6.7.	Resultados de la valoración del plan de negocios	69
6.8.	Impacto y sostenibilidad del negocio	69
7.	CONCLUSIONES	70

BIBLIOGRAFÍA.....	71
-------------------	----

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Bicicleta de Aluminio perteneciente a	9
Ilustración 2 Generación de la bicicleta Variedades y modelos.....	21
Ilustración 3 Ubicación de la empresa de bicicletas personalizadas	44
Ilustración 4 Exhibidor de bicicleta, modelos y tipo en local comercial	45
Ilustración 5 Pedidos personalizados de bicicleta.....	46
Ilustración 6 importación de bicicletas partes y piezas	47
Ilustración 7 ventas de la empresa CIVIENA SA	48
Ilustración 8 Descripción del primero y segundo piso	49
Ilustración 9 Descripción de las diversas áreas en la planta baja	49

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Edades de las personas Encuestadas.....	28
Tabla 2 Desplazamiento del ámbito profesional	29
Tabla 3 Desarrollo de un país en base a sus industrias.....	30
Tabla 4 Creación de Industrias	31
Tabla 5 Créditos para la inversión de Bicicletas de Marca	32
Tabla 6 Es importante la Marca para su adquisición.....	33
Tabla 7 Importación de bicicleta	34
Tabla 8 Ensamblaje de bicicleta	35
Tabla 9 bicicletas personalizadas descritas por usted.....	36
Tabla 10 Innovación y tecnología en las bicicletas personalizadas.....	37
Tabla 11 Ideas para respaldar la creación de la Industria bicicletas personalizadas	38
Tabla 12 Principales productos en el comercio de la ciudad de Guayaquil	39
Tabla 13 Listado de principales proveedores	50

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No 1 Edades de las personas encuestadas	28
Gráfico No 2 Desplazamiento del ámbito profesional	29
Gráfico No 3 Desarrollo de un país en base a sus industrias.....	30
Gráfico No 4 Creación de Industrias	31
Gráfico No 5 Créditos para la inversión de Bicicletas de Marca	32
Gráfico No 6 Es importante la Marca para su adquisición.....	33
Gráfico No 7 Importación de bicicleta	34
Gráfico No 8 Ensamblaje de bicicleta	35
Gráfico No 9 bicicletas personalizadas descritas por usted.....	36
Gráfico No 10 Innovación y tecnología en las bicicletas personalizadas.....	37

Una Idea, siempre tiene que ser una
realidad para sí afrontar todos los retos

César Garzón Goya

1. RESUMEN EJECUTIVO

Las actividades de las empresas que se dedican a la comercialización de bicicleta los hacen sin ningún bosquejo de innovación, simplemente es estándar su producción y comercialización, pero esto no influye en la realidad de un mercado que busca mejores tecnologías, materiales y velocidad, además de un producto que tenga un peso confortable y múltiples accesorios que vinculen la realidad de una cultura exigente que no existe actualmente en nuestra ciudad porque simplemente no se ubica la oferta personalizada de bicicleta, el objetivo es que los ciudadanos que gustan de la bicicleta, busquen la manera de hacer de este deporte o hobby la distracción y medio de hacer deporte en las diferentes calles de la ciudad, impulsando el desarrollo y el cuidado al medio ambiente. Se utilizara un estudio basado en la descripción de varios ciclista que tienen variedades y tipos de bicicleta y que sería el target al que está dirigido el negocio, es importante que con la personalización de la bicicleta se impulse el desarrollo de la ciudad ciclista, realizando ciclo vías en toda la ciudad para que la bicicleta sea una acción determinante en el transporte y en el cuidado del medio ambiente, la metodología a utilizarse es descriptiva y cuantitativa, además de la determinación y análisis de los efecto que ocasiona el invertir en dos ruedas, es por ello que el presente plan de negocio mantiene indicadores financieros optimistas al tener un TIR del 50%, un ROE del 51% y un ROI del 106%, además de la recuperación en apenas 2 años de la inversión.

1.1. Propósito del Proyecto

Con el tema de la “Creación de una empresa de comercialización y personalización de bicicletas para la ciudad de Guayaquil”, el propósito está relacionado por lo que existe la tendencia de desarrollar y coordinar actividades deportivas, es por ello que determinadas calles y avenidas tienen señalización para el tránsito de bicicleta, también existen clubes de ciclismo que señalan la tendencia de transporte en base al uso de la bicicleta, siendo el interés el ahorrar dinero en un automotor, previniendo la salud en todo momento por la práctica del ciclismo y lo más importante que incide es el realizar un paseo recreativo saludable, siendo participe de amigos y familiares.. La salud del ser humano depende mucho de la actividad deportiva por lo que el Doctor cubano OLVEIDA (2010) manifiesta que el deporte en donde mayormente se desarrollan y se ejercitan todas las partes del cuerpo humano es la práctica del ciclismo manifestado en el siguiente editorial

“El Cuerpo Humano está conformado por nervios que forman parte de un camino sanguíneo que amerita el equilibrio de todas las partes de cuerpo humano, funcionando adecuadamente, siendo necesario la realización de un deporte en toda edad y momento, y el deporte que da energía constante y ayuda al organismo a acelerar la circulación es el ciclismo” Pag.33

La tendencia del uso de la bicicleta está en alza sea por distintas razones, ya sea en lo social y/o académica. Se puede citar que el uso de este aparato es de gran ayuda por lo que resulta ser muy práctico y por lo mismo ayuda a reducir el descongestionamiento del tráfico vehicular de la ciudad que últimamente se ha vuelto caótico por diferentes razones sea por el aumento considerado de automotores dentro del perímetro urbano, falta de conocimiento de educación vial, obras públicas, etc. (Diario El Universo, 2011). El

propósito es de ubicar una concesionaria de bicicleta personalizadas por el hecho de que muchas personas requieren actividades físicas y se ven obligadas además por su trabajo a desplazarse por las distintas calles y caminos de la ciudad, representando un transporte masivo de las opciones y accionares de la comunidad, el comercializar una bicicleta implica que también se cuente con un área de mantenimiento y se comercialicen accesorios varios y únicos, además de los repuestos y por ende la gama de productos personalizados que trae consigo el tener un bicicleta única y full equipada,

1.2. Información Básica

En Ecuador existen variedades de negocios y empresas que comercializan bicicletas que intensifican sus estrategias para que los amantes al deporte y además los ejecutivos utilicen este medio de transporte para el desplazamiento a sus trabajos, lamentablemente ni los conductores, políticos y transeúnte no tienen el interés de respetar a quienes utilizan a la bicicleta como un medio fácil y viable de transportarse, esto no ocurre en los cantones y comunidades pequeñas en donde el transitar de vehículos es mínimo, dando prioridad a las bicicletas para el desplazamiento en sus diferentes calles.

Según Porter (1998) indica que la competencia entrante es de riesgo bajo en relación concesionaria, pero sin embargo el riesgo es alto cuando aparecen microempresas dedicadas a la comercialización de negocios, garantizando que en el mercado de Guayaquil es únicos durante los primeros años, pero no obstante estaremos rodeado de competencia de accesorios de bicicletas, servicios de adecuación y diseño. Es base importante conocer que la la bicicleta tambien se la considera como un elemento no contaminante, **“Es un ahorro de combustible por ende es un factor muy importante para reducir el impacto ambiental”**. (Zaninetti., 2013)

En lo que se tiene que ver con los niños, y adolescentes de instituciones educativas se les inculca el deseo por ejercitarse inclusive existe países en las cuales en las escuelas se los invita a los alumnos a que lleguen en sus bicicletas por lo tanto esos **“centros educativos ofrecen areas de aparacamientos de las mismas y porque saben que los estudiantes necesitan ejercitarse y con mas razon en que su cuerpo se encuentra en una etapa de desarrollo fisico.”** (Rosado, 2013) La cultura de montar una bicicleta mantiene una conducta de motivación en los medios de comunicación y por parte de las autoridades seccionales y gubernamentales para que impulsen constantemente campañas de utilización de la bicicleta.

1.3. Requerimiento Financieros

El proyecto se relaciona con el ensamblar y personalizar la bicicletas, propuesta que se llevara en Guayaquil como idea de dar a conocer la venta de bicicletas con servicio de personalización que es de mucha ayuda en las personas ya sea para su salud, economía, ecología, entre otras., para que se resuelvan los problemas cotidianos de manera más ordenada y rápida, según manifiesta el Diario El Universo (2011) siguiente:

“A veces, comprar un auto es una opción bastante lejana para los ingresos de las personas. Para todas ellas, otra opción de transporte interesante son la bicicleta, pero, al igual que con los automóviles, acá la decisión tampoco es tan sencilla”.

La realidad de usar un vehículo flexible y ágil como es la bicicleta es una necesidad que el mundo entero la utiliza por el hecho de desplazarse de manera lenta y segura a distintos lugares,

2. DEFINICION DEL NEGOCIO

Se considera que este proyecto no solo es un cambio de estética a las bicicletas sino que a través de esta se cambia un estilo de vida mejor a las personas que le guste hacer ejercicios y que vean a este aparato como un medio de transporte. Este tipo de proyecto ayudar al desarrollo de un país y a su gente según el Plan Nacional del Buen Vivir del Gobierno Nacional, que como objetivo se conoce el uso permanente de las bicicletas que va fomentando un ambiente sano en lo cual todos tenemos ese derecho, también ayuda a reducir el impacto ambiental, se descongestiona el tráfico vehicular es especial de las grandes ciudades. A parte de los beneficios ya nombrado también se puede citar que este tipo de negocio ayuda a la economía de un país, a mover la industria de sectores estratégico según lo explicado en el Ministerio de Industrias y Productividad que se fomenta y se crea fuentes de empleo para este tipo de sectores por ende a un crecimiento económico. La propuesta para crear esta empresa es poder comercializar y entregar un servicio de calidad en la personalización de vehículos no motorizados como es el caso de la bicicleta.

2.1. Misión

Misión Ciclismos vive en acción CIVIENA S.A.

Su misión es garantizar las necesidades para con el cliente, especial en sus deseos, brindándoles formas, tipos y modelos a sus ideas personalizadas de bicicletas. Dotándolo de seguridad y confianza en sus pedidos en base a los diverso prototipos a crearse, característica innovadora por siempre de nuestra institución.

2.2. OBJETIVOS DEL NEGOCIO

2.2.1. Objetivo General.

Analizar la viabilidad de la creación de una empresa dedicada a la personalización de la bicicleta y los diversos modelos acorde al gusto del cliente, en calidad, forma, tamaño, color, marca, entre otras.

2.2.2. Objetivos Específicos.

Determinar el interés de la ciudadana en el servicio de personalización de bicicletas al gusto del cliente sea las necesidades en forma, tamaño, color tipo o accesorios que ellos necesitan.

Evaluar el interés de los ciudadanos por la adquisición de una bicicleta personalizada y la viabilidad de uso constante en la ciudad de Guayaquil.

Implementar un modelo de negocio de comercialización de bicicletas personalizadas, acorde a las descripciones del cliente en la ciudad de Guayaquil y sus alrededores.

2.3. META

Debido a la importancia en la salud en las personas el ejercicio es una de las principales acciones que vinculan el deporte con el equilibrio del organismo, siendo el ciclismo uno de los ejercicios más relacionados con el desarrollo y cuidado del cuerpo, actualmente existen comunidades ciclistas que abarca el forjar paseos continuos y competencias ciclistas que permitan un espacio importante para una lid deportiva. Sin embargo existe muchas formas modelos y tipos de bicicleta, que basada en una estudio suelen ser estándar su forma, pero es importante que el ciudadano Guayaquileño suele ser exclusivo en los materiales e instrumento que se utiliza, siendo necesario que la bicicleta sea personalizada en base al tamaño, forma, tipo , marca e incluso diseños diferentes a los estándares, siendo importante una empresa que organice estas necesidades y objetivos de los ciclistas, siendo meta importante el dar la oportunidad de nuevas opciones en las bicicletas.

2.3.1. Imagen y Logotipo de Ciclismos vive en acción CIVIENA S.A.

Descripción del nombre Ciclismos vive en acción CIVIENA S.A. es un nombre creado en base a la motivación y emprendimiento en el uso de la bicicleta para todos los habitantes de la ciudad de Guayaquil, destinando el nombre directamente a la realidad del sector en lo relacionado a vivir en la acción, es por ello la descomposición del nombre de la empresa que personalizara todas las bicicletas acorde al estatus e interés del cliente,

Imagen y logotipo



ISO TIPO

El logo representa la diversidad de formas de bicicletas que existen en el mundo y para cada una de ellas existe un camino trazado el cual dirigirse, además la imagen simboliza el interés y el deseo por el uso del medio de transporte, que previene la contaminación y el desgaste, el mensaje el “ciclismo vive en acción” involucra el interés de que todos las personas amantes en el uso de la bicicleta, tengan su propias prioridades en el desarrollo de las misma con el fin de que la acción por pedalear sea en bicicletas personalizadas y con modelos diferentes acorde a cada necesidad. En fondo de agua, se manifiesta un mensaje de liderazgo por lo que la empresa es líder en el mercado Guayaquileño, siendo pionera en personalización y detalles en bicicleta.

3. VIABILIDAD LEGAL, SOCIAL Y AMBIENTAL

Es necesario antes de analizar la parte viable del negocio es importante que la melodía sea tocada por quien gusta y hace de la música un trabajo cotidiano de esfuerzo y optimismo, de igual forma quien desarrolle el presente negocio está dotado de una pasión al ciclismo, y a quienes integran el desarrollo de esta área importante para el mercado de la oferta y demanda personalizadas de bicicletas, es por ello que su autor esta netamente involucrado en el proceso de adaptabilidad y cultura para la realización del presente plan de negocio.

Ilustración 1 Bicicleta de Aluminio perteneciente a



Foto tomada por Cesar Garzón Goya Marzo 2014

3.1. Viabilidad Social y Ambiental

La viabilidad social se basan directamente en la recolección de información mediante estudio de diferentes tipos de formas, marcas, grosor de bicicletas existente en otros países, como lo que la personalización manifiesta el que queremos adquirir y cuál es la forma de la misma, además se conocerá variedades de bicicletas que servirán de modelos para implementarse en el estudio a realizar. La comercialización y uso de bicicletas está dirigido a que no existe en ningún lugar del país que distribuyan bicicletas en base al pedido del cliente, siempre compramos las bicicleta en base a lo que está ofertando el mercado, pero no hay en el país una demanda exigente que busque modelos y formas de bicicletas personalizadas, siendo pionero en uso de bicicletas diseñadas con la preservación ambiental. Además mediante esta actividad, podemos decir también que favorece enormemente a la integridad tanto física como corporal, ya que los vehículos que son capaces de desempeñar una determinada función sin motor alguno, conllevan a que el usuario que tenga previsto darle uso, este se verá beneficiado ya que le proporcionará el ejercicio óptimo requerido por el organismo, para poder así llevar una salud equilibrada.

Viabilidad Ambiental

En lo que refiere a la Viabilidad ambiental últimamente se ha visto campañas que incentivan a hacer uso de la bicicleta como lo que está haciendo Gobiernos Municipales como la Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil y el Distrito Metropolitano de Quito que fomentan el uso este elemento con el fin de descongestionar el tráfico vehicular del perímetro urbano de la ciudad como es de conocimiento la ciudad de Quito atraviesa por un gran problema de tránsito automotor por eso es que se ha visto en la obligación de adoptar medidas (Pico y Placa) que a la larga no es un método de ayuda para un país que se encuentra en vía de desarrollo. El gobierno nacional quiere hacer valer el derecho de las personas a vivir en un ambiente más sano, sin contaminación, en un ambiente con menos componentes químicos, según lo dicho en el nuevo proyecto del Gobierno Nacional.

Viabilidad Legal

La fundamentación legal involucra todo el aspecto legal de la transportación, de medir los lineamientos exigidos por las autoridades de tránsito y mantener la conducta de moderación en velocidad y mantenimiento. Esto amerita que si la autorización se da para que nuestra compañía se ponga en marcha se procederá respetar los lineamientos sugeridos por los principales gremios y autoridades involucradas para su mejor desarrollo.

La ley de tránsito y transporte terrestre en su artículo 12 indica lo siguiente

“Art. 12.- La transportación terrestre, pública o privada, de personas y bienes, goza de la protección del Estado quien ejercerá el control y vigilancia necesarios para su adecuada prestación en condiciones de seguridad y calidad” (Registro Oficial 553, 2002)

La privatización de los servicio beneficia el desarrollo y genera calidad en cada una de las aplicaciones, calidad que busca que el servicio sea el más eficiente, es por ello que el estado garantiza la seguridad de la transportación pero no se concentra en brindar la calidad necesaria, es por ello que la autogestión ha generado la implantación de la calidad en toda su extensión, contribuyendo a que las entidades que participan en la transportación puedan actualizarse con nuevas unidades y equipos técnicos para garantizar el fiel cumplimiento de un servicio de elite que brinde confort, seguridad y confianza.

Las leyes, normas y entidades que se vinculan al siguiente proyecto se detallan a continuación:

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

3.2. Marco societario

Como se ha mencionado anteriormente este tipo de empresas han sido exitosas tal es el caso de la compañía Makano, que es una acogedora empresa ubicada de la ciudad de Medellín – Colombia sus fundadores son 2 chicas: Manuela Rubio y Paola Betancur creadoras de esta empresa de personalización de bicicletas. Lo que a ellas les motivó a hacer realidad la empresa es que consideran que las personas buscan algo único a su gusto y que no muchas personas tengan el mismo producto adquirido, ellas también nos habla que “el mercado sólo ofrece bicicletas a los ciclistas sin que puedan escoger bicicletas que han sido producidas en serie. El éxito es tener un producto único, pues creemos que la gente está en constante búsqueda de su individualidad y quieren productos que estén adaptados a sus necesidades o deseos”.

Es así como esta empresa se ha ido ganando mercado de Medellín entregando a sus clientes algo distinto al resto. (Revista Exclama, 2013). La empresa Ciclismos vive en

acción CIVIENA S.A. estará conformada en una sociedad de derecho directamente relacionada por un número de tres accionista debidamente conformada con mil acciones divida en tres tenedores, reflejado en el siguiente cuadro:

Nombre del Accionista	Cuantía	Número de acciones
Cesar Garzón Goya	15000	150
Isabel Goya Medina	10000	100
Carlos Icaza Benavides	5000	50

El emprendimiento de este tipo de negocio puede llevar a un desarrollo social, económico, ecológico, etc.; pero siempre y cuando se sigan incentivando a la población como la ha hecho hasta hora la gobiernos municipales pues es un claro ejemplo que la ciudadanía ha hecho énfasis en el éxito del proyecto. La tendencia sigue en alta, entonces es seguro mencionar que la empresa será muy rentable ya que demanda hoy en día existe y seguirá existiendo porque la población cada vez tiene más conciencia ambiental y a tener un mejor estilo de vida.

3.2.1. Visión.

En el 2015 la empresa CIVIENA S.A será pioneros en la producción de bicicletas personalizadas en el mercado a nivel nacional, en base a méritos, trascendencia e innovación con excelente calidad en el servicio e infraestructura propia sin límite.

3.2.2. Valores de Trabajo.

- Existe en CIVIENA S.A Espiritu de Equipo: Brindar estrecho apoyo entre el personal de la empresa.
- CIVIENA S.A consta de capacidad de Innovación: Actualizarse periódicamente de los nuevos modelos de bicicletas.
- Profesionalismo: Mantener la calidad del producto, transparencia, compromiso y seguridad de su comercialización.
- CIVIENA S.A mantendrá renovación y exclusividad: Ofrecer cambios periódicos en el inventario y originalidad de los productos.

3.2.3. Valores Personales.

- Honestidad: Comportarse con coherencia y sinceridad dentro de la empresa.
- Ética: Deberes y derechos que se tiene con la empresa.
- Lealtad Empresarial: No divulgar estrategias que se realice en la empresa.

3.3. Incentivos tributarios

Este tipo de empresa ha sido de mucho éxito en distintos países latinoamericanos, unos de los factores que ha ayudado a obtener este éxito ha sido por su buen servicio a sus clientes y otras porque tienes una cultura más avanzada o de mucho más tiempo fomentando el uso de la bicicleta que en Ecuador. El Ecuador no lleva mucho tiempo realizando programas que impulse el uso de este vehículo no motorizado, pero se va realizando con mucho éxito porque la gente ha respondido satisfactoriamente a estos programas que ha venido realizando instituciones públicas que han creado programas motivando a la ciudadanía a que use este medio no solo como un deporte más o entrenamiento sino que lo vea como un medio de transporte. (Lopez, 2012).

El detallar una bicicleta personalizada en su partes, acoge a proveedores nacionales y extranjeros que serán motivo de aporte en lo tributario e incluso en el momento de comercializarla esta pagaran tributos por el impuesto al valor agregado y en lo que se refiere a impuesto a la renta, además existe una ventaja al importar las parte y fomentar el pago de tributos de importación, grabados. El SRI es el ente encargado de asumir todos los impuestos que genere esta normativa, además de la realización de temas relacionado con el pago a proveedores y el ingreso de clientes en la empresa CIVIENA S.A.

4. ESTUDIO DE MERCADO

4.1. Mercado objetivo

La bicicleta es utilizada por miles de personas como un juego y un medio de transporte, existe bicicletas de toda contextura para niños jóvenes y adultos, Según RAMOS (2010) indica:

“El logro del uso masivo de la bicicleta es el resultado de un conjunto de acciones que se materializan unas como regulaciones, otras como infraestructura vial, reestructuración de espacios, la seguridad, mercado de bicicletas, las medidas contra el robo, los parqueos, la gestión de los Gobiernos Municipales y otras de orden cultural o que llegan a ser parte de un acuerdo de la sociedad para impulsar este tipo de movilidad limpia”.

La fabricación de bicicleta en el mundo suele ser un concepto básico en la producción en donde miles de comerciantes fabrican un mismo modelo y estandarizan su uso, según MEJUTO ALEJANDRO (2008) manifiesta:

“En el mundo se fabrican más de 100 millones de bicicletas anualmente, tres veces más que el número de automóviles, y únicamente en los países desarrollados como, Canadá, Alemania y Holanda, así como en China, son tomadas en cuenta como medio de transporte, dándoles la misma prioridad en la planificación y el desarrollo de la infraestructura vial que a autobuses y automóviles”.

En varios países de características ecológica y de salud utilizan la bicicleta como eje principal de transporte, siendo un esquema regulatorio de una vida con agilidad, conservación del buen ánimo y dinamismo, muchos ejecutivos en países desarrollado utilizan este medio de transportación como cultura propia de varias familias, Manifiesta EMBASSY ECUADOR, (2012)

“Es el caso de Holanda que uno de sus principales medio de transporte es la bicicleta, tanto es así que hoy en día existen más bicicletas que población lo que quiere decir que cada holandés tiene 1.1 bicicletas”.

Los modelos, diseños y hasta velocidades cambian al utilizar una bicicleta es el caso de muchas vías realizadas solo para este medio de transporte en diferentes países, Según BERGUA & BENAITO (2009) manifiestan que **“Las bicicletas es un vehículo para desplazarse que va en aumento en algunas ciudades, desde 1988-1997 el ritmo de creación de kilómetros de vías ciclistas se incrementa, logrando así pasar de 70 a 566 kilómetros”**. El desarrollo de un país depende siempre de un incremento en los factores económicos, educativos, sociales que permitan a todos buscar el buen vivir para las familias ecuatorianas, esto a la vez ocasiona un equilibrio en actividades y proyectos cotidianos que se presente en base a la necesidad de hacer más viables las cosas con un menor riesgo y alcanzar la ansiada meta anheladas por estudiantes y trabajadores

La Bicicleta como Medio de Transporte

La definición de un medio de transporte manifiesta RODRIGUEZ RICO (2007) que es: **“La combinación de orígenes y destinos, permite identificar las rutas y carreteras de mayor relevancia para el comercio, y el análisis de esas rutas, hacen del transporte terrestre más relevantes”**. Esta combinación es la relación que mantienen el comenzar con una ruta en donde en el trayecto se recogen a varias personas y se termina en otros punto donde las personan llegan, el destino final de un ruta antecede a un subir y un bajar de pasajeros que llegan a su destino siguiendo una ruta, en el trayecto mientras se viaja en la unidad de transporte esta se caracteriza por un escenario cómodo, es decir todo sentado, además de un sonido agradable, música, radio o un video, cuenta en muchas ocasiones de un área de servicio higiénico y además de un ambiente de descanso complacencia y tranquilidad.

El transporte es la necesidad imperioso de todo ser humano de dirigirse a cualquier parte en base a un medio que permita el traslado y asegure el correcto desarrollo de la ruta

asumida, el hecho de dar transportación a usuarios, estudiantes es entregar seguridad y comodidad a sus miembros, exaltando los sentido y la confianza en base a un buen servicio otorgado. El británico ANDREW RITCHIE (1976) realizo **“Un modelo de bicicleta plegable, con el objetivo de que pudiera guardarse como maleta para transportarla. De esta manera surgía marcas pioneras de este sector”** Esto implica que la bicicleta se la utiliza en todo momento y en cualquier lugar en donde la realización de un proceso de transporte en bicicleta genera salud en la persona al cambiar su forma de vida y beneficiar al desarrollo de la comunidad al disminuir la contaminación al medio ambiente y aplicar estrategias físicas más adecuadas.

4.2. Análisis político, económico, social y tecnológico

En el país se ha ido creando programas en beneficio de las personas insertando en la vida de las mismas el uso de vehículos no motorizados como es el caso de bicicletas que se lo ha hecho con el fin de crear un ambiente más sano, además se está incentivando a que la ciudadanía que lo haga como parte de un medio de transporte en especial aquellas que les gusta trasladarse en automotores hasta lugares muy cercanos. Existen muchas personas que hacen conciencia ambiental de los momentos que el ser humano vive pues como es de conocimiento de todos los cambios climáticos han sido muy drásticos por eso han tomado la decisión de ser más ecológicos y usar en lo menos posibles automotores. También se puede mencionar que las personas ahora toman su vida con mucho más cuidado para su salud pues el uso de este elemento ayuda reducir problemas cardiovasculares, problemas en el sistema inmunológico, ayuda a fortalecer el sistema esquelético, evitamos la obesidad y adiposidad y entre otros más beneficios que existen para la salud.

Ahora también existen personas que también lo hacen por belleza estética pues desean tener un cuerpo esbelto y tomando este elemento como un aparato para ejercitarse le sonde mucha ayuda para mantener o tener un cuerpo atlético. Viendo los análisis que se mencionó y los que aun faltaron por seguir mencionando para la oportunidad del negocio,

la empresa le parece este mercado lo más atractivo para invertir en un tipo de negocio como éste pues de seguro será rentable y dará respuesta favorables en corto plazo. (Embassyecuador, 2012)

La energía de una persona saludable es producto del esfuerzo y del movimiento constante que este realiza, al ser la bicicleta un medio de movilización que se desplaza con el esfuerzo del que la maneja, este resulta ser gozoso de salud y fuerza en sus extremidades según ALVARADO SANTIAGO, (2010)

“Es un vehículo de transporte personal de empuje humano, es decir un propio viajero. Sus bases son dos ruedas, generalmente de igual diámetro y en línea”

La Bicicleta un transporte que funciona con movimiento del conductor en pedales con presión a las cadenas, generando un movimiento recto uniforme que hace que la bicicleta pueda tener una movilización. Para CARVAJAL HORACIO (2008) indica: **“Es un transporte sano y económico, válido para el traslado tanto por ciudad como por zonas rurales”**. Su uso está generalizado en la mayor parte de Europa, llegando a ser, en países como Suiza, Alemania, Países Bajos, algunas zonas de Polonia y los países escandinavos, uno de los principales medios de transporte. En Asia, especialmente en China y la India, es el principal medio de transporte.

La inflación, es el indicador que mide el valor que tiene el dinero en los mercados con artículos de primera necesidad, siendo mensualmente en 0.68% según el banco central del Ecuador y el aumento de los precios para el 2014 se estima de 3.20%. En febrero del 2014, el índice de confianza empresarial registró un incremento, tanto en el sector industrial en 38%, en servicios un 30%, construcción 19% y finalmente. Se considera que en la ciudad de Guayaquil el crecimiento tiende a ser eficiente en liquidez y solvencia.

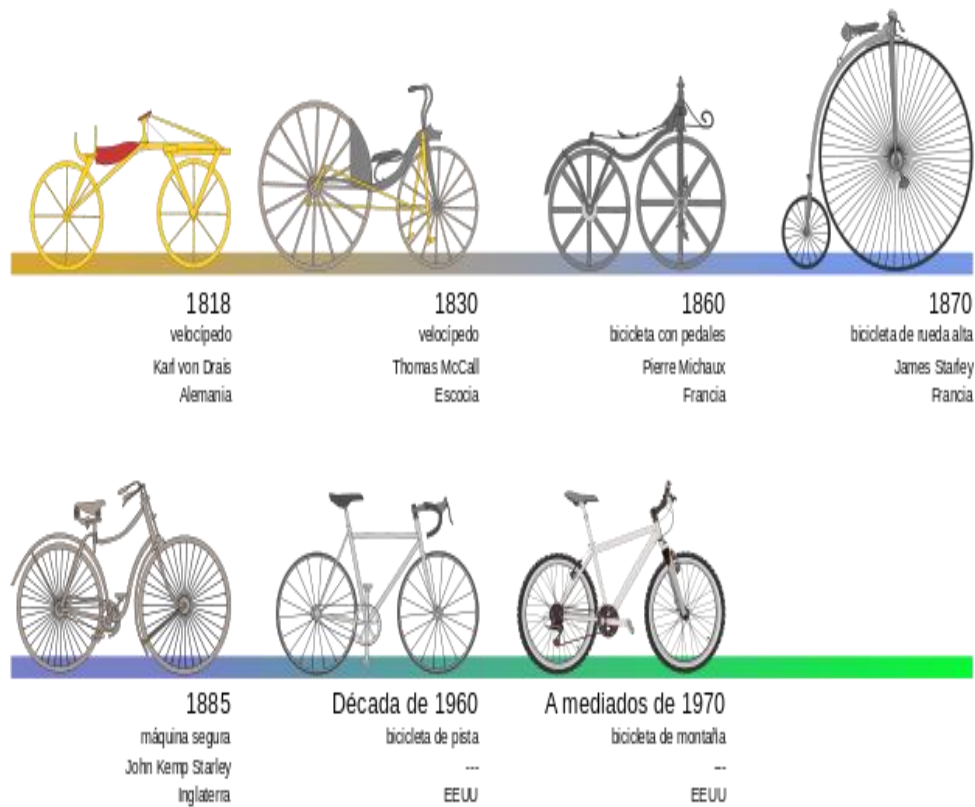
En lo que es el medio ambiente aparecen nuevas opciones de negocios y uno de ello es la bicicleta que repercute directamente en el control ecológico de una ciudad, actualmente el municipio de Guayaquil ha implementado estrategias para impulsar el manejo de la bicicleta en sus diversas edades, realizando ciclos vías permanentes en los sectores de principal afluencia de tráfico, como es el caso de la ciclo vía Guayaquil Salinas. El usar una bicicleta simboliza que el uso de vehículos disminuye, que la contaminación de varios automotores es mínima y que hay nuevas opciones para el ciudadano conserva su salud y el ritmo de vida que se lleva.

4.3. Evaluación mercados potenciales (zona de influencia del proyecto)

La primera bicicleta fue creada en 1818, por el alemán Karl Christian Ludwig Drais von Sauerbronn dicho invento se convertía el primer vehículo de dos ruedas, al que llamó *máquina andante* como se aprecia en la ilustración fue creada en 1918 cuya característica principal era que sus llantas eran de un material conocido como Bambú y con el paso del tiempo se han venido desarrollando muchos más tipos de Bicicletas, en la actualidad la más usadas son las conocidas bicicletas de montaña cuyas llantas tienen un caucho especial para también poder ser usadas en pistas a base de cemento.

“Al ver a un adulto en una bicicleta, Hay la esperanza para que el futuro de la humanidad sea en 2 ruedas y sin motor”. (H. G. Wells).

Ilustración 2 Generación de la bicicleta Variedades y modelos



Fuente: Google Académico (2012)

4.4. Análisis de la oferta y análisis de la demanda

Según la revista América (PHILER, 2010) Los principales competidores de bicicletas son:

“**Hipermercados.** Son superficies grandes que venden de todos y a diferentes precios (Carrefour, Eroski, etc.), estos comercializan en una sección de artículos de bicicleta. Las ventajas principales son los precios competitivos y su principal desventaja suele ser simplemente la atención y conocimiento del buen servicio.” (PHILER, 2010)

“Grandes Almacenes. Su ubicación está en el centro de la ciudad, su sistema de ventas por sectores y con surtido. Se diferencia del Hipermarket al disponer de “marcas blancas” y por la atención de ventas.” (PHILER, 2010)

“Cadenas de tiendas especializadas. Las cadenas de tiendas especializadas en deporte, sirva de muestra las firmas Decathlon, Forum e Intersport” (Ramos, 2010)

“Establecimientos de barrio. Está en todas las ciudades, su punto fuerte es el conocimiento de las necesidades, junto a una atención profesional del personal. Se debe aplicar una adecuada política comercial.” (Bergua & Benaito, 2009)

“Venta a través de Internet. Se amplía el territorio de la red Internet en algunas especialidades deportivas, en especial el ciclismo”. (PHILER, 2010)

Tienda de bicicletas personalizadas En el almacén, la exposición de los modelos de bicicletas, para clientes. También tendremos un esquema de exposición. De esta forma los distintos grupos serían:

1. **Bicicletas Plegables:** Dahon, Brompton, Conor...
2. **Bicicletas Holandesas:** Electra Amsterdam, Vanmoof, BH...
3. **Bicicletas Beach:** Cruiser, Custom, Chopper...
4. **Accesorios primer nivel:** bombas de inflar, cascos, luces, sillitas
5. **Accesorios segundo nivel:** cestas, timbres, parrillas, empuñaduras de cuero

Taller: Mantiene dos secciones: La que se encontrará el cliente, zona de los boxes; cuentan con seis boxes de auto reparación, la segunda será el aula-taller, se basa en mecánica del taller, reparaciones y talleres de aprendizaje.

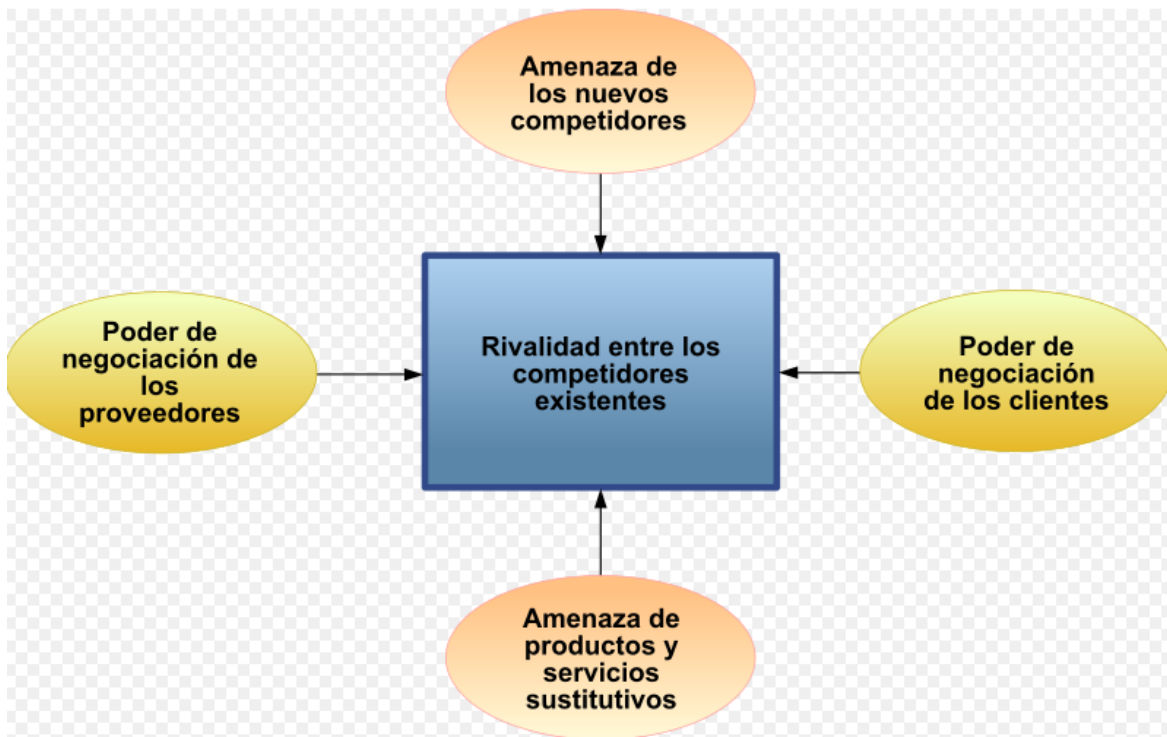
Boxes: Esta zona es muy sencilla, la utilizan todas las personas que quieran reparar su bicicleta, con un mecánico con todo el material necesario:

1. Pistola de inflado.
2. Medidor del desgaste de la cadena.
3. Kit de sangrado.
4. Tronchacadenas.
5. Bomba para amortiguadores y horquillas.
6. Pistola de soplado.
7. Llave para radios.
8. Llaves para cassette y pedalier.
9. Tutoriales de consulta.

Además, hay un banco de trabajo para colocar la bicicleta y trabajar cómodamente y un soporte de bicicleta. La venta que necesite durante la reparación se la realizará en la misma área.

Aula taller: En esta zona se realizarán las reparaciones a cargo de los mecánicos propios del establecimiento y donde se realizarán los talleres de enseñanza. El aula consta básicamente de los mismos materiales que los boxes, todo lo necesario para la Reparación de cualquier parte de la bicicleta, así como todos los recambios habituales. Contará con dos puestos de trabajo cada uno con sus herramientas, para facilitar su utilización.

Análisis y estrategias de Porter



AMENAZA DE NUEVOS COMPETIDORES

Al momento existen competidores INDIRECTOS ya que existe un mercado de comercialización de bicicletas en sectores como las Bahías y alrededores, centro comerciales y locales en diferente puntos de la ciudad, por lo que su mercado está en expansión y con una alta rentabilidad, teniendo una amenaza ALTA de que ingresen nuevos modelos y empresas de bicicletas al país, sin embargo no son difíciles de superar, salvo los requerimientos de obtener un capital inicial.

PODER DE NEGOCIACION DE LOS PROVEEDORES

Las bicicletas requeridas para la elaboración de nuestros productos personalizados son accesibles, la materia prima el tubo de acero, zin o carbonó, ya se escogió un proveedor directo que sería IPAC siendo numerosos los proveedores lo que les da un BAJO poder de negociación.

PODER DE NEGOCIACION DE LOS CLIENTES

No existe actualmente una competencia directa de fabricación de bicicletas personalizadas, los clientes tienen un poder bajo de negociación, lo que resulta una ventaja de CIVIENA S.A.

AMENAZA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS SUSTITUTOS

Entre los sustitutos tenemos a bicicletas de mala calidad, bicicletas común y corriente, y pequeñas fábricas que venden bicicletas de calidad modelo y forma estándar similares. Pero no se complementan en personalización sin embargo se podría decir que la amenaza es ALTA ya que al ser la bicicleta muy utilizada las exigencias de calidad son mínimas.

RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES EXISTENTES

Al estar en crecimiento el mercado de bicicleta y no hay local rival de la misma línea, la rivalidad entre competidores es MEDIA. Es por esto que dentro del mercado nacional no se encontró ningún tipo de competencia directa de nuestro producto, pero se encontraron empresas que venden productos similares.

CONCLUSIONES

Este es un mercado nuevo, las bicicletas personalizadas tiende a ser innovadora y con nuevas tendencias a mejorar diseños, tipos y modelos. Actualmente nuestra fuerza para poder ingresar al mercado nos concentraremos en un local ubicado en el centro de la ciudad con un atributo diferenciador y valor agregado que es la personalización de la tienda de bicicleta en base a la línea ecológica.

POBLACIÓN Y MUESTRA

Para realizar la muestra de la población de ciclistas en la ciudad de Guayaquil se consideró como población 300 ciclistas que se reúnen en el club de ciclista de la ciudad

cuya reuniones suelen realizarse en las calles Tungurahua y 9 de octubre en donde asisten personas entre ejecutivos, profesionales, y empresarios.

POBLACIÓN (N)	
Profesionales y ejecutivos ciclistas	250
Empresarios relacionados con el ciclismo	50
Total	300

Oswaldo Pacheco, (2003), dice:

“Muestra parte de una población que denota al subconjunto de elementos constitutivos resultan de un procedimiento elaborado casi siempre de manera deliberada al fin de estudiar las propiedades de la población al cual pertenece” (Pág.180)

Esto nos indica que dentro de un grupo o población, para fines de estudio se puede situar a un grupo de elementos y realizar el análisis de las propiedades o características de este grupo.

Selección de la Muestra: Para determinar la responsabilidad de una empresa dedicada a la comercialización de bicicletas, se realizarán encuestas, para la misma se utilizará la fórmula de la muestra para proporciones, la misma que se expresa de la siguiente manera:

$$n_0 = \left(\frac{z}{\varepsilon} \right)^2 * p * q$$

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}}$$

Dónde:

n_0 : Cantidad teórica de elementos de la muestra.

n : Cantidad real de elementos de la muestra a partir de la población asumida o de los estratos asumidos en la población.

N : Número total de elementos que conforman la población, o número de estratos totales de la población.

z : Valor estandarizado en función del grado de confiabilidad de la muestra calculada. Por ejemplo, si consideramos trabajar con un 95 % de confiabilidad la muestra seleccionada, entonces el valor estandarizado a asumir es igual a **1.96** (Para dos colas).

Cálculo de Muestras para Poblaciones Finitas			
Tamaño de la Población (N)	300	Tamaño de Muestra	
Error Muestral (E)	0,1	Fórmula	102
Proporción de Éxito (P)	0,5		
		Muestra	
Proporción de Fracaso (Q)	0,5	Optima	102
Valor para Confianza (Z) (1)	1,28		
(1) Si:	Z		
Confianza el 90%	1,28		

El cálculo estadístico de la muestra fue de 24 personas ejecutivas y empresarias que tienen afición por el ciclismo en general y por el buen gusto y modelos de bicicletas, además la muestra optima o mínimo abarca un promedio de 22 es confiable con un MC del 90% y un margen de error del 10%, se determinó que al analizar la situación de la industria de armado y ensamblaje de bicicleta. Posterior a los resultados con representatividad y confiabilidad muestral.

Encuestas realizadas a ciclistas varios

TABULACIÓN DE ENCUESTAS

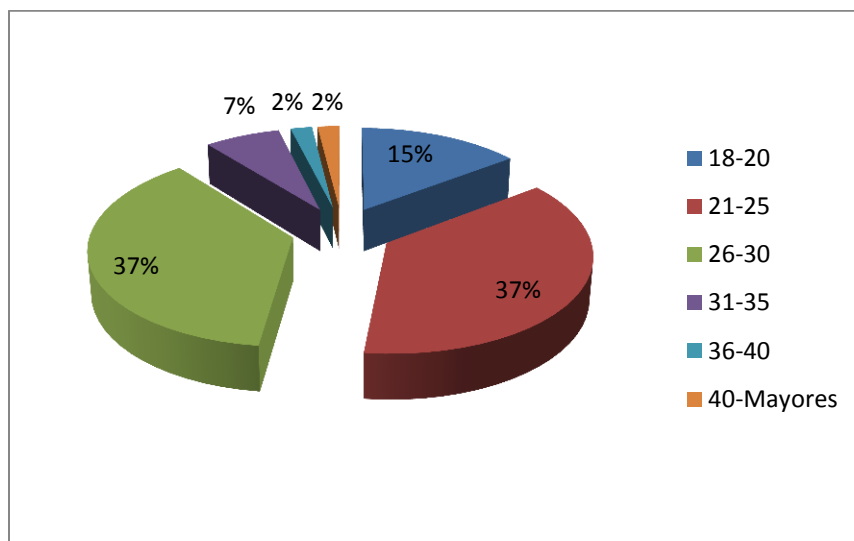
Tabla 1 Edades de las personas Encuestadas

RANGOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
18-20	15	15%
21-25	38	37%
26-30	38	37%
31-35	7	7%
36-40	2	2%
40-Mayores	2	2%
TOTAL	102	100%

Fuente: Encuestas

Realizadas por *Cesar Garzón Goya

Gráfico No 1 Edades de las personas encuestadas



Fuente: Encuestas

Realizadas por *Cesar Garzón Goya

Análisis y Descripción.-

La mayor parte de los encuestados fluctúan en una edad que corresponde de 21 a 30 que representan el 74%, además un 15% comprenden edades de 18 a 20 años, respectivamente.

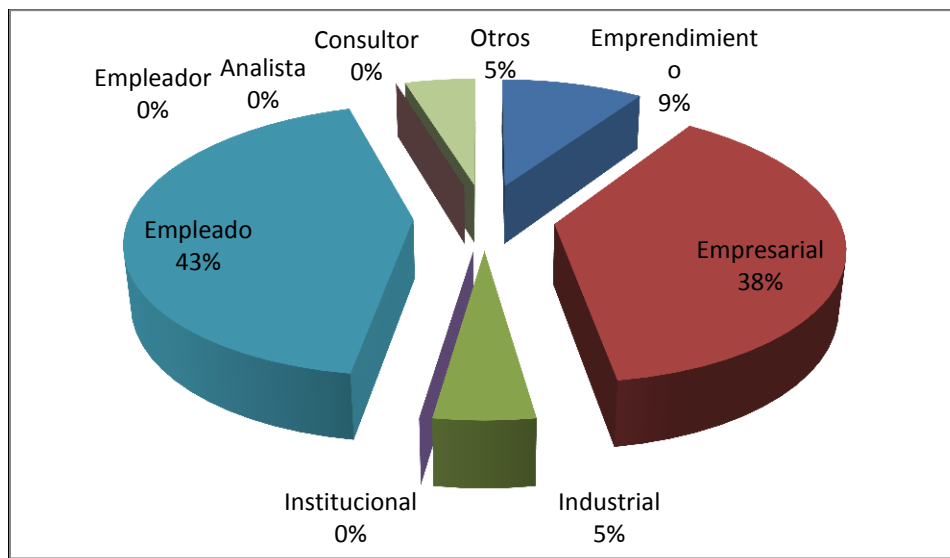
¿Cuáles representan el ámbito profesional?

Tabla 2 Desplazamiento del ámbito profesional

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Emprendimiento	12	10%
Empresarial	48	38%
Industrial	6	5%
Institucional	0	0%
Empleado	54	43%
Empleador	0	0%
Analista	0	0%
Consultor	0	0%
Otros	6	5%
TOTAL	126	100%

Fuente: Encuestas
Realizadas por *Cesar Garzón Goya

Gráfico No 2 Desplazamiento del ámbito profesional



Fuente: Encuestas
Realizadas por *Cesar Garzón Goya

Análisis y Descripción.-

El 43% de los encuestados son empleados de diferentes instituciones, y el 38% representa el área empresarial, el 9 % el emprendimiento, por lo que consideramos que la encuesta fue realizada a personas conocedoras del tema de lo referente a bicicletas personalizadas.

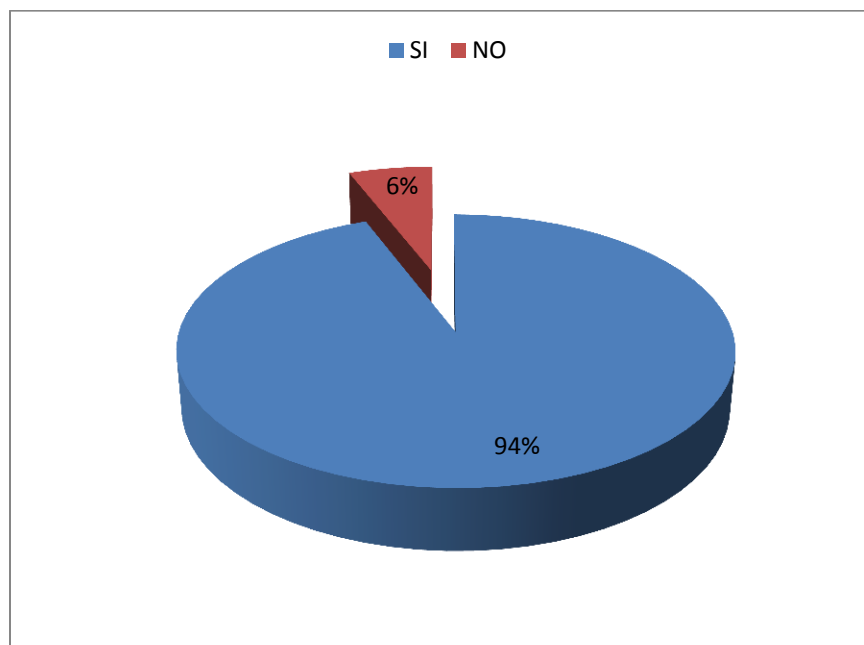
¿Considera Usted que el país desarrolla más en base a sus industrias?

Tabla 3 Desarrollo de un país en base a sus industrias

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	96	94%
NO	6	6%
TOTAL	102	100%

Fuente: Encuestas
Realizadas por Cesar Garzón Goya

Gráfico No 3 Desarrollo de un país en base a sus industrias



Fuente: Encuestas
Realizadas por *Cesar Garzón Goya

Análisis y Descripción.-

En el gráfico podemos observar claramente que el 94% considera que es importante el papel que las industrias desempeñan para llegar al desarrollo de un país, a diferencia del 6% que no comparte esta opinión.

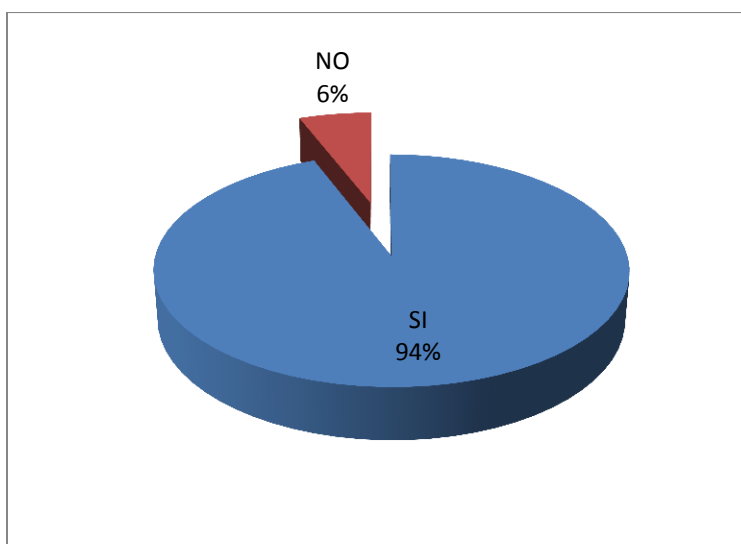
¿Es necesario que el Ecuador invierta en nuevas Industrias?

Tabla 4 Creación de Industrias

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	96	94%
NO	6	6%
TOTAL	102	100%

Fuente: Encuestas
Realizadas por *Cesar Garzón Goya

Gráfico No 4 Creación de Industrias



Fuente: Encuestas
Realizadas por *Cesar Garzón Goya

Análisis y Descripción.-

En el siguiente gráfico podemos constatar que un 94% de las personas encuestadas, conocedoras del tema les atrae referente al ciclismo, considerablemente el poder crear una industria propia, mientras que el 6% no presenta deseo alguno de la creación de la misma.

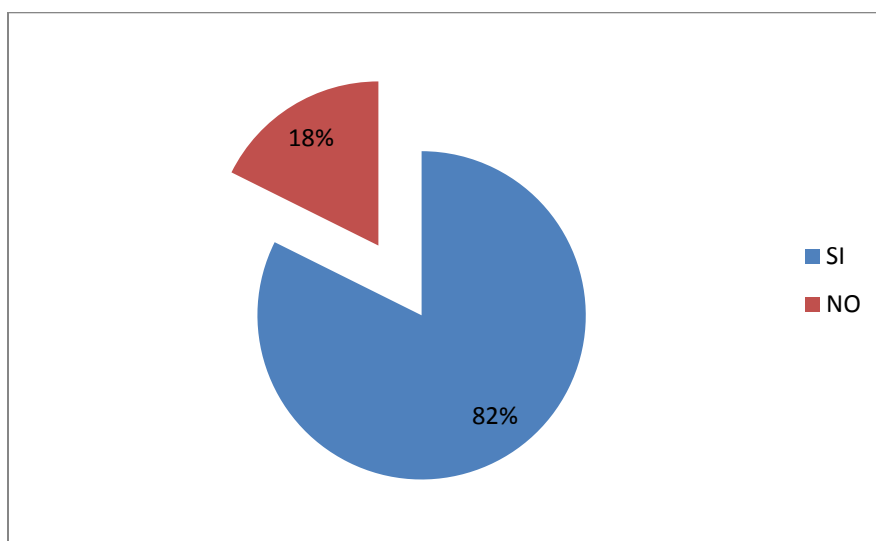
¿Existe créditos directos, en respaldo a la negociaciones con bicicletas personalizadas?

Tabla 5 Créditos para la inversión de Bicicletas de Marca

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	84	82%
NO	18	18%
TOTAL	102	100%

Fuente: Encuestas
Realizadas por *Cesar Garzón Goya

Gráfico No 5 Créditos para la inversión de Bicicletas de Marca



Fuente: Encuestas
Realizadas por *Cesar Garzón Goya

Análisis y Descripción.-

Según el resultado obtenido en esta interrogante, claramente podemos confirmar que el 82% de los encuestados afirman que si adquieren un bicicleta de marca, mientras que el 18% niega totalmente la existencia de estos créditos.

¿La Marca es una de las principales variables en la negociación?

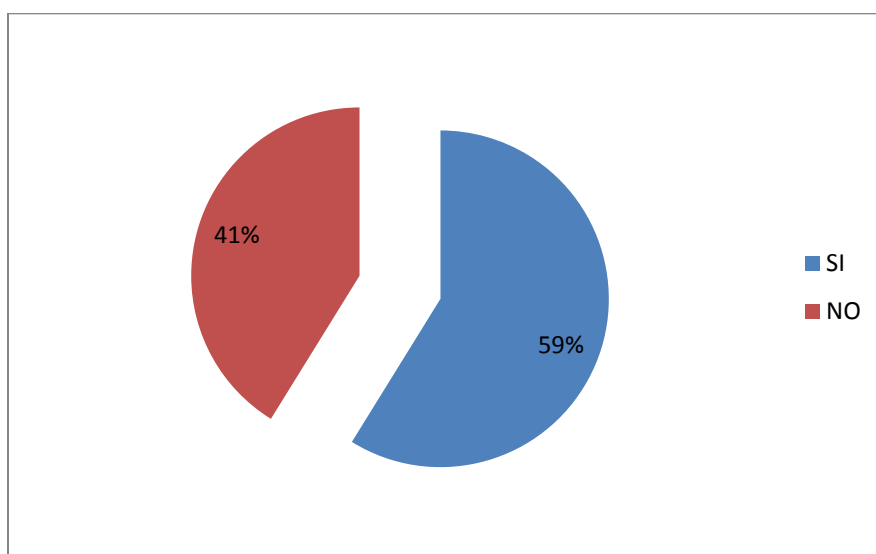
Tabla 6 Es importante la Marca para su adquisición

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	60	59%
NO	42	41%
TOTAL	102	100%

Fuente: Encuestas

Realizadas por *Cesar Garzón Goya

Gráfico No 6 Es importante la Marca para su adquisición



Fuente: Encuestas

Realizadas por *Cesar Garzón Goya

Análisis y Descripción.-

Al observar el gráfico podemos constatar que el 59% de las personas encuestadas dice tener un conocimiento claro de la importancia de la marca en la importación de bicicleta, mientras que un 41% piensa lo contrario, es decir, que mayor importancia tiene la bicicleta sin importar la marca.

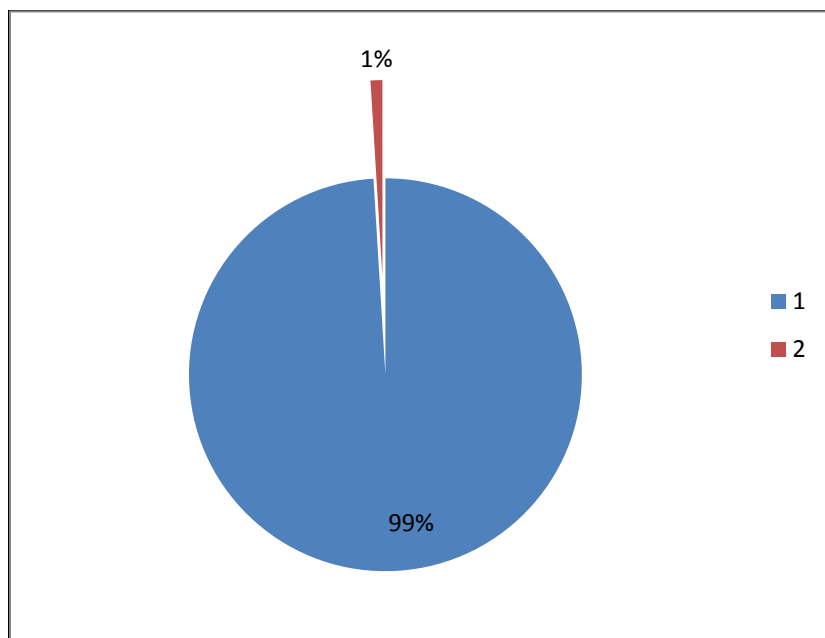
¿Considera que la personalización en bicicleta incluye un proceso de importación?

Tabla 7 Importación de bicicleta

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	96	94%
NO	6	6%
TOTAL	102	100%

Fuente: Encuestas
Realizadas por *Cesar Garzón Goya

Gráfico No 7 Importación de bicicleta



Fuente: Encuestas
Realizadas por *Cesar Garzón Goya

Análisis y Descripción.-

De los participantes en nuestra encuesta, el 99% de sus bicicletas ha sido de origen de importación, mientras que tan solo el 1% tiene origen nacional.

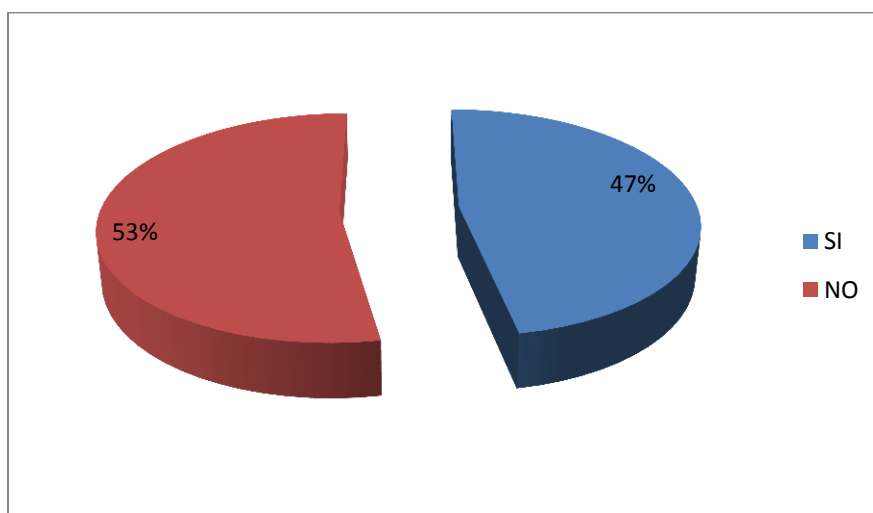
¿Considera importante que exista un diseño antes de ensamblaje de bicicleta?

Tabla 8 Ensamblaje de bicicleta

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	48	47%
NO	54	53%
TOTAL	102	100%

Fuente: Encuestas
Realizadas por Cesar Garzón Goya

Gráfico No 8 Ensamblaje de bicicleta



Fuente: Encuestas
Realizadas por Cesar Garzón Goya

Análisis y Descripción.-

El 47% de los ciclistas encuestados de la presente investigación, afirman conocer de bicicletas que hayan sido ensamblados en el Ecuador, y el 53% dice desconocer totalmente de la existencia de bicicletas personalizadas que hayan sido ensamblados en nuestro territorio.

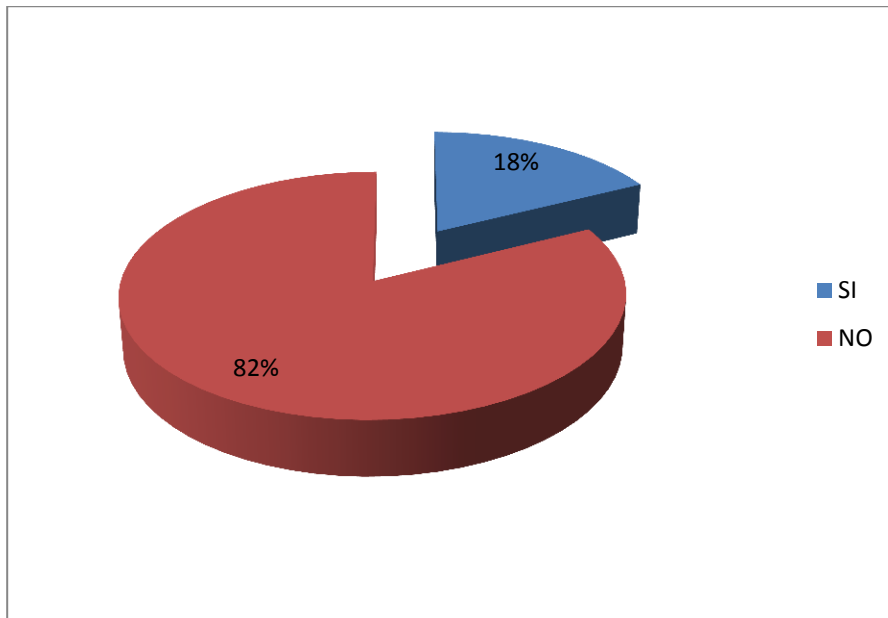
¿Alguna vez conoció bicicletas personalizadas descritas por usted mismo?

Tabla 9 bicicletas personalizadas descritas por usted

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	18	18%
NO	84	82%
TOTAL	102	100%

Fuente: Encuestas
Realizadas por *Cesar Garzón Goya

Gráfico No 9 bicicletas personalizadas descritas por usted



Fuente: Encuestas
Realizadas por *Cesar Garzón Goya

Análisis y Descripción.-

Considerando mayormente las bicicletas con diferentes innovaciones, podemos confirmar que un 18% de los encuestados alguna vez tuvo conocimiento de que la bicicleta puede ser armada al gusto, a diferencia del 82% que jamás ha conocido de bicicletas personalizadas.

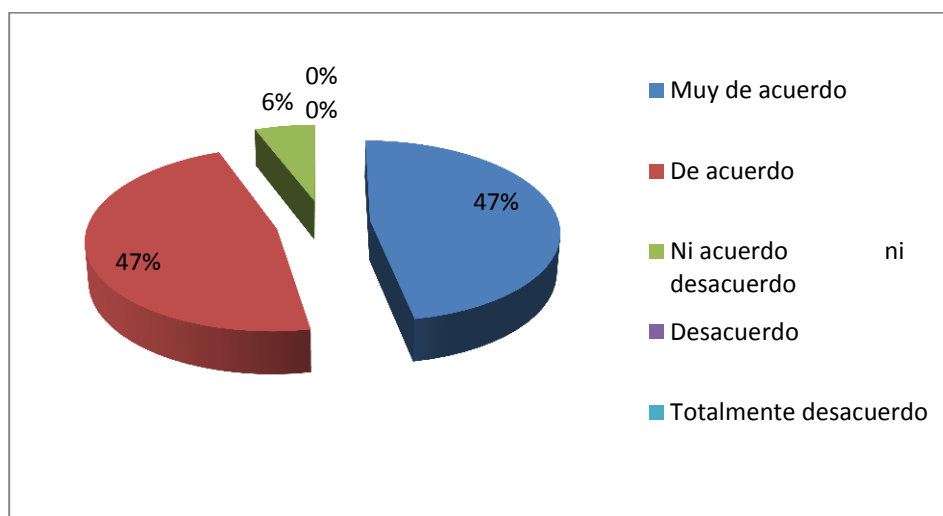
¿Existe falta de innovación y tecnología en la Industria de bicicletas personalizadas?

Tabla 10 Innovación y tecnología en las bicicletas personalizadas

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	48	47%
De acuerdo	48	47%
Ni acuerdo ni desacuerdo	6	6%
Desacuerdo	0	0
Totalmente desacuerdo	0	0
TOTAL	102	100%

Fuente: Encuestas
Realizadas por *Cesar Garzón Goya

Gráfico No 10 Innovación y tecnología en las bicicletas personalizadas



Fuente: Encuestas
Realizadas por *Cesar Garzón Goya

Análisis y Descripción.-

Con los estudios realizados en esta encuesta y tomando en cuenta los resultados, podemos confirmar que el 47% de las personas está muy de acuerdo en la personalizadas, con innovación y tecnología, un 47% está de acuerdo con dicha opinión, y finalmente vemos que el 6% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo con la misma.

¿Cuáles son las principales ideas para respaldar la creación de la Industria bicicletas personalizadas?

Tabla 11 Ideas para respaldar la creación de la Industria bicicletas personalizadas

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Acceso a todas las partes de la bicicleta	42	15%
Implementar tecnología de punta en cada parte de la bicicleta	66	23%
factibilidad sobre la seguridad en los diferentes sistemas de frenos y rodaje	48	17%
Unir las partes y piezas con instrumentos y mano de obra ecuatoriana	42	15%
Realizar la comercialización de las bicicletas en base a la personificación	18	6%
Respaldo y empuje total por parte del gobierno de turno a construir más ciclo vías	36	13%
Impulsar calidad, imagen y los mejores prototipos de diseños en las diferentes macas o modelos,	30	11%
TOTAL	282	100%

Fuente: Encuestas
Realizadas por *Cesar Garzón Goya








Análisis y Descripción.-

De acuerdo a los estudios seguidos en esta investigación podemos observar que el 23% de la personas opinaron que con implementar tecnología de punta se puede respaldar la creación de un empresa de ensamblaje de bicicletas personalizadas.

4.5. Análisis de las 4p's

4.5.1. Producto bicicletas personalizadas

Tabla 12 Principales productos en el comercio de la ciudad de Guayaquil

Descripción	Tipo y Modelo	Precio de Venta
Bkr Kunihu Bicicleta Montañera Aluminio Shimano 21 V		345 ⁰⁰
Bicicleta Montañera Aros Y Volante Aluminio Cambios Shimano		220 ⁰⁰
Bicicleta Montañera 100% Aluminio Aro 26		235 ⁰⁰
Bkr Taruka Doble Bicicleta Dh Downhill Shimano Rst Titan Air		1.399 ⁰⁰
Bicicleta Montañera R26 Componentes Shimano		245 ⁰⁰
Bkr Kiliko 29 Er Deore 30 Bicicleta Hidraulicos Rst F1		1299 ⁰⁰
Bicicleta Usada Bmx Yasaki 20		120 ⁰⁰

Realizado por Cesar Garzón Goya

Tipos de Bicicletas Personalizadas



COMPETICIÓN RÍGIDA



FREERIDE



COMPETICIÓN DOBLE SUSPENSIÓN



DOWNHILL



ENDURO



DE PASEO

Fuente, Google Académico

4.5.2. Precio

El precio es un valor que involucra el servicio de diseño, la importación o creación de las materia prima y accesorios de bicicleta en donde se prioriza el resultado del diseño para posteriormente crear las piezas o parte que harán realizada la estructura que

posteriormente culminara en una bicicleta armada con la calidad características que va a enrumbar el desarrollo de un producto final de óptima calidad, por el esfuerzo da la empresa y el diseño de nuestros clientes. Es por ello que el valor de una bicicleta personalizada va desde los 300 dólares hasta los 15000 dólares respectivamente, dependiendo de toda la gama de acciones, servicio, piezas y accesorios involucrados, además de constatar el material que se debe utilizar y los detalles dentro de la estructura

4.5.3. Plaza



Fuente: Google Map

La plaza será distribución de bicicletas en el sector de Urdesa en lo que se refiere al local ubicado en Vico Emilio estrada y Guayacanes en donde se expondrá bicicletas basadas en diseños y calidad que será llamativas para todos los transeúnte y automóviles que por el sector atraviesen, además estará ubicada el área de mantenimiento y reparaciones y un selecto grupo de profesionales en diseños que harán posibles las ideas innovadoras de como personalizar su bicicleta

4.5.4. Promoción

La principal promoción es abarcar un segmento directamente medio y alto, en donde la promociones abarcan créditos y descuentos a través de tarjetas de crédito y la conciliación o acuerdo de pronto pago, además de comisiones por gestiones de ventas o la implementación de un servicio directo de ventas y promociones a través de la página WEB

4.5.5. Análisis de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas

FORTALEZA

- Existen proyectos institucionales para incentivo del ciclismo en la provincia del Guayas
- Soporte de empresas comunes que comercializan bicicletas
- Personalización directa de partes y accesorios
- Modelos exclusivos de personalización de casa
- Ambiente de ciclo vías
- Imagen y calidad de las personas AL PERSONALIXZAR SUS BICICELTAS
- Experiencia en el mercado de bicicletas personalizadas

DEBILIDADES

- Cultura del deporte ciclístico en la ciudad de Guayaquil
- Iniciativa para programas de motivación al ciclismo
- Respaldo de las autoridades seccionales
- Infraestructura para crean en la ciudad ciclo vías en todas sus calles y avenidas

OPORTUNIDADES

- Incremento del deporte ciclístico en la ciudad
- Mejora en la salud de empresarios y empleados, relacionados al ciclismo
- Oportunidad de nuevas organizaciones y sucursales dentro de la ciudad

AMENAZAS

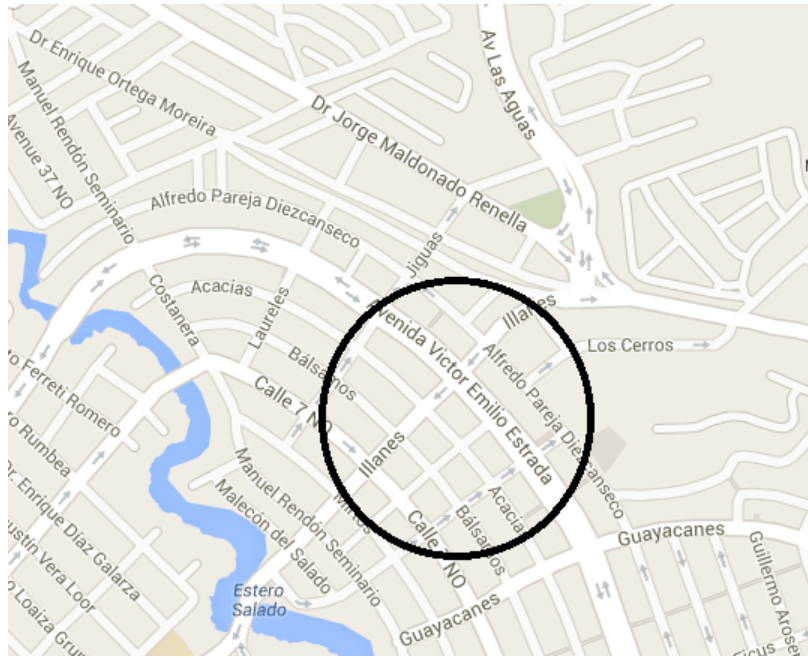
- Respetos a las políticas y reglamentos de Transito en la ciudad de Guayaquil
- Problemas económicos y sociales existentes
- Bicicletas genéricas y de mala calidad en el mercado de Guayaquil

5. ANÁLISIS OPERATIVO

5.1. Localización (ubicación del negocio)

La empresa estar ubicada en Urdesa central en donde en la planta baja se asimila un staff de profesionales en venta promocionado las diversas marcas, tipos y opciones de bicicletas personalizadas, además se podrá hacer diversos diseños y el servicio de importación de pedidos relacionados a repuestos y accesorios. En la segunda planta se desarrolla el área técnica en donde las actividades están influenciadas por el armado de las diversas partes, además de variedades de bicicletas en garantía y mantenimiento que se detallan como ingresos adicionales a la empresa.

Ilustración 3 Ubicación de la empresa de bicicletas personalizadas



Fuente: Google Map

5.2. Tamaño del negocio

El área del negocio está dado por una planta baja que tiene un promedio de 12 x 30 en sus dimensiones y en la parte superior 10 x 25, utilizando un espacio ideal para que las diferentes áreas estén divididas en base a sus áreas de Atención al cliente, mostrador de bicicletas, mantenimiento, diseño y personalización, además de una área de bodega de las parte utilizadas para armar las bicicletas.

5.3. Determinación de la capacidad instalada del negocio

La propuesta para crear esta empresa es poder comercializar y entregar un servicio de calidad en la personalización de vehículos no motorizados como es el caso de la bicicleta. La personalización de este vehículo con pedales se trata de poder cubrir en lo que más se pueda sus deseos y necesidades del cliente en lo que él quiere que lleve en la bicicleta, que ellos se sientan bien y salgan contentos de llevarse un producto único hecho a su medida.

Otro servicio que da la empresa es que el cliente traiga su propia bicicleta y nos indica que es lo que él desea que tenga en su vehículo. También la empresa venderá repuestos y además ofrecerá para la comercialización implementos para la seguridad del cliente en el uso de la bicicleta como: casco, guantes, rodilleras, entre otras más, pero manteniendo su principal actividad que es la personalización.

Ilustración 4 Exhibidor de bicicleta, modelos y tipo en local comercial

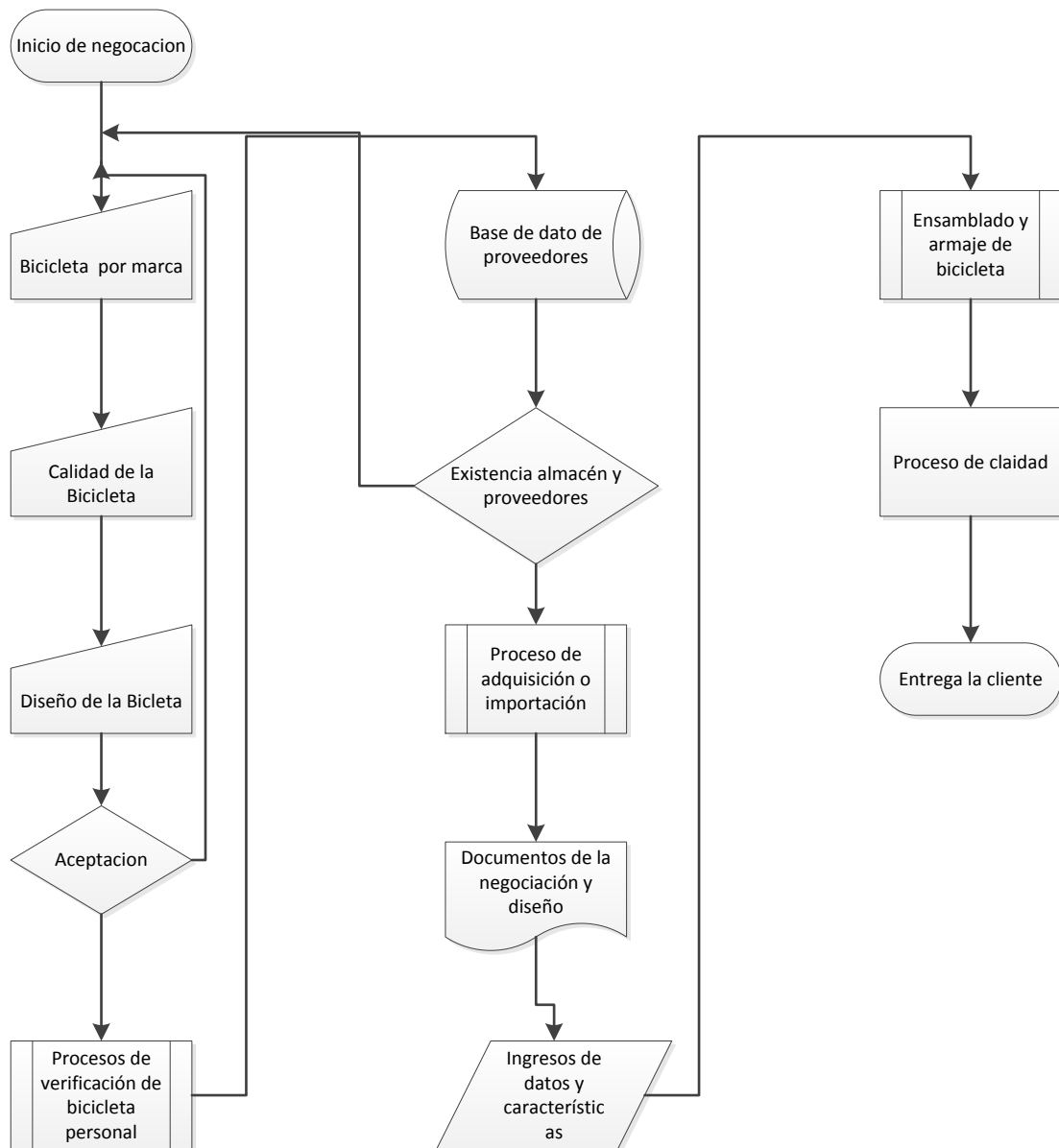


Fuente: Google Map

5.4. Diagrama de procesos

Proceso de pedidos personalizados de bicicleta

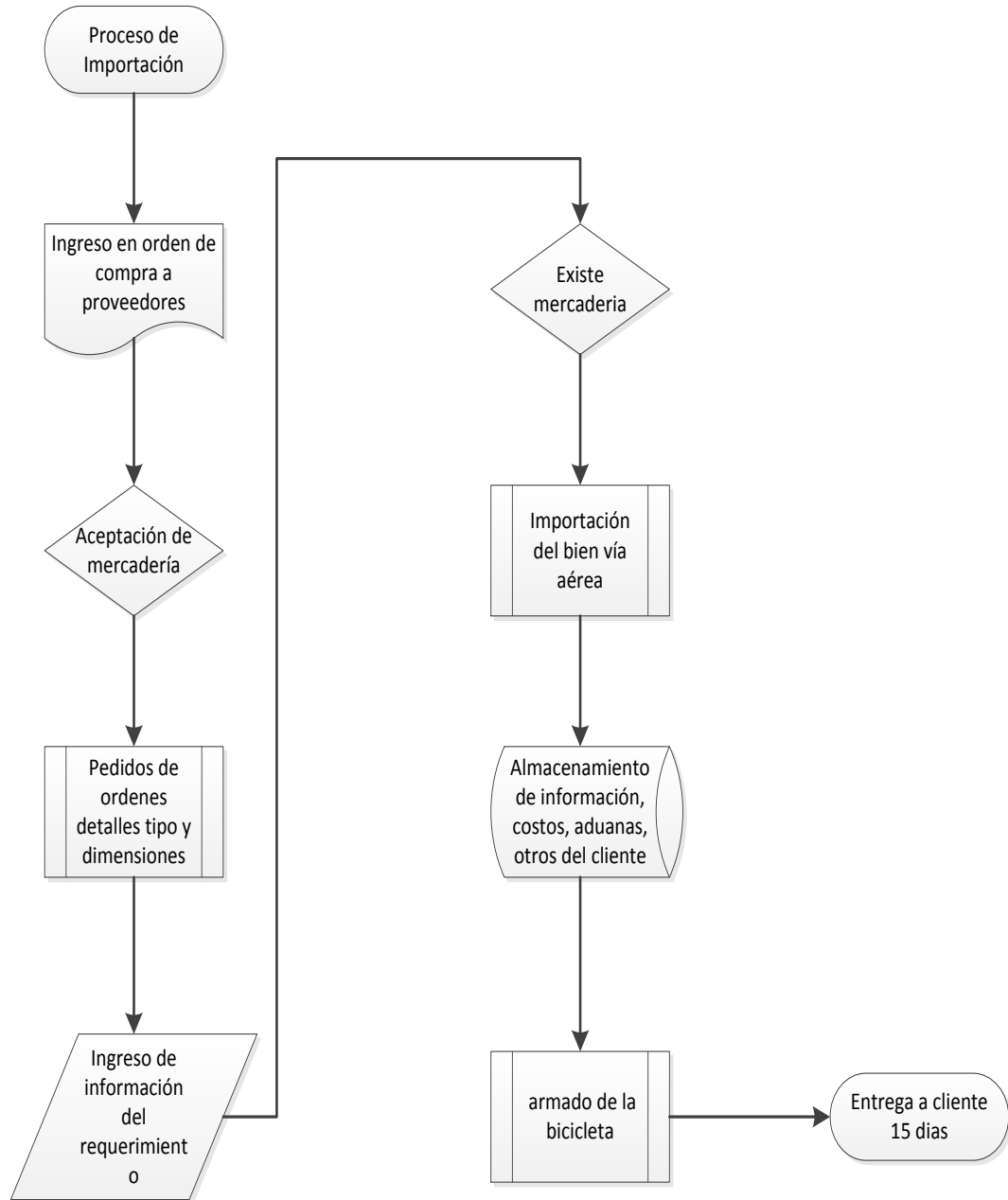
Ilustración 5 Pedidos personalizados de bicicleta



Realizado por Cesar Garzón Goya

Proceso de la importación de bicicletas partes y piezas

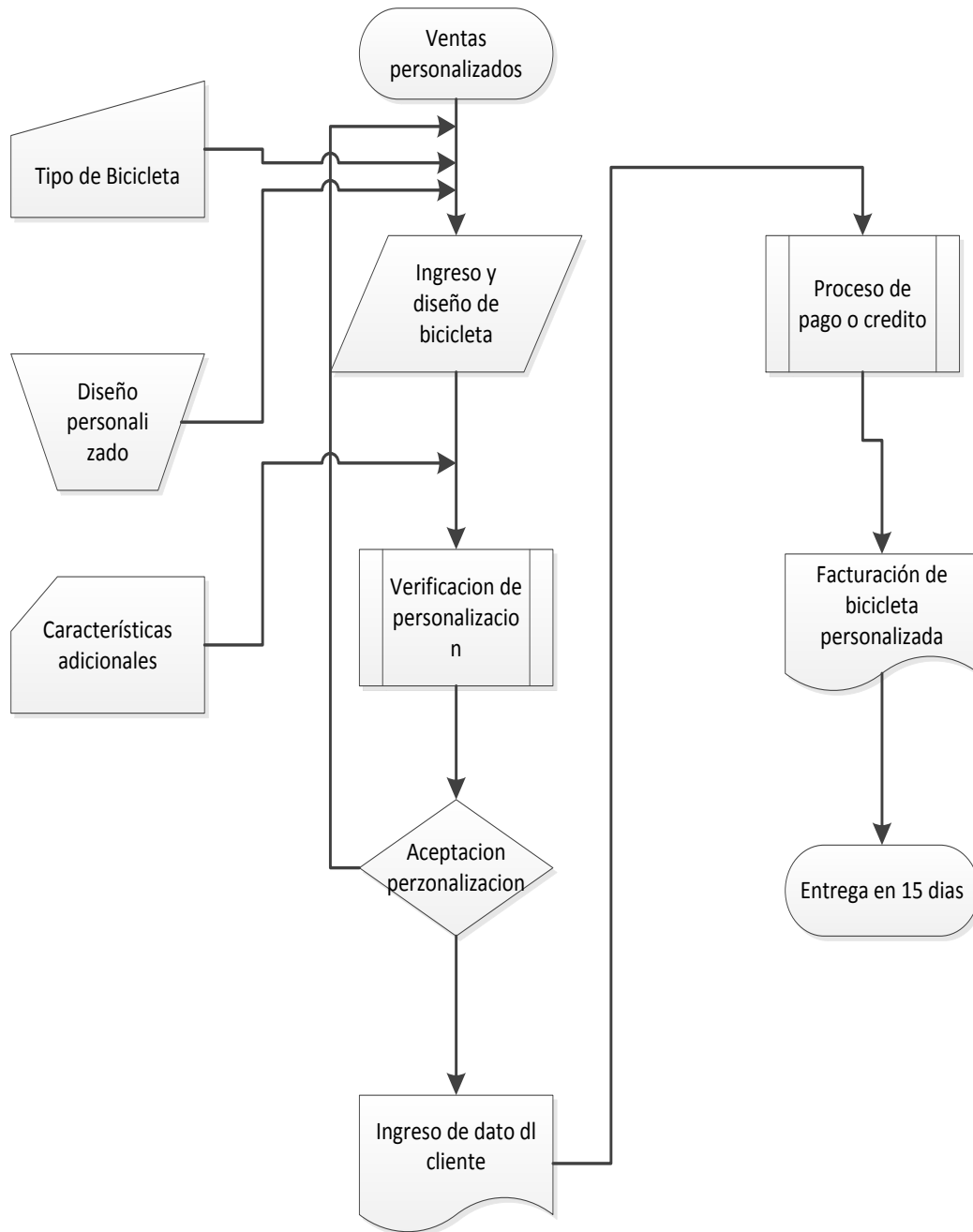
Ilustración 6 importación de bicicletas partes y piezas



Realizado por Cesar Garzón Goya

Proceso de ventas de la empresa CIVIENA SA

Ilustración 7 ventas de la empresa CIVIENA SA



Realizado por Cesar Garzón Goya

5.5. Diseño de la planta y costos

Ilustración 8 Descripción del primero y segundo piso



Realizado por Cesar Garzón Goya

Ilustración 9 Descripción de las diversas áreas en la planta baja



Realizado por Cesar Garzón Goya

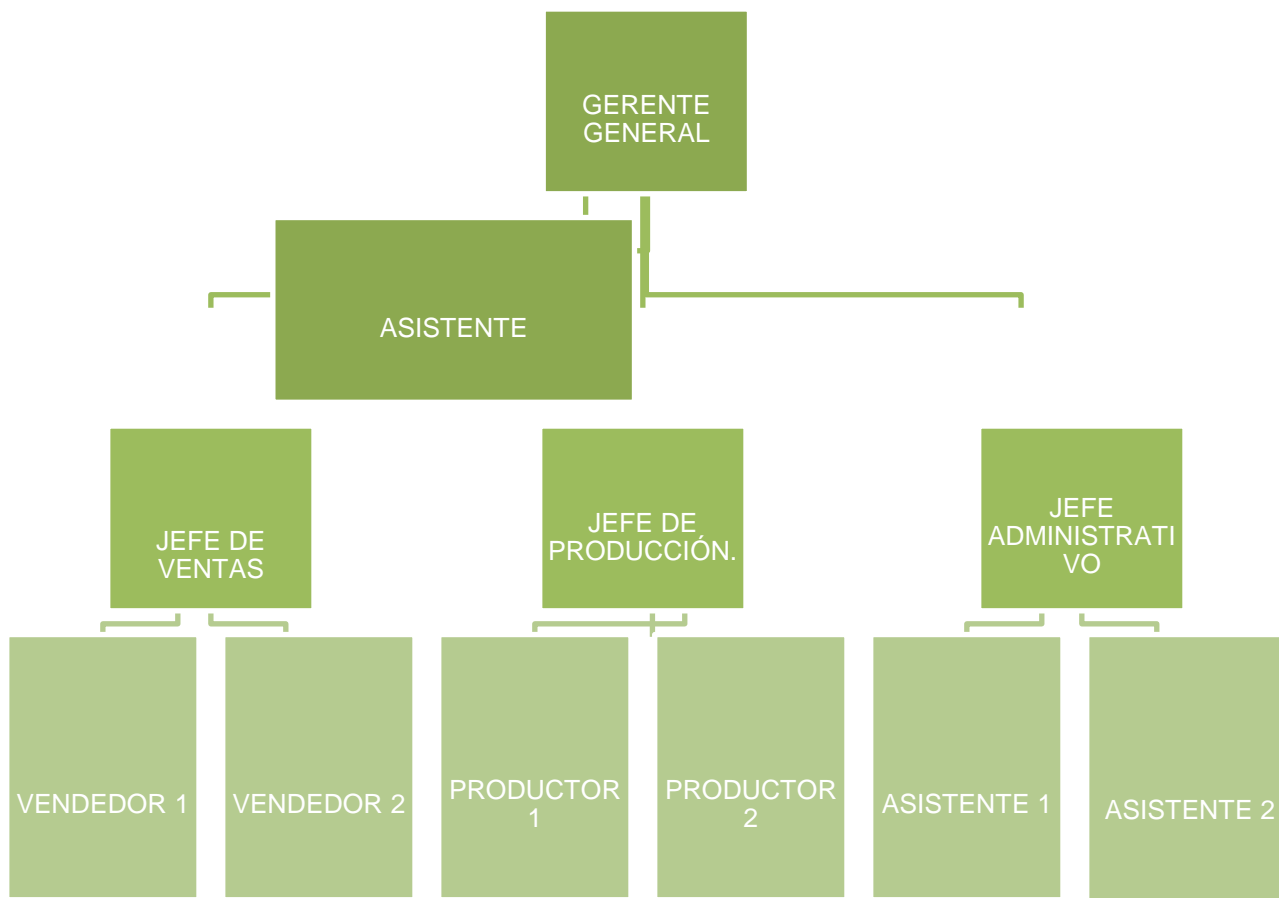
5.6. Inversiones en insumos y proveedores de materia prima 0

Tabla 13 Listado de principales proveedores

Empresa y Pagina WEB Proveedores	Características y marcas Insumos
<i>Macario Llorente</i> http://www.macario.com	Fabricante de las bicicletas Macario. Bicicletas GT, Polar, Minoura, Var, In Sync,.. Distribuidor Oficial de Shimano
<i>Motor Dealer</i> www.motordealer.com	Distribuidor España y Portugal marcas de ciclismo SRAM, Rock Shox, Avid, Truvativ, Zipp, BBB, Dahon, 661 y Mio Cyclo Series
<i>Vic Sports Afers</i> www.vicsportsafers.es	Distribuidor para España bicicletas Wilier y Colnago, y productos Powerbar, Cinelli, Chiba, Galius Sport, Nortwave, Tribon, etc
<i>Bicimotor.com - Motores para bicicleta</i> www.bicimotor.com	Bicimotor.com, motores bicicleta de fácil instalación, kit motor para ciclos eléctrico y gasolina
<i>Bicicletas Goka</i> www.goka.net	Catálogo de bicicletas, cuadros, componentes y accesorios Goka. Encontrarás información detallada de las bicicletas, etc
<i>Conor Sport</i> www.conor.es	Fabricante y distribuidor español marca de bicicletas y accesorios Conor. Bicicletas de montaña, ruta, BMX, trekking, eléctricas y plegables. En su web encontrarás todo su catálogo
<i>Bicicletas Massi - Casa Masferrer</i> www.casamasferrer.com	Almacén de todo tipo de productos bicicleta: ruedas, cambios, cuadros, componentes, ropa,.. Cuenta con marca propia de productos y bicicletas de la marca Massi

Realizado por Cesar Garzón Goya

5.7. Recursos Humanos



Cargos y Perfiles por Competencia.

- Gerente General.

Función General

Planificar, organizar dirigir, coordinar, evaluar la gestión administrativa de la compañía.

Funciones Específicas

Brindar soporte técnico operativo en la gestión económica, financiera y administrativa.

Elaborar- en coordinación con las áreas operativa el plan estratégico, y el presupuesto

Llevar pleno control de los objetivos y metas de la empresa.

- Asistente de Gerencia

Tendrá la labor exclusiva de apoyar a gerencia en la elaboración de los documentos que le solicite.

Llevará un control y archivo de toda la documentación de la empresa.

Reportara directamente a gerencia.

- Jefe de ventas

Organizar a todo el personal de ventas para que cumplan de manera adecuada sus funciones.

Tener un horario de ingreso de tal forma que esté presente en las horas de mayor venta del día.

Organizar y controlar el correcto orden y disciplina de todo el personal de venta de la empresa.

Reunir periódicamente (semanal) a todos los jefes de cada área para reorganizar permanentemente el personal.

- Jefe de Producción.

Se encargara de mantener en orden al personal de producción cuando se encuentre ensamblando o personalizando las bicicletas.

También se encargara de pasar un listado de las piezas necesarias para la elaboración de las bicicletas.

Además se encargara mantener al taller en perfectas condiciones para que el personal pueda trabajar de una manera cómoda y eficiente.

- Jefe Administrativo.

Su principal función es tener al día la contabilidad de la empresa

Informar por escrito los avances y dificultades acontecidas a lo largo de su trabajo.

Participara directamente en las reuniones de la empresa con la finalidad de aportar en ideas las mejoras continuas para que su labor sea eficaz.

Informará por escrito directamente a gerencia todos sus requerimientos.

6. ANÁLISIS FINANCIERO

6.1. Plan de inversiones, clasificación y fuentes de financiamiento

ACTIVO NO CORRIENTE	Cantidad	Valor con IVA Total	Vida Útil	VALOR RESIDUAL	Depreciación Anual	Depreciación mensual
ÁREA DE PRODUCCIÓN						
Sistema de ensamblaje doble y corte	1	\$ 2.600,00	10		\$ 260,00	\$ 21,67
Tubo concéntrico 15 diámetro	100	\$ 12,00	10		\$ 1,20	\$ 0,10
Piscina enfriamiento	1	\$ 1.500,00	10		\$ 150,00	\$ 12,50
Mesa Perforada para diseño	1	\$ 750,00	10		\$ 75,00	\$ 6,25
Mesa trabajo	3	\$ 420,00	10		\$ 42,00	\$ 3,50
Herramientas y entorno	5	\$ 125,00	10		\$ 12,50	\$ 1,04
Accesorio varios de bicicleta	50	\$ 50,00	10		\$ 5,00	\$ 0,42
Accesorio de pinturas, cauchos y	50	\$ 35,00	10		\$ 3,50	\$ 0,29

varios						
TOTAL		\$			\$	\$
		5.492,00			549,20	45,77
ÁREA ADMINISTRATIVA						
		\$			\$	\$
Computadores	4	550,00	3,3		166,67	13,89
		\$			\$	\$
Muebles y Enseres	2	900,00	10		90,00	7,50
Impresora		\$			\$	\$
Multifuncional	4	120,00	3,3		36,36	3,03
		\$			\$	\$
Teléfonos	4	400,00	3,3		121,21	10,10
		\$			\$	\$
Archivadores	4	250,00	10		25,00	2,08
Acondicionares de Aire	2	850,00	10		85,00	7,08
		\$			\$	\$
inventario bicicleta	50	250,00	10		25,00	2,08
Otros equipos administrativos	10	2.000,00	10		200,00	16,67
		\$			\$	\$
TOTAL		5.320,00			749,24	62,44
TOTAL INVERSIÓN FIJA		\$ 10.812,00			\$ 1.298,44	\$ 108,20

Gastos pre operativos

GASTOS PRE-OPERATIVOS	Valor Total
Registro de Marca + Gastos legales	\$ 300,00
Registro Sanitario	\$ 110,00
Gastos de Imagen Corporativa	\$ 600,00
Gastos de Investigación de Mercado	\$ 990,00
TOTAL GASTOS PRE-OPERACIONALES	\$ 2.000,00

Inversión total inicial

INVERSIÓN INICIAL	Valor Total
TOTAL INVERSIÓN FIJA	\$ 10.812,00
TOTAL GASTOS PRE-OPERACIONALES	\$ 2.000,00
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 40.930,51
TOTAL INVERSIÓN INICIAL	\$ 53.742,51

6.2. Ingresos-egresos proyectados (3 años)

Ingreso por ventas

INGRESO POR VENTA					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidades Vendidas al					
Mes	39	42	44	45	58
	\$		\$	\$	\$
Precio de Venta	450,00 \$	450,00	450,00	450,00	450,00
Mantenimiento y					
reparacion de	\$	\$	\$	\$	\$
bicicleta	1.560,00	1.680,00	1.760,00	1.800,00	2.320,00
	\$	\$	\$	\$	\$
Ingresos Mensuales	19.110,00	20.580,00	21.560,00	22.050,00	28.420,00
	\$	\$	\$	\$	\$
INGRESOS ANUALES	229.320,00	246.960,00	258.720,00	264.600,00	341.040,00

COSTO TOTAL MATERIALES DIRECTOS DE FABRICACION BICICLETA

COSTO TOTAL MATERIALES DIRECTOS DE FABRICACION BICICLETA					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Material Directo por unidad	\$ 39,00	\$ 42,00	\$ 44,00	\$ 45,00	\$ 58,00
Unidades al mes	300,00	300,00	300,00	310,34	300,00
Costo Material Directo / Mes	\$ 11.700,00	\$ 12.600,00	\$ 13.200,00	\$ 13.965,52	\$ 13.965,52
Costo Material Directo / Año	\$ 140.400,00	\$ 151.200,00	\$ 158.400,00	\$ 167.586,21	\$ 167.586,21

MANO DE OBRA DIRECTA (FIJA)	No. de personal	Sueldo mensual Bruto	Remuneración mensual	% Beneficios sociales	Costo MOD mensual
Operadores	3	\$ 420,00	\$ 1.260,00	22,6%	1.544,76
Supervisor de Planta	1	\$ 520,00	\$ 520,00	22,6%	637,52
TOTAL	4		1.780,00		2.182,28

MANO DE OBRA DIRECTA (FIJA)

MANO DE OBRA DIRECTA (FIJA)	No. de personal	Sueldo mensual Bruto	Remuneración mensual	% Beneficios sociales	Costo MOD mensual
Operadores	3	\$ 420,00	\$ 1.260,00	22,6%	1.544,76
Supervisor de Planta	1	\$ 520,00	\$ 520,00	22,6%	637,52
TOTAL	4		1.780,00		2.182,28

COSTO TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo MOD / mes	\$ 2.182,28	\$ 2.182,28	\$ 2.182,28	\$ 2.182,28	\$ 2.182,28
Costo MOD / Año	\$ 26.187,36	\$ 26.187,36	\$ 26.187,36	\$ 26.187,36	\$ 26.187,36

PRESUPUESTO EN COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

PRESUPUESTO EN COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Energía Eléctrica para	\$	\$	\$	\$	\$
Prod.	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00
Agua para	\$	\$	\$	\$	\$
temperatura tubos	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00
repuestos y accesorio	\$	\$	\$	\$	\$
bicicleta	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00
Mantenimiento de	\$	\$	\$	\$	\$
materia prima	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
	\$	\$	\$	\$	\$
Depreciación PP&E	45,77	45,77	45,77	45,77	45,77
	\$	\$	\$	\$	\$
CIF Mensuales	175,77	175,77	175,77	175,77	175,77
	\$	\$	\$	\$	\$
CIF ANUALES	2.109,20	2.109,20	2.109,20	2.109,20	2.109,20
COSTO DE PRODUCCIÓN TOTAL					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo Material	\$	\$	\$	\$	\$
Directo / Año	140.400,00	151.200,00	158.400,00	167.586,21	167.586,21
	\$	\$	\$	\$	\$
Costo MOD / Año	26.187,36	26.187,36	26.187,36	26.187,36	26.187,36
	\$	\$	\$	\$	\$
CIF ANUALES	2.109,20	2.109,20	2.109,20	2.109,20	2.109,20
COSTO PRODUCCIÓN	\$	\$	\$	\$	\$
TOTAL	168.696,56	179.496,56	186.696,56	195.882,77	195.882,77

6.3. Flujos de caja proyectados (con o sin financiamiento propio)

Sueldos y Salarios	No. de personal	Sueldo mensual Bruto	Valor Horas Extras	Remuneración mensual	% Beneficios sociales
Gerente Ventas	1	\$ 550,00	\$ -	\$ 550,00	26,5%
Secretaria	1	\$ 390,00	\$ -	\$ 390,00	26,5%
TOTAL	2			\$ 940,00	
Presupuesto de SUELDOS y SALARIOS					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos y Salarios / mes	\$ 1.189,10	\$ 1.189,10	\$ 1.189,10	\$ 1.189,10	\$ 1.189,10
Sueldos y Salarios / año	\$ 14.269,20	\$ 14.269,20	\$ 14.269,20	\$ 14.269,20	\$ 14.269,20
Presupuesto de Servicios Básicos para la Administración					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Serv. Básicos / mes	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00
Serv. Básicos / año	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00
Presupuesto de Suministros de Oficina					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Suministros al mes	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 15,00
Suministros al año	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00
Presupuesto de Asesorías Contables y Legales					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Asesoría / mes	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00
Asesoría / año	\$ 1.440,00	\$ 1.440,00	\$ 1.440,00	\$ 1.440,00	\$ 1.440,00
Presupuesto de Internet y Celular					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Internet y Celular / mes	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00
Internet y Celular	\$ 480,00	\$ 480,00	\$ 480,00	\$ 480,00	\$ 480,00

Presupuesto de Permisos					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Permisos / año	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00
Presupuesto de Depreciación Área Administrativa					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Deprec. Área Adm. / mes	\$ 62,44	\$ 62,44	\$ 62,44	\$ 62,44	\$ 62,44
Deprec. Área Adm. / año	\$ 749,24	\$ 749,24	\$ 749,24	\$ 749,24	\$ 749,24
Presupuesto de Mantenimiento del Vehículo					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mant. Vehículo / mes	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00
Mant. Vehículo / año	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
"Amortización" de Gastos de Pre-Operacionales					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos Pre-operacionales	\$ 2.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos y Salarios / año	\$ 14.269,20	\$ 14.269,20	\$ 14.269,20	\$ 14.269,20	\$ 14.269,20
Serv. Básicos / año	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00
Suministros al año	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00
Asesoría / año	\$ 1.440,00	\$ 1.440,00	\$ 1.440,00	\$ 1.440,00	\$ 1.440,00
Internet y Celular	\$ 480,00	\$ 480,00	\$ 480,00	\$ 480,00	\$ 480,00
Permisos / año	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00
Deprec. Área Adm. / año	\$ 749,24	\$ 749,24	\$ 749,24	\$ 749,24	\$ 749,24
Mant. Vehículo / año	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
Gastos Pre-operacionales	\$ 2.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL GASTOS ADM.	\$ 22.478,44	\$ 20.478,44	\$ 20.478,44	\$ 20.478,44	\$ 20.478,44

Presupuesto de Comisión en Ventas					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Comisiones anuales	\$ 4.586,40	\$ 4.939,20	\$ 5.174,40	\$ 5.292,00	\$ 6.820,80
Presupuesto de Publicidad					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Publicidad / mes	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00
Publicidad anual	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
GASTOS DE VENTAS					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Transp. - Com. / año	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00	\$ 360,00
Comisiones anuales	\$ 4.586,40	\$ 4.939,20	\$ 5.174,40	\$ 5.292,00	\$ 6.820,80
Publicidad anual	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
TOTAL G. VENTAS	\$ 7.946,40	\$ 8.299,20	\$ 8.534,40	\$ 8.652,00	\$ 10.180,80

6.4. Proyecciones de los estados financieros

CAPITAL DE TRABAJO	
	Año 1
COSTO DE VENTA	\$ 168.696,56
GASTOS ADM.	\$ 22.478,44
GASTOS VENTA	\$ 7.946,40
CAO	\$ 199.121,40
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 40.930,51

INVERSION TOTAL

<u>Inversión</u>	
<u>Total</u>	
INVERSIÓN FIJA	\$ 10.812,00
GASTOS PRE-OPERACIONALES	\$ 2.000,00
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 40.930,51
	\$ 53.742,51
<u>Capital Propio</u>	\$ 15.000,00
	\$
CAPITAL REQUERIDO	38.742,51

CONDICIONES DEL CREDITO

Condiciones del Crédito	
	\$
Valor del Préstamo	40.000,00
Periodos de pago	60
Tasa de interés	14%
Forma de capitalización	mensual a 5 años
	\$
PAGO	930,73

AMORTIZACION DEL CREDITO A 5 AÑOS

No.	Principal	Intereses	Pago	Amort. Prést.
0			\$ 930,73	\$ 40.000,00
1	\$ 464,06	\$ 466,67	\$ 930,73	\$ 39.535,94
2	\$ 469,48	\$ 461,25	\$ 930,73	\$ 39.066,46
3	\$ 474,95	\$ 455,78	\$ 930,73	\$ 38.591,50
4	\$ 480,50	\$ 450,23	\$ 930,73	\$ 38.111,01
5	\$ 486,10	\$ 444,63	\$ 930,73	\$ 37.624,91
6	\$ 491,77	\$ 438,96	\$ 930,73	\$ 37.133,13
7	\$ 497,51	\$ 433,22	\$ 930,73	\$ 36.635,62
8	\$ 503,31	\$ 427,42	\$ 930,73	\$ 36.132,31
9	\$ 509,19	\$ 421,54	\$ 930,73	\$ 35.623,12
10	\$ 515,13	\$ 415,60	\$ 930,73	\$ 35.108,00
11	\$ 521,14	\$ 409,59	\$ 930,73	\$ 34.586,86
12	\$ 527,22	\$ 403,51	\$ 930,73	\$ 34.059,64
13	\$ 533,37	\$ 397,36	\$ 930,73	\$ 33.526,28
14	\$ 539,59	\$ 391,14	\$ 930,73	\$ 32.986,69

15	\$	545,89	\$	384,84	\$	930,73	\$	32.440,80
16	\$	552,25	\$	378,48	\$	930,73	\$	31.888,55
17	\$	558,70	\$	372,03	\$	930,73	\$	31.329,85
18	\$	565,22	\$	365,51	\$	930,73	\$	30.764,63
19	\$	571,81	\$	358,92	\$	930,73	\$	30.192,82
20	\$	578,48	\$	352,25	\$	930,73	\$	29.614,34
21	\$	585,23	\$	345,50	\$	930,73	\$	29.029,11
22	\$	592,06	\$	338,67	\$	930,73	\$	28.437,06
23	\$	598,96	\$	331,77	\$	930,73	\$	27.838,09
24	\$	605,95	\$	324,78	\$	930,73	\$	27.232,14
25	\$	613,02	\$	317,71	\$	930,73	\$	26.619,12
26	\$	620,17	\$	310,56	\$	930,73	\$	25.998,95
27	\$	627,41	\$	303,32	\$	930,73	\$	25.371,54
28	\$	634,73	\$	296,00	\$	930,73	\$	24.736,81
29	\$	642,13	\$	288,60	\$	930,73	\$	24.094,67
30	\$	649,63	\$	281,10	\$	930,73	\$	23.445,05
31	\$	657,20	\$	273,53	\$	930,73	\$	22.787,84
32	\$	664,87	\$	265,86	\$	930,73	\$	22.122,97
33	\$	672,63	\$	258,10	\$	930,73	\$	21.450,34
34	\$	680,48	\$	250,25	\$	930,73	\$	20.769,87
35	\$	688,41	\$	242,32	\$	930,73	\$	20.081,45
36	\$	696,45	\$	234,28	\$	930,73	\$	19.385,01
37	\$	704,57	\$	226,16	\$	930,73	\$	18.680,43
38	\$	712,79	\$	217,94	\$	930,73	\$	17.967,64
39	\$	721,11	\$	209,62	\$	930,73	\$	17.246,54
40	\$	729,52	\$	201,21	\$	930,73	\$	16.517,01
41	\$	738,03	\$	192,70	\$	930,73	\$	15.778,98
42	\$	746,64	\$	184,09	\$	930,73	\$	15.032,34
43	\$	755,35	\$	175,38	\$	930,73	\$	14.276,99
44	\$	764,17	\$	166,56	\$	930,73	\$	13.512,82
45	\$	773,08	\$	157,65	\$	930,73	\$	12.739,74
46	\$	782,10	\$	148,63	\$	930,73	\$	11.957,64
47	\$	791,22	\$	139,51	\$	930,73	\$	11.166,42
48	\$	800,46	\$	130,27	\$	930,73	\$	10.365,96
49	\$	809,79	\$	120,94	\$	930,73	\$	9.556,17
50	\$	819,24	\$	111,49	\$	930,73	\$	8.736,93
51	\$	828,80	\$	101,93	\$	930,73	\$	7.908,13
52	\$	838,47	\$	92,26	\$	930,73	\$	7.069,66
53	\$	848,25	\$	82,48	\$	930,73	\$	6.221,41
54	\$	858,15	\$	72,58	\$	930,73	\$	5.363,26
55	\$	868,16	\$	62,57	\$	930,73	\$	4.495,10
56	\$	878,29	\$	52,44	\$	930,73	\$	3.616,82

57	\$ 888,53	\$ 42,20	\$ 930,73	\$ 2.728,28
58	\$ 898,90	\$ 31,83	\$ 930,73	\$ 1.829,38
59	\$ 909,39	\$ 21,34	\$ 930,73	\$ 920,00
60	\$ 920,00	\$ 10,73	\$ 930,73	\$ (0,00)

RESUMEM ANUAL DE CREDITO

Años	Principal	Intereses
1er.	\$ 5.940,36	\$ 5.228,40
2do.	\$ 6.827,50	\$ 4.341,26
3er.	\$ 7.847,13	\$ 3.321,63
4to.	\$ 9.019,04	\$ 2.149,72
5to.	\$ 10.365,96	\$ 802,80
TOTAL	\$ 40.000,00	\$ 15.843,80

ESTADOS DE RESULTADOS INTEGRALES PROYECTADOS

ESTADOS DE RESULTADOS INTEGRALES PROYECTADOS						
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
VENTAS	\$ 229.320,00	\$ 246.960,00	\$ 258.720,00	\$ 264.600,00	\$ 341.040,00	
(-) Costo de Venta	\$ (168.696,56)	(179.496,56)	\$ (186.696,56)	\$ (195.882,77)	\$ (195.882,77)	
(=) Utilidad Bruta	\$ 60.623,44	\$ 67.463,44	\$ 72.023,44	\$ 68.717,23	\$ 145.157,23	
(-) Gastos Administrativos	\$ (22.478,44)	(20.478,44)	\$ (20.478,44)	\$ (20.478,44)	\$ (20.478,44)	
(-) Gastos de Ventas	\$ (7.946,40)	(8.299,20)	\$ (8.534,40)	\$ (8.652,00)	\$ (10.180,80)	
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 30.198,60	\$ 38.685,80	\$ 43.010,60	\$ 39.586,79	\$ 114.497,99	
(-) Gastos Financieros	\$ (5.228,40)	(4.341,26)	\$ (3.321,63)	\$ (2.149,72)	\$ (802,80)	
(=) UAIT	\$ 24.970,19	\$ 34.344,54	\$ 39.688,97	\$ 37.437,07	\$ 113.695,19	
(-) Participación Trabajadores 15%	\$ (3.745,53)	(5.151,68)	\$ (5.953,35)	\$ (5.615,56)	\$ (17.054,28)	
(-) Impuesto a la Renta 25%	\$ (5.306,17)	(7.298,21)	\$ (8.433,91)	\$ (7.955,38)	\$ (24.160,23)	
UTILIDAD NETA	\$ 15.918,50	\$ 21.894,64	\$ 25.301,72	\$ 23.866,13	\$ 72.480,69	

(Unidad de Valor Agregado)

FLUJO DE CAJA PROYECTADO

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN FIJA*	\$ (10.812,00)					
UAIT	\$ 24.970,19	\$ 34.344,54	\$ 39.688,97	\$ 37.437,07	\$ 113.695,19	
Pago Part. Trab.	\$ -	\$ (3.745,53)	\$ (5.151,68)	\$ (5.953,35)	\$ (5.615,56)	
Pago de IR	\$ -	\$ (5.306,17)	\$ (7.298,21)	\$ (8.433,91)	\$ (7.955,38)	
EFFECTIVO NETO	\$ 24.970,19	\$ 25.292,84	\$ 27.239,08	\$ 23.049,82	\$ 100.124,26	
(+) Deprec. Área Prod.	\$ 549,20	\$ 549,20	\$ 549,20	\$ 549,20	\$ 549,20	
(+) Deprec. Área Adm.	\$ 749,24	\$ 749,24	\$ 749,24	\$ 749,24	\$ 749,24	
(+) Aporte Accionistas	\$ 15.000,00					
(+) Préstamo concedido	\$ 40.000,00	\$ (5.940,36)	\$ (6.827,50)	\$ (7.847,13)	\$ (9.019,04)	\$ (10.365,96)
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ 44.188,00	\$ 20.328,28	\$ 19.763,78	\$ 20.690,38	\$ 15.329,22	\$ 91.056,73
(+) Saldo Inicial	\$ -	\$ 44.188,00	\$ 64.516,28	\$ 84.280,06	\$ 104.970,45	\$ 120.299,67
(=) FLUJO ACUMULADO	\$ 44.188,00	\$ 64.516,28	\$ 84.280,06	\$ 104.970,45	\$ 120.299,67	\$ 211.356,40

(Unidad de Valor Agregado)

CÁLCULO DE TIR Y VAN

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN TOTAL	\$ (53.742,51)					
UAIT		\$ 24.970,19	\$ 34.344,54	\$ 39.688,97	\$ 37.437,07	\$ 113.695,19
Pago Part. Trab.		\$ -	\$ (3.745,53)	\$ (5.151,68)	\$ (5.953,35)	\$ (5.615,56)
Pago de IR		\$ -	\$ (5.306,17)	\$ (7.298,21)	\$ (8.433,91)	\$ (7.955,38)
EFFECTIVO NETO		\$ 24.970,19	\$ 25.292,84	\$ 27.239,08	\$ 23.049,82	\$ 100.124,26
(+) Deprec. Área Prod.		\$ 549,20	\$ 549,20	\$ 549,20	\$ 549,20	\$ 549,20
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 749,24	\$ 749,24	\$ 749,24	\$ 749,24	\$ 749,24
(+) Valor Residual de Act. Tang.						\$ 4.319,79
(+) Recuperación Cap. Trabajo						\$ 40.930,51
(+) Préstamo concedido		\$ (5.940,36)	\$ (6.827,50)	\$ (7.847,13)	\$ (9.019,04)	\$ (10.365,96)
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ (53.742,51)	\$ 20.328,28	\$ 19.763,78	\$ 20.690,38	\$ 15.329,22	\$ 136.307,03

TIR **46,02%**
VAN **\$51.067,48**
Pay Back **2,69** años

6.5. Punto de equilibrio

Costos fijos

COSTOS FIJOS	
	\$
MOD (fija)	26.187,36
	\$
Deprec. Planta	549,20
	\$
Sueldos y Salarios / año	14.269,20
	\$
Serv. Básicos / año	240,00
	\$
Suministros al año	180,00
	\$
Asesoría / año	1.440,00
	\$
Internet y Celular	480,00
	\$
Permisos / año	120,00
Deprec. Área Adm. / año	749,24
	\$
Mant. Vehículo / año	3.000,00
Gastos Pre-operacionales	2.000,00
	\$
Publicidad anual	3.000,00
	\$
Gastos financieros	5.228,40
	\$
COSTO FIJO TOTAL	57.443,41

Costos Variables

COSTOS VARIABLES	
	\$
MD	140.400,00
	\$
Energía Eléctrica para Prod.	360,00
	\$
Agua para temperatura tubos	300,00
	\$
repuestos y accesorio bicicleta	180,00
Mantenimiento de materia prima	720,00
	\$
Transp. - Com. / año	360,00
	\$
Comisiones anuales	4.586,40
	\$
TOTAL	146.906,40
# Unidades Prod. / Año	468
Costo Variable Unitario	\$ 313,90
Precio de Venta Unitario	\$ 450,00

Formula punto de Equilibrio y aplicación

$PE = CF / (P - CVU)$			
PE =	422	unidades al año, o	\$ 189.934,02
PE =	35	unidades al mes, o	\$ 15.827,83

6.6. Análisis de sensibilidad (dos escenarios para los puntos 6.4 y 6.5)

(Unidad de Valor Agregado)						
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN TOTAL	\$ (53.742,51)					
VENTAS		\$ 237.575,52	\$ 255.850,56	\$ 268.033,92	\$ 274.125,60	\$ 353.317,44
(-) Costo de Venta		\$ (174.769,64)	\$ (185.958,44)	\$ (193.417,64)	\$ (202.934,55)	\$ (202.934,55)
(=) Utilidad Bruta		\$ 62.805,88	\$ 69.892,12	\$ 74.616,28	\$ 71.191,05	\$ 150.382,89
(-) Gastos Administrativos		\$ (22.478,44)	\$ (20.478,44)	\$ (20.478,44)	\$ (20.478,44)	\$ (20.478,44)
(-) Gastos de Ventas		\$ (7.946,40)	\$ (8.299,20)	\$ (8.534,40)	\$ (8.652,00)	\$ (10.180,80)
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 32.381,04	\$ 41.114,48	\$ 45.603,44	\$ 42.060,61	\$ 119.723,65
(-) Gastos Financieros		\$ (5.228,40)	\$ (4.341,26)	\$ (3.321,63)	\$ (2.149,72)	\$ (802,80)
(=) UAIT		\$ 27.152,64	\$ 36.773,22	\$ 42.281,82	\$ 39.910,89	\$ 118.920,85
Pago Part. Trab.		\$ -	\$ (4.072,90)	\$ (5.515,98)	\$ (6.342,27)	\$ (5.986,63)
Pago de IR		\$ -	\$ (5.769,94)	\$ (7.814,31)	\$ (8.984,89)	\$ (8.481,06)
EFFECTIVO NETO		\$ 27.152,64	\$ 26.930,39	\$ 28.951,52	\$ 24.583,73	\$ 104.453,16
(+) Deprec. Área Prod.		\$ 549,20	\$ 549,20	\$ 549,20	\$ 549,20	\$ 549,20
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 749,24	\$ 749,24	\$ 749,24	\$ 749,24	\$ 749,24
(+) Valor Residual de Act. Tang.						\$ 4.319,79
(+) Recuperación Cap. Trabajo						\$ 40.930,51
(+) Préstamo concedido		\$ (5.940,36)	\$ (6.827,50)	\$ (7.847,13)	\$ (9.019,04)	\$ (10.365,96)
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ (53.742,51)	\$ 22.510,72	\$ 21.401,33	\$ 22.402,83	\$ 16.863,13	\$ 140.635,93
TIR	49,32%	EXTREMADAMENTE SENSIBLE A CAMBIOS EN LOS INGRESOS				
VAN	\$ 57.493,79	SEAN POR PRECIO O CANTIDADES				
Pay Back	2,46	años				

6.7. Resultados de la valoración del plan de negocios

INDICES DE RENTABILIDAD					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ROS	6,94%	8,87%	9,78%	9,02%	21,25%
ROA	28,94%	29,58%	27,35%	21,33%	57,56%
ROE	51,49%	41,46%	32,39%	23,40%	41,55%
ROI	106,12%	145,96%	168,68%	159,11%	483,20%

6.8. Impacto y sostenibilidad del negocio

El impacto que se desarrolla en la empresa CIVIENA SA requiere actividades vinculadas con las normativas de gestión administrativa en donde las estrategias empieza en el área de comercialización, donde el éxito refleja la personalización de bicicletas a todos los clientes y el elemento de asistencia en servicio y dotación de accesorio, motivo de que el negocio mantiene ritmo en las ventas directas, creando atención con tarjetas ,cheques y efectivos, además de la vinculación de hacerlo que el cliente desea se ha convertido en la principal estrategia de negocio de la empresa

7. CONCLUSIONES

La viabilidad del negocio Civiena representa una situación optimista en el campo de las inversiones, en donde el estudio acredita a un negocio rentable y sostenible con viabilidad de duración alrededor de 20 años, mientras se impulse el ciclismo en todo el país, además de ser un elemento necesario para la transportación actualmente las autoridades de gobierno y cabildo hacen esfuerzo por seguir impulsando ciclosvías y adaptaciones en parque y lugares de esparcimiento para el uso de la bicicleta, lo que conlleva a realizar un proceso de adaptabilidad a la cultura de una ciudad pujante por ver de la bicicleta otro medio de atracción en deportes, moda, y necesidad.

La personalización de la bicicleta es viable y sometido a un proceso de concentración en la creación de modelos propios y sostenible siendo el ciudadano el participante directo que con su gusto busca y forma los modelos más versátiles de elección directa, conocimiento formas y diseños al gusto del cliente, con la calidad que le busca al igual que los costos adaptable a su bolsillo

El ciudadano de la ciudad de Guayaquil siente la necesidad de utilizar este medio como forma de distraerse, desestresarse y de recopilar caminos y ciclo vías adaptable para el transporte y la seguridad de hacer un despliegue de ejercicios y compañía en las diferentes opciones que hasta el momento ofrecen las entidades gubernamentales.

Es rentable al obtener una TIR que se promedia un 50% de retorno y además una recuperación de la inversión en promedio de 2 años, además de que genera el proyecto un ROE promedio del 50% y además un ROI de 106%, además se establece que la participación de los ciudadanos genera cada día más interés por el practicar un deporte como es el ciclismo en la ciudad.

BIBLIOGRAFÍA

- Alban Edgar. (2006). *Industria Automotriz en el Ecuador*. Quito : Grupo Norma.
- Alvarado Santiago. (2010). *La Bicicleta*. Lima: Ediciones Ledesma.
- Andrew Ritchie. (1976). *Bicicleta en la Oficina*. Inglaterra.
- Bergua, & Benaito. (2009). *Aceptacion de la Bicicleta como medio de transporte*. Valencia : Ediciones Negredo.
- Caos del tránsito vehicular busca remedios en Guayaquil. (09 de julio de 2012). *Diario Hoy*.
- Carvajal Horacio. (2008). *Las Bicicletas en el viejo continente*. Madrid.
- CNT, C. N. (2012). *Los accidente de Transito*. Quito Ecuador : CNT.
- COLLAZOS, J. (2009). *Manual de ecvaluacion ambiental de proyectos* . Madrid- Esapaña: 2da. Editorial San Marcos.
- Del Rosario Pedro. (2011). *Actividad de Ensamblaje en el Ecuador*. Manta: Ediciones Figueroa.
- Diario El Universo. (21 de febrero de 2011). aa Bicicleta un medio Facil de utilizar. *Seccion Actualidad*, pág. 6.
- DOYLE CLOUD, A. (2006). *LOGISTICA Y CADENAS DE TRANSPORTE MULTIMODAL*. EUA: FEDERAL EXPRESS CORPORATION, EUA.
- Embassyecuador*. (2012). Recuperado el 29 de Mayo de 2012, de www.embassyecuador.eu
- FAO, O. d. (2012). *Gua para identificar las limitaciones de campo en la producción de arroz*. Naciones Unidas : Adventure Works ediciones.
- Galarza Joaquin. (12 de Mayo de 2012). Industria automotriz prevé duplicar ventas a Venezuela. *El Telegrafo*, págs. 21-22.
- H. G. Wells. (s.f.).
- Holguin Ricardo. (2012). *Las reformas de la industria automotriz*. Quito: Ediciones Perez.
- INEC, I. N. (2011). *Poblacion del Canton Sucre, Provincia de Manabi*. Quito Ecuador: Ediciones INEC.
- Mejuto Alejandro. (2008). *Distintos Medios de Transporte*. Malaga: Ediciones Diaz de Santos.
- OLVEIDA, A. (2010). *EL deporte tradcion y las ventajas del cliclismo*. Habana: Ediones Yopez.
- PHILER, A. (2010). Lugares de ventas de Bicieltas y triciclos. *AMERICA ECONOMIA*, 4.
- Ponce, C. (21 de Marzo de 2012). La venta de autos cayo en un 9%. *El Comercio*, págs. 7-8.
- Porter, M. (1998). *Estrategias competitivas*. México D.C: Editorial: Prentice Hall.
- QUINQUER D. (2002). *"Cooperar para aprender: El trabajo cooperativo"*. Barcelona: Praxis.

- Ramos, A. (2010). *Medios de Transporte Casual*. Málaga: Ed. Reyes.
- Registro Oficial 553. (2002). *Ley 2002-65*. Quito Ecuador: CNT.
- Revista Exclama*. (2013). Recuperado el 29 de Mayo de 2013, de www.revistaexclama.com
- Rodriguez Rico. (2007). *UNA APROXIMACION A LA DEFINICION DE LOS PRINCIPALES CORREDORES DE TRANSPORTE TERRESTRE EN MEXICO*. Mexico D.F.: Centro de Estudios y Experimentación de Obras Públicas (CEDEX).
- Rosado, P. P. (28 de Mayo de 2013). *www.efdeportes.com*. Recuperado el 01 de Abril de 2009, de www.efdeportes.com
- Rosero Daniel. (2005). *La industria del Ensamblaje*,. Quito : Ediciones Vargas.
- Simón Illescas Prieto. (2007). *Recoleccion de informacion*. Garcilaso: Ediciones San Roman.
- TRÁNSITO, L. D. (2007). *LEY DE TRÁNSITO Y TRANSPORTE TERRESTRES*. Quito Ecuador: Asamblea Nacional.
- Zaninetti., D. J. (28 de Mayo de 2013). *Bicicultura*. Recuperado el 28 de Diciembre de 2010, de <http://www.bicicultura.cl/content/view/1174699/Beneficios-del-uso-de-la-bicicleta.html>

Referencias y Citas Investigadas

- Caos del tránsito vehicular busca remedios en Guayaquil. (09 de julio de 2012). *Diario Hoy*.
- El Universo*. (19 de Abril de 2012). Recuperado el 29 de Mayo de 2013, de www.eluniverso.com
- Embassyecuador*. (2012). Recuperado el 29 de Mayo de 2012, de www.embassyecuador.eu
- BiciQ*. (29 de Mayo de 2013). Recuperado el 29 de Mayo de 2013, de www.biciq.gob.ec
- Revista Exclama*. (2013). Recuperado el 29 de Mayo de 2013, de www.revistaexclama.com
- Alvarado Santiago. (2010). *La Bicicleta*. Lima: Ediciones Ledesma.
- Bergua, & Benaito. (2009). *Aceptacion de la Bicicleta como medio de transporte*. Valencia : Ediciones Negredo.

- Carvajal Horacio. (2008). *Las Bicicletas en el viejo continente*. Madrid.
- Diario El Universo. (21 de febrero de 2011). aa Bicicleta un medio Facil de utilizar. *Seccion Actualidad*, pág. 6.
- DOYLE CLOUD, A. (2006). *LOGISTICA Y CADENAS DE TRANSPORTE MULTIMODAL*. EUA: FEDERAL EXPRESS CORPORATION, EUA.
- H. G. Wells. (s.f.).
- Lopez, J. (01 de Septiembre de 2012). *Ecuador Inmediato*. Recuperado el 29 de Mayo de 2013, de www.ecuadorinmediato.com
- Mejuto Alejandro. (2008). *Distintos Medios de Transporte*. Malaga: Ediciones Diaz de Santos.
- Ramos, A. (2010). *Medios de Transporte Casual*. Málaga: Ed. Reyes.
- Registro Oficial 553. (2002). *Ley 2002-65*. Quito Ecuador: CNT.
- Rodriguez Rico. (2007). *UNA APROXIMACION A LA DEFINICION DE LOS PRINCIPALES CORREDORES DE TRANSPORTE TERRESTRE EN MEXICO*. Mexico D.F.: Centro de Estudios y Experimentación de Obras Públicas (CEDEX).
- Rosado, P. P. (28 de Mayo de 2013). www.efdeportes.com. Recuperado el 01 de Abril de 2009, de www.efdeportes.com
- Zaninetti., D. J. (28 de Mayo de 2013). *Bicicultura*. Recuperado el 28 de Diciembre de 2010, de <http://www.bicicultura.cl/content/view/1174699/Beneficios-del-uso-de-la-bicicleta.html>

Anexos Manual de Funciones

1. Se desarrollara un trabajo en base a los inventarios de repuestos y accesorios que se posea.
2. Se cundiera la estructura de bicicleta que se tenga y la forma que el cliente desee tratando de hacer los requerimientos y gustos del ciclista.
3. Mantener una estructura fija de las actividades que se desea emprender.
4. Mantener la imagen y la característica del negocio que se desea desarrollar siendo una imagen.
5. Preparación de la estructura física de la bicicleta para su desarrollo y puesta de accesorios y materia prima.
6. Accesorio elaborado en base a la estructura, y el desenvolvimiento de los clientes en base al requerimiento.
7. Desglose de todas las partes de la estructura de la bicicleta personalizada por el cliente.
8. Actividades homogéneas a desarrollar en todas las estructura de bicicleta estructurada.
9. El personal deberá de atender el diseño sugerido por el cliente en la personalización de la bicicleta sin menospreciar o agravar el modelo por sus dificultades o carencia de la materia prima.
10. Optimizar los recursos en base a la disposición de materia prima.

Anexo pregunta de Encuestas

¿Cuáles representan el ámbito profesional?

¿Considera Usted que el país desarrolla más en base a sus industrias?

¿Es necesario que el Ecuador invierta en nuevas Industrias?

¿Existe créditos directos, en respaldo a la negociaciones con bicicletas personalizadas?

¿La Marca es una de las principales variables en la negociación?

¿Considera que la personalización en bicicleta incluye un proceso de importación?

¿Considera importante que exista un diseño antes de ensamblaje de bicicleta?

¿Alguna vez conoció bicicletas personalizadas descritas por usted mismo?

¿Existe falta de innovación y tecnología en la Industria de bicicletas personalizadas?

¿Cuáles son las principales ideas para respaldar la creación de la Industria bicicletas personalizadas?