

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

PREVIA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

**INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ENFASIS EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

TEMA:

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA IMPLEMENTAR UNA EMPRESA
DE SERVICIO DE ALQUILER DE BICICLETAS Y RESGUARDO CON
APOYO LOGÍSTICO PARA CICLO PASEOS.**

AUTOR:

FRANKLIN RUBIANES NUÑEZ DEL ARCO

TUTORES:

ING. MARWIN LAVAYEN MARKETING

ING. PAUL JARAMILLO FINANCIERO

AGRADECIMIENTO

Por formación y creencia de cuna, agradezco a Dios el darme las fuerzas y herramientas necesarias para culminar esta meta tan importante en mi vida, a mi familia por ese apoyo incondicional a lo largo de mi carrera, y a esta prestigiosa universidad Ecotec por su incansable lucha en la formación de profesionales de excelencia.

Un agradecimiento exclusivo a mi señora esposa Mariana Isabel Lucio Morales, quien con su apoyo incondicional ha sido el puntal más importante en el inicio, trayectoria y término de mi carrera.

DEDICATORIA

A la memoria de mi Señora madre, Anita María Nuñez del Arco Andrade quien supo inculcarme los valores y virtudes de cuna que hoy rigen en mi vida y que me hacen sentir orgulloso.

ÍNDICE

AGRADECIMIENTO	2
INDICE	3
INTRODUCCIÓN	8
Tema	9
Antecedentes	9
Definición del Problema	11
Marco Teórico	13
Justificación	16
Objetivos	17
Objetivo general	17
Objetivos específicos	17
Alcance o Tipo de Investigación	18
Aspecto innovador del proyecto	18

CAPÍTULO 1: ADMINISTRACIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL PROYECTO

Información General de la empresa	19
Razón Social	
Nombre Comercial	
R.U.C.	
Dirección, teléfonos, correo electrónico.	
Constitución Jurídica (Sociedad Anónima, Compañía Limitada)	
Fecha de Constitución e inicio de operaciones	
Representantes Legales (Presidente y Gerente General)	
Capital Social (Suscrito y pagado)	
Listado de Accionistas (Nombre, nacionalidad, % de participación)	

1.2	La administración	20
1.2.1	Organigrama.....	20
1.2.2	Manual de Funciones.....	21
1.2.3	Cronograma de ejecución.....	27
1.3	Plan estratégico	28
1.3.1	Valores corporativos.....	28
1.3.2	Misión.....	29
1.3.3	Visión.....	29
1.3.4	Objetivos estratégicos.....	29
2	CAPÍTULO II- MERCADEO Y COMERCIALIZACIÓN	30
2.1	Segmentación.....	30
2.1.1	Posicionamiento.....	34
2.1.2	Grupo objetivo.....	34
2.2	Análisis Macroeconómico	34
2.2.1	Sector Económico.....	34
2.2.1.1	Económicas.....	35
2.2.1.2	Políticas Legislativas.....	35
2.2.1.3	Sociales.....	35
2.2.1.4	Ambientales.....	35
2.2.2	Clasificación del producto o servicio.....	36
2.2.3	Análisis de Concentración de la Industria.....	36
2.2.4	Análisis de Madurez de la Industria.....	36
2.2.5	Análisis de Atractividad de la Industria.....	36
2.2.5.1	Amenazas de nuevos ingresos.....	37
2.2.5.2	Poder de negociación de clientes.....	38
2.2.5.3	Productos sustitutos.....	38

2.3	Mercado Histórico	39
2.3.1	Tipo de Mercado.....	39
2.3.2	Demanda histórica.....	39
2.3.3	Oferta histórica.....	39
2.4	Mercado del Proyecto	40
2.4.1	Submercados.....	40
2.4.1.1	Proveedores.....	40
2.4.1.2	Competidores.....	41
2.4.1.3	Canales de Distribución.....	41
2.4.1.4	Consumidores (Mercado meta).....	42
2.4.2	Estrategia Comercial.....	42
2.4.2.1	Características del producto.....	42
2.4.2.2	Ciclo de vida.....	44
2.4.2.3	Marca (Logotipo, eslogan).....	44
2.4.3	Precio de venta.....	45
2.4.4	Promoción.....	45
2.4.5	Plaza (lugar y estrategias de distribución y canales).....	45
2.5	Proyección de mercado	46
2.5.1	Objetivos de la Investigación de mercado.....	46
2.5.2	Metodología a utilizarse.....	46
2.5.3	Métodos de Investigación.....	47
2.5.3.1	Grupos Focales.....	47
2.5.3.2	Encuestas.....	48
2.5.4	Conclusiones de la investigación de mercado.....	64

2.6	Análisis Sectorial.....	65
2.6.1	Análisis FODA.....	65
2.6.1.1	Factores internos claves.....	65
2.6.1.2	Factores Externos claves.....	66
2.6.1.3	Matriz interna y externa.....	67
2.6.1.4	Estrategias FODA.....	68
2.6.2	Calificación de Riesgo.....	69
2.6.2.1	Tabla de Riesgo.....	69
2.6.2.2	Calificación de Riesgo del Mercado.....	69
3	CAPÍTULO III - ASPECTOS TECNOLÓGICOS DEL PROYECTO	
3.1	Matriz de Impacto ambiental.....	70
3.2	Proceso productivo.....	72
3.3	Capacidad de producción.....	72
3.4	Capacidad instalada.....	72
3.5	Capacidad utilizada.....	73
3.6	Estimación de ventas.....	74
3.7	Costos operativos.....	76
3.7.1	Costos directos.....	77
3.7.2	Costos indirectos.....	78
3.8	Inversiones del proyecto.....	79
3.8.1	Activos fijos.....	79
3.8.2	Capital de trabajo.....	80
3.8.3	Depreciaciones.....	81
3.9	Financiamiento.....	82
3.9.1	Tabla de Amortización del Crédito.....	82

4	CAPÍTULO IV- EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO	
4.1	Estado de Resultados Proyectado.....	83
4.2	Flujo de Caja Proyectado.....	84
4.3	Balance General Proyectado.....	85
5	CAPÍTULO V- EVALUACIÓN DEL PROYECTO	
5.1	Análisis de Costo Unitario.....	86
5.2	Análisis Financiero.....	88
	a. Índices Financieros.....	88
	b. Ratios Financieros.....	89
	c. Índices de Riesgo Financiero.....	91
	d. Razones Financieras.....	93
5.3	Análisis de Sensibilidad.....	96
	a. Escenario Proyectado.....	98
	b. Escenarios Propuestos.....	99
5.4	Conclusiones.....	100
5.5	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	102
5.6	ANEXOS.....	104

Introducción

Este proyecto trata sobre la creación de una empresa que brinde servicio de alquiler de bicicletas y resguardo con apoyo logístico para ciclo paseos en la ciudad de Guayaquil, esta idea surge debido al notable crecimiento de activistas en esta ciudad, demostrándonos un cambio radical en la cultura guayaquileña; y a su vez muestra una creciente oportunidad de negocio.

La capital de nuestro país, la ciudad de Quito, ha adoptado rápidamente costumbres que se han desarrollado en otras partes del mundo como Japón y China, quienes utilizan la bicicleta como un medio de transporte urbano y de forma segura. Con ayuda del municipio, en la ciudad de Quito se ha hecho tan popular el uso de la bicicleta mediante programas de ciclo paseos familiares.

Hoy por hoy la cultura guayaquileña también está sufriendo una transformación que se demuestra con la creación de organizaciones (activistas que fomentan ciclo paseos) como Lostbikers, Ecuador Aventura entre otros, y los cambios en infraestructuras de nuestra ciudad acompañado al ofrecimiento del cabildo porteño con la implementación de ciclo vías en diferentes partes de la ciudad.

- **Tema de Investigación**

Estudio de factibilidad para implementar una empresa de servicio de alquiler de bicicletas y resguardo con apoyo logístico para ciclo paseos.

- **Antecedentes**

El ciclismo es un deporte de mucha adrenalina, exigencia y gran esfuerzo físico, para su práctica en ámbitos profesionales se requiere de una intensa preparación tanto física como alimentaria, pero no solo los profesionales acceden al ciclismo como un deporte, por lo general las personas lo practican de forma no profesional como fuente para perder peso, tonificar músculos o simplemente combatir estrés.

La ciudad de Quito, ciudad principal promotora de Ciclo paseos Familiares en el Ecuador, con gran acogida se desarrolla esta actividad que rápidamente se está trasladando a esta ciudad de Guayaquil.

Hoy existen grupos activistas quienes en agrupaciones de 30 a 40 personas recorren las calles de la ciudad todos los días especialmente en horarios nocturnos de 08 a 10 PM, estos grupos están integrados por hombres, mujeres y niños de aproximadamente entre diez hasta cuarenta o cincuenta años de edad.

La creciente demanda está obligando a la ciudad a prepararse proporcionándonos lugares adecuados como podemos apreciar en la siguiente cita (Diario Hoy 20 abril 2012) publicó lo siguiente:

“El Día Mundial de la Bicicleta, festividad internacional celebrada ayer, fue la ocasión escogida por el Municipio de la ciudad para realizar el lanzamiento del proyecto Bici-Ruta Guayaquil, que impulsa el Cabildo.” “...El proyecto Bici-Ruta Guayaquil constará con ocho circuitos que se entrelazan a través de 30 km, cada uno entre 1,76 km y 6,95 km de distancia.”

Imagen # 1



Fuente: Diario Hoy

Una de las empresas que podemos apreciar que cuyo giro de negocio guarda relación con este proyecto es PachaBikers, empresa familiar con domicilio en la ciudad de Quito, que se dedica a ofrecer recorridos turísticos “Ciclismo de Montaña”, cuyo contacto se aprecia en la web <http://pachabikers.com/contactanos.php>.

En esta ciudad de Guayaquil no existe una empresa legalmente constituida que se dedique a ofrecer este tipo de servicios, pero se puede apreciar como competencia directa al club Ecociclismo Ecuador Aventura, quién frente a una gran demanda, organiza eventos de ciclismo familiar dentro de la ciudad y turístico fuera de ella, su organización se puede apreciar en la siguiente dirección web: <http://www.ecuadoraventura.org/>.

La matriz de la empresa será en Samanes VII Mz 2247 Villa 14 sector escogido por encontrarse cerca del parque Samanes, actualmente en construcción, que se considerará el más grande de la ciudad de Guayaquil, proyectado la finalización de la primera fase para finales de este año, según indica el Presidente Econ. Rafael Correa Delgado. (El Comercio Edición Miércoles 19 septiembre 2012 Pg. 3.)

- **Problema:**

La alta exigencia laboral, el sedentarismo afecta a nuestro tiempo y no nos permite que dediquemos lo suficiente para afinar detalles como mantenimientos de los vehículos a pedal y a esto se suma la falta de lugares responsables que brinden el servicio de mantenimientos mecánicos de los vehículos a pedal.

La inseguridad en las calles, la inexperiencia en conducción por vías y carreteras la falta de soporte logístico que solventa cualquier necesidad sea esta de hidratación primeros auxilios básicos o mecánicos, como un desperfecto mecánico o una llanta desinflada etc, no contribuyen positivamente con la orientación que actualmente la sociedad se está enfocando con el fin de fomentar actividades de salud para las familias ecuatorianas y a su vez contribuir con reducción de contaminación ocasionada por los gases de efecto invernadero producidos por los vehículos a motor.

Este problema lógicamente crea una oportunidad de negocio que nos permita solventar estas necesidades brindando vehículos a pedal en perfectas condiciones, establecer rutas de ciclo paseo en diferentes tramos y distancias, abastecimiento de bebidas de hidratación y seguridad mediante contactos por radio. Con alianzas estratégicas podríamos contribuir con el turismo local.

En un breve sondeo realizado el martes 11 de septiembre del 2012 a 10 personas miembros de la agrupación lostbikers revelo los siguientes datos:

5 de cada 10 personas tienen una bicicleta en casa.

8 de cada 10 personas consultadas, sus familias se componen por más de 3 integrantes.

8 de cada 10 personas prefieren horario de 5 pm a 9 pm para salir en ciclo paseo familiar.

El sondeo realizado nos hace plantear las siguientes interrogantes:

¿Cada miembro de una familia tendrá a disposición una bicicleta en óptimas condiciones para realizar un ciclopaseo?

¿Será factible brindar en alquiler un vehículo a pedal en un punto denominado cliclovía en la ciudad de Guayaquil?

- **Marco Teórico.**

La Historia de la Bicicleta: es difícil precisar los indicios sobre la creación de la bicicleta, podemos encontrar en los sitios web débiles indicios de información que sostiene que, mediante testimonios antiguos este vehículo se remonta a las antiguas civilizaciones de Egipto, China e India. En una obra literaria de (Tosone, A. marzo del 2004) titulada “Vida de Artista Leonardo” se puede apreciar el boceto de un dibujo muy similar a una bicicleta en una mezcla de arte y tecnología, en él lo llama “El Celebre dibujo (Falso) de una bicicleta” hallado durante la restructuración de una página de Códice Atlántico.

En la dirección Web www.Mundocaracol.com podemos encontrar un detalle cronológico del cual se extrae breve reseña: El 1816, Dandy Horse de origen Alemán se le atribuye el primer vehículo no a pedal de dos ruedas con dispositivo de dirección impulsado con los pies, esta máquina se la denominó daraisiana, en 1839 Kirkpatrick Macmillan añadió palancas de conducción con dos pedales, en 1861 Ernest Michaux decidió dotar de unos pedales a la rueda delantera de una vieja draisiana e hizo un viaje de ida y vuelta de 226 Km hasta Glasgow se la denominó el Velocípedo de Michaux.

En 1885 John Kemp Starley creó la llamada bicicleta de seguridad, introduciendo la rueda delantera más pequeña, los rodamientos propulsados por una cadena y los frenos. Es decir, inventó la primera bicicleta con muchas similitudes a la que hoy en día todos conocemos.

Este vehículo a pedal en la actualidad es muy popular en países desarrollados como Japón y China, el crecimiento demográfico en combinación con esfuerzo por eliminar la contaminación que produce los vehículos a motor han promovido el uso de la bicicleta sin discriminar su estatus social.

En el Ecuador ha tomado fuerza en los dos últimos años, la conciencia ecológica sumada a los beneficios físicos y cardiovasculares que representa el uso de la bicicleta se ha introducido en la mente de los ecuatorianos, desarrollándose con mayor fuerza en la ciudad de Quito, principal promotora de ciclopaseos familiares. Aquí encontraremos empresas dedicadas al servicio de renta y alquiler de bicicletas tanto de ruta como el de montaña como es el caso de la empresa familiar antes citada Pachabikers <http://www.exploradorlatino.com/publicaciones-ecuador-gratis.php?prov=8&pub=76>

Los beneficios físicos son múltiples, los expertos reconocen como la mejor forma de realizar aeróbicos, quemar calorías y ejercitar su fitness (actividad física de movimientos repetitivos que se sigue para mantener el cuerpo en buenas condiciones), el libro titulado Bicicleta Salud y Ejercicio por Chris Carmichael cita: “El ciclismo es una de las actividades más idóneas para mejorar el Fitness cardiovascular.” A esto se le atribuye como terapia de anti stress y tonificación muscular.

La conciencia ecológica se ha expandido hasta la ciudad de Guayaquil donde podemos observar el crecimiento de activistas que impulsan ciclo paseos y paseos turísticos. Aquí nace la idea para el estudio de factibilidad para la creación de una empresa que brinde servicio de alquiler de bicicletas y resguardo con apoyo logístico para ciclo paseos.

Para introducirnos en el desarrollo del proyecto primero debemos dejar claro que es un estudio de factibilidad, que según Marcial Córdova Padilla en su libro titulado Formulación y Evaluación de Proyectos define: “El análisis del entorno (demográfico, cultural, tecnológico) donde se sitúa la empresa y del proyecto que se evalúa implementar es fundamental para evaluar las variables controlables y no controlables.”

Una definición personal sobre el estudio de factibilidad es: el análisis de los diferentes escenarios que nos permita evaluar el impacto de un proyecto y si es viable implementarlo.

- **Justificación:**

La inseguridad tanto vial como física, la inexperiencia de las personas en conducción de vehículos a pedal por vías y carreteras, el uso de bicicletas inapropiadas o en mal estado para este tipo de travesía y la dificultad de encontrar con puntos de hidratación.

Esto da una oportunidad de negocio en un mercado virgen en la ciudad de Guayaquil, la sociedad se está orientando a la eliminación de contaminación y al promover deporte en paseos cortos y familiares con un enfoque de salud a las personas.

Es conveniente para las personas el alquiler de este tipo de vehículos a pedal despreocupándose por lo mantenimientos y otros riesgos que conllevan el poseer un vehículo a pedal para cada miembro de familia, esto brinda la oportunidad a cualquier persona que no tiene acceso a una bicicleta propia para este tipo de actividad tenga una.

La investigación coadyuva a la mejora de calidad de vida de la sociedad que permitirá obtener datos estadísticos medibles en términos médicos con respecto a la salud de la población.

Relevancia Económica: Fomenta el Turismo, por ende el consumo y promueve actividad económica de manera saludable.

Relevancia Ecológica: Cada día que un grupo realice un ciclopaseo familiar corresponde a un día menos de contaminación ambiental mediante las emisiones de gases de efecto invernadero.

- **Objetivos.**

- **Objetivo general:**

Realizar el estudio de factibilidad que permita analizar y realizar la creación de una empresa que brinde servicio de alquiler de bicicletas y resguardo con apoyo logístico para ciclo paseos.

- **Objetivos específicos**

Objetivos específicos del estudio

- Evaluar los niveles de demanda en el mercado para la implementación de la empresa.
- Evaluar la factibilidad técnica administrativa que permita la ejecución del proyecto de alquiler de bicicletas y resguardo con apoyo logístico para ciclo paseos en la ciudad de Guayaquil.
- Determinar la estrategia comercial para la sostenibilidad financiera del proyecto.

- **Alcance o tipo de Investigación**

El tipo de investigación que se implementara para el estudio investigativo son: del tipo descriptivo, cualitativo y cuantitativo, en búsqueda de un nivel de confianza del 95% con un margen de error del 5% de la población de la ciudad de Guayaquil.

- **Aspecto innovador**

El alquiler de vehículos a pedal apropiados para ciclopaseos familiares en tres puntos estratégicos por estar cerca de cliclovías dentro de la ciudad de Guayaquil, para ciclopaseos turísticos con apoyo logístico mediante una unidad móvil, con apoyo mecánico primeros auxilios básicos y guía de ciclopaseo se pretende incluir alianzas estratégicas para puntos de llegada y para volver sostenible la rentabilidad del proyecto se puede incluir ingresos por servicios publicitarios.

1 Capítulo I: Administración y planificación del proyecto

1.1 Información General de la Empresa

- Razón social: “Vive Aventura S.A.”
- Nombre comercial “Aventura en bicicleta”
- R.U.C. 0914258314001

- La empresa Vive Aventura S.A. tendrá su domicilio en la ciudad de Guayaquil, provincia del Guayas situada en Samanes VII Mz 2246 Villa 14.

- Teléfonos: Oficina: 2-200641 Celular: 0996472209 Correo electrónico: franklinrubianes@gmail.com

- Constitución Jurídica: La Empresa Vive Aventura S.A. se enmarcará como pequeña empresa de capital privado, su constitución jurídica será de Sociedad Anónima regida por la Súper Intendencia de compañías

- La Compañía Vive Aventura S.A. dará inicio a sus operaciones comerciales en Mayo del 2013.

- La representación legal de la compañía será precedida por el Sr. Franklin Rubianes Nuñez del Arco, con domicilio en la ciudad de Guayaquil provincia del Guayas, en calidad de Gerente General.

- Capital social suscrito \$800,00 con un capital pagado del 50%.

- Listado de Accionistas

(Tabla # 1)

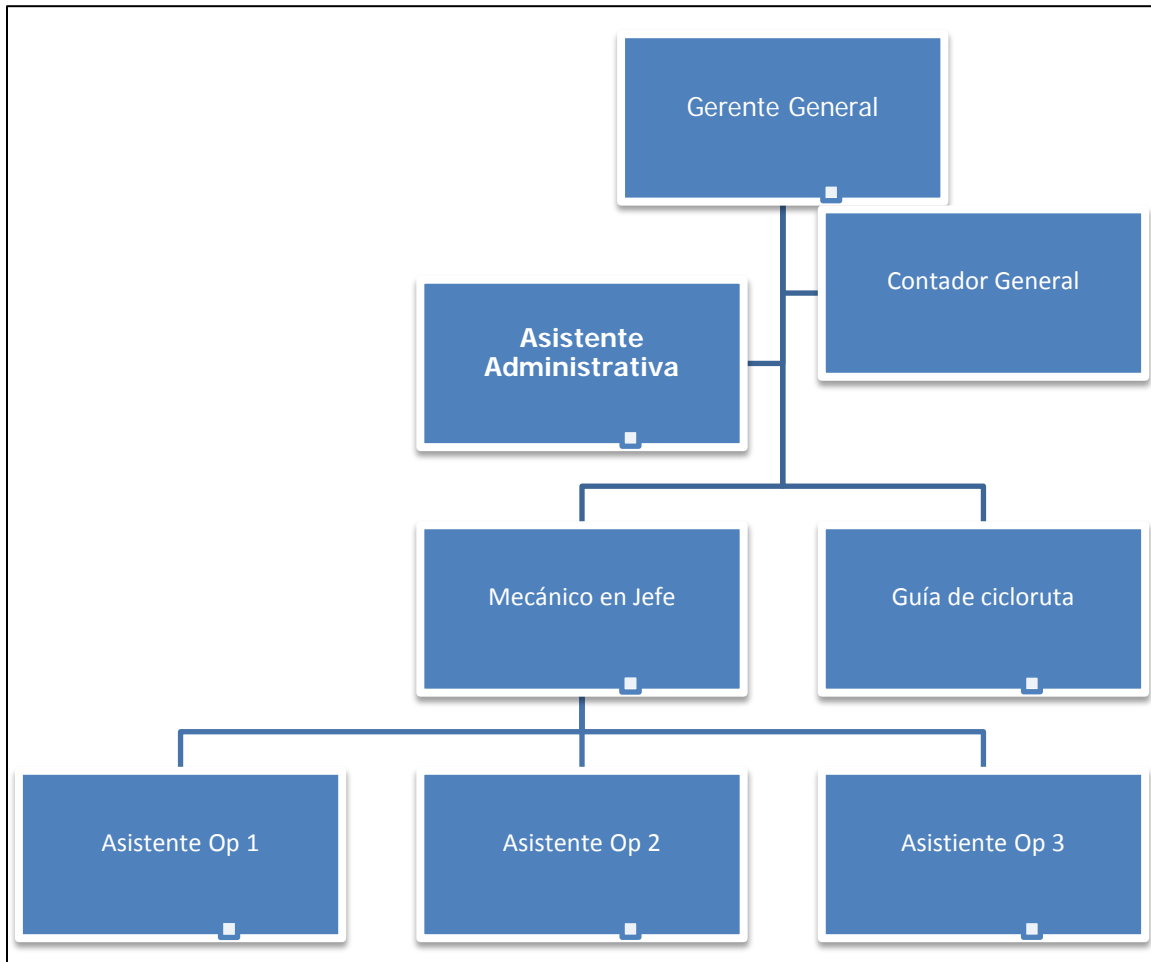
Detalle de Acionistas Vive Aventura S.A.		
Nombre	# Acciones	% Participación
Franklin Rubianes Nuñez del Arco	320	53.33%
Abel Stalin Lucio Morales	280	46.67%
Total	600	100.00%

Fuente: El autor.

1.2 La administración

1.2.1 Organigrama

(Grafico # 1)



Fuente: El autor.

1.2.2 Manual de Funciones

Nombre del cargo:	Gerente / Propietario
Dependencia:	Área Administrativa / Operativa
Número de Cargos	1
Reporta a:	Junta de accionistas

Requisitos Mínimos

Egresado en Administración de Empresas, alto nivel de liderazgo, conocimientos intermedios de Inglés

Conocimientos leves en mecánica orientada a bicicletas.

Objetivo principal

El cargo debe ser ocupado por el mayor accionista de la empresa y se encargará del proceso de administrativo: Planificación, Organización, Dirección y control de toda la operación de la empresa

Función principal:

- Establecer las estrategias del mercado para posicionar la empresa en la mente de los ciudadanos y definir las políticas de la empresa.
- Encargarse de la logística y distribución de vehículos a pedal en los diferentes puntos estratégicos

Competencias del cargo

- Trabajo bajo presión
- Trabajo en equipo.
- Orientación a resultados y logros
- Liderazgo y pensamiento Analítico.
- Habilidad numérica

Nombre del cargo: Asistente Administrativa
Dependencia: Área Administrativa
Número de Cargos 1
Reporta a: Gerente General

Requisitos Mínimos

Cursando últimos años en Administración de Empresas, alto nivel de liderazgo, conocimientos intermedios de Ingles 70% Speaking and Writing

Objetivo principal

Asistir al Gerente General de la compañía.

Funciones principales:

- Organizar de la Agenda Diaria, semanal y mensual del Gerente General
- Coordinar la logística, distribución y despacho de repuestos.

Competencias del cargo

- Trabajo bajo presión
- Trabajo en equipo.
- Orientación a resultados y logros
- Liderazgo
- Toma de decisiones
- Facilidad de comunicación
- Habilidad numérica

Nombre del cargo: Contador General
Dependencia: Área Administrativa
Número de Cargos 1
Reporta a: Gerente General

Requisitos Mínimos

Estudios completos en CPA. Ing. Comercial, alto nivel de liderazgo.

Objetivo principal

Encargarse de la contabilidad de la Compañía.

Funciones principales:

- Reportes contables, cuadros de caja, trámites con el Servicio de Rentas Internas y pago de nómina de trabajadores.

Competencias del cargo

- Trabajo bajo presión
- Trabajo en equipo.
- Orientación a resultados y logros
- Liderazgo
- Toma de decisiones
- Facilidad de comunicación
- Habilidad numérica

Nombre del cargo: Mecánico en Jefe
Dependencia: Área Operaciones
Número de Cargos 1
Reporta a: Gerente General

Requisitos Mínimos

Bachiller Mecánico, conocimientos en mecánica con enfoque a bicicletas

Objetivo principal

Reparación de Bicicletas.

Funciones principales:

- Mantenimiento y reparación de bicicletas

Competencias del cargo

- Trabajo bajo presión
- Trabajo en equipo.
- Orientación a resultados y logros
- Liderazgo

Nombre del cargo: Guía de cicloruta
Dependencia: Área Operaciones
Número de Cargos 1
Reporta a: Gerente General

Requisitos Mínimos

Bachiller Mecánico, conocimientos en mecánica con enfoque a bicicletas.

Conocimientos geográficos de zonas turísticas.

Objetivo principal

Guiar los ciclopaseos dentro y fuera de la ciudad.

Funciones principales:

- Guía, Mantenimiento y reparación emergentes

Competencias del cargo

- Liderazgo
- Trabajo bajo presión
- Trabajo en equipo.
- Orientación a resultados y logros

Nombre del cargo: Asistente Op.
Dependencia: Área Operaciones
Número de Cargos 4
Reporta a: Mecánico en Jefe

Requisitos Mínimos

Bachiller, conocimientos básicos en mecánica con enfoque a bicicletas

Objetivo principal

Administrador de un punto de alquiler de Bicicletas y Reparación básica de Bicicletas.

Funciones principales:

- Atención al cliente Mantenimiento y reparación básicas de bicicletas

Competencias del cargo

- Trabajo bajo presión
- Trabajo en equipo.
- Orientación a resultados y logros

1.2.3 Cronograma de Ejecución

ACTIVIDADES	Mes 1									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ESTUDIO DE MERCADO	x	X	X	X	X	X	X			
Elaboración encuestas	X									
Prueba encuestas		X								
Corrección encuestas			X							
Encuesta				X	X	X	X			
Tabulación					X					
Análisis de datos					X	X	X			

ACTIVIDADES	Mes 1																																		
	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31														
Sacar Ruc	X																																		
Constitución empresa	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		
Definir nombre del negocio				X	X																														
Formularios de Constitución							X	X	X																										
Apertura cuenta bancaria										X	X	X																							
Elaboración volantes											X	X	X	X																					
Afiliación cámara de comercio														X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	

ACTIVIDADES	MES 2																			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Constitución empresa	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Búsqueda de local	X	X	X																	
Alquiler de locales				X																
Adecuaciones internas					X	X	X	X	X	X	X	X	X							
Adecuaciones externas															X	X	X	X	X	X
Instalación de letrero																		X	X	X

ACTIVIDADES	MES 2										MES 3														
	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Constitución empresa	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Permisos municipales	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X													
Permisos de bomberos					X	X	X	X	X	X	X														
Compra de Mobiliario							X	X	X																
Compra de bicicletas y equipos							X	X	X	X	X														
Entrevistas												X	X												
Pruebas														X	X										
elección del personal																	X	X							
Contratación																		X	X						
Legalizar contratos MRL, IESS																				X	X	X	X		
Inauguración																									X

1.3 Plan Estratégico

1.3.1 Valores corporativos:

La empresa se forjará en firmes bases que rigiéndose en una cultura organizacional basada en los siguientes valores corporativos:

Valores	Descripción
Honestidad	Es un pilar importante en nuestras vidas, nos fortalece como personas y nos permite presentar una imagen responsable e intachable al cliente.
Actitud	Forma de comprometerse con la compañía, solo demostrando una actitud positiva a los demás podemos desempeñarnos mejor y demostrar las fortalezas de la empresa.
Eficiencia	Contar con personal capacitado para resolver cualquier inquietud y/o problemas que se presenten, utilizando los recursos de manera eficaz para satisfacer las necesidades del cliente.
Disposición de Servicio	Voluntad de servicio orientado al cliente, ayudar de manera amable y dinámica.

1.3.2 Misión:

Ser una compañía dedicada a proveer vehículos a pedal en óptimas condiciones a la población de la ciudad de Guayaquil, promover actividades deportivas que beneficien en salud a la sociedad y contribuir con reducción de gases de efecto invernadero.

1.3.3 Visión:

Llegar a ser la primera opción en las mentes de los guayaquileños en el servicio de alquiler de bicicletas en óptimas condiciones para enero del 2014

1.3.4 Objetivos estratégicos

Establecer una estrategia comercial creciente utilizando todos los medios necesarios para promover nuestra compañía y nuestros servicios inicialmente a bajos costos a través de las redes sociales, medios de comunicación, noticias y hojas volantes en universidades, con la finalidad de ser la primera opción para el cliente en el alquiler de vehículos a pedal con conciencia ecológica.

Buscar financiamiento en empresas grandes como: Claro, CNT (Corporación Nacional de Telecomunicaciones), Claro, Movistar, Coca Cola entre otras ofreciendo Publicidad para sus marcas.

Fomentar ciclopaseos nocturnos familiares una vez por semana, identificando los días de menos demanda.

2 CAPÍTULO II- MERCADEO Y COMERCIALIZACIÓN

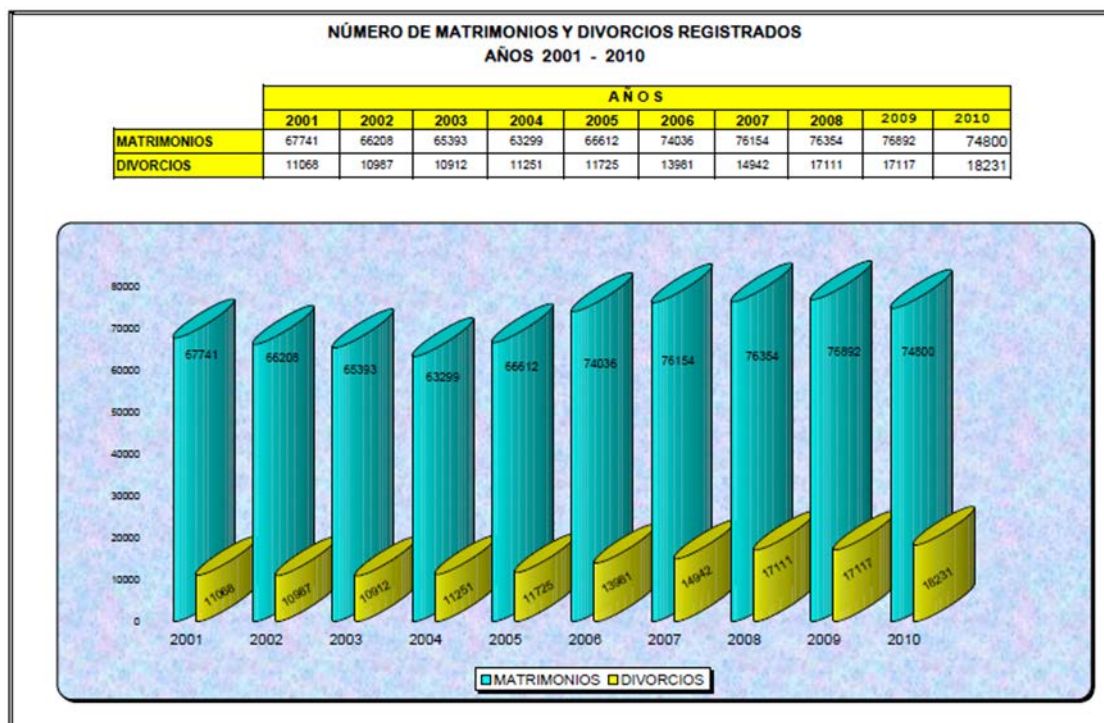
2.1 Segmentación

El proyecto está enfocado en el segmento de mercado de consumo y se subdividirá en dos grupos:

Ciclopaseos familiares: Un mercado heterogéneo dentro de una categoría principiantes – novatos, compuesto por familias con un tamaño de 2 integrantes en adelante con edades comprendidas entre 10 a 45 años de edad, de la ciudad de Guayaquil, religión, etnia, nacionalidad indistintos.

Según datos estadísticos del INEC podemos observar un notable crecimiento de las familias a nivel nacional con una tendencia muy superior al índice de divorcios acorde al siguiente cuadro.

(Grafico # 2)



Anuario de Estadísticas Vitales: Matrimonios y Divorcios - INEC - 2010

Ciclopaseos Turísticos: con un enfoque a grupos grandes, amigos y familiares, enmarcado en la categoría de pre expertos y expertos cliente de mayor resistencia física, edades comprendidas entre 18 a 45 años.

Psicográfica: los dos segmentos compuestos con un estilo de vida activa, integradora le guste el deporte y diversión.

Conductuales: consumo y ocasionales de compra en base a sus beneficios, con actitud entusiasta.

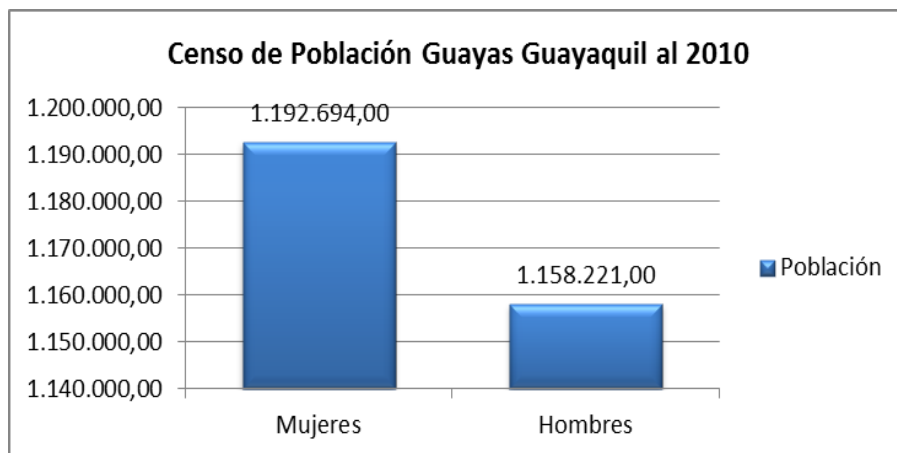
Población Guayaquil: en referencia al último censo poblacional realizado a Diciembre del 2010 se estableció que la Provincia del Guayas, en la ciudad de Guayaquil está compuesta por un total 2'350,915 personas con división de género según siguiente detalle:

(Grafico # 3)



Fuente: INEC.

(Grafico # 4)



Fuente: El autor "datos obtenidos del INEC"

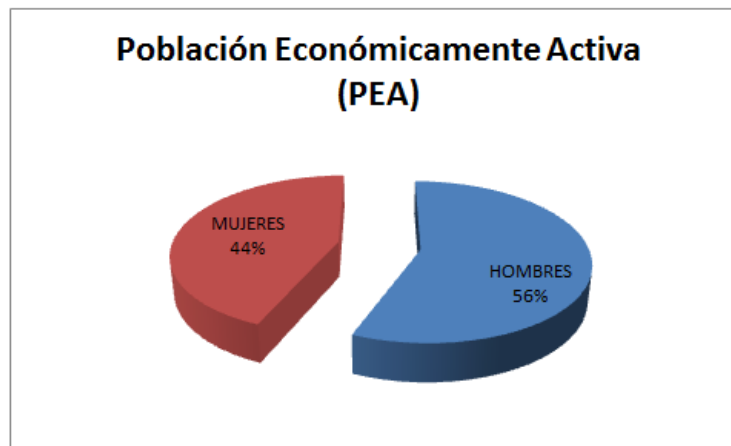
Composición de Población económicamente activa

(Tabla # 2)

SEGMENTACIÓN DEL MERCADO LABORAL	GUAYAQUIL		
	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
SEGMENTACIÓN DEL MERCADO LABORAL	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
Población Económicamente Activa (PEA)	1,195,290	672,803	522,487
Ocupados	1,120,221	633,517	486,704
Sector Formal	483,223	295,446	187,777
Sector Informal	589,101	326,930	262,171
No Clasificados por sectores	7,297	5,544	1,753
Servicio Doméstico	40,599	5,596	35,003
Desocupados	75,070	39,286	35,783

Fuente: Inec. <http://www.inec.gob.ec/estadisticas/>

(Grafico # 5)



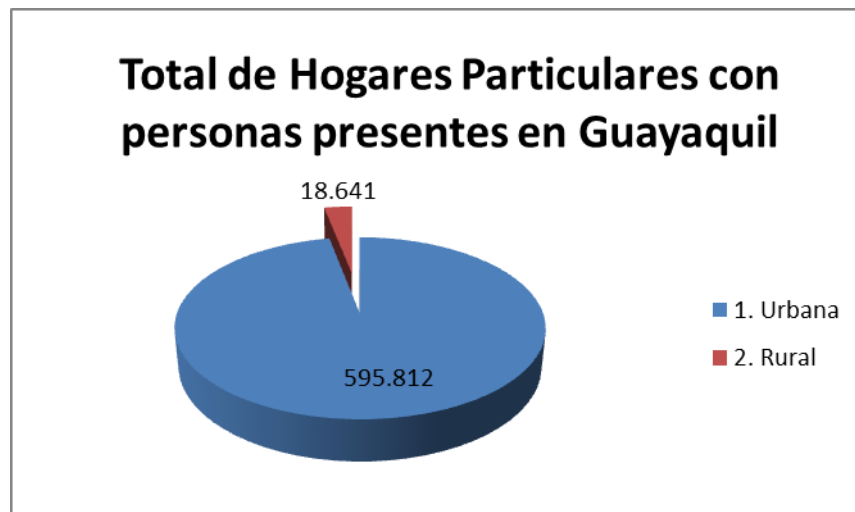
Fuente: El autor "datos obtenidos en el Inec"

Composición de los hogares en la ciudad de Guayaquil.

(Tabla # 2)

Total de Hogares Particulares con personas presentes por áreas: Según Provincia y Cantón				
Provincia	Nombre del Cantón	1. Urbana	2. Rural	Total
Guayas	GUAYAQUIL	595,812	18,641	614,453

(Grafico # 6)



Fuente: El autor "datos obtenidos en el Inec"

En este gráfico apreciamos que la concentración de hogares en la ciudad de Guayaquil se encuentra en la zona urbana, por lo tanto se considera orientado el negocio hacia esta.

2.1.1 Posicionamiento

Llegar a posicionarnos en la mente del consumidor como una empresa sólida y segura en ofrecer servicio de alquiler de bicicletas con resguardo y apoyo logístico para ciclopaseos familiares y turísticos, como la opción sana para en entrenamiento en la ciudad de Guayaquil.

2.1.2 Grupo objetivo

Personas amantes al deporte y adrenalina con espíritu de aventura que busquen sana diversión hombres y mujeres con edades entre 18 a 45 años dentro de un nivel socio-económico medio-Alto (ingresos de 3000 dólares por familia), Medio Típico (ingresos de 1500 dólares por familia) y Medio-Bajo (1000 dólares por familia)

2.2 Análisis Macroeconómico

2.2.1 Sector Económico

La ciudad de Guayaquil, una de las ciudades con mayor desarrollo económico en el Ecuador, presentan grandes transformaciones en su infraestructura. El gobierno y el Municipio toman parte activa en estos cambios turísticos con expansión a zonas del Norte y sur de la ciudad construyendo áreas verdes y vías como las ciclorutas.

A nivel social: los ciudadanos de Guayaquil presentan un notable cambio en la cultura del ciclismo visible en medios de comunicación e impulsados por el Municipio.

Dentro del análisis del sector económico podemos señalar algunas variables externas que influyen de forma positiva y negativa para la implementación del proyecto.

2.2.1.1 Económicas

Resaltando la parte positiva se contribuye con la economía local y se fomenta el turismo.

2.2.1.2 Políticas Legislativas

En lo positivo el creciente apoyo Gubernamental y Municipal fomentando el deporte.

Negativo: leyes y regulaciones cambiantes que generen impuestos que dificulten la sostenibilidad rentable del negocio.

2.2.1.3 Sociales

Se fomenta la práctica deportiva orientada a la salud de los ciudadanos y compartir tiempos de calidad entre familias y amigos.

Negativo: se está expuesto al robo debido a la mala conducta social que no se ha podido erradicar de la sociedad.

2.2.1.4 Ambiental

Se impulsa a un deporte que no fomenta la contaminación ambiental por gases de efecto invernadero, debido a que son vehículos a pedal y no a motor.

Negativo: Aún persiste el mal manejo de desperdicios por parte de los ciudadanos debido a que no se ha desarrollado una profunda cultura ambiental en la población.

2.2.2 Clasificación del producto o servicio

Las empresas se clasifican dependiendo el tipo de actividad que ejerzan. En el caso de Vive Aventura S.A., está enmarcada dentro del concepto de empresa de servicios, y según su uso a nivel personal o en los hogares: bienes de comparación o bienes de compra comparada.

2.2.3 Análisis de Concentración de la Industria

Este mercado es amplio y heterogéneo como empresa entramos a romper el mercado en la ciudad de Guayaquil, pero el giro del negocio se puede comparar con la compra directa del vehículo a pedal y por grupos activistas que empíricamente impulsan esta actividad restando participación en el mercado, por lo tanto esta industria se enmarca en industria concentrada.

2.2.4 Análisis de Madurez de la Industria

A pesar de que en el mercado no hay una empresa que brinde este tipo de servicio en la ciudad de Guayaquil, la bicicleta ya es de dominio popular con una creciente demanda por lo tanto la empresa entraría en el mercado en una etapa de crecimiento de la industria.

2.2.5 Análisis de Atractividad de la Industria

Basándonos en el esquema del modelo de 5 fuerzas de Porter se puede definir lo siguiente:

Análisis de variables

Variable	Concepto
Barreras de entrada	En este tipo de industria las barreras de entrada se muestran a nivel de ordenanzas municipales y el uso de áreas públicas en áreas verdes.
Barreras de salida	En caso de cierre inminente los vehículos a pedal fácilmente serían rematados en comercios populares como bahía.
Economías de escala	Esta industria no se maneja por volumen de producción.
Curva de experiencia	Se necesita tener conocimientos básicos sobre la industria
Costos de Transporte	La industria es sensible en el caso de incrementos de transporte en su línea de ciclopaseos turísticos.
Diferenciación del Producto	En la industria del entretenimiento existen muchas opciones como productos sustitutos, pero en la ciudad de Guayaquil no existe el servicio de alquiler de bicicletas en óptimas condiciones que fomenten los ciclopaseos optimizando el tiempo del cliente.

2.2.5.1 Amenazas de nuevos ingresos:

Las barreras de entrada bloquearían un poco al ingreso de nueva competencia, al menos en la estrategia de ubicación del punto de venta, pero en referencia a productos sustitutos se lo identificaría como amenaza no controlable.

2.2.5.2 Poder de negociación del Proveedores:

El poder de los proveedores es escaso debido a que existe una amplia industria de repuestos y artículos para bicicletas, a esto se suman regulaciones sobre los precios de venta al consumidor y esto brinda una gran ventaja sobre el proveedor porque se lo puede cambiar fácilmente.

2.2.5.3 Poder de negociación de clientes:

El cliente definitivamente tiene el poder de decisión, debido a que los mercados buscan nuevas opciones, por lo tanto el cliente tiene la facilidad de cambiar de proveedor y buscar productos sustitutos.

2.2.5.4 Productos sustitutos

Dentro de industria de entretenimiento existe una gran variedad, desde la televisión, películas y más. Este servicio es susceptible a la elección del cliente.

2.3 Mercado Histórico

2.3.1 Tipo de Mercado

Dentro del mercado se considera como oligopolio debido a la gran concentración de demandantes y poco oferentes

2.3.2 Demanda histórica

Es conocido en la historia que el uso de la bicicleta como medio de recreación es popular, esta demanda se ve restringida en las familias por el número de integrantes que la componen y el número de unidades a pedal disponibles para cada uno ellos.

Esto poco a poco ha desplazado su uso, hoy por hoy esta cultura bajo conciencia social se está retomando y ampliando en la ciudad de Guayaquil. El tiempo que se debe invertir en detalles mecánicos permite que fácilmente el cliente se decida en productos sustitutos.

2.3.3 Oferta histórica

En relación al servicio de alquiler de bicicletas se puede observar su desarrollo en países europeos o asiáticos, en el Ecuador se lo puede apreciar en la ciudad de Quito, con un crecimiento sustentable en la ciudad de Guayaquil en las actividades de ciclopaseo que se promueve a nivel social y no de manera comercial, comercialmente solo se promueve la compraventa de unidades a pedal.

Por lo tanto no existe una oferta histórica confiable relacionada al servicio de alquiler de unidades a pedal en la ciudad de Guayaquil.

2.4 Mercado del Proyecto

2.4.1 Submercados

2.4.1.1 Proveedores

En la ciudad de Guayaquil la industria enfocada a la venta de bicicletas y repuestos es amplia, por lo que existiría una extensa lista de proveedores concentrados en la parte centro sur de la ciudad a lo largo de la calle Colón y Boyacá hasta el malecón, pero con un enfoque de calidad y costos se estima trabajar con un distribuidor autorizado de la empresa Shimano Agila Importaciones con sede en Ibarra, a través de una empresa joven según el siguiente detalle:

Nombre de la Empresa: MUNDO BIKE
Representante legal: Rubén Loayza
Ubicación: Avenida Rolando Pareja
Ruc autorizado: 0914092655001
Teléfonos: Oficina 042 2820275 celular: 09987826148

Empresa dedicada a venta de vehículos a pedal de características específicas tanto de cuadrante hierro como de aluminio, accesorios e implementos de seguridad en una extensa variedad y repuestos variados, no obstante se tiene que tener en consideración en relación a costos para ciertos accesorios y repuestos los vendedores tradicionales ubicados en la Calle Colón.

En relación a lubricantes y solventes de grasas para limpiezas de ciertos repuestos se debe considerar a proveedores como lubricadoras

2.4.1.2 Competidores

La demanda del uso de vehículos a pedal promueve la formación de grupos activistas quienes rentan sus bicicletas a familiares y amigos, también organizan eventuales paseos turísticos, sus precios varían según la ruta y distancia y de acuerdo con publicaciones en redes sociales se puede apreciar entre 30 y 35 dólares a sectores como Bucay, Naranjal, Salinas y distancias similares rutas tradicionales y conocidas por ciclistas de resistencia.

A principios de Diciembre del 2012 un conocido periódico local del sector la Alborada se da a conocer el primer joven emprendedor, quien con espíritu altruista se lanza al mercado en ciclopaseos familiares con 40 bicicletas recicladas, organizando recorridos de hasta hora y media de duración en horarios nocturnos, sus precios varían según su recorrido y la renta del tipo de bicicleta de hierro o tradicional a \$3 dólares la vuelta o hasta \$ 5 dólares en una bicicleta de mejor material como cuadrantes de aluminio o níquel.

2.4.1.3 Canales de distribución

La empresa de servicio de alquiler de bicicleta y resguardo con apoyo logístico para el paquete de ciclopaseos familiares, enfoca su atención directamente al consumidor final, por lo tanto no aplica canales de distribución.

Para el paquete de ciclopaseos Turísticos también brinda atención directa al cliente final, pero basado en la alianza estratégica con una operadora de turismo (ver anexo 1 y 2) se está abierto a la colocación de vehículos a pedal de ser requerido.

2.4.1.4 Consumidores (Mercado meta)

El mercado meta está enfocado al consumidor final, para el paquete de ciclopaseos familiares, familias de edades de 18 a 45 años en promedio y para ciclopaseos turísticos que es un enfoque más deportivo y de resistencia para familiares y amigos que gusten de diversión y resistencia física.

2.4.2 Estrategia Comercial

2.4.2.1 Características del producto o servicio

Producto ciclopaseos familiares, para este paquete se implementará en tres puntos estratégicos en la ciudad de Guayaquil, Ferroviaria Guayacanes y Samanes VII este último siendo la casa matriz. Cada punto funcionará de miércoles a domingo 14:00 hasta 22:00 pm diferenciándose que de 14:00 hasta las 19:00 su alquiler es abierto para uso dentro del sector y a partir de las 19:00 pm hasta las 22:00 iniciarán las rutas con un guía respectivo.

Punto Ferroviaria situado cerca del regenerado Parque Ferroviario el mismo que cuenta con una ciclovia interna, la ciclovia programada por el Municipio con recorrido Ferroviaria - Malecón - retorno, distancia estimada de 5 k, tiempo aproximado 45 minutos y la ciclovia Parque lineal - Universidad de Guayaquil - Parque Guayaquil Ferroviaria distancia estimada 3 kilómetros, tiempo estimado de recorrido 30 minutos.

Punto Guayacanes situado cerca de la Autopista Terminal Terrestre Pascuales 16 kilómetros de vía por cada sentido de la misma.

Punto Samanes VII situado cerca del parque en construcción Samanes donde se aprovechará su infraestructura en recorridos por sus ciclovías, hasta su inauguración, el recorrido provisional se apegará a la Ruta Samanes, Alborada - Francisco de Orellana - Samanes.

Por el alquiler de una bicicleta se entregará un respectivo casco protector, una breve charla de conducción sobre ruta y que hacer en caso de emergencia, el guía se lo dotará de un radio comunicador para mantener una constante comunicación con la radio base.

Ciclo paseos turísticos

Paquetes promocionales para sábados y domingos, se lo clasifica por rutas cortas y largas, el guía estará dotado de radio comunicación implementos de mecánica básica.

Rutas cortas: Parque El Lago punto de encuentro Ferroviaria distancia estimada de recorrido 30 Kilómetros ida y 30 Kilómetros vuelta, se requiere de la presencia de un transporte, la capacidad será requerida según el grupo, mínimo de 17 pasajeros, la unidad estará dotada de hielera y se incluirá de una botella de agua, paradas en gasolinera de cerca tiempo estimado 2h 20 minutos.

Finca la Gloria distancia 52 kilómetros 3 horas de ida y 3 de regreso.

Rutas Largas o de alta resistencia

Rutas Cross country (senderos sin bajadas pronunciadas) Playas trasvase seguir el canal de agua a la altura del Parque El Lago, lado izquierdo de la carretera, horas estimadas 08 horas.

Carretera Salinas Parque El Lago, Limoncito asfaltado, tramos de camino lastrado se puede observar sembrío de mango, ruta las Juntas, Julio Moreno, Sacachun en este tramo se puede observar el monolito de la fertilidad, la leyenda cuenta que si una mujer toca al monolito San Biritute queda embarazada. Horas estimadas 08 horas

(Imagen # 2)



Fuente: www.Google .com

2.4.2.2 Ciclo de vida

La industria actualmente se encuentra en etapa de crecimiento, por lo tanto el esfuerzo debe estar enfocado en alcanzar una alta participación en el mercado para así llegar con un amplio margen a la etapa de Madurez.

2.4.2.3 Marca (Logotipo, eslogan)

(Imagen # 3)



Fuente: El Autor

2.4.3 Precio de venta

En base a la incipiente oferta de alquiler de unidades a pedal en la ciudad de Guayaquil el precio de venta esta basado en la sensibilidad del mercado, considerando como precio de introducción un valor de 1.5 dólares la hora para ciclopaseos familiares y de 45 dólares los ciclopaseos de ruta o turísticos, este último tendrá una variación en función de los costos según su distancia.

2.4.4 Promoción

La empresa se enfocará en promocionarse utilizando los medios de comunicación de menor costo o gratuitos como redes sociales Facebook, Twitter y materiales de publicidad como Banners, Trípticos, Hojas volantes para ser distribuidos en los hogares, cadenas de email, base a referidos por grupos y organizaciones de ciclista existentes y medios de comunicación como noticias y espacios de farándula quienes le dan cortos anuncios a emprendedores.

(Cronograma de presupuesto de promoción ver Anexo # 3)

(Imagen # 4)



Fuente: Internet

2.4.5 Plaza (lugar y estrategias de distribución y canales)

La alianza estratégica con la Compañía Turística LECEXPRESS SA. la faculta a ser un canal de distribución debido a que podrá organizar paquetes de ciclopaseos turísticos, en lo referente a ciclopaseos familiares la atención es directa al cliente en cada uno de sus tres puntos localizados en Ferroviaria, Guayacanes y Samanes VII

2.5 Proyección de mercado

2.5.1 Objetivos de la Investigación de mercado

Ver la factibilidad de la creación de la empresa dedicada al servicio de alquiler de bicicletas para ciclopaseos familiares y turísticos con resguardo y apoyo logístico.

Para esto debemos determinar cuáles son las preferencias de los futuros clientes implementando un modelo de investigación de tipo descriptivo exploratorio y así obtener información valiosa que dará una mejor perspectiva para la toma de decisiones.

Mediante la utilización de herramientas estadísticas se realizará reuniones con enfoque a jefes de familia para la categoría de ciclopaseos familiares y jóvenes entre 18 y 30 años de edad para los ciclopaseos turísticos o de ruta, para darnos cuenta de la apreciación que como clientes tienen de esta idea de negocio y su reacción en relación al precio que estuvieran dispuestos a pagar.

2.5.2 Metodología a utilizarse

Para implementar la investigación utilizaremos un muestreo aleatorio simple enfocado al número de hogares del área urbana de la ciudad de Guayaquil que según datos oficiales al 2010, obtenidos en el INEC es: 595,812 teniendo presente que su composición consta de un promedio de 3.80 personas por hogar.

2.5.3 Métodos de Investigación:

Acorde al giro del negocio se determina que los métodos de investigación se realizarán a través de Grupos Focales, y Encuestas utilizando preguntas cerradas, de selección múltiple y dicotómica.

2.5.3.1 Método cualitativo Focus Group.

Se realizó una presentación previa a 5 Jefes de familia de la propuesta para la implementación de una empresa que brinde servicio de alquiler de bicicletas en óptimas condiciones para ciclopaseos familiares y turísticos, enfocando el tema de optimización de tiempos para compartir con familiares y amigos, deslindarse de mantenimientos correctivos de las bicicletas, costo de poseer una bicicleta para cada integrante de familia y beneficios a la salud.

Posterior a la presentación y debate de los beneficios que se plantean a favor de las familias Guayaquileñas se concluyó que del 100% de los Jefes de familia un 90% se encontraban de acuerdo con reacciones favorables a las preguntas planteadas y con la aceptación de implementar la Empresa de servicio de Alquiler de Bicicletas.

(Imagen # 5)



Foto Reunión realizada el 9 de Noviembre del 2012

2.5.3.2 Método Encuesta.

Tamaño de la muestra:

Para determinar el tamaño de la muestra, se toma en consideración el cálculo de muestra finita de un universo orientado al número de hogares en la ciudad de Guayaquil en la zona Urbana, como resultado un número de encuesta a realizar de 138.

Tamaño de la muestra: 595,812

Universo estadístico: Habitantes de la ciudad de Guayaquil zona urbana

Población Objetivo: Hogares Particulares con personas presentes en la ciudad de Guayaquil.

Unidad elemental de muestra: Hogares

(Tabla # 3)

d (error de estimación)	5%
p (probabilidad ocurrencia)	0,9
Z (alfa/2) coeficiente	1.96
N (Tamaño del Universo)	595,812 Hogares
n (tamaño de la muestra)	138

Fórmula empleada

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}} \quad \text{donde:} \quad n_0 = p*(1-p)* \left(\frac{Z(1-\frac{\alpha}{2})}{d} \right)^2$$

Fuente: El autor

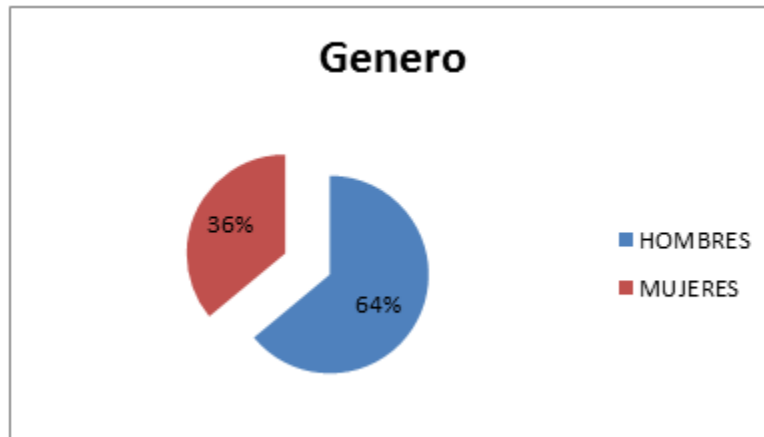
Informe Estadístico Descriptivo:

(Tabla # 4)

GENERO		
Opción	# Encuestados	Porcentaje
Hombres	84	64%
Mujeres	54	36%
Total	138	100%

Fuente: El autor.

(Grafico # 6)



Fuente: El autor.

Conclusión:

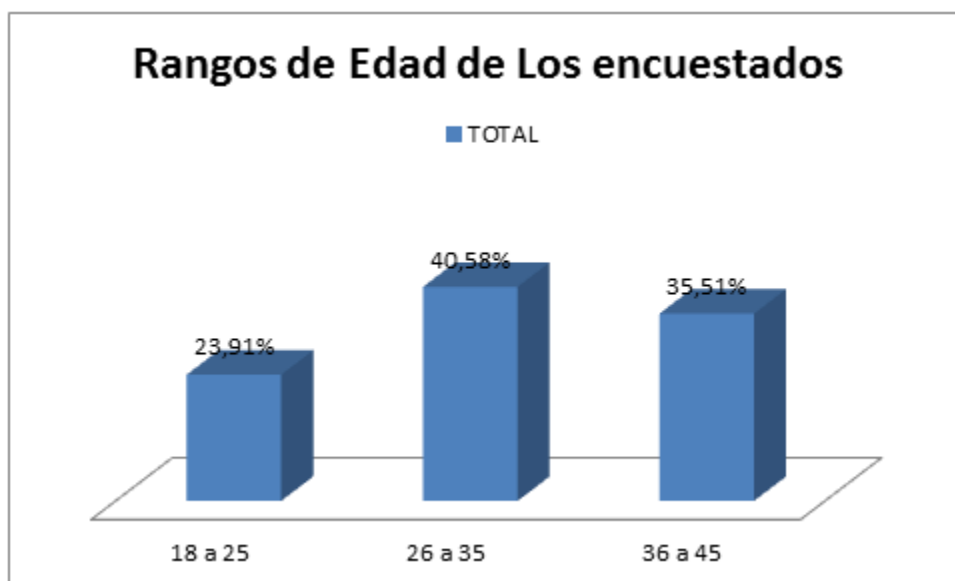
Las encuestas realizadas a las familias en la zona Urbana de Guayaquil, abarcando los sectores Norte, centro Norte y centro sur de la ciudad, fue atendida por un 64% del género Masculino y un 36% por el género Femenino.

(Tabla # 5)

Rangos de edad Clasificado por Género			
Rango Edad	M	F	TOTAL
18 a 25	12.32%	11.59%	23.91%
26 a 35	24.64%	15.94%	40.58%
36 a 45	23.91%	11.59%	35.51%
Total	60.87%	39.13%	100.00%

Fuente: El autor.

(Grafico # 7)



Fuente: El autor.

Conclusión:

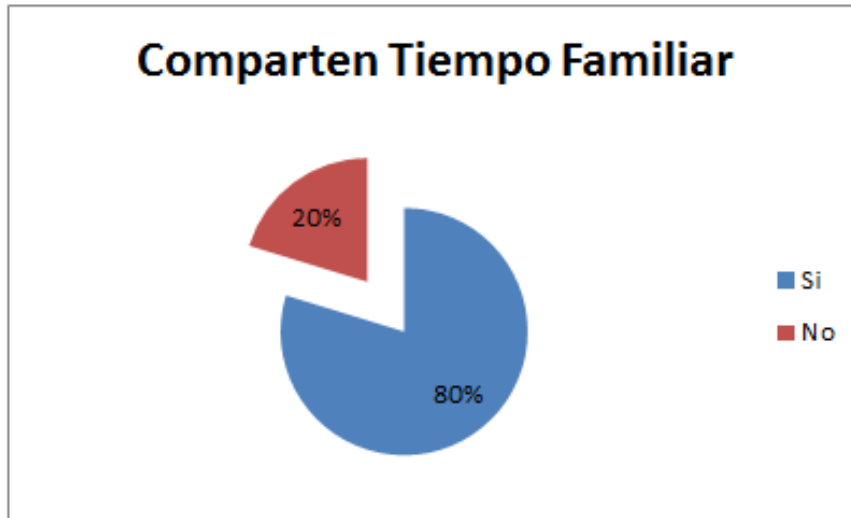
De todos los encuestados de la muestra poblacional se puede observar que el 23% se encuentran en el rango de 18 a 25 años de edad; el 40% entre los 26 a 35 años de Edad y el 35% en el rango de 36 a 45 años de edad.

(Tabla # 6)

Comparten Tiempo Familiar		
Opción	# Encuestados	Porcentaje
Si	110	80%
No	28	20%
Total	138	100%

Fuente: El autor.

(Grafico # 8)



Fuente: El autor.

Conclusión:

En este gráfico podemos observar que el 80% de los encuestados respondieron que le gusta compartir tiempo de entretenimiento familiar, y que el 20% muestra una tendencia a no hacerlo.

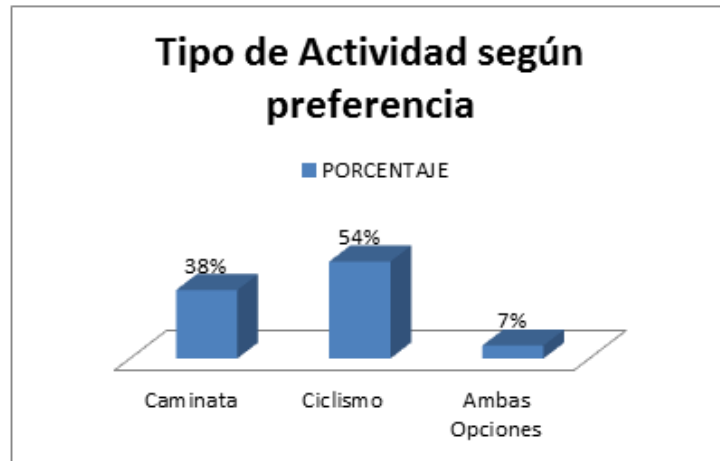
La tendencia de las familias en la zona urbana de Guayaquil comparte actividades de entretenimiento familiar.

(Tabla # 7)

Tipo de Actividad según preferencia		
Opción	# Encuestados	Porcentaje
Caminata	53	38%
Ciclismo	75	54%
Ambas Opciones	10	7%
Total	138	100%

Fuente: El autor.

(Grafico # 9)



Fuente: El autor.

Conclusión:

En este punto, se da a escoger a los encuestados tres opciones estrictamente ligadas por su demanda física obteniendo lo siguiente: Podemos observar que el 38% de los encuestados mostraron preferencia en caminatas, el 54% indicaron que prefieren Ciclismo y el 7% se identifican en ambas actividades.

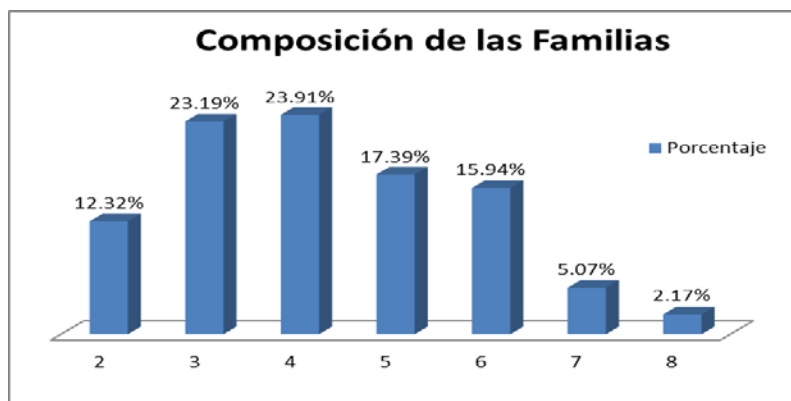
Este grafico muestra la creciente demanda y acogida que los ciudadanos le están dando a los ciclo paseos.

(Tabla # 8)

Composición de las familias según encuesta		
N# integrantes	Familias	Porcentaje
2	17	12.32%
3	32	23.19%
4	33	23.91%
5	24	17.39%
6	22	15.94%
7	7	5.07%
8	3	2.17%
Total	138	100.00%

Fuente: El autor.

(Grafico # 10)



Fuente: El autor.

Conclusión:

Del 100% de la muestra explorada se refleja que, el peso más importante cae sobre las familias de 3 y 4 integrantes, esta información se apega a los datos oficiales proporcionados por el INEC, quien sostiene que la media de las familias de la Ciudad de Guayaquil es de 3.80 integrantes.

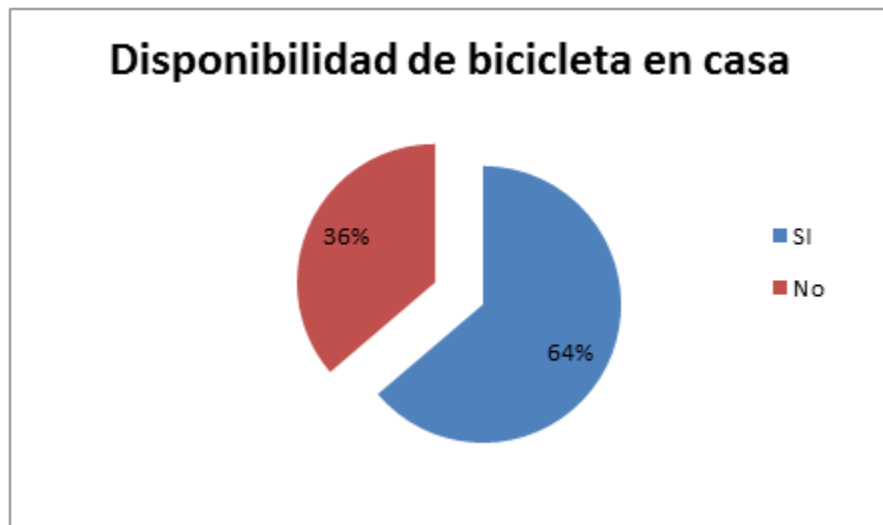
Estos resultados nos permite plantearnos hipótesis como: ¿Las familias Ecuatorianas poseerán de un vehículo a pedal para cada integrante? y ¿será factible que una familia compuesta por 3 o más integrantes accedan a alquilar bicicletas para los miembros que no la posean?

(Tabla # 9)

Disponibilidad de bicicleta en casa		
Opción	# Encuestados	Porcentaje
Si	88	64%
No	50	36%
Total	138	100%

Fuente: El autor.

(Grafico # 11)



Fuente: El autor.

Conclusión:

El comportamiento de los encuestados a la pregunta que refiere la posesión de un vehículo a pedal en casa revela que el 64% respondió que si posee y el 36% que no.

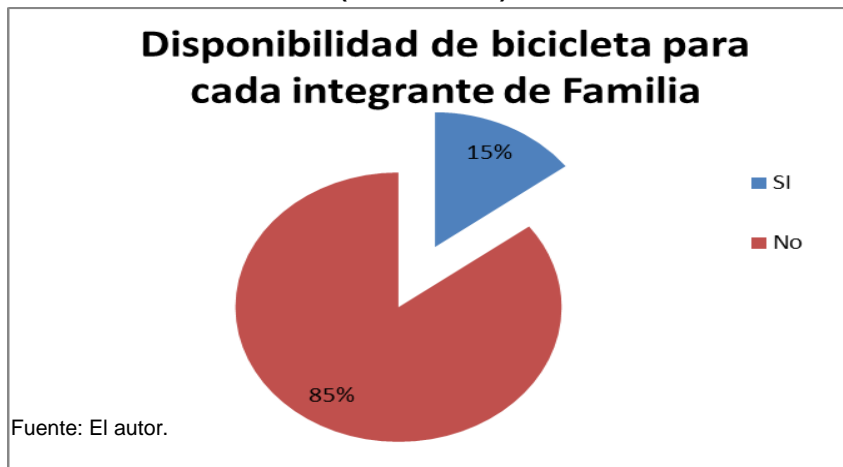
Estos datos revelan que el uso de vehículos a pedal es aceptado por la mayoría de los encuestados y no desconocido por ellos.

(Tabla # 10)

Disponibilidad de bicicleta para cada integrante de Familia		
Opción	# Encuestados	Porcentaje
Si	13	15%
No	75	85%
Total	88	100%

Fuente: El autor.

(Grafico # 12)



Conclusión:

La información revelada en este gráfico nos indica que del 64% de las familias que contestaron poseer bicicletas, el 85% de estos no tienen un vehículo a pedal para cada integrante de familia y solo el 15% si lo posee.

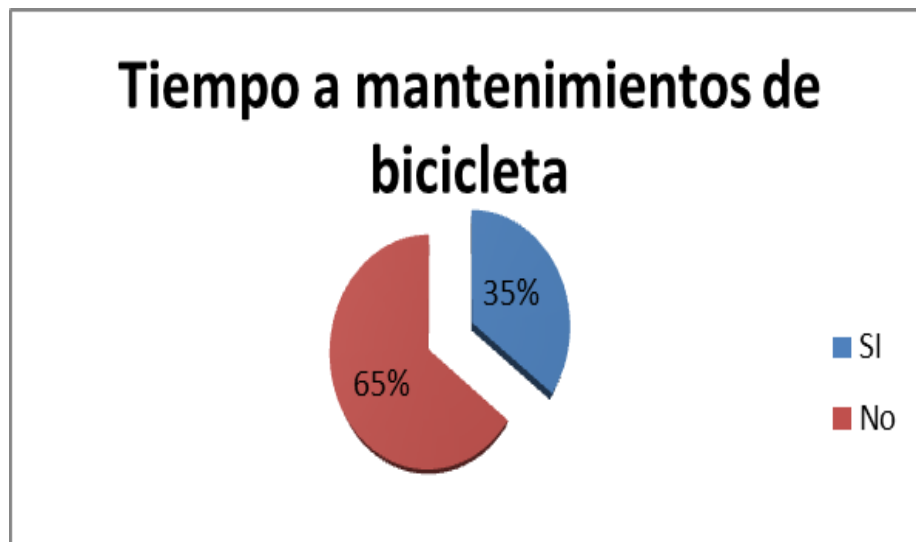
Esta información amplia las probabilidades que en un paseo familiar al menos que una bicicleta sea alquilada por familia concentrándose el peso en integrantes de tres a cuatros miembros de familia.

(Tabla # 11)

Tiempo a mantenimientos de bicicleta		
Opción	# Encuestados	Porcentaje
Si	31	35%
No	57	65%
Total	88	100%

Fuente: El autor.

(Grafico # 13)



Fuente: El autor.

Conclusión:

Esta pregunta se coteja con el 64% de los encuestados que representan a 88 familias del total de la muestra, que si poseen bicicletas vs tiempo a mantenimiento de los vehículos a pedal.

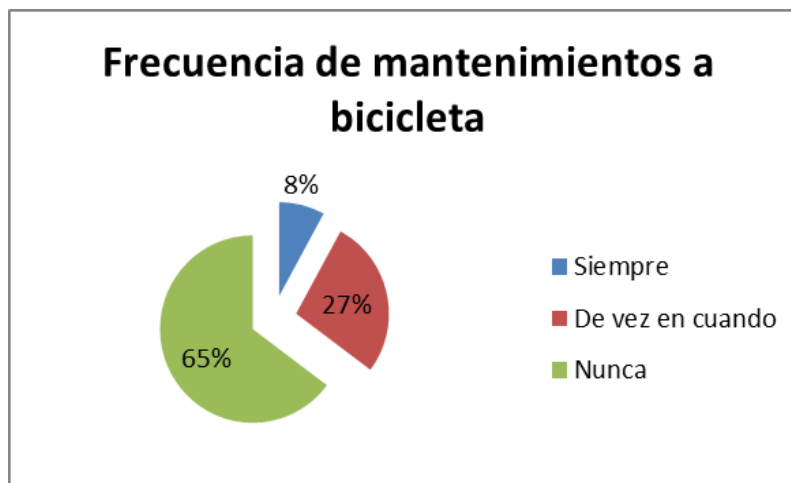
Podemos observar que el 65% respondió que no dedica tiempo a mantenimientos de vehículos a pedal, y el 35% restante si dedica los respectivos mantenimientos.

(Tabla # 12)

Frecuencia de Mantenimientos a bicicleta		
Opción	# Encuestados	Porcentaje
Siempre	7	8%
De vez en cuando	24	27%
Nunca	57	65%
Total	88	100%

Fuente: El autor.

(Grafico # 14)



Fuente: El autor.

Conclusión:

De las 88 familias encuestadas que poseen bicicleta, observamos que el 65% nunca dedica tiempo a mantenimientos, el 27% de vez en cuando y solo un 8% siempre, se puede concluir que sería factible para los posibles clientes rentar un vehículo a pedal y evitarse mantenimientos.

(Tabla # 13)

Aceptación a la creación de la Empresa		
Opción	# Encuestados	Porcentaje
Si	137	99%
No	1	1%
Total	138	100%

Fuente: El autor.

(Grafico # 15)



Fuente: El autor.

Conclusión:

La respuesta de las personas fue asombrosa en respaldo a la pregunta de aceptación para la creación de una Empresa que brinde servicio de alquiler de bicicletas con resguardo y apoyo logístico para ciclo paseos familiares y turísticos en la ciudad de Guayaquil con un 99% de aceptación.

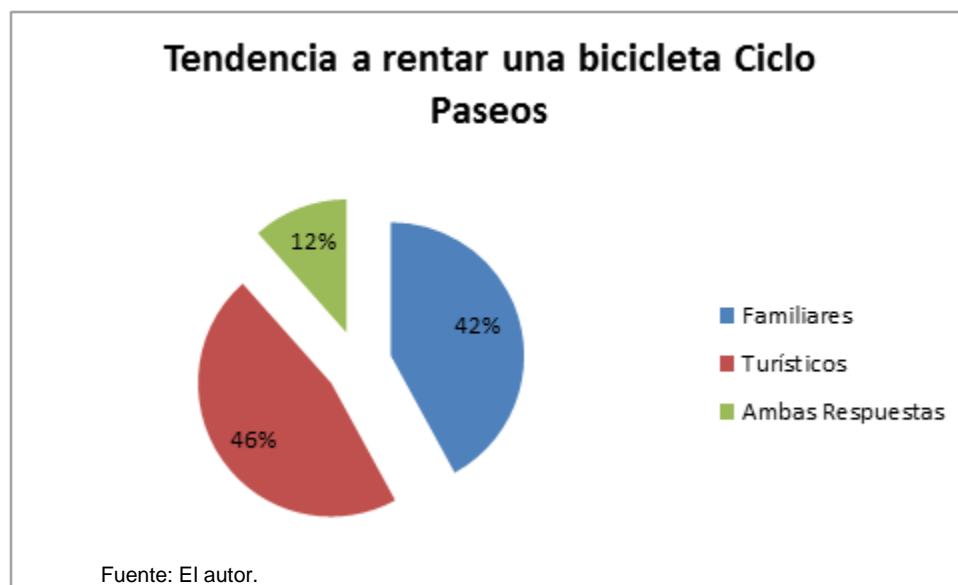
Siendo una respuesta no esperada es fundamental relacionarla con otras de la encuesta para un mejor análisis.

(Tabla # 14)

Tendencia a rentar una bicicleta Ciclo Paseos		
Opción	# Encuestados	Porcentaje
Familiares	58	42%
Turísticos	64	46%
Ambas Respuestas	16	12%
Total	138	100%

Fuente: El autor.

(Grafico # 16)



Conclusión:

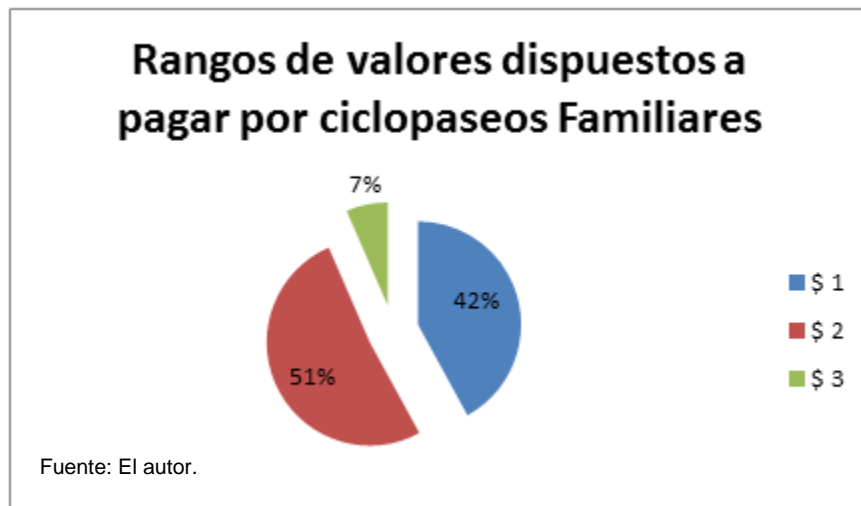
De la pregunta planteada se da a escoger a los encuestados de a conocer su tendencia a qué clase de ciclo paseos estaría dispuesto en rentar un vehículo a pedal y su respuesta fue: el 42% a Ciclopaseos Familiares, el 46% ciclopaseos turísticos y el 12% los dos tipos de ciclopaseos.

(Tabla # 15)

Rangos de valores dispuestos a pagar por Ciclopaseos Familiares		
Opción	# Encuestados	Porcentaje
\$ 1	58	42%
\$ 2	71	51%
\$ 3	9	7%
Total	138	100%

Fuente: El autor.

(Grafico # 17)



Conclusión:

Dentro de los rangos en dólares propuestos en la encuesta para ciclopaseos familiares se obtuvo lo siguiente: el 42% de los encuestados están dispuestos a pagar hasta \$ 1 Dólar la Hora, el 51% responden a pagar hasta \$2 dólares y el 7% responden a pagar hasta \$ 3 dólares la hora.

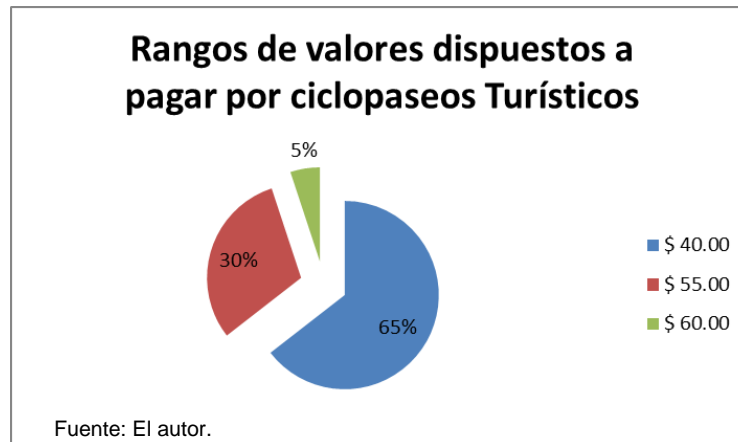
Las brechas de los porcentajes entre los dispuestos a pagar 1 y 2 dólares respectivamente no son muy distantes, por lo que es conservador y cauteloso enfocar un lanzamiento en un rango de 1 a 1.5 dólares la hora.

(Tabla # 16)

Rangos de valores dispuestos a pagar por ciclopaseos Turísticos		
Opción	# Encuestados	Porcentaje
\$ 40	89	64%
\$ 55	42	30%
\$ 60	7	5%
Total	138	100%

Fuente: El autor.

(Grafico # 18)



Fuente: El autor.

Conclusión:

Dentro de los rangos en dólares propuestos en la encuesta para ciclopaseos Turísticos se obtuvo lo siguiente: el 65% de los encuestados están dispuestos a pagar hasta \$ 40 Dólares un recorrido, el 30% responden a pagar hasta \$55 dólares y el 5% responden a pagar hasta \$ 60 dólares la hora.

Estos valores se tornan subjetivos debido a que la introducción de este paquete comercial parte de recorridos propuestos en rutas de 30 a 50 Kilómetros siendo sujetos de incremento en rutas más largas.

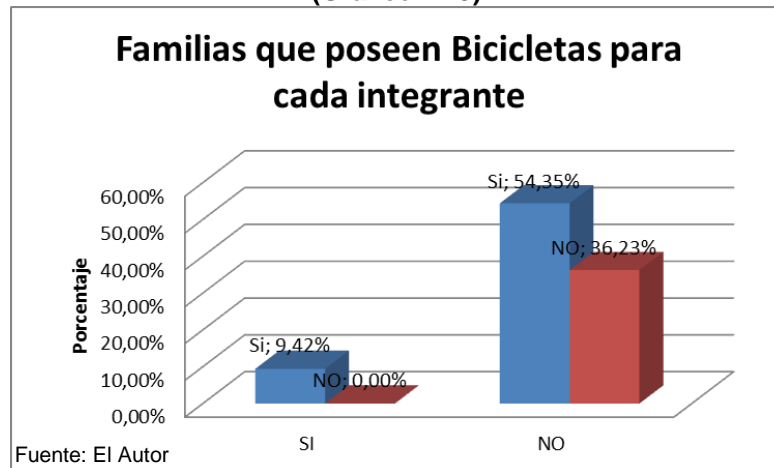
Análisis relacionando datos de la Encuesta con enfoque a toma de decisiones:

(Tabla # 17)

Familias que poseen Bicicletas para cada integrante			
	Bicicleta para cada integrante		
Tienen Bicicleta	Si	No	Total
Si	9.42%	54.35%	63.77%
NO	0.00%	36.23%	36.23%
Total	9.42%	90.58%	100.00%

Fuente: El Autor

(Grafico # 19)



Fuente: El Autor

Conclusión:

De las familias que reportan poseer bicicletas en sus casas el 9.42% responde a que posee una bicicleta para cada integrante de su Familia, el 54.35% tienen al menos una bicicleta en casa pero no para cada integrante de su familia, los que reportan no poseer bicicleta en casa responde al el 36.23% de los encuestados.

Esto nos demuestra que el 90.58% representan nuestros potenciales clientes en el alquiler de un vehículo a pedal.

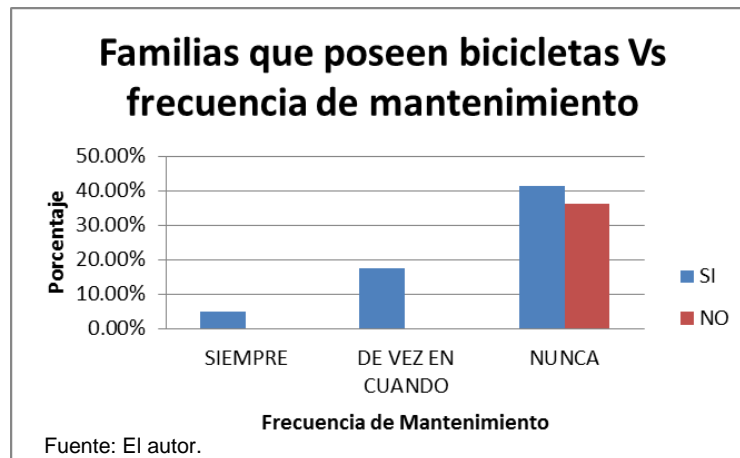
(Tabla # 18)

Frecuencia de mantenimiento Vs Familias que poseen bicicletas

Frecuencia de mantenimiento	Familias que poseen bicicleta		
	Si	No	TOTAL
Siempre	5.07%	0,00%	5.07%
De vez en cuando	17.39%	0,00%	17.39%
Nunca	41.30%	36.23%	77,54%
Total	63.77%	36.23%	100,00%

Fuente: El autor.

(Grafico # 20)



Fuente: El autor.

Conclusión:

Del 100% de las familias que respondieron poseer bicicletas en sus casas el 5.07% responde a que siempre le dan mantenimiento a sus bicicletas, el 17.39% realizan un mantenimiento de vez en cuando, y el 41.30% no realiza mantenimientos a sus unidades a pedal. El 36.23% por ciento restante declaró que no posee bicicleta por lo tanto nunca va a realizar un mantenimiento en casa. Esto revela que solo el 5.07% dedica tiempo a mantenimientos por lo tanto mis potenciales clientes se sitúan en ese 95% restante.

2.5.4 Conclusiones de la investigación de mercado

Mediante encuestas realizadas se puede concluir que las familias del sector urbano de la ciudad de Guayaquil que poseen bicicletas un 17.39% no dedican tiempo suficiente para los mantenimientos preventivos que los vehículos a pedal requieren, y a su vez un 41.30% nunca dedican tiempo a mantenimientos, por lo que sus vehículos a pedal no son óptimos para su uso.

La encuesta también revela que del 63.77% que declaró poseer bicicleta hay un mercado del 54.35% que no posee una para cada integrante de su familia, esto obliga al alquiler de al menos una bicicleta o más, y considerando al grupo que declaró no poseer bicicleta que fue un 36.23% se puede determinar que los potenciales clientes se encuentran en el 90.58%.

También revela que la bicicleta al ser conocida y aceptada por las personas no sería un obstáculo en su introducción al mercado.

Basado en estos estudios se puede concluir que existe un mercado creciente y desatendido para el cual sería viable la implementación de una empresa que brinde servicio de alquiler de bicicletas con resguardo y apoyo logístico para ciclopaseos en la ciudad de Guayaquil.

2.6 Análisis Sectorial

2.6.1 Análisis FODA

2.6.1.1 Factores internos claves (Matriz EFI)

(Tabla # 19)

FACTORES INTERNOS CLAVES				
FORTALEZAS		VALOR	CLASIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
1.-	Instalaciones Propias en puntos estratégicos	0.2	4	0.8
2.-	Alianza con Operadora de Turismo Grupo Familiar	0.2	2	0.4
3.-	Excelencia en Servicio al Cliente	0.1	2	0.2
4.-	Personal Capacitado para respuestas inmediatas	0.05	2	0.1
5.-		0	0	0
6.-		0	0	0
7.-		0	0	0
8.-		0	0	0
9.-		0	0	0
10.-		0	0	0
DEBILIDADES		VALOR	CLASIFICACIÓN FEC	VALOR PONDERADO
1.-	Poco personal frente a un crecimiento de la demanda	0.2	2	0.4
2.-	Empresa Nueva en el mercado	0.15	2	0.3
3.-	Pocas unidades "biciletas" disponibles para ciclopaseo Turístico o de Ruta.	0.1	2	0.2
4.-		0	0	0
5.-		0	0	0
6.-		0	0	0
7.-		0	0	0
8.-		0	0	0
9.-		0	0	0
10.-		0	0	0
TOTAL		1		2.4
Valor		El valor asignado a determinado factor indica la importancia relativa del factor para que sea exitoso en la industria de la empresa. La sumatoria de los valores debe ser igual a 1		
0,0	Sin importancia			
1,0	Muy importante			
Clasificación del factor externo clave				
4	Excelente			
3	Arriba del promedio			
2	Nivel promedio			
1	Deficiente			
Valor Ponderado				
4	Más alto posible			
3	La empresa mantiene una posición sólida.			
2.5	Promedio			
1	Más bajo posible			
Caracteriza a las empresas que son débiles internamente				

Fuente: El Autor

2.6.1.2 Análisis de factores Externos Claves (Matriz EFE)

(Tabla # 20)

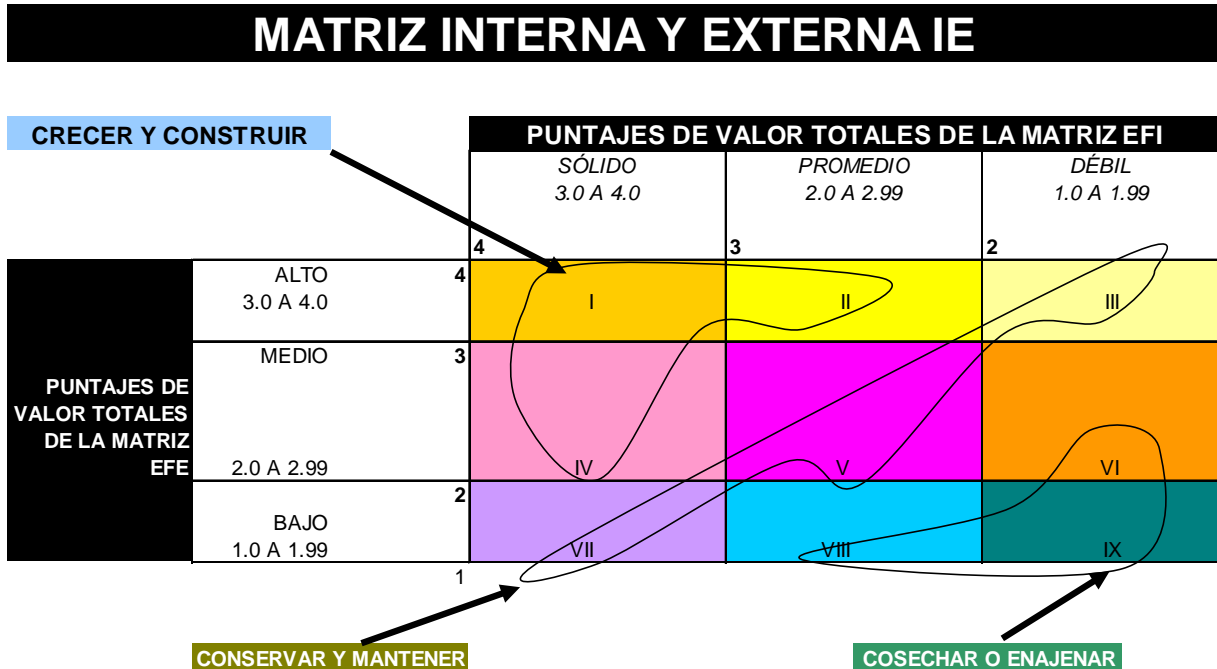
FACTORES EXTERNOS CLAVES				
OPORTUNIDADES		VALOR	CLASIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
1.-	Implementación de infraestructuras por el Gobierno y Municipios	0.1	3	0.3
2.-	Aceptación por la Ciudadanía	0.09	4	0.36
3.-	Demanda no Satisfecha	0.07	3	0.21
4.-	Facil accesos a los puntos de Atención	0.08	3	0.24
5.-	Construcción de Parque Samanes 7 serca de la Matriz	0.15	4	0.6
6.-		0	0	0
7.-		0	0	0
8.-		0	0	0
9.-		0	0	0
10.-		0	0	0
AMENAZAS		VALOR	CLASIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
1.-	Intervención del Gobierno o Municipio con el Proyecto	0.08	3	0.24
2.-	Inseguridad Social	0.1	3	0.3
3.-	La Implementación de Productos sustitutos	0.09	2	0.18
4.-	Aparición de nuevos Competidores.	0.09	2	0.18
5.-	Condiciones Climáticas	0.15	3	0.45
6.-		0	0	0
7.-		0	0	0
8.-		0	0	0
9.-		0	0	0
10.-		0	0	0
TOTAL		1		3.06

Valor	
0,0	Sin importancia
1,0	Muy importante
Clasificación del factor externo clave	
4	Excelente
3	Arriba del promedio
2	Nivel promedio
1	Deficiente
Valor Ponderado	
4	Más alto posible
	La empresa responde de manera sorprendente a las oportunidades y amenazas presentes en el sector Las estrategias de la empresa aprovechan en forma eficaz las oportunidades existentes y reduce al mínimo los factores potenciales de las amenazas externas.
2.5	Promedio
1	Más bajo posible
	La estrategia de la empresa no aprovecha las oportunidades ni evita las amenazas.

Fuente: El Autor

2.6.1.3 Matriz interna y externa

(Tabla # 21)




Fuente: El Autor

En base al análisis de los factores Internos y externos claves (EFI Y EFE) podemos observar que el valor ponderado EFI de 2.4, con la intercepción del valor ponderado EFE 3.06, nos da una ubicación en el cuadrante “II” cuya estrategia sería Crecer y Construir.

2.6.1.4 Estrategias FODA

(Tabla # 22)

MATRIZ F.O.D.A

	<p>FORTALEZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- Instalaciones Propias en puntos estratégicos 2.- Alianza con Operadora de Turismo Grupo Familiar 3.- Excelencia en Servicio al Cliente 4.- Personal Capacitado para respuestas inmediatas 5.- Equipos de comunicación 	<p>DEBILIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- Poco personal frente a un crecimiento de la demanda 2.- Empresa Nueva en el mercado 3.- Pocas unidades "bicicletas" disponibles para ciclopaseo Turístico o de Ruta.
<p>OPORTUNIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- Implementación de infraestructuras por el Gobierno y Municipios 2.- Aceptación por la Ciudadanía 3.- Demanda no Satisfecha 4.- Facil accesos a los puntos de Atención 5.- Construcción de Parque Samanes 7 serca de la Matriz 	<p>Estrategias F.O.</p> <p>Utilizar las instalaciones Propias para aprovechas las infraestructuras implementadas por las autoridades (1, 1)</p> <p>Mantener excelencia de servicio al cliente y aprovechar la aceptación de la ciudadanía (3, 2)</p> <p>Aprovechar el personal capacitado para satisfacer con eficiencia la demanda no satisfecha. (4, 3)</p>	<p>Estrategias D.O.</p> <p>Trabajar con reservaciones para atender ordenadamente la demanda (1, 2)</p> <p>Implementar una base de datos con personal acorde al perfil requerido para cubrir una creciente demanda (1, 5)</p> <p>Evaluar posibles apalancamientos con empresas grandes bajo la figura de venta de publicidad rodante frente a posibles crecimientos de demanda enfrentando economías de escala (3, 2)</p> <p>Darse a conocer principalmente en las 40 organizaciones no lucrativas de ciclistas existente para aprovechar la demanda no satisfecha (2, 3)</p>
<p>AMENAZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- Intervención del Gobierno o Municipio con el Proyecto 2.- Inseguridad Social 3.- La Implementación de Productos sustitutos 4.- Aparición de nuevos Competidores. 5.- Condiciones Climáticas 	<p>Estrategias F.A.</p> <p>Aprovechar los Equipos de comunicación para mantener conexión con miembros de Seguridad y enfrentar la Inseguridad Social. (5, 2)</p> <p>Aprovechar las Instalaciones y la Alianza con operador de turismo para captar la participación mayoritaria del mercado frente a la aparición de nuevos competidores ("1,2", 4)</p> <p>Promover mayor número de Rutas Turísticas cortas frete a condiciones lluviosas locales (2, 5)</p>	<p>Estrategias D.A.</p> <p>Segregar parte de las Utilidades para la adquisición de nuevas unidades y captar participación en el mercado (3, 4 y 5)</p> <p>Darse a conocer a la ciudadanía como una empresa solida y segura, implementar un sistema de socios frecuentes y promover conciencia social sobre seguridad (2, 2)</p>

Fuente: El Autor

2.6.2 Calificación de Riesgo

2.6.2.1 Tabla de Riesgo

(Tabla # 23)

Identificación de Riesgos	Probabilidad de ocurrencia	Impacto	Política de reducción de Riesgo	Responsable Directo	Co - Responsable
Robo de Bicicletas	C.- Posible	Moderado	Reducir la Ocurrencia elaborando una Base de datos de clientes frecuentes y referidos.	Asistente Adm.	Asistente OP 1,2,3
Robo de Bicicletas a clientes	C.- Posible	Moderado	Reducir la ocurrencia con constante comunicación con radio de frecuencia corta a base central y mantener salidas en grupos grandes.	Asistente OP 1,2,3	Asistente Adm.
Accidentes en ciclopaseos	C.- Posible	Mayor	Reducir la Ocurrencia con charla de conducción segura y aplicar Plan de contingencia en caso de emergencias	Asistente OP 1,2,3	Gerente General
Daños de unidades a pedal en ciclopaseos	B.- Probable	Menor	Reducir Impacto con una contingencia en mecánica básica con personal capacitado.	Mecánico en Jefe	Asistente OP 1,2,3

Fuente: El Autor

(Tabla # 24)

Riesgo		Calificación	Puntaje
BAJO	Sin Riesgo	A +	1
	Riesgo Bajo	A -	2
MEDIO	Medio Bajo	B +	3
	Medio Alto	B -	4
ALTO	Alto Riesgo	C +	5
	No Recomendable	C -	6

2.6.2.2 Calificación de Riesgo del Mercado

Con la información obtenida en la matriz FODA se determinó que este negocio tiene una calificación de 2.53 quiere decir que se enmarca según la tabla de riesgos del mercado en riesgo Medio Baja (**B+3**).

3 ASPECTOS TECNOLÓGICOS DEL PROYECTO

3.1 Matriz de Impacto Ambiental

Dentro de la evaluación del proyecto se considera el impacto ambiental que este causaría y determinar procedimientos para mitigar posibles riesgos que causare al medio ambiente.

Se ha determinado una matriz de impacto ambiental y posibles riesgos a ser mitigados

(Tabla # 25)

EVENTO	
DESCRIPCIÓN DE LA CAUSA	DESCRIPCIÓN DEL RIESGO (P/N)
Repuestos desechados	Contaminación Ambiental por sólidos
Residuos de grasas	Contaminación Ambiental por derivados de petróleo
Reducción de smog	Gases efecto invernadero de vehículos a motor
Reducción de Stress	Mejora de la salud y el Fitness Cardiovascular

Fuente: El Autor

(Tabla # 26)

EVALUACIÓN CUANTITATIVA DE RIESGOS						
RIESGO	PROBABILIDAD (P)	IMPACTO (I)	RIESGO (P x I)	RESPONSABLE	RESPUESTA	COSTO ESTIMADO
001	5	-4	-20	Administracion y Mecánico	Procedimiento, manejo y tratamiento de sólidos metales caucho etc. Procedimiento de reciclaje	-229.31
002	3	-2	-6	Administracion y Mecánico	Procedimiento, manejo y tratamiento de derivados de potroleo Procedimiento de reciclaje	-20.00
003	4	4	16	Operativos	Mejora ambiental	0
004	4	5	20	Operativos	Mejora Salud del Cliente	0
			3			-249.31

Fuente: El Autor

Se presupuestan valores para responder al procedimiento que se aplica según la necesidad del riesgo, para los impactos positivos no existe leyes que retribuyan a las empresas que generen impactos positivos por lo tanto se considera valor cero.

(Tabla # 27)

		IMPACTO NEGATIVO				
		-1	-2	-3	-4	-5
		Insignificante	Tolerable	Moderado	Severo	Máximo
Muy alta	5	-5	-10	-15	-20	-25
Alta	4	-4	-8	-12	-16	-20
Moderada	3	-3	-6	-9	-12	-15
Baja	2	-2	-4	-6	-8	-10
Muy Baja	1	-1	-2	-3	-4	-5

	Riesgo alto
	Riesgo bajo
	Riesgo moderado

		IMPACTO POSITIVO				
		1	2	3	4	5
		Minimo	Bajo	Medio	Alto	Máximo
Muy alta	5	5	10	15	20	25
Alta	4	4	8	12	16	20
Moderada	3	3	6	9	12	15
Baja	2	2	4	6	8	10
Muy Baja	1	1	2	3	4	5

	Positivo Alto
	Positivo Bajo
	Positivo Moderado

Fuente: El Autor

Se puede apreciar que mitigando los riesgos se obtiene un promedio de 3 positivo, lo que significa un impacto positivo moderado, para los riesgos negativos se establece responsables y procedimientos para tratarlos costeados una asignación económica en los costos indirectos.

3.2 Proceso productivo

3.3 Capacidad de producción

La empresa Vive aventura S.A. siendo una empresa que vende servicio su producción está basada en el número de unidades alquiladas por hora como se puede apreciar en la capacidad instalada.

3.4 Capacidad instalada

La Empresa iniciará sus operaciones con 20 unidades a pedal por cada punto, es decir punto Samanes VII, Guayacanes y Ferroviaria 60 unidades en total con atenciones de Miércoles a Domingo, atendiendo 8 horas diarias para ciclopaseos familiares, proyectándose en incrementar su capacidad en el cuarto año.

(Tabla 28)

Capacidad Instadada ciclo paseos familiares					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Horas al día	8	8	8	8	8
Alquiler bicicletas por hora	20	20	20	25	25
Días por semana	5	5	5	5	5
Semanas por mes	4	4	4	4	4
Meses al año	12	12	12	12	12
Total de Capacidad instalada un solo punto	38,400.00	38,400.00	38,400.00	48,000.00	48,000.00
Total de Capacidad instalada por tres puntos	115,200.00	115,200.00	115,200.00	144,000.00	144,000.00

Fuente: El Autor

Los ciclopaseos turísticos, la empresa proyecta iniciar sus actividades con una capacidad instalada de 19,200 atenciones al año incrementando su capacidad en el cuarto año de atención. (Tabla 29)

Capacidad Instadada ciclo paseos turísticos					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Horas por recorrido	4	4	4	4	4
Recorridos día	2	2	2	2	2
N° estimado unidades /Recorrido	25	25	25	30	30
Dias por semana	2	2	2	2	2
Semanas por mes	4	4	4	4	4
Meses al año	12	12	12	12	12
Total de Capacidad instalada	19,200.00	19,200.00	19,200.00	23,040.00	23,040.00

Fuente: El Autor

3.5 Capacidad utilizada

Basado en la aceptación del target de clientes para los ciclopaseos familiares, la empresa en su inicio de actividades se enfoca captar en el mercado entre un 10% y 11% de la capacidad instalada adoptando una postura conservadora, esperando un ligero incremento en sus ventas para el segundo año de operaciones por encima del 15% de su capacidad instalada, adicional se otorga un porcentaje de castigo que guarda relación a los meses que afecta directamente a las ventas por mal clima, (ver tabla 32). (Tabla 30)

Capacidad utilizada resumen por Año					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ciclopaseos familiares	12,456.00	19,752.00	21,504.00	25,008.00	28,512.00
Ciclopaseos turísticos unidades	2,448.00	2,748.00	3,114.00	3,664.00	3,664.00
Total capacidad utilizada	14,904.00	22,500.00	24,618.00	28,672.00	32,176.00
Total capacidad instalada	134,400.00	134,400.00	134,400.00	167,040.00	167,040.00
Total capacidad utilizada	14,904.00	22,500.00	24,618.00	28,672.00	32,176.00
Varición porcentual	11.09%	16.74%	18.32%	17.16%	19.26%

Fuente: El Autor

3.6 Estimación de ventas

Las ventas de la compañía se estiman en base al cálculo de la capacidad utilizada, según se muestra en el siguiente detalle diario del primer mes para ciclopaseos familiares usando una distribución de alquiler potencialmente operable.

(Tabla 31)

Alquiler de unidades por día y Semana	
Días	Unidades
Miércoles	4
Jueves	6
Viernes	6
Sábado	12
Domingo	12
Total semana	40
Total Mes	160

Fuente: el autor

En este cuadro se puede observar que en los días de menor demanda estimando una venta de 4 y 6 unidades en ocho horas de funcionamiento y en los días de mayor demanda estimando 12 unidades en el mismo horario fácilmente se puede alcanzar la meta de ventas proyectada.

Para efectos de cálculo y aplicación de un castigo por mal clima en la estimación de ventas se procede a realizar un cálculo considerando el alquiler de unidades por hora, cinco días a la semana totalizándolos al mes.

(Tabla 32)

Estimación de ventas al Año punto Samanes VII Año 1												
Detalle	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Unidades por hora	1	1	1	2	2	3	3	3	5	5	5	5
Unidades mes a 8 horas	160	160	160	320	320	480	480	480	800	800	800	800
Castigo estimado por mal Clima	5%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	30.00%	60%	60%	50%
Ventas estimadas en unidades	152.00	160.00	160.00	320.00	320.00	480.00	480.00	480.00	560.00	320.00	320.00	400.00

Estimación de ventas punto Ferroviaria Año 1												
Detalle	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Unidades por hora	1	1	1	2	2	3	3	3	5	5	5	5
Unidades mes a 8 horas	160	160	160	320	320	480	480	480	800	800	800	800
Castigo estimado por mal Clima	5%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	30%	60%	60%	50%
Ventas estimadas en unidades	152.00	160.00	160.00	320.00	320.00	480.00	480.00	480.00	560.00	320.00	320.00	400.00

Estimación de ventas al Año punto Guayacanes Año 1												
Detalle	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Unidades por hora	1	1	1	2	2	3	3	3	5	5	5	5
Unidades mes a 8 horas	160	160	160	320	320	480	480	480	800	800	800	800
Castigo estimado por mal Clima	5%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	30%	60%	60%	50%
Ventas estimadas en unidades	152.00	160.00	160.00	320.00	320.00	480.00	480.00	480.00	560.00	320.00	320.00	400.00

Estimación de ventas anuales en Tres puntos instalados Año 1												
Detalle	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Ventas estimadas en unidades	456.00	480.00	480.00	960.00	960.00	1,440.00	1,440.00	1,440.00	1,680.00	960.00	960.00	1,200.00

Fuente: El Autor

Para ciclopaseos turísticos

La estimación de ventas en los ciclopaseos turísticos está considerando dos recorridos por día dos veces a la semana totalizando 16 recorridos al mes, a este pronóstico se considera un porcentaje de descuento en función de temporadas festivas y escolares región costa.

(Tabla 33)

Estimación de ventas al Año punto Samanes VII Año 1												
Detalle	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Unidades por Recorrido	10	10	10	10	10	10	17	17	17	17	17	17
Unidades mes	160	160	160	160	160	160	272	272	272	272	272	272
Castigo estimado	5%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	30%	0%	0%	0%	20%
Ventas estimadas en unidades	152.00	160.00	160.00	160.00	160.00	160.00	272.00	190.40	272.00	272.00	272.00	217.60

Fuente: El Autor

3.7 Costos operativos

Los costos más relevantes que se puede observar dentro de los costos directos son dos; el alquiler de vehículos con un valor de \$ 38,400 dólares en el primer año, este costo está ligado directamente al producto de ciclopaseos turísticos incurriendo en los mismos por cada servicio prestado que de acuerdo con la estimación de ventas, se considerará 4 recorridos los fines de semana, 4 semanas al mes, por 12 meses al año estimando 192 servicios a un costo promedio de \$ 200 dólares por el alquiler.

El segundo costo más relevante es el de la mano de obra directa considerándose en este rubro los sueldos y beneficios de ley acorde con la legislación laboral ecuatoriana abajo detallada.

(Tabla 34)

Desglose de valores que intervienen en el pago de sueldos para mano de obra Directa																
Detalle	Cantidad	Sueldo nominal	Sueldo General	DT	DC	VC	APORT	Rec. Noc.	FR	Total mes	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Operativos	3	380	1,140.00	95.00	79.50	47.50	138.51	71.25	94.96	1,666.72	18,861.12	22,000.73	24,200.80	26,620.88	29,282.97	
Mecánico	1	400	400.00	33.33	26.50	16.67	48.60	0.00	33.32	558.42	6,301.20	7,371.14	8,108.26	8,919.08	9,810.99	
Guia	1	360	360.00	30.00	26.50	15.00	43.74	0.00	29.99	505.23	5,702.88	6,669.01	7,335.91	8,069.50	8,876.45	
										MOI.	2,730.37	30,865.20	36,040.88	39,644.97	43,609.47	47,970.42

Código	Nomeclatura
DT	Décimo Tercero
DC	Décimo Cuarto
VC	Vacaciones
APORT	Aporte patronal 12.15%
Rec. Noc.	Recargo Nocturno
FR	Fondos de Reserva

Sueldo Básico al 2013	318
------------------------------	------------

Fuente: El Autor

3.7.1 Costos directos

(Tabla 35)

Lista de Costos Directos	Cantidad	Valor	Total Año 1	Total Año 2	Total Año 3	Total Año 4	Total Año 5
Tubos aro 26" \$kenda	50	\$ 1.80	\$ 90.00	\$ 117.00	\$ 152.10	\$ 197.73	\$ 257.05
Rayos para aro 26" la gruesa "144"	2	\$ 5.00	\$ 10.00	\$ 13.00	\$ 16.90	\$ 21.97	\$ 28.56
Ejes sellados	10	\$ 12.00	\$ 120.00	\$ 156.00	\$ 202.80	\$ 263.64	\$ 342.73
Luces	80	\$ 2.00	\$ 160.00	\$ 208.00	\$ 270.40	\$ 351.52	\$ 456.98
Llantas kenda duro	80	\$ 7.00	\$ 560.00	\$ 728.00	\$ 946.40	\$ 1,230.32	\$ 1,599.42
Ejes simples	20	\$ 1.00	\$ 20.00	\$ 26.00	\$ 33.80	\$ 43.94	\$ 57.12
Tensor o pasa piñones	20	\$ 5.50	\$ 110.00	\$ 143.00	\$ 185.90	\$ 241.67	\$ 314.17
Piñón 7 velocidades	20	\$ 10.00	\$ 200.00	\$ 260.00	\$ 338.00	\$ 439.40	\$ 571.22
Cadenas simples para bici sencilla 7 velocidades	60	\$ 3.00	\$ 180.00	\$ 234.00	\$ 304.20	\$ 395.46	\$ 514.10
Alquiler de Vehiculos Ciclo turismo	192	\$ 200.00	\$ 38,400.00	\$ 49,920.00	\$ 64,896.00	\$ 84,364.80	\$ 109,674.24
Pedales sencillos	15	\$ 3.00	\$ 45.00	\$ 58.50	\$ 76.05	\$ 98.87	\$ 128.52
Grasa al granel canecas	2	\$ 12.00	\$ 27.00	\$ 35.10	\$ 45.63	\$ 59.32	\$ 77.11
Mano de Obra Directa			\$ 30,865.20	\$ 36,040.88	\$ 39,644.97	\$ 43,609.47	\$ 47,970.42
Total C.D.			\$ 70,787.20	\$ 87,939.48	\$ 107,113.15	\$ 131,318.10	\$ 161,991.64

Fuente: El Autor

3.7.2 Costos indirectos

Entre los costos indirectos se puede apreciar que el rubro más importante es el de mano de obra indirecta y este así mismo como la mano de obra directa está estrictamente apegado a las leyes laborales que rigen al País

(Tabla 36)

Desglose de valores que intervienen en el pago de sueldos para mano de obra Indirecta														
Detalle	Cantidad	Sueldo Nominal	Sueldo General	DT	DC	VC	APORT	FR	Total mes	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gerente	1	800	800.00	66.67	31.67	33.33	97.20	66.64	1,095.51	12,346.40	14,460.69	15,906.76	17,497.43	19,247.18
Secretaria	1	420	420.00	35.00	31.67	17.50	51.03	34.99	590.18	6,662.36	7,790.41	8,569.45	9,426.40	10,369.04
Contador	1	700	700.00	58.33	31.67	29.17	85.05	58.31	962.53	10,850.60	12,705.35	13,975.89	15,373.48	16,910.82
MOI.									2,648.22	29,859.36	34,956.45	38,452.10	42,297.31	46,527.04

Código	Nomeclatura
DT	Décimo Tercero
DC	Décimo Cuarto
VC	Vacaciones
APORT	Aporte patronal 12.15
FR	Fondos de Reserva

Sueldo Básico al 2013	318
------------------------------	------------

Fuente: El Autor

El segundo rubro considerable es el de alquiler de tres locales, a un costo de \$180 dólares cada uno, considerando tres puntos de servicio, se ha considerado un incremento del 10% anual acorde a los índices históricos inflacionarios del país.

(Tabla 37)

Lista de Costos Indirectos	Cantidad	Valor	total Año 1	total Año 2	total Año 3	total Año 4	total Año 5
Alquiler de locales	3	\$ 2,160.00	\$ 6,480.00	\$ 7,128.00	\$ 7,840.80	\$ 8,624.88	\$ 9,487.37
Mano de Obra Indirecta			\$ 29,859.36	\$ 34,956.45	\$ 38,452.10	\$ 42,297.31	\$ 46,527.04
Suministros de oficina			\$ 850.00	\$ 935.00	\$ 1,028.50	\$ 1,131.35	\$ 1,244.49
Gastos de Publicidad y propaganda			\$ 1,800.00	\$ 1,980.00	\$ 1,800.00	\$ 2,160.00	\$ 2,592.00
Servicios Básicos			\$ 300.00	\$ 330.00	\$ 363.00	\$ 399.30	\$ 439.23
Gasto Estimado por Impacto Ambiental			\$ 249.31	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 274.24	
Gastos de Constitución			\$ 1,730.00				
Juego de Heramientas	2	\$ 400.00	\$ 1,000.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00
Seguridad industrial Extintores luz emergencia		\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00
Cascos	85	\$ 15.00	\$ 1,275.00			\$ 330.00	
Instalación			\$ 1,000.00				
Internet			\$ 360.00	\$ 396.00	\$ 435.60	\$ 479.16	\$ 527.08
Total C.I.			\$ 45,503.67	\$ 45,975.45	\$ 50,170.00	\$ 55,946.24	\$ 61,067.20

Fuente: El Autor

3.8 Inversiones del proyecto

3.8.1 Activos fijos

Dentro de los activos se evidencia que la empresa inicia sus actividades con un stock de 85 unidades de pedal, y se proyecta una renovación de las mismas para el cuarto año de operaciones, esta renovación va acorde a la depreciación aplicada basada en las NIIF (Normas internacionales de información financiera).

(Tabla 38)

Activos Fijos	Cantidad	Valor	total Año 1	total Año 2	total Año 3	total Año 4	total Año 5
Bicicletas aro 26" 85 1er año	85	\$ 82.00	\$ 6,970.00			\$ 7,667.00	
Radios Mod: GXT1000VP4	4	\$ 90.00	\$ 360.00				
Vehiculo "Camioneta"	1	\$ 5,500.00	\$ 5,500.00				
Muebles y Enceres		\$ 1,500.00	\$ 1,500.00				
Equipos de Computación		\$ 3,500.00	\$ 3,500.00				
		Total A.F.	\$ 17,830.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 7,667.00	\$ 0.00

Fuente: El Autor

3.8.2 Capital de trabajo

(Tabla 39)

Detalle de unidades por actividad

Detalle	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Ciclopaseos familiares	456	480	480	960	960	1,440	1,440	1,440	1,680	960	960	1,200
Ciclopaseos turísticos	152	160	160	160	160	160	272	190	272	272	272	218
Total ventas estimadas	608	640	640	1,120	1,120	1,600	1,712	1,630	1,952	1,232	1,232	1,418

Detalle	PVP 1	PVP 2
Precio promedio ponderado del	1.50	45.00
Gastos de Publicidad	150.00	
Gastos Administrativos	3,641.97	
Costos Producción Fijos	\$ 5,899	

Cálculo de capital de Trabajo

Detalle	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Unidades proyectadas Act 1	456	480	480	960	960	1,440	1,440	1,440	1,680	960	960	1,200
Unidades proyectadas Act 2	152	160	160	160	160	160	272	190	272	272	272	218
VENTAS Actividad 1	684	720	720	1,440	1,440	2,160	2,160	2,160	2,520	1,440	1,440	1,800
VENTAS Actividad 2	6,840.00	7,200.00	7,200.00	7,200.00	7,200.00	7,200.00	12,240.00	8,568.00	12,240.00	12,240.00	12,240.00	9,792.00
VENTAS \$	\$ 7,524	\$ 7,920	\$ 7,920	\$ 8,640	\$ 8,640	\$ 9,360	\$ 14,400	\$ 10,728	\$ 14,760	\$ 13,680	\$ 13,680	\$ 11,592
Costo Fijo de Producción	\$ 5,899	\$ 5,899	\$ 5,899	\$ 5,899	\$ 5,899	\$ 5,899	\$ 5,899	\$ 5,899	\$ 5,899	\$ 5,899	\$ 5,899	\$ 5,899
COSTO PRODUCCION	\$ 5,899	\$ 5,899	\$ 5,899	\$ 5,899	\$ 5,899	\$ 5,899	\$ 5,899	\$ 5,899	\$ 5,899	\$ 5,899	\$ 5,899	\$ 5,899
Gastos de Administración	3,641.97	3,641.97	3,641.97	3,641.97	3,641.97	3,641.97	3,641.97	3,641.97	3,641.97	3,641.97	3,641.97	3,641.97
Gastos de Publicidad	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00
GASTOS OPERATIVOS	3,791.97	3,791.97	3,791.97	3,791.97	3,791.97	3,791.97	3,791.97	3,791.97	3,791.97	3,791.97	3,791.97	3,791.97
EGRESOS	\$ 9,691	\$ 9,691	\$ 9,691	\$ 9,691	\$ 9,691	\$ 9,691	\$ 9,691	\$ 9,691	\$ 9,691	\$ 9,691	\$ 9,691	\$ 9,691
INGRESOS	\$ 7,524	\$ 7,920	\$ 7,920	\$ 8,640	\$ 8,640	\$ 9,360	\$ 14,400	\$ 10,728	\$ 14,760	\$ 13,680	\$ 13,680	\$ 11,592
EGRESOS	\$ 9,691	\$ 9,691	\$ 9,691	\$ 9,691	\$ 9,691	\$ 9,691	\$ 9,691	\$ 9,691	\$ 9,691	\$ 9,691	\$ 9,691	\$ 9,691
SALDO MENSUAL	(\$ 2,167)	(\$ 1,771)	(\$ 1,771)	(\$ 1,051)	(\$ 1,051)	(\$ 331)	\$ 4,709	\$ 1,037	\$ 5,069	\$ 3,989	\$ 3,989	\$ 1,901
SALDO ACUMULADO	(\$ 2,167)	(\$ 3,938)	(\$ 5,709)	(\$ 6,760)	(\$ 7,811)	(\$ 8,141)	(\$ 3,432)	(\$ 2,395)	\$ 2,674	\$ 6,663	\$ 10,652	\$ 12,553

Capital de Trabajo	\$ 8,141.44
--------------------	-------------

Fuente: El Autor

3.8.3 Depreciaciones

Las depreciaciones son consideradas conforme a los plazos dispuestos por la ley, en el caso de las bicicletas, sus plazos a depreciarse no están explícitamente estipulados, considerándose como una excepción, la norma internacional de contabilidad NIC 16 denominada Propiedad Planta y Equipo establece que la vida útil de un bien se determina por el periodo durante el cual se espera utilizar el mismo.

Dentro de su uso normal los ciclistas consideran que la vida útil de una bicicleta podría ser de 5 años, pero debido a giro natural del negocio y enfocado en un buen mantenimiento preventivo se estima que de este bien, su vida útil es de 3 años.

(Tabla 40)

Detalle	Costo	Años de Deprec.	Depreciación Anual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Bicicletas	6,970.00	3	2,323.33	2,323	2,323	2,323		
Bicicletas Incremento 4 año	7,667.00	3	2,555.67				2,556	2,556
Muebles y Enseres	1,860.00	10	186.00	186	186	186	186	186
Eq Computación	3,500.00	3	1,166.67	1,167	1,167	1,167		
Vehículo	5,500.00	5	1,100.00	1,100	1,100	1,100	1,100	1,100
Total Depreciación				4,776	4,776	4,776	3,842	3,842
Depreciación Acumulada				4,776	9,552	14,328	18,170	22,011

Fuente: El Autor

3.9 Financiamiento

Según los planes de financiamiento de la CFN Corporación Financiera Nacional, su tasa de financiamiento se posesiona por debajo del 9%, el proyecto está considerado con una tasa del 11.83% que ofrece el sector financiero privado, con la finalidad de castigar el proyecto y medirlo en el mercado competitivo.

(Imagen # 6)



TASAS DE INTERÉS ACTIVAS NOMINALES Y EFECTIVAS POR TIPO DE CRÉDITO							
		TASAS ACTIVAS NOMINALES			TASAS ACTIVAS EFECTIVAS		
		PRODUCTIVO	CONSUMO	VIVIENDA	PRODUCTIVO	CONSUMO	VIVIENDA
		PERSONAL	PERSONAL	PERSONAL	PERSONAL	PERSONAL	PERSONAL
TASAS DE INTERES DE LA ENTIDAD	Tasa máxima	11.23%	15.20%	10.78%	11.83%	16.30%	11.33%
	Fija	SI	N/A	N/A	SI	N/A	N/A
	Variables	SI	SI	SI	SI	SI	SI
	Plan de pagos	Mensual	Mensual	Mensual	Mensual	Mensual	Mensual

Fuente: www.mutualistapichincha.

3.9.1 Tabla de Amortización del Crédito

(Tabla 41)

Detalle	Valor
Activo fijo	17,830.00
Capital de trabajo	8,141.44
Inversión	25,971.44

Capital Propio	30%
Préstamo bancario	70%

Capital Propio	7,791.43
Préstamo bancario	18,180.00

Tasa Interes Anual	11.83%
Periodo Años	5
Cuota	5,022.09

Fuente: El Autor

N°	Capital Inicial	Interes	Amortiz al Capital	Cuota	Capital Final
1	18,180.00	2,150.69	\$ 2,871.39	\$ 5,022.09	\$ 15,308.61
2	\$ 15,308.61	1,811.01	\$ 3,211.08	\$ 5,022.09	\$ 12,097.53
3	\$ 12,097.53	1,431.14	\$ 3,590.95	\$ 5,022.09	\$ 8,506.58
4	\$ 8,506.58	1,006.33	\$ 4,015.76	\$ 5,022.09	\$ 4,490.82
5	\$ 4,490.82	531.26	\$ 4,490.82	\$ 5,022.09	\$ 0.00
		6,930.43	18,180.00	25,110.44	

4 CAPÍTULO IV- EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

4.1 Estado de Resultados Projectado

(Tabla 41)

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$ 128,844.00	\$ 167,028.00	\$ 208,924.00	\$ 263,604.00	\$ 295,184.00
Costos Directos	\$ 70,787.20	\$ 87,939.48	\$ 107,113.15	\$ 131,318.10	\$ 161,991.64
UTILIDAD BRUTA	\$ 58,056.80	\$ 79,088.52	\$ 101,810.85	\$ 132,285.90	\$ 133,192.36
Gastos Administrativos	\$ 30,709.36	\$ 35,891.45	\$ 39,480.60	\$ 43,428.66	\$ 47,771.52
Gastos Marketing	\$ 1,800.00	\$ 1,980.00	\$ 1,800.00	\$ 2,160.00	\$ 2,592.00
Gastos Generales	\$ 12,994.31	\$ 8,104.00	\$ 8,889.40	\$ 10,357.58	\$ 10,703.67
Costos Indirectos	\$ 45,503.67	\$ 45,975.45	\$ 50,170.00	\$ 55,946.24	\$ 61,067.20
UTILIDAD OPERATIVA	\$ 12,553.13	\$ 33,113.06	\$ 51,640.85	\$ 76,339.66	\$ 72,125.16
Depreciación	\$ 4,776.00	\$ 4,776.00	\$ 4,776.00	\$ 3,841.67	\$ 3,841.67
Gastos Financieros	\$ 2,150.69	\$ 1,811.01	\$ 1,431.14	\$ 1,006.33	\$ 531.26
Utilidad antes de impuestos	\$ 5,626.44	\$ 26,526.06	\$ 45,433.71	\$ 71,491.66	\$ 67,752.23
Participación trabajadores 15%	\$ 843.97	\$ 3,978.91	\$ 6,815.06	\$ 10,723.75	\$ 10,162.83
Impuesto a la renta 22%	\$ 1,052.14	\$ 4,960.37	\$ 8,496.10	\$ 13,368.94	\$ 12,669.67
Imp. Renta y Partic. Trab.	\$ 1,896.11	\$ 8,939.28	\$ 15,311.16	\$ 24,092.69	\$ 22,832.50
Utilidad Neta	\$ 3,730.33	\$ 17,586.78	\$ 30,122.55	\$ 47,398.97	\$ 44,919.73
Indices de Rentabilidad					
Utilidad Bruta / Ventas	45.06%	47.35%	48.73%	50.18%	45.12%
Utilidad Operativa / Ventas	9.74%	19.82%	24.72%	28.96%	24.43%
Utilidad Neta / Ventas	2.90%	10.53%	14.42%	17.98%	15.22%

Fuente: El Autor

4.2 Flujo de Caja Proyectado

(Tabla 42)

Flujo de Caja Proyectado						
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total años
Ventas	128,844.00	167,028.00	208,924.00	263,604.00	295,184.00	1,063,584.00
Costos Directos	70,787.20	87,939.48	107,113.15	131,318.10	161,991.64	559,149.58
Costos indirectos	45,503.67	45,975.45	50,170.00	55,946.24	61,067.20	258,662.55
Flujo Operativo	12,553.13	33,113.06	51,640.85	76,339.66	72,125.16	245,771.87
Ingresos no Operativos	25,971.44	0.00	0.00	0.00	0.00	25,971.44
Crédito	18,180.00					18,180.00
Aporte propio	7,791.43					7,791.43
Egresos no Operativos	32,889.63	13,961.37	20,333.25	36,781.78	27,854.59	131,820.62
Inversiones	25,971.44	0.00	0.00	7,667.00	0.00	33,638.44
Activo Fijo	17,830.00	0.00	0.00	7,667.00	0.00	25,497.00
Capital de Trabajo	8,141.44					8,141.44
Pago de dividendos	5,022.09	5,022.09	5,022.09	5,022.09	5,022.09	25,110.44
Impuestos y Utilidades a Trabajadores	1,896.11	8,939.28	15,311.16	24,092.69	22,832.50	73,071.74
Flujo no Operativo	-6,918.20	-13,961.37	-20,333.25	-36,781.78	-27,854.59	-105,849.18
Flujo Neto	5,634.93	19,151.70	31,307.60	39,557.88	44,270.57	139,922.69
Flujo acumulado	5,634.93	24,786.63	56,094.23	95,652.11	139,922.69	

Fuente: El Autor

4.3 Balance General Proyectado

(Tabla 43)

Balance General Proyectado					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activos Corrientes	13,776.37	32,928.06	64,235.67	103,793.55	148,064.12
Caja y Bancos	5,634.93	24,786.63	56,094.23	95,652.11	139,922.69
Capital de Trabajo	8,141.44	8,141.44	8,141.44	8,141.44	8,141.44
Activos Fijos Netos	13,054.00	8,278.00	3,502.00	7,327.33	3,485.67
Activo fijo	17,830.00	17,830.00	17,830.00	25,497.00	25,497.00
Depreciación acumulada	4,776.00	9,552.00	14,328.00	18,169.67	22,011.33
Total de Activos	26,830.37	41,206.06	67,737.67	111,120.88	151,549.79
Total Pasivos	15,308.61	12,097.53	8,506.58	4,490.82	0.00
Patrimonio					
Aporte Futura capitalización	7,791.43	7,791.43	7,791.43	7,791.43	7,791.43
Utilidad del Ejercicio	3,730.33	17,586.78	30,122.55	47,398.97	44,919.73
Utilidades Retenidas		3,730.33	21,317.10	51,439.65	98,838.63
Total Pasivo + Patrimonio	26,830.37	41,206.06	67,737.67	111,120.88	151,549.79

Fuente: El Autor

5 CAPÍTULO V- EVALUACIÓN DEL PROYECTO

5.1 Análisis de Costo Unitario

(Tabla 44)

ANÁLISIS COSTO UNITARIO					
DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS DIRECTOS	\$ 70,787.20	\$ 87,939.48	\$ 107,113.15	\$ 131,318.10	\$ 161,991.64
COSTOS INDIRECTOS	\$ 45,503.67	\$ 45,975.45	\$ 50,170.00	\$ 55,946.24	\$ 61,067.20
DEPRECIACIÓN	\$ 4,776.00	\$ 4,776.00	\$ 4,776.00	\$ 3,841.67	\$ 3,841.67
GASTOS FINANCIEROS	\$ 2,150.69	\$ 1,811.01	\$ 1,431.14	\$ 1,006.33	\$ 531.26
IMPUESTOS Y PART. TRAB. UTILIDADES	\$ 1,896.11	\$ 8,939.28	\$ 15,311.16	\$ 24,092.69	\$ 22,832.50
COSTOS TOTALES	\$ 125,113.67	\$ 149,441.22	\$ 178,801.45	\$ 216,205.03	\$ 250,264.27
UNIDADES ANUALES	14,904	22,500	24,618	28,672	32,176
COSTO UNITARIO	\$ 8.39	\$ 6.64	\$ 7.26	\$ 7.54	\$ 7.78
PRECIO DE VENTA	\$ 8.64	\$ 7.42	\$ 8.49	\$ 9.19	\$ 9.17
UTILIDAD UNITARIA	\$ 0.25	\$ 0.78	\$ 1.22	\$ 1.65	\$ 1.40
MARGEN UNITARIO	3%	11%	14%	18%	15%

COSTO DIRECTO UNITARIO	\$ 4.75	\$ 3.91	\$ 4.35	\$ 4.58	\$ 5.03
-------------------------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------

Fuente: El Autor

Se ha determinado que el costo de mayor incidencia es el costo directo, debido a que representa un 56.58% del costo unitario para el primer año, como se demuestra en el capítulo 3 Aspectos Tecnológicos del Proyecto en su punto 3.7.1 costos directos, en el que indica que los rubros de mayor impacto en el costo directo son los de alquiler de vehículos y mano de obra directa.

El segundo costo de mayor incidencia es el costo indirecto que representa el 36.37% del costo unitario para el primer año, y de igual manera se demuestra en el capítulo 3 Aspectos Tecnológicos del Proyecto en su punto 3.7.2 costos indirectos, en el que indica que los rubros de mayor impacto en el costo indirecto son los de alquiler de locales y mano de obra indirecta.

Podemos observar que la tendencia de impacto en los costos unitarios se mantiene conforme al siguiente cuadro.

(Tabla 45)

IMPACTO PORCENTUAL DE COSTOS UNITARIOS										
DESCRIPCION	AÑO 1	%	AÑO 2	%	AÑO 3	%	AÑO 4	%	AÑO 5	%
COSTOS DIRECTOS	4.75	56.58%	3.91	58.85%	4.35	59.91%	4.58	60.74%	5.03	64.73%
COSTOS INDIRECTOS	3.05	36.37%	2.04	30.76%	2.04	28.06%	1.95	25.88%	1.90	24.40%
DEPRECIACIÓN	0.32	3.82%	0.21	3.20%	0.19	2.67%	0.13	1.78%	0.12	1.54%
GASTOS FINANCIEROS	0.14	1.72%	0.08	1.21%	0.06	0.80%	0.04	0.47%	0.02	0.21%
IMPUESTOS Y PART. TRAB. UTILIDADES	0.13	1.52%	0.40	5.98%	0.62	8.56%	0.84	11.14%	0.71	9.12%
COSTO UNITARIO	8.39	100%	6.64	100%	7.26	100%	7.54	100%	7.78	100%

Fuente: El Autor

Analizando el decremento que sufre el precio de venta reflejado en la tabla de Análisis de costos unitario se aprecia que el volumen de ventas se incrementa en el segundo año en un 50%, y este fenómeno se da debido a que la empresa entra en el mercado con una proyección de ventas conservadora y para el segundo año de operaciones con la apertura del parque de Samanes VII se estima un incremento considerable en la demanda.

Adicional al incremento de sus ventas es notorio que los costos totales de la empresa no se incrementan en la misma proporción tan solo en un 19% reduciendo el costo unitario.

En relación al costo unitario su decremento guarda similar relación en virtud del incremento del volumen de ventas versus el precio del servicio que para los ciclopaseos familiares se mantiene en su precio y tan solo un incremento del 11.11% afectando directamente al precio ponderado

(Tabla 46)

Variación porcentual de incremento de precios				
Años	PVP 1	PVP 2	% PVP 1	% PVP 2
Precio año 1	1.50	45	0.00%	0.00%
Precio año 2	1.50	50	0.00%	11.11%
Precio año 3	1.75	55	16.67%	10.00%
Precio año 4	1.75	60	0.00%	9.09%
Precio año 5	2.00	65	14.29%	8.33%

Fuente: El Autor

5.2 Análisis Financiero

a. Índices Financieros

(Tabla 47)

Flujo Neto de la Empresa					
Inversion inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
-25,971.44	5,634.93	19,151.70	31,307.60	39,557.88	44,270.57
Valor Presente de Flujo	\$ 93,343.61				
Tasa Descuento	11.83% Acorde a la tasa de financiamiento				
VAN	\$ 67,372 Valor Positivo				
TIR	66% Es mayor a cero y a la tasa de descuento				
Índice de Rentabilidad	\$ 3.59 Por cada dólar invertido me retorna				
Rendimiento Real	2.59 Es mayor a la tasa de descuento				
Payback	2 Año(s) 0 Mes(es) y 14 Días Tiempo en que se recupera la inversión				

Fuente: El Autor

Tomando como tasa de descuento a la tasa de interés del crédito bancario podemos observar que en 5 años el valor presente del flujo es de \$ 93,343.61; comparándolo con la inversión inicial obtenemos una diferencia de \$ 67,372 en análisis de este indicador y siendo este mayor a cero nos da una apreciación de que el proyecto es viable, el Payback del proyecto nos indica que en 2 años y 14 días se recupera la inversión.

b. Ratios Financieros

(Tabla 48)

Punto de Equilibrio	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas en USD	\$ 128,844.00	\$ 167,028.00	\$ 208,924.00	\$ 263,604.00	\$ 295,184.00
Ventas (unidad de servicio)	14,904	22,500	24,618	28,672	32,176
Costos Directos	\$ 70,787	\$ 87,939	\$ 107,113	\$ 131,318	\$ 161,992
Costos Indirectos	\$ 45,504	\$ 45,975	\$ 50,170	\$ 55,946	\$ 61,067
Pto.Equilibrio en USD	\$ 100,985	\$ 97,096	\$ 102,953	\$ 111,483	\$ 135,339
Pto.Equilibrio en %	78%	58%	49%	42%	46%
Pto.Equilibrio en unidades	11,681	13,080	12,131	12,126	14,752

Valor Agregado sobre Ventas	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas en USD	\$ 128,844.00	\$ 167,028.00	\$ 208,924.00	\$ 263,604.00	\$ 295,184.00
Gastos Financieros	\$ 2,150.69	\$ 1,811.01	\$ 1,431.14	\$ 1,006.33	\$ 531.26
Gastos de Personal	\$ 60,724.56	\$ 70,997.34	\$ 78,097.07	\$ 85,906.78	\$ 94,497.45
Valor Agregado sobre Ventas	49%	44%	38%	33%	32%

Fuente: El Autor

Tomando como referencia un año normal, en este caso el Año 4 del ejercicio proyectado, se puede apreciar un punto de equilibrio del 42%, con un punto de equilibrio en unidades de 12,126 servicios de alquiler.

En lo referente al valor agregado sobre las ventas se obtiene que con un 33% sobre las ventas nos permite cubrir los gastos financieros y gastos de personal, los mismos que son impostergables e ineludibles.

(Tabla 49)

Punto de Equilibrio		AÑO 4
Ventas en USD		\$ 263,604.00
Ventas (unidad de servicio)		28,672
Costos Directos		\$ 131,318
Costos Indirectos		\$ 55,946
Pto.Equilibrio en USD		\$ 111,483
Pto.Equilibrio en %		42%
Pto.Equilibrio en unidades		12,126
Valor Agregado sobre Ventas		
Ventas en USD		\$ 263,604.00
Gastos Financieros		\$ 1,006.33
Gastos de Personal		\$ 85,906.78
Valor Agregado sobre Ventas		33%

Fuente: El Autor

En el índice de empleo se puede apreciar un porcentaje extremadamente alto y esto se debe a que la empresa es netamente de servicios, con una baja inversión en sus activos.

(Tabla 50)

Índice de Empleo	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activos Fijos Netos	\$ 13,054	\$ 8,278	\$ 3,502	\$ 7,327	\$ 3,486
Gastos de Personal	\$ 60,724.56	\$ 70,997.34	\$ 78,097.07	\$ 85,906.78	\$ 94,497.45
Indice de Empleo	465%	858%	2230%	1172%	2711%

Fuente: El Autor

Tomando como referencia el cuarto año, año en que se realiza reposición de activos se puede apreciar un elevado porcentaje correspondiente a 1,172% demostrando así que es una empresa netamente de servicio y con inversiones bajas en los activos debido al bajo costo de las unidades a pedal que se requiere para brindar el servicio como tal.

(Tabla 51)

Índice de Empleo al 4to Año	
Activos Fijos Netos	\$ 7,327
Gastos de Personal	\$ 85,906.78
Índice de Empleo	1172%

Fuente: El Autor

c. Índices de Riesgo Financiero

En el índice de liquidez se puede determinar que por cada dólar de deuda que la empresa mantenga con sus acreedores cuantos dólares tiene para cubrir esos valores, en el año uno se aprecia que la empresa tiene un índice de liquidez de \$0.90 cvs, y esto se debe a que la inversión más fuerte se lo realiza en el mismo año.

(Tabla 51)

Liquidez	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activos Corrientes	\$ 13,776	\$ 32,928	\$ 64,236	\$ 103,794	\$ 148,064
Pasivos Corrientes	\$ 15,309	\$ 12,098	\$ 8,507	\$ 4,491	\$ -
Liquidez	0.90	2.72	7.55	23.11	

Fuente: El Autor

El crecimiento de este índice es notorio cada año, se toma como referencia el segundo año del ejercicio proyectado, debido a que este se encuentra en proceso de crecimiento superando su etapa de inversión inicial que ocurre en un primer año y se puede apreciar que por cada dólar que se tiene que pagar la empresa contaría con \$ 2.72 dólares para cubrir esa deuda.

(Tabla 52)

Liquidez		AÑO 2
Activos Corrientes	\$	32,928
Pasivos Corrientes	\$	12,098
Liquidez		2.72

Fuente: El Autor

En este índice se puede determinar que la empresa por cada dólar que tiene que pagar cuenta con una determinada cantidad en dólares sin contar con sus inventarios, y en el desarrollo de proyecto se aprecia un rápido crecimiento año a año de este índice, teniendo presente que en el primer año por ser el año de mayor inversión su índice es de \$0.37 dólares y en su cuarto año es de \$21.30 dólares sin contar con sus inventarios.

(Tabla 53)

Prueba Acida	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activos Corrientes	\$ 13,776	\$ 32,928	\$ 64,236	\$ 103,794	\$ 148,064
Inventarios	\$ 8,141	\$ 8,141	\$ 8,141	\$ 8,141	\$ 8,141
Pasivos Corrientes	\$ 15,309	\$ 12,098	\$ 8,507	\$ 4,491	\$ -
Prueba Acida	0.37	2.05	6.59	21.30	

Fuente: El Autor

De igual manera con base del segundo año de funcionamiento se puede apreciar que por cada dólar que se adeuda, la empresa cuenta con \$2.05 dólares sin contar con el inventario que por su naturaleza son menos líquidos.

(Tabla 54)

Prueba Acida	AÑO 2
Activos Corrientes	\$ 32,928
Inventarios	\$ 8,141
Pasivos Corrientes	\$ 12,098
Prueba Acida	2.05

Fuente: El Autor

d. Razones Financieras

En este índice se aprecia que porcentaje representa de las ventas proyectadas la utilidad neta de la empresa.

(Tabla 55)

Margen Neto de Utilidad	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad Neta	\$ 3,730	\$ 17,587	\$ 30,123	\$ 47,399	\$ 44,920
Ventas	\$ 128,844	\$ 167,028	\$ 208,924	\$ 263,604	\$ 295,184
Margen Neto de Utilidad	3%	11%	14%	18%	15%

Fuente: El Autor

Para este análisis financiero se toma el total del ejercicio proyectado a 5 años y este nos presenta un margen neto de utilidad del 14%, que a su vez es muy superior a la tasa de interés del mercado financiero competitivo que es el 11.38% considerado para el proyecto.

(Tabla 56)

Margen Neto de Utilidad	Total Años
Utilidad Neta	\$ 143,758
Ventas	\$ 1,063,584
Margen Neto de Utilidad	14%

Fuente: El Autor

(Tabla 57)

Rotación de Activos	Año 5
Ventas	\$ 1,063,584
Total Activos	\$ 151,550
Rotación de Activos	7.02

Fuente: El Autor

En este análisis se puede medir que tan eficiente es el manejo de los activos de la empresa, en consideración con las ventas se puede decir que los activos rotan 7.02 veces o que por cada dólar en activo se generan \$7 dólares.

(Tabla 58)

DUPONT	
Rotación de Activos	7.02
Margen Neto de Utilidad	14%
DUPONT	95%

Fuente: El Autor

El margen de utilidad neto obtenido que es del 14%, contrastado con la eficiencia en rotación de activos del el índice de rotación, que es del 7.02, obtenemos el Dupont con el 95% este índice mide que tan rentable ha sido el proyecto, demostrando así que es una buena oportunidad para invertir en el mismo.

5.3 Análisis de Sensibilidad

a. Escenario Proyectado

Análisis de escenario optimista.

Este análisis nos permite conocer que tan sensible es el proyecto frente a un cambio como un incremento de las ventas del 10% y del 7% de los costos Directos.

(Tabla 59)

Escenario Optimista	Factor
Incremento del 10% en ventas	10%
Incremento del 7% en costos	7%

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO ESCENARIO OPTIMISTA					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$ 141,728.40	\$ 183,730.80	\$ 229,816.40	\$ 289,964.40	\$ 324,702.40
Costos Directos	\$ 75,742.30	\$ 94,095.25	\$ 114,611.07	\$ 140,510.37	\$ 173,331.06
UTILIDAD BRUTA	\$ 65,986.10	\$ 89,635.55	\$ 115,205.33	\$ 149,454.03	\$ 151,371.34
Gastos Administrativos	\$ 32,859.02	\$ 38,403.85	\$ 42,244.24	\$ 46,468.66	\$ 51,115.53
Gastos Marketing	\$ 1,926.00	\$ 2,118.60	\$ 1,926.00	\$ 2,311.20	\$ 2,773.44
Gastos Generales	\$ 13,903.91	\$ 8,671.28	\$ 9,511.66	\$ 11,082.61	\$ 11,452.93
Costos Indirectos	\$ 48,688.93	\$ 49,193.73	\$ 53,681.90	\$ 59,862.47	\$ 65,341.90
UTILIDAD OPERATIVA	\$ 17,297.17	\$ 40,441.82	\$ 61,523.43	\$ 89,591.56	\$ 86,029.45
Depreciación	\$ 4,776.00	\$ 4,776.00	\$ 4,776.00	\$ 3,841.67	\$ 3,841.67
Gastos Financieros	\$ 2,150.69	\$ 1,811.01	\$ 1,431.14	\$ 1,006.33	\$ 531.26
Utilidad antes de impuestos	\$ 10,370.47	\$ 33,854.81	\$ 55,316.29	\$ 84,743.56	\$ 81,656.51
participación trabajadores 15%	\$ 1,555.57	\$ 5,078.22	\$ 8,297.44	\$ 12,711.53	\$ 12,248.48
impuesto a la renta 22%	\$ 1,939.28	\$ 6,330.85	\$ 10,344.15	\$ 15,847.05	\$ 15,269.77
Imp. Renta y Partic. Trab.	\$ 3,494.85	\$ 11,409.07	\$ 18,641.59	\$ 28,558.58	\$ 27,518.25
Utilidad Neta	\$ 6,875.62	\$ 22,445.74	\$ 36,674.70	\$ 56,184.98	\$ 54,138.27
Diferencia en Utilidad Neta (Escenario Optimista vrs Escenario Original o Conservador)	\$ 3,145.30	\$ 4,858.96	\$ 6,552.15	\$ 8,786.01	\$ 9,218.54

Fuente: El Autor

Considerando un incremento de las ventas de un 10% y un incremento de los costos del 7% se puede apreciar claramente una diferencia positiva y en aumento en comparación con el escenario original.

(Tabla 60)

Flujo de Caja Original					
Inversion inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
-25,971.44	5,634.93	19,151.70	31,307.60	39,557.88	44,270.57

Flujo de Caja Escenario Optimista					
Inversion inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
-25,971.44	8,780.23	24,010.66	37,859.75	48,343.89	53,489.11
-25,971.44	-17,191.20	1.72			

	Original	Optimista
VAN	\$ 67,372	\$ 89,643
TIR	66%	81%

72% de un año
8.59 Meses
59% de un Mes
18 Días

PAYBAK	1 Año(s) 8 Mes(es) y 18 Días
--------	------------------------------

Fuente: El Autor

Analizando los flujos tanto el original como el optimista se puede notar un incremento considerable de la VAN a \$ 89,643 y una TIR que llega al 81%, y establecer que la inversión se recuperaría en un año y ocho meses.

Análisis de escenario pesimista.

En este análisis exponemos al proyecto a un 10% de decremento en ventas conservadoras originales y a eso un 5% de incremento en los costos y buscamos conocer que tan sensible es el proyecto frente a estos cambios extremos.

(Tabla 61)

Escenario Pesimista	Factor				
Decremento del 10% en ventas	10%				
Incremento del 5% en costos directos	5%				

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$ 115,959.60	\$ 150,325.20	\$ 188,031.60	\$ 237,243.60	\$ 265,665.60
Costos Directos	\$ 74,326.56	\$ 92,336.46	\$ 112,468.81	\$ 137,884.01	\$ 170,091.22
UTILIDAD BRUTA	\$ 41,633.04	\$ 57,988.74	\$ 75,562.79	\$ 99,359.59	\$ 95,574.38
Gastos Administrativos	\$ 32,244.83	\$ 37,686.02	\$ 41,454.63	\$ 45,600.09	\$ 50,160.10
Gastos Marketing	\$ 1,890.00	\$ 2,079.00	\$ 1,890.00	\$ 2,268.00	\$ 2,721.60
Gastos Generales	\$ 13,644.03	\$ 8,509.20	\$ 9,333.87	\$ 10,875.46	\$ 11,238.86
Costos Indirectos	\$ 47,778.85	\$ 48,274.22	\$ 52,678.50	\$ 58,743.55	\$ 64,120.56
UTILIDAD OPERATIVA	-\$ 6,145.81	\$ 9,714.52	\$ 22,884.29	\$ 40,616.04	\$ 31,453.82
Depreciación	\$ 4,776.00	\$ 4,776.00	\$ 4,776.00	\$ 3,841.67	\$ 3,841.67
Gastos Financieros	\$ 2,150.69	\$ 1,811.01	\$ 1,431.14	\$ 1,006.33	\$ 531.26
Utilidad antes de impuestos	-\$ 13,072.51	\$ 3,127.51	\$ 16,677.16	\$ 35,768.05	\$ 27,080.89
participación trabajadores 15%	\$ 0.00	\$ 469.13	\$ 2,501.57	\$ 5,365.21	\$ 4,062.13
impuesto a la renta 22%	\$ 0.00	\$ 584.84	\$ 3,118.63	\$ 6,688.62	\$ 5,064.13
Imp. Renta y Partic. Trab.	\$ 0.00	\$ 1,053.97	\$ 5,620.20	\$ 12,053.83	\$ 9,126.26
Utilidad Neta	-\$ 13,072.51	\$ 2,073.54	\$ 11,056.95	\$ 23,714.22	\$ 17,954.63
Diferencia en Utilidad Neta (Escenario Pesimista vrs Escenario Original o Conservador)	-\$ 16,802.83	-\$ 15,513.24	-\$ 19,065.60	-\$ 23,684.76	-\$ 26,965.10

Fuente: El Autor

Es notorio que el escenario proyecto bajo estos parámetros no sería viable implementarlo debido a que las diferencias frente al escenario original son muy altas.

(Tabla 62)

Flujo de Caja Original					
Inversion inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
-25,971.44	5,634.93	19,151.70	31,307.60	39,557.88	44,270.57

Flujo de Caja Escenario Pesimista					
Inversion inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
-25,971.44	-11,167.90	3,638.46	12,242.00	15,873.12	17,305.47

	Original	Optimista	Pesimista
VAN	\$ 67,372	\$ 89,643	(\$ 4,252)
TIR	66%	81%	8%

Fuente: El Autor

El VAN nos arroja valores en negativo y una TIR muy por debajo a la tasa de descuento del 11.38% utilizado en el proyecto.

Bajo estas condiciones o parámetros se debe analizar un plan de contingencia como el incremento de precio de venta a un 10%, siendo que el incremento es sostenible acorde a la sensibilidad de precios dados por los resultados de las encuestas.

(Tabla 63)

años	PVP 1	PVP 1 10%	PVP 2	PVP 2 10%
Precio año 1	1.50	1.65	45	49.50
Precio año 2	1.50	1.65	50	55.00
Precio año 3	1.75	1.93	55	60.50
Precio año 4	1.75	1.93	60	66.00
Precio año 5	2.00	2.20	65	71.50

Fuente: El Autor

5.4 Conclusiones

Después de que se realizó el estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicio de alquiler de bicicletas y resguardo con apoyo logístico para ciclopaseos Familiares y Turísticos dirigido al mercado del sector urbano de la ciudad de Guayaquil se puede concluir que:

En lo social, determinado por encuestas es aceptable la creación de la empresa demostrando que las familias carecen de unidades para cada miembro y no dedican tiempo para el afinamiento de las mismas.

En lo financiero, el proyecto se expuso a condiciones extremas castigándolo desde el inicio de sus actividades con el 10% de su capacidad instalada y aplicando porcentajes de reducción a sus prestaciones de servicio en los meses de climas lluviosos y otros meses por días festivos, reduciendo en un 30% y hasta un 60% sus ventas.

Siendo el primer año el que recibe la mayor carga financiera debido a su inversión inicial el proyecto demuestra rentabilidad y viabilidad en su aplicación, así como en la sostenibilidad financiera en los 5 años analizados, dándonos una TIR del 66% muy superior a la tasa de descuento y un índice de rentabilidad de 3.59 dólares de retorno por cada dólar invertido, recuperando la inversión en 2 años y 14 días.

El DUPONT del 95% demuestra lo rentable de la empresa entre el manejo de sus activos y su margen neto de utilidad.

El análisis del índice de liquidez señala que la empresa va a contar con el flujo adecuado para cubrir sus obligaciones.

En el análisis del escenario optimista, demuestra que con un incremento de sus ventas del 10% así mismo se incrementen sus costos por encima de la inflación al 7% el proyecto mejora las condiciones de rentabilidad.

Pero por otro lado en el escenario pesimista se refleja que el proyecto es sensible a una reducción de ventas del 10% y un incremento de costos del 5%.

Como contingencia se debería incrementar su PVP en un 10 %, estimando que este incremento es algo aceptable para el cliente debido a los resultados de las encuestas.

Durante el desarrollo de este proyecto, la investigación de mercado y la aplicación de métodos financieros demuestran la viabilidad para la implementación del mismo y como recomendación se sugiere no distraer el propósito original de la empresa que es de crear, mantener y expandir su cartera de clientes y destinar parte de sus recursos en el posicionamiento de la marca en el mercado.

5.5 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- "Pasión por Emprender"2012GuayaquilNorma. (s.f.).
 - "Posicionamiento"2012GuayaquilMc Graw Hill. (s.f.).
 - "Preparación y Evaluación de proyectos"2012GuayaquilMC Graw Hill. (s.f.).
 - "Preparación y Evaluación de proyectos"2012GuayaquilMC Graw Hill. (s.f.).
- Armstrong., P. K. (2007). *FUNDAMENTOS DE MARKETING*. Mexico, Marketing Versión para Latinoamérica: Pearson Prentice Hall.
- Conconi, R. J. (2005). *Original Road Cycling - Ciclismo en Carretera*. Barcelona España: Traducido Fernando Ruiz Gabás Editorial Hispano Europea S.A.
- Diario El Comercio. (19 de Septiembre de 2012). Relleno del parque Samanes concluyó. *El Comercio*, pág. Pg. 3.
- Ecuador País de Emprendedores 2012 Universidad Ecotec de Guayaquil*. (s.f.).
- Estadísticas para administración y economía 2012 Guayaquil*. (s.f.).
- Hoy, D. (20 de abril de 2012). Recuperado el 05 de Noviembre de 2012, de <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/bici-ruta-se-estrena-en-junio-543568.htm>
- Inec. (30 de Junio de 2012). Recuperado el 08 de Octubre de 2012, de http://www.inec.gob.ec/estadisticas/index.php?option=com_remository&Itemid=&func=startdown&id=1540&lang=es&TB_iframe=true&height=250&width=800
- Inec. (30 de Diciembre de 2012). Recuperado el 08 de Octubre de 2012, de http://www.inec.gob.ec/estadisticas/index.php?option=com_remository&Itemid=&func=startdown&id=108&lang=es&TB_iframe=true&height=250&width=800

Pachabikers. (01 de Enero de 2009). Recuperado el 05 de Septiembre de 2012, de <http://pachabikers.com/contactanos.php>

Padilla, M. C. (Abril del 2006). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Edición Bogotá Pg. 20.


Torres, C. A. (segunda edición 2006). *Metodología de la Investigación para la Administración, economía, Humanidades y Ciencias Sociales*. Mexico: Pearson Educación de Mexico S.A.

Tosone, A. (marzo del 2004). *Vida de Artista Leonardo*. Florencia Milán: Giunti Editore S.p.a.

5.6 Anexos

Anexo # 1

Resolucion Page 1 of 1

**SUPERINTENDENCIA
DE COMPAÑÍAS**

RESOLUCION No. **SC.IJ.DJC.G.12.0001468**

**Ab. Oscar Rodríguez Luque
ESPECIALISTA JURIDICO**

CONSIDERANDO:

Que se han presentado a este despacho tres testimonios de la escritura pública otorgada ante el Notario **Trigésimo** del Cantón **GUAYAQUIL** el **22/Marzo/2012**, que contienen la constitución de la compañía **LECEXPRESS S.A.**.

Que la Dirección Jurídica de Compañías, mediante Memorando Nro. **SC.IJ.DJC.G.2012.920** de **27/Marzo/2012**, ha emitido informe favorable para su aprobación.

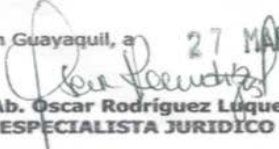
En ejercicio de las atribuciones asignadas mediante Resolución **ADM-12-001** de 18 de enero de 2012 ;

RESUELVE:


ARTICULO PRIMERO.- APROBAR la constitución de la compañía **LECEXPRESS S.A.** y disponer que un extracto de la misma se publique, por una vez, en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio principal de la compañía.

ARTICULO SEGUNDO.- DISPONER: a) Que el Notario antes nombrado, tome nota al margen de la matriz de la escritura que se aprueba, del contenido de la presente resolución; b) Que el Registrador Mercantil o de la Propiedad a cargo del Registro Mercantil del domicilio principal de la compañía inscriba la referida escritura y esta resolución; c) Que dichos funcionarios sienten razón de esas anotaciones; y, d) Cumplido lo anterior, remítase a la Dirección de Registro de Sociedades, la publicación original del extracto publicado en un periódico de amplia circulación en el domicilio principal de la compañía, copia certificada de la escritura pública inscrita en el Registro Mercantil, original de los nombramientos inscritos de los administradores y original del formulario 01A del Registro Unico de Contribuyentes.

Comuníquese.- DADA y firmada en Guayaquil, a **27 MAR 2012**



**Ab. Oscar Rodríguez Luque
ESPECIALISTA JURIDICO**

Exp. Reserva 7415930
Nro. Trámite 2.2012.863
ORL/



Anexo # 2

1
2
3
4
5
6
7
8
9

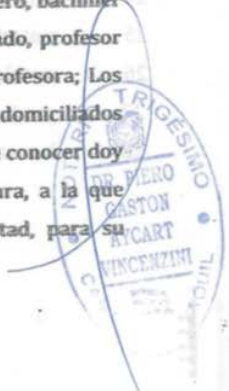


**CONSTITUCION DE LA COMPAÑIA ANONIMA
DENOMINADA LECXPRESS S.A.**

CAPITAL SOCIAL: \$ 800,00.-----

CAPITAL AUTORIZADO: \$ 1.600,00.-----

10 En la ciudad de Guayaquil, Provincia del Guayas, República del Ecuador, el
11 veintidós de marzo del dos mil doce, ante mí, Doctor **PIERO AYCART**
12 **VINCENZINI**, Notario Titular Trigesimo del cantón Guayaquil, comparecen
13 por sus propios derechos, los señores: **MERCEDES ISABEL MORALES**
14 **LOPEZ**, casada, Doctora en Odontología, y Licenciada en Filosofía quibio;
15 **GONZALO FABRICIO SIGUENZA LLAGUNO**, casado, Licenciado en turismo y
16 hotelería; **ABEL STALIN LUCIO MORALES**, soltero, tecnologo en alimentos y
17 egresado en ingeniería agrícola mencion agroindustrial; **ASIA LAURA**
18 **ANTON BUSTAMANTE**, soltera, tecnologa en comunicación social,
19 relaciones públicas y protocolo; **MARIANA ISABEL LUCIO MORALES**,
20 casada, profesora en arte; **JOSE ALEXANDER LUCIO MORALES**, casado,
21 magister sistema gerencial; **MANUEL EDUARDO ANTON BUSTAMANTE**,
22 soltero, estudiante; **ALVARO PAUL SIGUENZA LLAGUNO**, soltero, bachiller
23 químico biologo; **CAMILO ESTUARDO MORALES LOPEZ**, casado, profesor
24 en arte; y **GUIGUIBELL JOHANNA ISSA MORALES**, casada, profesora; Los
25 comparecientes de nacionalidad ecuatoriana, mayores de edad, domiciliados
26 en esta ciudad, capaces para obligarse y contratar, a quienes de conocer doy
27 fe. Bien instruidos en el objeto y resultados de esta escritura, a la que
28 proceden como queda indicado, con amplia y entera libertad, para su



Anexo # 3

Cronograma de Ejecución y presupuestario de promoción

Actividad	Fecha	Responsable	Evaluación	Costo
Creación cuenta Facebook y Twitter	Mes 1	Asistente Administrativa	Cantidad de visitas y comentarios de las cuentas	\$ 0.00
Hojas volantes 1 millar	Mes 1 a Mes 5	Asistente Administrativa	Encuestas a clientes	\$ 95.00
Trípticos 1 millar	Mes 1 a Mes 5	Gerente General	Encuestas a clientes	\$ 130.00
Banners	Mes 1	Gerente General	N / A	\$ 150.00
Exhibición de Banners 3 trabajadores 4 veces por semana durante un mes	Mes 1	Asistente Administrativa	N / A	\$ 480.00
			Total	\$ 855.00

10.- Con qué frecuencia realiza mantenimientos a su bicicleta

Siempre

De vez en cuando

Nunca

11.- Le gustaría la creación de una empresa que le brinde el servicio de alquiler de bicicletas en óptimas condiciones para ciclo-paseos familiares

Si

No

12.- Su actividad ocupacional actualmente se encuentra en:

Relación de dependencia

Independiente

Estudiante

13.- Estaría dispuesto a rentar una bicicleta para:

Ciclo-Paseos familiares

Ciclo-Paseos Turísticos

14.- Cuanto estaría dispuesto a pagar por el alquiler de ciclo-paseos Familiares en dólares la hora

\$1

\$2

\$3

15.- Cuanto estaría dispuesto a pagar por el alquiler de ciclo-paseos Turísticos por recorrido

\$40

\$55

\$60

Fuente: El autor.