



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA
INDOAMÉRICA
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y
NEGOCIOS**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA VENTA Y DISTRIBUCIÓN DE
REPUESTOS Y ACCESORIOS DE CICLISMO BMX FREESTYLE, EN EL
DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.**

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciado(a) en
Administración de Empresas

Autor(a)

Tnlgo. Richard Patricio Aizaga Barcenás

Tutor(a)

Ing. Ivanna Sánchez Montero Msc.

QUITO – ECUADOR
2023

**AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA,
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN
ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TÍTULACIÓN**

Yo, Richard Patricio Aizaga Barcenas, declaro ser autor del Trabajo de Titulación con el nombre “Plan de Negocios para la venta y distribución de repuestos y accesorios de ciclismo Bmx Freestyle, en el distrito Metropolitano de Quito”, como requisito para optar al grado de Licenciado en Administración de Empresas y autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Quito a los 09 días del mes de febrero de 2023, firmo conforme:

Autor: Richard Patricio Aizaga Barcenas.



Firma:

Número de Cédula: 1721089017

Dirección: Pichincha, Quito, Carcelén

Correo Electrónico: rikrdobmx@hotmail.com.

Teléfono: 0987512632

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación “Plan de Negocios para la venta y distribución de repuestos y accesorios de ciclismo Bmx Freestyle, en el distrito Metropolitano de Quito” presentado por Richard Patricio Aizaga Barcenas para optar por el Título de Licenciado(a) en Administración de Empresas

CERTIFICO

Que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte de los Lectores que se designen.

Quito, 09 de febrero del 2023.

 Firmado electrónicamente por:
IVANNA KARINA
SANCHEZ MONTERO
.....

Ing. Ivanna Sánchez Montero, Msc

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo para la obtención del Título de Licenciado(a) en Administración de Empresas, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor

Quito, 09 de febrero del 2023.



Firmado electrónicamente por:
**RICHARD PATRICIO
AIZAGA BARCENAS**

.....
Richard Patricio Aizaga Barcenas

1721089017

APROBACIÓN LECTORES

El trabajo de Titulación, ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA VENTA Y DISTRIBUCIÓN DE REPUESTOS Y ACCESORIOS DE CICLISMO BMX FREESTYLE, EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, previo a la obtención del Título de Licenciado(a) en Administración de Empresas, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.

Quito, 09 de febrero del 2023



Firmado electrónicamente por:
PARVANEH SAEIDI .

.....
PhD. Parbaneth Saeidi

LECTOR



Firmado electrónicamente por:
**MERCEDES FABIOLA
GALARRAGA CARVAJAL**

.....
Eco. Mercedes Galarraga Carvajal, MBA

LECTOR

DEDICATORIA

Este proyecto está dedicado a mi tío Iván Oswaldo Mena Aizaga que partió de este mundo en la pandemia y siempre me apoyó en mi deporte a mi querida abuelita María Martha Beatriz Aizaga Flores, a toda mi querida familia, a mi padre Patricio Aizaga, a mi madre Malena Cepeda, a mis amigos que siempre me acompañaron, Diego Ponce y Richard Villavicencio, Carla Barriga a mi esposa Jessica Barona, por brindándome siempre palabras de aliento, apoyo incondicional y por fortalecerme día a día para cumplir mis sueños.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a todas las autoridades, así como docentes de la Universidad Tecnológica Indoamérica, quienes me han permitido crecer en mi proceso para ser mejor profesional y deportista, apoyándome en mi sueño de llegar a las olimpiadas Francia 2024.

“A todos y todas quienes han sembrado en mí el deseo de llegar a ser cada día mejor y no darme por vencido nunca”.

El Autor

ÍNDICE DE CONTENIDOS

AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR	2
APROBACIÓN DEL TUTOR	3
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	4
APROBACIÓN LECTORES	5
DEDICATORIA	6
AGRADECIMIENTO	7
RESUMEN EJECUTIVO	16
ABSTRACT.....	17
INTRODUCCIÓN	17
CAPITULO I	19
Mercado y Comercialización	20
1.1. Objetivo del Capítulo	20
1.2. Antecedentes investigativos del producto o servicio	20
Fundamentación del Servicio o Producto.....	20
Características del servicio o producto.....	23
1.3. Mercado.....	24
Público objetivo de su producto o servicio.....	24
Segmentación del mercado.....	24
Estudio de Segmentación	26
Plan de muestreo.....	27
Instrumentos para recopilar información.....	27
Diseño y recolección de información	29
Materiales y Herramientas.....	30
Fuentes de Información	30
Herramientas para obtener información	30

Desarrollo de instrumentos.....	31
Información Secundaria.....	32
Desarrollo de instrumentos.....	32
Análisis e interpretación	32
Demanda Potencial.....	38
Análisis del Macro y Micro Ambiente.....	39
Análisis del micro ambiente	39
Análisis del macro ambiente	41
Proyección de la oferta	42
Demanda Potencial Insatisfecha.....	43
Diseño de marca (Branding)	44
Eslogan	44
Percepción y posicionamiento	44
Estrategias de marketing.....	45
Plan de comunicación.....	45
CAPITULO II.....	47
Operaciones.....	47
1.1. Objetivo del Capítulo	47
1.2. Descripción del proceso	47
Mapa del proceso.....	48
Descripción de instalaciones, equipos y personas.....	49
Distribución de instalaciones.....	50
Tecnología a aplicar.....	52
Requisitos de las Ventas Online	52
Factores que afectan las operaciones.....	52
Capacidad de Producción	52

Capacidad de Producción Futura.....	53
1.3. Definición de Recursos Necesarios para la Producción.....	54
Descripción de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar	54
1.4. Calidad	54
Método de Control de Calidad.....	55
1.5. Normativa y Permisos que afectan la Instalación del negocio.....	56
Seguridad e higiene ocupacional	56
Elementos para realizar el plan de seguridad	56
CAPITULO III.....	57
Organización y Gestión.....	57
1.1. Objetivo del capítulo	57
1.2. Análisis Estratégico y Definición de Objetivos	57
Visión de la Empresa.....	57
Misión de la Empresa	57
Objetivos y estrategias.....	57
Organización Interna	60
Descripción de puestos.....	62
1.3. Control de Gestión	65
Indicadores de gestión	65
CAPÍTULO IV.....	67
Área Jurídico Legal.....	67
4.1. Objetivos del capítulo.....	67
4.2. Determinación de la forma jurídica.....	67
4.3. Reglamento Interno de Trabajo BMX ECUADOR	68
Generalidades, Finalidad y Alcance del Reglamento.....	68

Requisitos legales necesarias para el funcionamiento de empresas	69
4.4. Derechos y Obligaciones de la Empresa	69
4.5. Derechos y Obligaciones del Trabajador	70
CAPITULO V	71
Evaluación Financiera.....	71
5.1. OBJETIVOS DEL CAPÍTULO	71
5.2. PLAN DE INVERSIONES	71
5.3. CÁLCULO DE COSTOS Y GASTOS.....	72
Mano de Obra	73
Depreciación.....	1
Proyección de la depreciación	1
Detalle de Costos	2
Proyección de Costos.....	3
Detalle de Gastos	3
Proyección Gastos	4
5.4. PLAN DE FINANCIAMIENTO	5
Forma de financiamiento	5
5.5. CÁLCULO DE INGRESOS	6
Proyección de Ingresos	7
5.6. PUNTO DE EQUILIBRIO	8
5.7. ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO	9
5.8. FLUJO DE CAJA	10
5.9. EVALUACIÓN FINANCIERA	12
Indicadores.....	12
Beneficio Costo	13
Período de Recuperación.....	14

CONCLUSIONES	16
RECOMENDACIONES	17
BIBLIOGRAFÍA	18
ANEXOS	22

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. BENEFICIOS DE MONTAR EN BICICLETAS	20
Tabla 2. ELEMENTOS DIFERENCIADORES DE LOS PRODUCTOS OFRECIDOS POR BMX ECUADOR	22
Tabla 3. BENEFICIOS DEL SERVICIO O PRODUCTO.....	23
Tabla 4. CATEGORIZACIÓN DE SUJETOS	24
Tabla 5. DIMENSIÓN CONDUCTUAL	26
Tabla 6. DIMENSIÓN GEOGRÁFICA	27
Tabla 7. MÉTODOS DE RECOLECCIÓN.....	27
Tabla 8. MÉTODOS DE RECOLECCIÓN.....	28
Tabla 9. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA.....	38
Tabla 10. OFERTA (COMPETENCIA).....	42
Tabla 11. PROYECCIÓN DE LA OFERTA HASTA EL 2026	42
Tabla 12. DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA	43
Tabla 13. CRONOGRAMA DE MEDIOS.....	46
Tabla 14. DESCRIPCIÓN DE EQUIPOS	51
Tabla 15. PERSONAL INVOLUCRADO EN LOS PROCESOS	51
Tabla 16. CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN.....	53
Tabla 17. CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN FUTURA.....	53
Tabla 18. DESPACHO DE PROVEEDORES	54
Tabla 19. ANÁLISIS FODA EMPRESA BMX ECUADOR	58
Tabla 20. ORGÁNICO FUNCIONAL	61
Tabla 21. DESCRIPCIÓN DEL PUESTO DEL GERENTE	62
Tabla 22. DESCRIPCIÓN DEL PUESTO ATENCIÓN AL CLIENTE.....	63
Tabla 23. DESCRIPCIÓN DEL PUESTO FACTURACIÓN.....	64
Tabla 24. INDICADORES DE GESTIÓN.....	66
Tabla 25. PRINCIPALES MIEMBROS DE LA JUNTA DIRECTIVA.....	68
Tabla 26. INVERSIONES DEL PROYECTO	71
Tabla 27. COSTOS TOTALES	72
Tabla 28. MANO DE OBRA INDIRECTA	73
Tabla 29. MANO DE OBRA DIRECTA	73
Tabla 30. DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS	1

Tabla 31. DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS	2
Tabla 32. DETALLES DE COSTOS.....	2
Tabla 33. PROYECCIÓN DE COSTOS	3
Tabla 34. DETALLE DE GASTOS.....	4
Tabla 35. PROYECCIÓN DE GASTOS	4
Tabla 36. PLAN DE FINANCIAMIENTO	5
Tabla 37. PLAN DE FINANCIACIÓN.....	5
Tabla 38. CÁLCULO DE INGRESOS.....	7
Tabla 39. PROYECCIÓN DE INGRESOS	8
Tabla 40. ESTADO DE RESULTADOS	10
Tabla 41. FLUJO DE CAJA	11
Tabla 42. RAZÓN BENEFICIO-COSTO	14
Tabla 43. PERIODO DE RECUPERACIÓN	15

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. VENTAS TOTALES DESDE QUITO EN LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS (MILES DE USD).....	25
Gráfico 2. PREGUNTA 1	33
Gráfico 3. PREGUNTA 2	33
Gráfico 4. PREGUNTA 3	34
Gráfico 5. PREGUNTA 4	34
Gráfico 6. PREGUNTA 5	35
Gráfico 7. PREGUNTA 6	36
Gráfico 8. PREGUNTA 7	36
Gráfico 9. PREGUNTA 8	37
Gráfico 10. PREGUNTA 9	37
Gráfico 11. PREGUNTA 10	38
Gráfico 12. LAS 5 FUERZAS DEL MERCADO O DE PORTER.....	40
Gráfico 13. LOGOTIPO	44
Gráfico 14. MAPA DE PROCESO	48
Gráfico 15. MAPA DE PROCESOS DE VENTAS BMX ECUADOR.....	49
Gráfico 16. CROQUIS DE BMX ECUADOR.....	49
Gráfico 17. PLANOS DE LA EMPRESA BMX ECUADOR	50
Gráfico 18. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	59
Gráfico 19. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA GERENCIA DE BMX ECUADOR	60
Gráfico 20. ORGANIGRAMA FUNCIONAL.....	62
Gráfico 21. FORMA JURÍDICA.....	68
Gráfico 22. PUNTO DE EQUILIBRIO.....	9

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
FACULTAD DE FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
ADMINISTRACION DE EMPRESAS

TEMA: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA VENTA Y DISTRIBUCIÓN DE REPUESTOS Y ACCESORIOS DE CICLISMO BMX FREESTYLE, EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO”

AUTOR: Richard Patricio Aizaga

TUTOR: Ing. Ivanna Sánchez Montero.

RESUMEN EJECUTIVO

A raíz de la pandemia la necesidad en la población de poder movilizarse originó un crecimiento significativo del uso de la bicicleta como transporte alternativo, unido a la crisis económica y como representante del país evidenció que se complica la adquisición de bicicletas de la modalidad de Bmx Freestyle el cual es Deporte Olímpico. Tras la llegada del coronavirus a todo el mundo, el uso de la bicicleta se ha incrementado paulatinamente. Niños, jóvenes y adultos están optando por sumarse a esta nueva revolución, que no solo es una forma eficaz de reducir la posibilidad de contagio del Covid-19, sino que también ayuda a proteger el medio ambiente y la buena salud. Hoy en día, sin duda, el ciclismo está pasando por un gran renacimiento en todo el mundo. Además de ser el medio de transporte preferido, también es uno de los mejores pasatiempos para despejar la mente y ejercitar el cuerpo. El permite una oportunidad de negocio excelente y más si está enfocada en un nicho de mercado como es el deporte, como representante de mi país sé la problemática y la manera adecuada y eficaz, con la ayuda del Ministerio de Deporte al eliminar aranceles, somos capaces de realizar una gestión óptima, con una gran responsabilidad social que implica el apoyo a deportistas desde sus inicios y contribuyendo a la salud física y cuidado del medio ambiente y con buenos instrumentos para realizar ciclismo. Me es grato presentar un Plan de Negocios para la creación de Bmx Ecuador S.A.S. en el sector de Cotacollao del distrito metropolitano de Quito, una empresa especializada en la venta y distribución de repuestos y accesorios de ciclismo de la modalidad de Bmx Freestyle, es un gran paso en el sueño de introducir un deporte marginado por la sociedad a una la labor como empresa y llevar a cabo las acciones necesarias y capaces para que la misma adquiera éxito. La viabilidad del plan de negocio queda explicada toda vez que los resultados alcanzados en este trabajo investigativo así lo demuestran al proyectar un período de recuperación de la inversión de 3 años.

DESCRIPTORES: (Ciclismo, Administración, Movilización, Deporte.)

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ADMINISTRACION DE EMPRESAS

THEME: “BUSINESS PLAN FOR THE SALE AND DISTRIBUTION OF SPARE PARTS AND ACCESSORIES FOR BMX FREESTYLE CYCLING, IN THE METROPOLITAN DISTRICT OF QUITO”

AUTHOR: Richard Patricio Aizaga

TUTOR: Ing. Ivanna Sánchez Montero

ABSTRACT

Because of COVID-19 pandemic, the need in the population to be able to mobilize caused a significant growth in the use of the bicycle as alternative transport, together with the economic crisis and as a representative of the country, I evidenced that the acquisition of bicycles is complicated especially of BMX Freestyle modality, which is an Olympic Sport. After the arrival of coronavirus throughout the world, the use of the bicycle has gradually increased. Children, young people and adults are choosing to join this new revolution, which is not only an effective way to reduce the possibility of infection from Covid-19, but also helps protect the environment and good health. Today, without a doubt, cycling is going through a great renaissance all over the world. In addition to being the preferred means of transportation, it is also one of the best hobbies to clear the mind and exercise the body. It allows an excellent business opportunity and even more so if it is focused on a niche market such as sports. As a representative of my country, I know the problem and the proper and effective way to acquire adequate spare parts and accessories. With the help of the Ministry of Sports, by eliminating importation taxes, we are able to carry out optimal management, with a great social responsibility that implies supporting athletes from the beginning and contributing to physical health and care for the environment and with good instruments for cycling. I am pleased to present a Business Plan for the creation of Bmx Ecuador S.A.S. in Cotacollao, of Distrito Metropolitano de Quito. A company specialized in the sale and distribution of cycling parts and accessories for the Bmx Freestyle modality, is a great step in the dream of introducing a marginalized sport by society to a company and carry out the necessary and capable actions for it to be successful. The viability of the business plan is explained with the results achieved in this investigative work demonstrating it by projecting a payback period of 3 years.

KEYWORDS: (Cycling, Administration, Mobilization, Sport.)

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación, trata de la creación de un Plan de Negocios para la venta y distribución de repuestos y accesorios de ciclismo Bmx Freestyle, en el Distrito Metropolitano de Quito.

Por tal motivo, se busca el inicio del ciclismo en Ecuador, el cual comienza el 23 de agosto de 1966, con el equipo del Carchi, los hermanos Hipólito y Jaime Pozo quienes obtuvieron el trofeo de la Primera Vuelta Ciclística al Ecuador. Era el primer triunfo que la provincia conseguía a nivel nacional, lo que orgulleció a los ciudadanos de esta provincia. Igualmente, en esta época no existía mayor técnica ni seguridad alguna, debido a que las bicicletas que utilizaban eran básicas ni se contaba con la ropa adecuada para realizar este deporte (Ministerio del Deporte, 2013).

Esto generó que en Ecuador el ciclismo comenzara su auge en los últimos años, aumentando con ello la cantidad de deportistas profesionales y amateur que practican este deporte. De la misma manera, con la pandemia del Covid-19, se incrementaron las ventas de bicicletas, debido a que muchos transportes no trabajaban y los ciudadanos optaron por utilizarlas como medio de transporte, aumentando con ello las ventas hasta un 300% en los negocios de artículos de ciclismo. Además, en la ciudad de Quito se calcula que el uso de la bicicleta subió un 600%, pero de igual manera sus costos, los cuales oscilan entre 400 a 1.500 dólares (Vallejo, 2022).

De lo antes expuesto, surge la idea de crear un Plan de Negocios para la venta y distribución de repuestos y accesorios de ciclismo Bmx Freestyle, en el Distrito Metropolitano de Quito, el cual ofrecerá a su público artículos importados a la moda con precios más asequibles que los que en la actualidad se consiguen en el mercado.

A continuación, se describe el contenido del presente trabajo de investigación:

Capítulo uno: contiene todo lo referente al mercado y la forma de comercialización que será utilizada para la venta y distribución de repuestos y accesorios de ciclismo, así como la determinación de la factibilidad de comercialización del plan de negocios para la venta y distribución de repuestos y

accesorios de ciclismo a través del establecimiento de la demanda potencial insatisfecha.

Capítulo dos: se enfoca en las operaciones a ejecutarse, basándose en todos los procesos necesarios para la creación de la empresa Bmx Ecuador y posicionar en su mercado meta los productos ofrecidos.

Capítulo tres: Todo lo referente a la organización y gestión de la empresa, es decir, la creación del plan de negocios para establecer la venta y distribución de repuestos y accesorios de ciclismo BMX FREESTYLE, el cual contendrá la idea, viabilidad previa del mismo, misión de la empresa, análisis foda, la formulación de la planificación y la puesta en marcha. El desarrollo de esta empresa consistirá en una mezcla de tecnología y personalización en los servicios ofrecidos.

Capítulo cuarto: Contendrá el área jurídico lega, en la cual se establecerá la forma jurídica para el inicio de las operaciones de la empresa Bmx Ecuador.

Capítulo cinco: Se realizará la evaluación financiera, la cual contendrá el plan de inversiones para comprender la utilidad de los activos fijos, diferidos y capital de trabajo en la ejecución del proyecto en el mercado. De la misma manera, se realizarán las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

Objetivos de la investigación

Objetivo General

Conformar un Plan de Negocios para la Venta y Distribución de Repuestos y Accesorios de ciclismo BMX Freestyle, en el Distrito Metropolitano de Quito.

Objetivos Específicos

- Realizar un análisis situacional del entorno en el que se desea desarrollar la venta y distribución de repuestos y accesorios de ciclismo BMX Freestyle.
- Determinar la viabilidad económica y rentable a obtener con la venta y distribución de repuestos y accesorios de ciclismo BMX Freestyle
- Crear estrategias de marketing que permitan captar los clientes potenciales para la venta y distribución de repuestos y accesorios de ciclismo BMX Freestyle.
- Establecer el plan operativo necesario para la venta y distribución de repuestos y accesorios de ciclismo BMX Freestyle.

CAPITULO I

Mercado y Comercialización

1.1. Objetivo del Capítulo

Determinar la factibilidad de comercialización del plan de negocios para la venta y distribución de repuestos y accesorios de ciclismo a través del establecimiento de la demanda potencial insatisfecha.

1.2. Antecedentes investigativos del producto o servicio

Fundamentación del Servicio o Producto

La práctica de algún deporte o actividad física es considerada como una herramienta beneficiosa para la salud, la cual mejora las capacidades físicas de una persona, a la vez que la integra a la sociedad emocional y físicamente, aspectos estos indispensables para el bienestar humano. Al Respecto, Guevara (2022) considera que una de las prácticas más favorables para el ser humano es el ciclismo, debido a que ayuda a la salud y a la vez al medio ambiente como a la economía. Al respecto se mencionan algunos de los beneficios que brinda montar en bicicleta:

Tabla 1. BENEFICIOS DE MONTAR EN BICICLETAS

BENEFICIOS DE MONTAR BICICLETA	
1	Mejora las funciones cognitivas.
2	Fortifica el sistema inmunológico
3	Produce menos contaminantes que un automóvil.
4	Mejora la vida sexual
5	Mejora el proceso atencional
6	Aumenta la perspectiva de vida.
7	Minora los Efectos del Parkinson.
8	Disminuye el riesgo de desarrollar cáncer.
9	Reduce el riesgo de desarrollar padecimientos cardiovasculares.

10	Fortalece más que los músculos, las piernas.
11	Reduce el riesgo de desarrollar diabetes.
12	Evita la obesidad y mejora el control del peso.
13	Combate la depresión.
14	Disminuye los niveles de estrés.
15	Combate la osteoporosis.
16	Mejora las funciones cognitivas.

Fuente: Guevara (2022).

Elaborado por: Autor.

De la misma manera, hoy en día, las dificultades del medioambiente, han adaptado la cultura sobre el uso de la bicicleta en Ecuador, por lo que, dentro del país varios habitantes se han organizado para instaurar como medio de transporte la usanza cotidiana de la bicicleta, la cual ha surgido como una alternativa factible que permita aminorar la problemática que se presenta en los estacionamientos debido a la proliferación de vehículos a motor utilizados como medios de transporte (Alcivar, 2015).

Así mismo, en Ecuador el ciclismo se ha utilizado más en los últimos años, existiendo en cada momento más deportistas profesionales practicando en las vías del país y sobre todo con la pandemia por Covid-19, la cual ha aumentado las ventas de bicicletas en todas las regiones, a la vez que ha provocado que la gente quiera salir a hacer deporte al aire libre, convirtiendo a la bicicleta en uno de los medios de transporte favoritos, por lo que los comercios brindan todo tipo de productos para aficionados y profesionales en todas las disciplinas ciclisticas como ruta, montaña, freestyle y otras (Vallejo, 2022).

Al igual, Meneses León & Mejias Castellano (2020), realizaron un Plan de Negocio

para la creación de una empresa dedicada a la venta y distribución de bicicletas de todas las gamas en la ciudad de Bucaramanga, la cual parte de la necesidad que poseen las personas para efectuar actividad física en una bicicleta,

además se identifica por brindar al cliente un excelente pre y post venta al minuto de su compra, asimismo contará con una cartera de servicios donde tendrán acceso a disfrutar de 3 paquetes de acuerdo al precio de la bicicleta adquirida.

En tal sentido, desde que se inició la emergencia del covid-19 en marzo del 2020, se calcula que el uso de las bicicletas subió un 650%, además, los corredores que estaban destinados para el paso de buses y articulados en Quito, fueron utilizados por los ciclistas. Fernando de la Torre es el director de Modos de Transporte Sostenible, piensa que el aumento se debió a la falta de buses por la pandemia y el elevado costo que representa comprar un vehículo particular (Puente, 2020).

Tabla 2. ELEMENTOS DIFERENCIADORES DE LOS PRODUCTOS OFRECIDOS POR BMX ECUADOR

Producto	Diferenciación con otros productos
• Bicicletas BMX Freestyle	Fueron creadas para un uso más agresivo, dar saltos y hacer trucos, además son mayormente reforzadas y poseen un peso mayor al de las otras marcas, para
• Protecciones	Son realizadas con una cubierta dura para hacerlos más resistentes, con espumas cómodas en los puntos de apoyo y con una buena capacidad de absorción del impacto de los golpes o caídas, por ejemplo, con tecnología de gel.
• Repuestos	Elaborados con materiales de primera calidad con tratamiento térmico

Fuente: Core Bicycle (2019).

Elaborado por: Autor.

Por lo expuesto anteriormente, se considera que el plan de negocios para establecer la comercialización y distribución de repuestos y accesorios de ciclismo BMX FREESTYLE, en el distrito metropolitano de Quito, presenta una gran oportunidad en el mercado, debido a la gran demanda de bicicletas que existe actualmente.

Características del servicio o producto

El plan de negocio a establecer, tiene como fin suministrar a los consumidores la información necesaria para la toma de decisiones en el proceso de compra de repuestos y accesorios de ciclismo en el distrito metropolitano de Quito, por lo que dentro de las estrategias a seguir se mencionan a continuación los aspectos importantes que hay que tener en cuenta y que se resume en cinco puntos fundamentales:

Tabla 3. BENEFICIOS DEL SERVICIO O PRODUCTO

Beneficios del servicio o producto	
Recomendación a Clientes	Dar a conocer a los clientes las ventajas y desventajas de cada artículo de ciclismo al momento de realizar su compra.
Operatividad	Realizar el proceso de venta y distribución.
Postventa	Brindarle al cliente la atención apropiada una vez haya realizado su compra, con el fin de optimizar su experiencia y conservar una duración duradera con los mismos.
Proveedores	Stranger, Colony, Sunday, Odyssey Bmx Primo, Cinema, Mission, Triple88, cabe mencionar que estos proveedores son extranjeros y la mercadería ingresa por aduana.

Elaborado por: Autor.

1.3. Mercado

Público objetivo de su producto o servicio

El mercado objeto se considera como una sección demográfica, socioeconómica y conductual de un conjunto combinado por clientes potenciales de los artículos o servicio de la compañía, por lo cual, se deben dirigir todas las acciones que se realicen sobre Marketing y Ventas (Schüler, 2020). Por lo tanto, para el negocio y repartimiento de repuestos y accesorios de ciclismo BMX FREESTYLE, dentro del distrito metropolitano Quito, se considera como público objetivo a los consumidores o usuarios de artículos de ciclismo establecidos en Ecuador, por lo que con la finalidad de especificar la información se expresa a continuación en la Imagen siguiente:

Tabla 4. CATEGORIZACIÓN DE SUJETOS

CATEGORÍA	SUJETO
¿Quién compra?	Usuarios de artículos de ciclismo.
¿Quién usa?	Personas que poseen ciclos.
¿Quién decide?	Personas que poseen ciclos.
¿Qué influye?	El precio del producto

Elaborado por: Autor.

Segmentación del mercado

Para el presente plan de negocios es fundamental el estudio de mercado como condición esencial para determinar la posibilidad de la ejecución de la venta y distribución de repuestos y accesorios de ciclismo BMX FREESTYLE, debido a que la demanda presente y futura bien determinadas mediante dicho estudio, permitirán determinar componentes como: tamaño, localización, ingeniería, coste, ingresos, beneficios, entre otros.

Así mismo, se contemplan dos aspectos que se encuentran vinculados: el aspecto cuantitativo, referido a la mensura de la demanda actual, sus implicaciones posteriores, y la disposición cualitativa que considera la variedad de variables que influyen o determinan la demanda, comprende, además, lo referente a la comercialización, es decir, el movimiento entre comercializadores y usuarios.

Por otro lado, en Ecuador la comercialización de las bicicletas está compuesta por varias empresas pequeñas empresas que inician con un bajo capital, y además de eso no están muy tecnificadas en comparación con el mercado asiático que posee las organizaciones fabricantes y exportadoras más grandes en el mundo.

Sin embargo, crear una empresa de gran tecnología y esquemas de calidad necesarios para irrumpir en la ciudad de Quito, es un proyecto realizable y además beneficioso para todos los que piensan y ven el ciclismo y el medioambiente como factores que influyen positivamente en la salud, por lo que esto se puede derivar en un crecimiento sostenible. Además, la elaboración global de bicicletas abarca un gran tamaño, sin embargo, se puede ver que las de bajo costo son las que predominan en el mercado objetivo, lo cual beneficia a BMX FREESTYLE que es una empresa que se dedica a la venta y distribución de bicicletas en cromolio, un material económico para trabajar y a la vez muy resistente.

A continuación, se muestra el comportamiento de ventas en Quito dentro del Sector:

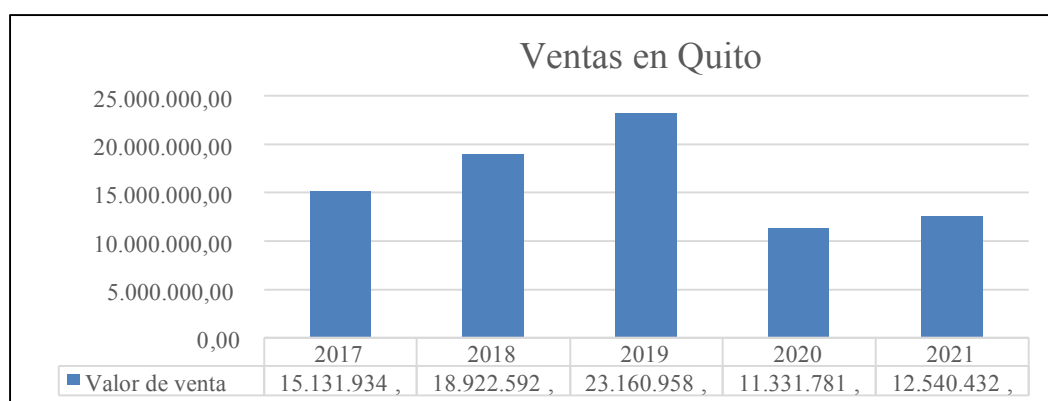


Gráfico 1. VENTAS TOTALES DESDE QUITO EN LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS (MILES DE USD)

Fuente: Puente (2020)

Elaborado por: Autor

Como se puede ver en el gráfico 1, las ventas en Quito tuvieron un incremento progresivo a partir del año 2018 al 2019. Sin embargo, en el 2020 hubo una disminución debido a las medidas de restricción adoptadas por la epidemia de Covid-19 que tomó el país para la seguridad sanitaria. Pese a esto, se considera que, modernizando el aparato productor de la organización, inyectando técnicas que permitan disminuir los costos, una calidad excelente y artículos transformadores, podrán generar una redención de las exportaciones que signifique para BMX FREESTYLE mejorar la inclusión dentro del mercado ecuatoriano.

Estudio de Segmentación

La segmentación del mercado puede definirse como un desarrollo a través del cual, una compañía subdivide un mercado en subconjuntos de clientes de acuerdo a ciertas características beneficiosas, su fin es conseguir cada subconjunto a través de actividades específicas de mercadotecnia, con el propósito de lograr una ventaja competitiva (Thompson, 2005). Por consiguiente, el ámbito geográfico donde se implementa el plan de negocios para la creación de ventas, distribución de piezas y repuestos de ciclos es la ciudad de Quito, Pichincha, especialmente para la población ciclista de Cotacollao, su subdivisión se muestra en la tabla 1 y 2 siguientes.

Tabla 5. DIMENSIÓN CONDUCTUAL

VARIABLE	DESCRIPCION
TIPO DE NECESIDAD:	Social, seguridad
TIPO DE COMPRA:	Comparación
RELACIÓN CON LA MARCA:	Si
ACTITUD FRENTE AL PRODUCTO:	Positiva

Fuente: INEC (2010).

Elaborado por: Autor

Tabla 6. DIMENSIÓN GEOGRÁFICA

VARIABLE	DESCRIPCIÓN
PAÍS	Ecuador
REGIÓN	Sierra
PROVINCIA CIUDAD	Pichincha Quito
PARROQUIA URBANA	Cotocollao (31.623)

Fuente: INEC (2010).

Elaborado por: Autor

Plan de muestreo

Para el presente trabajo se aplicó un muestreo probabilístico aleatorio, teniendo cada miembro de la población la oportunidad de ser escogido para la muestra. Por lo que, la encuesta se realizó a 384 personas. Esto se realizó tomando como base a clientes, a los cuales se les hicieron preguntas referentes al producto y los servicios. De acuerdo a López (2010), cada componente del universo tiene una probabilidad conocida y no nula de configurar en la muestra, es decir, todos los elementos pueden formar parte de la muestra.

Instrumentos para recopilar información

Método general: Se utilizó la Técnica Inductiva, la cual se basa en hechos y reseñas precisas para de allí inferir conclusiones lógicas o divulgaciones de carácter universal.

Método específico: Modalidad de Investigación Cuantitativa, realizando indagaciones a consumidores potenciales del servicio.

Tabla 7. MÉTODOS DE RECOLECCIÓN

Objetivo Específico 1: Encontrar información sobre la creación del plan de negocios para establecer tanto la venta y distribución de repuestos, como de accesorios de ciclismo BMX FREESTYLE.

Necesidades de Información	Tipo de Información	Fuente	Instrumentos
Investigar sobre los beneficios de la bicicleta para personas	Secundaria	Libros y revistas científicas del tema	Internet
Conocer los elementos que motivan a la compra de bicicletas por parte de los consumidores	Primaria	Consumidores	Encuesta
Identificar con qué frecuencia utilizan bicicleta los consumidores a nivel nacional	Secundaria	Consumidores	Encuesta
Asesoramiento Legal	Secundaria	Artículos, libros Internet.	Artículos, libros Internet.
Asesoramiento Operativo	Secundaria	Artículos, libros Internet.	Artículos, libros Internet.

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Autor.

Tabla 8. MÉTODOS DE RECOLECCIÓN

Objetivo Estratégico 2: Determinar clientes potenciales para el plan

Necesidades de Información	Tipo de Información	Fuente	Instrumentos
	Primaria	Encuestados	Encuesta

Investigar sobre la cantidad de personas existentes en la ciudad de Quito	Secundaria	Base de datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos	Internet
Investigar la cantidad de personas que existen por edades en el segmento de mercado específico al cual se va a vender	Secundaria	Base de datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos	Internet
Conocer con qué frecuencia los consumidores compran bicicletas en sus hogares	Primaria	Consumidores	Encuesta
Identificar cuáles son los productos de la competencia	Primaria	Consumidores	Encuesta
Conocer cuáles son las marcas que se encuentran en el mercado y son de preferencia de los consumidores	Primaria	Consumidores	Encuesta

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Autor.

Diseño y recolección de información

Nivel o Tipo de Investigación

En el presente trabajo se aplicó la investigación de campo, ya que los datos se obtuvieron de modo directo de la realidad, a la vez se compiló información mediante encuestas aplicadas a clientes viables.

Bibliográfica – Documental: El presente estudio se fundamentó en este tipo de investigación, debido a que la mayoría de los datos se obtuvieron de libros, folletos, revistas, trabajos investigativos, entre otros. Además, la indagación compilada servirá como guía para estructurar, elaborar y ejecutar los objetivos trazados en el actual plan de negocio. De la misma manera, esta singularidad consiente saber, aumentar y ahondar en la trama investigada, debido al estudio de los conceptos, puntos de vista y aportes de diferentes escritores, lo que permite estructurar un modelo de entrenamiento socio psicológico basado en fundamentos establecidos y verificados.

Materiales y Herramientas

Fuentes de Información

Continuamente, se especifican los principios de indagación utilizados en la mejora del actual plan de negocio.

Fuentes de Información personales: microempresarios que comercializan repuestos automotrices y clientes potenciales

Fuentes de Información Institucionales: el plan de negocio se auxilia mediante información de establecimientos de la ciudad de Quito que se interrelacionan con este tipo de negocio.

Fuentes de Información Documentales: ofrece pesquisas versadas, que se comunicada y transmitida. Por lo que, se utiliza la información bibliográfica sobre el tema a investigar, la cual se detalla posteriormente en la descripción.

Herramientas para obtener información

Mediante la investigación de campo y documental, se obtendrá todo lo referente a las teorías, las cuales sustentarán el marco teórico, estado del arte, para lo cual se manejan los subsiguientes métodos:

Observación directa: Es una herramienta que le consiente al investigador estar en el lugar de los hechos, es decir, puede visualizar directamente lo que sucede, lo que le permite tomar datos y anotarlos para luego analizarlos, a la vez, le permite recopilar el mayor número de datos.

Encuesta: Consiente indagar datos a través de un cuestionario, el mismo que es estructurado por el investigador. Las personas a quienes va dirigida la encuesta son los consumidores finales de los productos ofrecidos por Bmx Ecuador.

Desarrollo de instrumentos

Encuesta dirigida a microempresarios dedicados a la comercialización de repuestos automotrices, consta de 10 preguntas. Por lo tanto, lea detenidamente cada una de ellas y escoja la opción que considere conveniente.

1. ¿Utiliza usted actualmente bicicleta, repuestos u accesorios de BMX FREESTYLE?

Si No

2. ¿Tiene conocimiento sobre donde puede adquirir bicicletas, repuestos u accesorios similares en el mercado?

Si No

3. ¿Estaría dispuesto a comprar bicicletas, repuestos u accesorios importados del extranjero?

Si No

4. ¿Cuáles considera que son los productos que debe comprar por el desgaste del mismo?

Todas las anteriores Pedales Llantas

5.- Indique con qué frecuencia compra bicicleta, repuestos, accesorios BMX FREESTYLE

Nunca Cada un mes Cada dos meses Cada tres meses

Cada seis meses

6.- Indique el o los lugares donde compra su bicicleta, repuestos, accesorios para BMX FREESTYLE.

Sbirro Shop Zona Extrema Bikes Uio Extinshop

7. ¿Qué marcas considera que serían las mejores para este tipo de deporte?

S&M Primo BMX, Odyssey, S&M, Colony S&M, Cult, Odyssey

8.- Cuando usted compra una bicicleta, repuestos u accesorios de BMX FREESTYLE. ¿Cuáles son los factores que influyen en su compra?

Garantía Calidad Precio

9.- De la siguiente escala ¿Qué importancia le da usted que se le facilite el adquirir productos de BMX FREESTYLE

Muy importante Medianamente importante Necesario

10.- Le gustaría comprar en una página web en la que se describan los productos y que sea una compra ágil y rápida?

Si No

Información Secundaria

La relevancia del proyecto radica en cubrir la mayor parte de la población que no ha conseguido satisfacer sus necesidades. Por lo tanto, la empresa a establecer fue creada para la venta y comercialización de repuestos y piezas de ciclos, dando a conocer todas las bondades, así como el valor agregado que sería la entrega de los pedidos a domicilio de cada cliente, logrando obtener más rendimiento y, en consecuencia, optimar la situación económica. Se debe tomar en cuenta que el proyecto es de carácter económico, por lo que, se tiene como política lograr que las ventas sean mayores, por lo que se ha planteado estrategias de marketing adecuado y acorde a la situación actual, así como también la importación de sus productos para la venta.

Desarrollo de instrumentos

Análisis e interpretación

Por otro lado, se detalla el análisis de los resultados obtenidos de la encuesta de 10 preguntas aplicada a 384 ciudadanos de la ciudad de Quito.

1. ¿Utiliza usted actualmente bicicleta, repuestos u accesorios de BMX FREESTYLE?

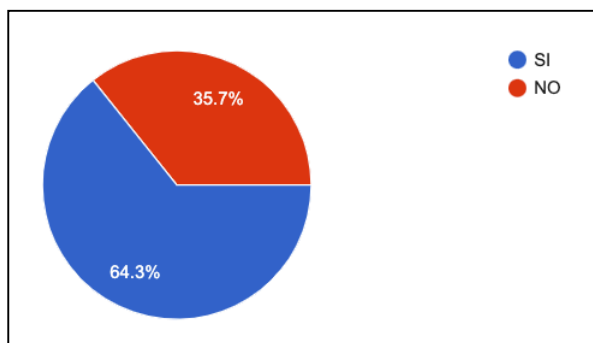


Gráfico 2. PREGUNTA 1

Fuente: Encuesta del estudio de mercado (2022).

Elaborado por: Autor.

De acuerdo a la gráfica 2, la mayoría de encuestados utiliza repuestos y accesorios de BMX FREESTYLE, por lo que puede ser un factor positivo para el mercado futuro en cuanto a cantidad de clientes.

2. ¿Tiene conocimiento sobre donde puede adquirir bicicletas, repuestos u accesorios similares en el mercado?

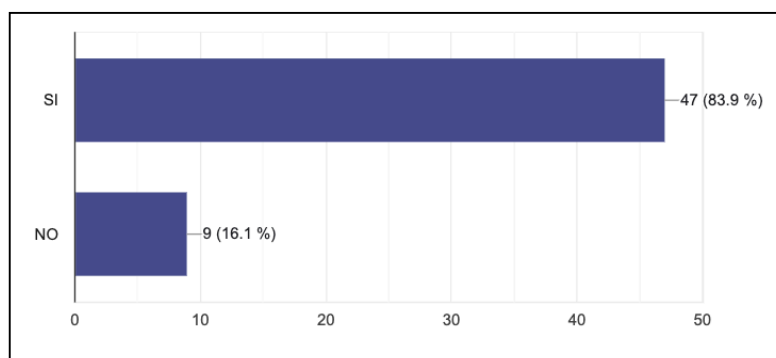


Gráfico 3. PREGUNTA 2

Fuente: Encuesta del estudio de mercado (2022).

Elaborado por: Autor.

Se observa que todos los encuestados tienen conocimiento sobre dónde encontrar repuestos y accesorios similares a los que oferta BMX FREESTYLE, por lo que puede ser un factor no tan positivo para el mercado futuro en cuanto a la competencia.

3. ¿Estaría dispuesto a comprar bicicletas, repuestos u accesorios importados del extranjero?

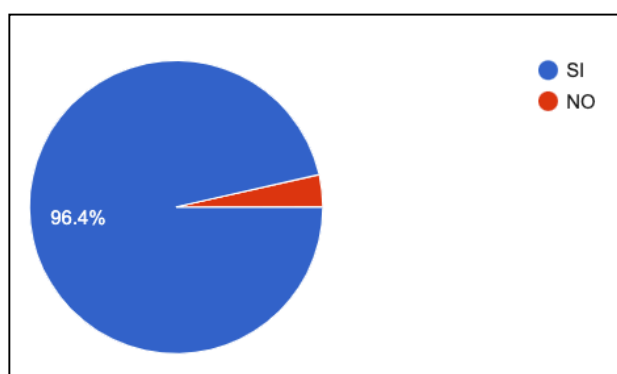


Gráfico 4. PREGUNTA 3

Fuente: Encuesta del estudio de mercado (2022).

Elaborado por: Autor.

De acuerdo a la información suministrada por los encuestados, el 96% coinciden en que comprarían repuestos y accesorios importados del extranjero.

4. ¿Cuáles considera que son los productos que debe comprar por el desgaste del mismo?

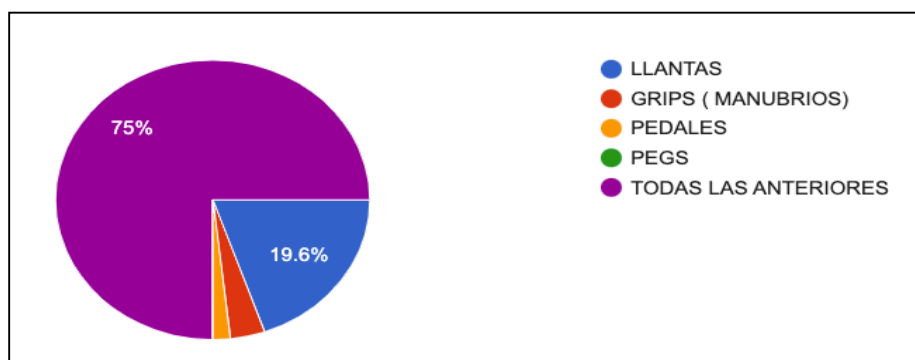


Gráfico 5. PREGUNTA 4

Fuente: Encuesta del estudio de mercado (2022).

Elaborado por: Autor.

El gráfico muestra que la mayoría de los encuestados coinciden en que las piezas y repuestos que más demanda tienen son todas las anteriores.

5.- Indique con qué frecuencia compra bicicleta, repuestos, accesorios de Bmx Freestyle

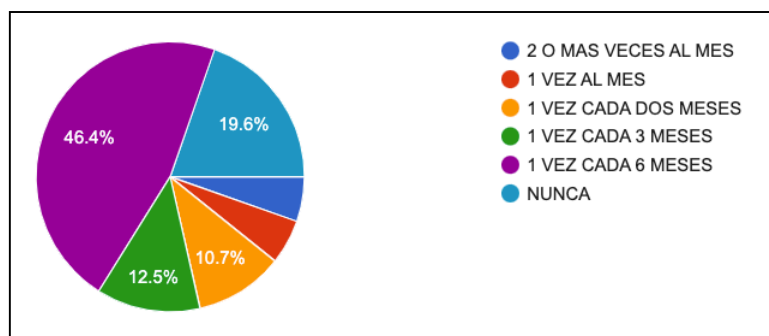


Gráfico 6. PREGUNTA 5

Fuente: Encuesta del estudio de mercado (2022)

Elaborado por: Autor.

Los encuestados tienen diversas opiniones sobre la frecuencia de comprar accesorios y repuestos de ciclos, pero la mayor parte está de acuerdo en que la frecuencia ideal es cada 6 meses y cada 3 meses.

6.- Indique el o los lugares donde compra su bicicleta, repuestos, accesorios para Bmx Freestyle.

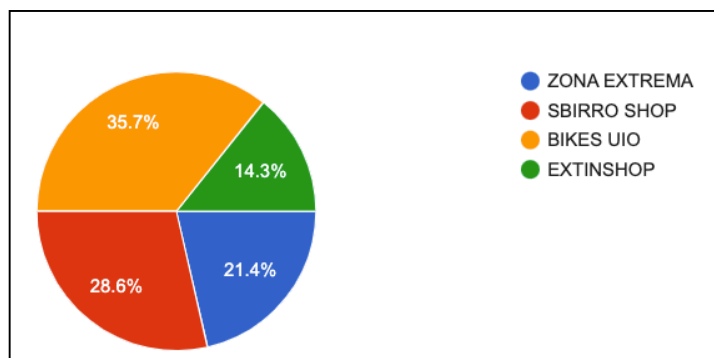


Gráfico 7. PREGUNTA 6

Fuente: Encuesta del estudio de mercado (2022).

Elaborado por: Autor.

Según el gráfico, los encuestados tienen diversas opiniones sobre los centros comerciales y tiendas donde efectúan sus compras de accesorios y repuestos de ciclos.

7. ¿Qué marcas considera que serían las mejores para este tipo de deporte?

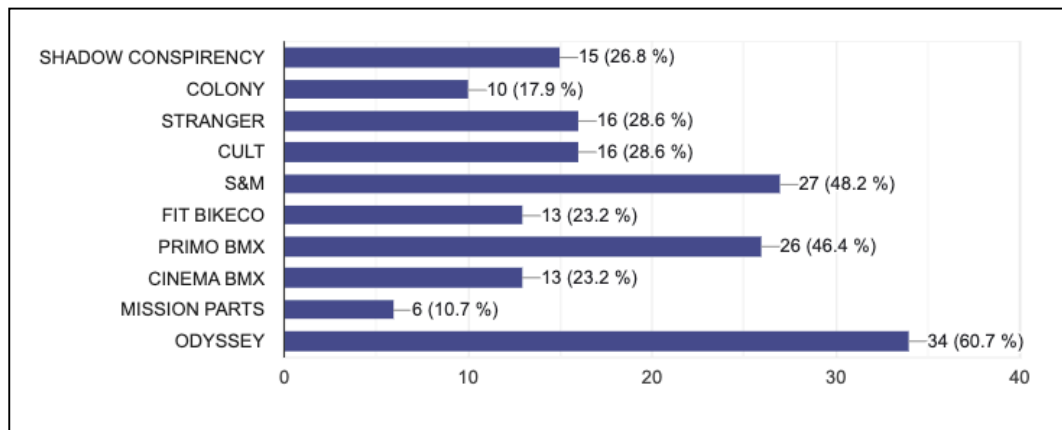


Gráfico 8. PREGUNTA 7

Fuente: Encuesta del estudio de mercado (2022).

Elaborado por: Autor.

Los encuestados tienen diversas opiniones al respecto a las marcas comerciales de accesorios y repuestos de ciclos que prefieren, pero se agrupan las opiniones en 3 grupos de preferencias similares, obteniendo mayor porcentaje Odyssey, S&M y Primo Bmx.

8.- Cuando usted compra una bicicleta, repuestos y accesorios de BMX FREESTYLE. ¿Cuáles son los factores que influyen en su compra?

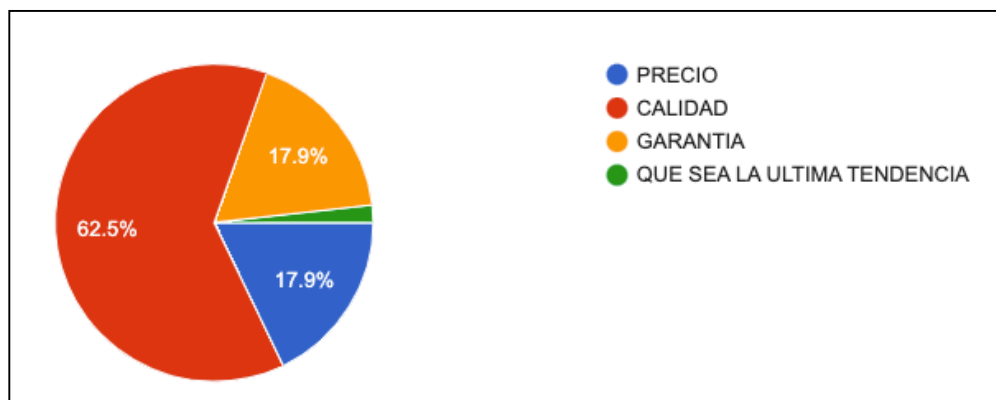


Gráfico 9. PREGUNTA 8

Fuente: Encuesta del estudio de mercado (2022).

Elaborado por: Autor.

Los encuestados tienen opiniones similares al respecto de los elementos que interceden en la disposición de efectuar la adquisición de un producto, casi todos prefieren garantía, calidad y en menor medida el factor determinante es el precio del producto.

9.- De la siguiente escala ¿Qué importancia le da usted que se le facilite el adquirir productos de BMX FREESTYLE

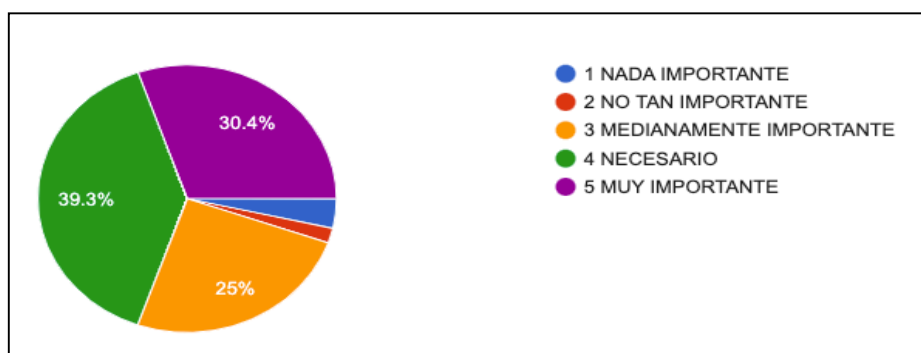


Gráfico 10. PREGUNTA 9

Fuente: Encuesta del estudio de mercado (2022).

Elaborado por: Autor.

Se observa en la gráfica 10 que los encuestados tienen diversas opiniones al respecto de la importancia de la adquisición de accesorios y repuestos de BMX

FREESTYLE, pero la mayoría coinciden en que es muy importante que se le facilite el adquirir estos productos.

10.- Le gustaría comprar en una página web en la que se describan los productos y que sea una compra ágil y rápida?

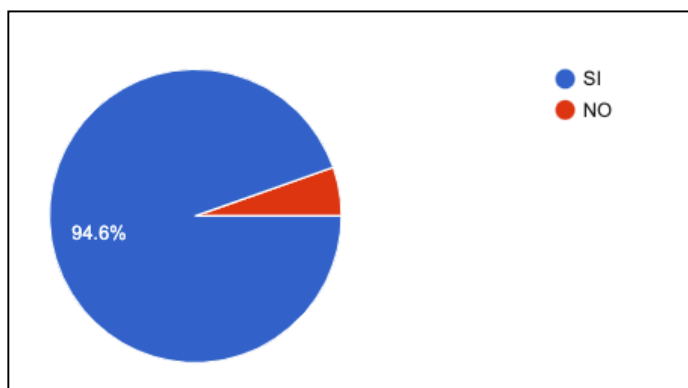


Gráfico 11. PREGUNTA 10

Fuente: Encuesta del estudio de mercado (2022).

Elaborado por: Autor.

De acuerdo a la gráfica 11, se observa que el 100% de los encuestados coinciden en que les gustaría comprar en una página web en la que se describan los productos y que sea una compra ágil y rápida.

Demanda Potencial

Para establecer la demanda potencial de clientes compradores de bicicletas, repuestos y accesorios de BMX FREESTYLE, se utilizará para su cálculo el método estadístico promedio simple, el cual consiste en pronosticar períodos futuros, basándose en datos históricos.

Tabla 9. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Proyección de la demanda					
AÑOS	DEMANDA EN PERSONAS	T.C.P	DEMANDA EN UNIDADES	DEMANDA EN MESES	DEMANDA EN DIAS
2022	30485	1,40%	182910	15243	508
2023	30912	1,40%	185471	15456	515
2024	31345	1,40%	188067	15672	522
2025	31783	1,40%	190700	15892	530
2026	32228	1,40%	193370	16114	537

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor

En la tabla 5 se observa la proyección de la tasa de incremento poblacional hasta el 2026, la cual está fijada en un 1.40% anual, aumentando la demanda para el último año proyectado en 193370.

Análisis del Macro y Micro Ambiente

Análisis del micro ambiente

El microambiente de la compañía describe todos los micro factores que afectan la destreza, la determinación y el beneficio corporativo, por lo tanto, es significativo para el triunfo de toda organización, por lo que se debe realizar un análisis de éste antes de establecer cualquier decisión (Sy Corvo, 2021). Para ello, se deben analizar las 5 fuerzas del mercado o las cinco fuerzas de Porter, las cuales forman un marco para el análisis del nivel de competencia dentro de toda empresa, por lo que no se debe decir que únicamente proviene únicamente de los competidores y para determinarla es necesario evaluar lo siguiente:

1. Amenaza de los nuevos competitivos.
2. Poder de negociación de los proveedores.
3. Poder de negociación de la clientela.
4. Amenaza de artículos o servicios sustitutos.
5. Rivalidad existente entre competitivos de la industria (Vesga, 2022).



Gráfico 12. LAS 5 FUERZAS DEL MERCADO O DE PORTER

Fuente: Vesga (2022).

Por lo cual se procede a analizar estas 5 fuerzas para establecer con seguridad el plan de negocios para la venta y distribución de repuestos y accesorios de ciclismo BMX FREESTYLE, en el distrito metropolitano de Quito.

Amenaza de nuevos competidores: La amenaza de la llegada de nuevos competidores se considera alta, debido a que desde el inicio del covid19 las personas se comenzaron a utilizar más como medio de transporte las bicicletas, por lo que desde el 2019 ha crecido la cantidad de establecimientos que las venden, al igual que sus repuestos.

Poder de negociación de los proveedores: Este negocio es considerado como uno de los principales proveedores de repuestos y accesorios de ciclismo, lo que permitirá estrechar relaciones con los micro comerciantes existentes, convirtiéndose esto en una gran fortaleza para el plan a crear.

Poder de negociación de los compradores: Se debe considerar como una gran ventaja, ya que se realizarán estrategias que permitirán que los compradores y usuarios de los servicios y repuestos a ofrecer, creen fidelidad con la marca ofrecida.

Amenaza de productos o servicios sustitutivos: Actualmente, existe una gran variedad de productos similares a los ofrecidos en el plan a establecer, debido

al número de competidores que hay en este tipo de mercado, por lo tanto, y con el fin de mantenerse como líder en ventas, se deben tomar medidas para presentar soluciones y estrategias competitivas frente a las otras empresas.

Rivalidad existente entre competidores de la industria: La rivalidad que existe actualmente entre los competidores es alta, debido a la gran cantidad de establecimientos existentes en el ramo del ciclismo, por lo que se debe bombardear a los consumidores del mercado meta con mucha publicidad, promociones, descuentos, entre otros, con el fin de afianzarse en sus mentes.

Análisis del macro ambiente

El macro ambiente de una institución, se le considera al entorno que la rodea e influye en ella, pero en el cual no puede proceder. Es decir, son aquellos factores que pueden afectar la fabricación de manera externa y sin posibilidad de ser transformados por la organización (Ludeña, 2021).

Análisis de factores incontrolables (MPC, Plan de contingencia)

Entre los factores incontrolables que pueden afectar el plan de negocios para la venta y distribución de repuestos y accesorios de ciclismo BMX FREESTYLE, en el distrito metropolitano de Quito, se encuentran los siguientes:

Demanda: se considera un factor difícil de manejar, ya que no está en nuestras manos el controlar los despachos de los repuestos y accesorios pedidos a los proveedores.

Consumidor: Es un factor que está fuera de nuestro alcance, pues no se puede inferir en las decisiones de los consumidores, ya que ellos deciden qué comprar, dónde, cuándo lo necesita y el precio que están dispuestos a pagar por el producto a adquirir.

Competencia: Se deben establecer las tácticas necesarias que nos permita competir legalmente, debido a la alta competencia que existe en este tipo de mercado y la cual es difícil eliminar o modificar.

Legislación mercantil: Otro factor que no se puede modificar son las leyes que rigen la constitución mercantil, las cuales solo se tienen que cumplir, por lo que se está sujeto a las decisiones o términos que decidan.

Ambiente político: Sería el último factor que puede afectar el plan a establecer, debido a las reformas mercantiles que afectan el buen funcionamiento de las empresas.

Proyección de la oferta

Para determinar la proyección de la oferta, se visitaron dos empresas de la competencia lo son Bikes UIO y Warriors bmx shop, Sbirro Shop y Zona Extrema ubicadas en Quito Pichincha, obteniendo información sobre el promedio de ventas que realizan diariamente, los cuales se detallan a continuación:

Tabla 10. OFERTA (COMPETENCIA)

Empresas Dedicadas a la venta de Bicicletas Bmx	Cantidad de productos vendidos/ diariamente	Cantidad de productos vendidos/ mensualmente	Cantidad de productos vendidos/ anualmente
Bikes UIO	8	192	9.216
Warriors bmx shop	3	252	12.096
Sbirro Shop	4	96	5025
Zona Extrema	4	126	4047
Total	17	444	21.312

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Autor.

Tabla 11. PROYECCIÓN DE LA OFERTA HASTA EL 2026

Año	Tasa de crecimiento del sector (ciclismo)	Oferta en unidades	Oferta en mes	Oferta en días
2022		21312	1776	59
2023	16%	24722	2060	69
2024	16%	28677	2390	80
2025	16%	33266	2772	92
2026	16%	38588	3216	107

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor.

Demanda Potencial Insatisfecha

Se considera como la cantidad de bienes o servicios que posiblemente los consumidores efectúan en los próximos años, pero no puede ser satisfecha mediante ningún productor y se determina comparando la demanda menos la oferta (Baca, 2010).

Tabla 12. DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA

Año	Demanda potencial en unidades	Oferta en unidades	Demanda potencial insatisfecha unidades	Demanda potencial insatisfecha en Meses	Demanda potencial insatisfecha en días
2022	182910	21312	161598	13467	449
2023	185471	24722	160749	13396	447
2024	188067	28677	159390	13282	443
2025	190700	33266	157434	13120	437
2026	193370	38588	154782	12898	430

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor

Diseño de marca (Branding)

Basándose en los estudios perpetrados a Bmx Ecuador, se concluye que esta empresa tendrá muy buena aceptación de la población ciclista de Quito, Ecuador, debido a la gran variedad de artículos que ofrece y sus accesorios. Además, entre las posibilidades de negocios que pueda tener en un futuro se encuentran: la renta de bicicletas, ofrecer publicidad sobre ruedas, clases de ciclismo. Así mismo, el servicio brindado por la empresa en atención a sus consumidores es individualizado, en cuanto a los artículos de la marca Bmx Freestyle, conteniendo juicio tanto de conocimiento como práctico, así como las alianzas estratégicas con marcas como Monster Energy.

Nombre de la marca

El nombre de la marca queda establecido como Bmx Ecuador.



Gráfico 13. LOGOTIPO

Elaborado por: Autor

Eslogan

Bmx Ecuador de riders para riders.

Percepción y posicionamiento

Bmx Ecuador, llegará a la población Quiteña, a través de la gran variedad de productos para el ciclismo que ofrece, brindando los mejores precios del mercado

y manteniendo diferentes promociones durante todo el año, a la vez busca fijar posición en la mente de los clientes potenciales mediante estrategias publicitarias presentadas en las redes sociales, periódico y radio, con lo que se logrará ser la mejor alternativa en compra de bicicletas, accesorios o repuestos.

Diferenciación

Bmx Ecuador, se diferenciará de la competencia debido a la gran variedad de productos y accesorios que brindan al público en general, facilidades de pago, promociones, descuento por compras al mayor, precios accesibles, plan separe, envíos seguros por Servientrega; todo esto le permitirá llegar a ser una institución guía en la fabricación de la bicicleta.

Estrategias de marketing

Entre las destrezas de mercado que realizará Bmx Ecuador para llegar a sus consumidores se encuentran los catálogos virtuales, atención personalizada online, promociones y descuentos mensuales en productos exclusivos, publicidad en redes sociales, conocer a nuestros clientes, estratégicas con marcas como Monster Energy y la campaña Black Friday, por lo tanto, con estas herramientas se pretende lograr los objetivos planteados de mercadotecnia.

Plan de comunicación

¿Cómo se distribuye los productos de Bmx Ecuador?

La distribución se realizará en la ciudad de Quito, en la parte urbana, de forma directa de la empresa donde llegan los productos hacia el consumidor.

¿Cuáles son las alternativas para hacer conocer los productos que se utilizará en Bmx Ecuador?

Hoy en día las redes sociales son un medio efectivo a la hora de publicitar tu negocio, ya que la mayoría de las personas mantienen comunicación directa con medios como: Facebook, Tik Tok, Instagram, Whatsapp Business, Igualmente, se

utilizará como herramienta de comunicación la interacción directa con los clientes consumidores de los artículos y accesorios promocionados por la empresa.

Cronograma de Medios

Proceso a través del cual se estudian las diferentes claves que permitirán desplegar estrategias creativas que permitan seleccionar los canales y medios de comunicación a través de los cuales se establecerán los mensajes publicitarios que darán a conocer la empresa (Caurín, 2017).

Tabla 13. CRONOGRAMA DE MEDIOS

Objetivo	Estrategia	Proyectos estratégicos	Medio publicitario	Presupuesto tiempo	Responsable	Indicador
Publicitar la venta de bicicletas y sus accesorios	Realizar promoción a través de las redes sociales	Publicidad en redes sociales	Internet	\$ 350	Jefe de Mercadeo y publicidad	Visita a los medios

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor

CAPITULO II

Operaciones

1.1. Objetivo del Capítulo

Establecer todos los métodos precisos para la ejecución de Bmx Ecuador y posicionar en su mercado meta los productos ofrecidos.

1.2. Descripción del proceso

Un proceso pasa a ser una serie de pasos en secuencia que se deben realizar para conseguir un fin determinado. Para Münch Galindo (2010), es el conjunto de fases que se deben realizar para llevar a cabo un objetivo. En el caso de la empresa Bmx Ecuador, cuyo fin es la venta y distribución de repuestos, vestimenta deportiva, protecciones, en general todo para el ciclismo bajo la modalidad Bmx Freestyle, se debe establecer el proceso sobre la creación del plan de negocios para establecer la venta y distribución de repuestos y accesorios de ciclismo BMX FREESTYLE, basado en:

1. Se estableció el objetivo a conseguir: Idea del negocio, viabilidad previa del negocio, misión de la empresa.
2. Realizar análisis estratégico:
 - Análisis Foda, modelo de negocio.
3. Formular el plan a seguir:
 - Crear el plan de Marketing
 - Establecer el plan de operaciones
 - Instaurar el plan organizacional
 - Establecer el plan de RR. HH
 - Crear el plan tecnológico y de comunicación
 - Establecer el plan económico y financiero
4. Poner en marcha el plan.

Mapa del proceso

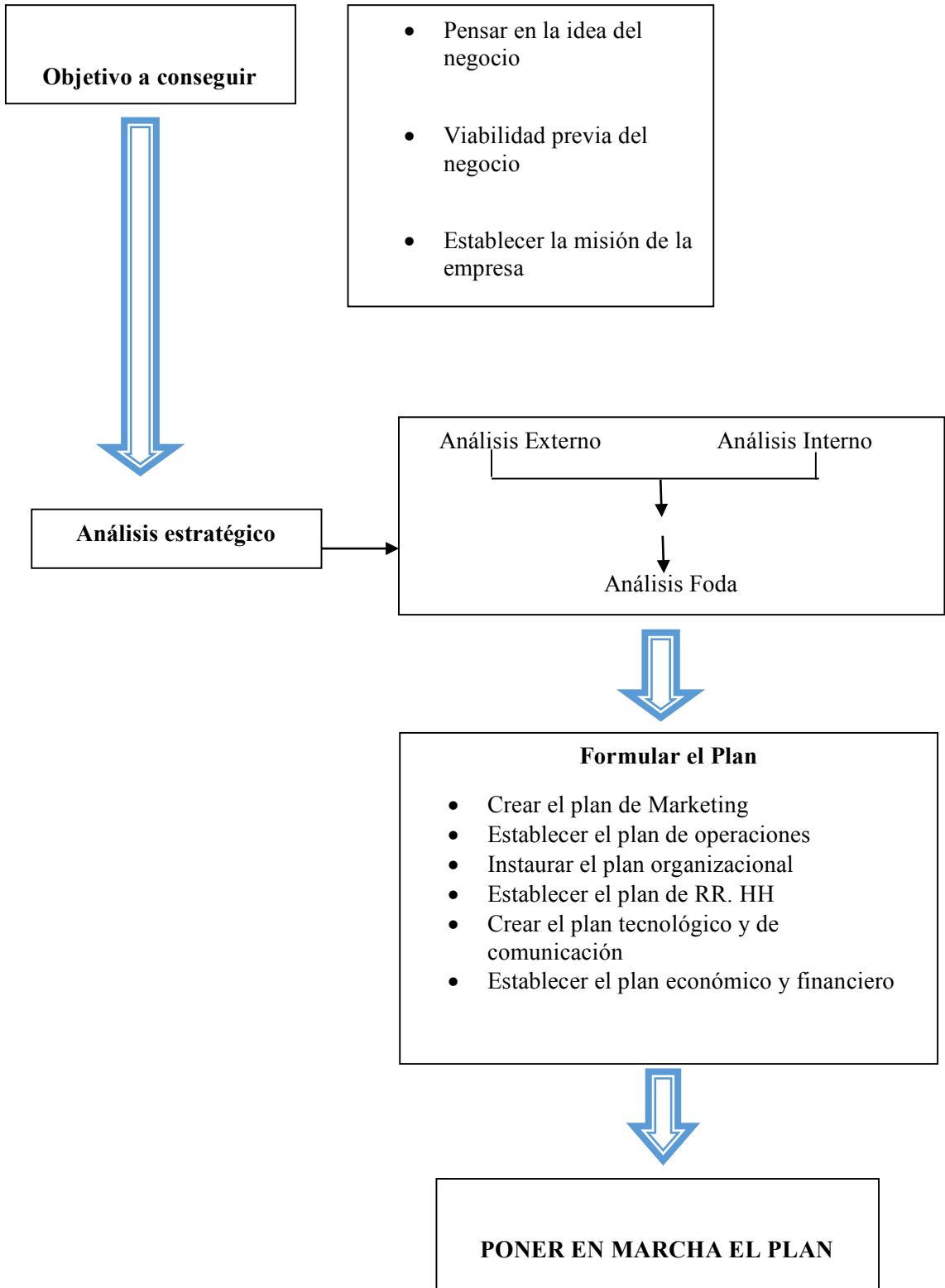


Gráfico 14. MAPA DE PROCESO

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autor

Se evidencia en el mapa de procesos todas las estrategias y subprocesos a desarrollar para la implantación del plan de negocios para establecer la venta y distribución de repuestos y accesorios de ciclismo BMX FREESTYLE.

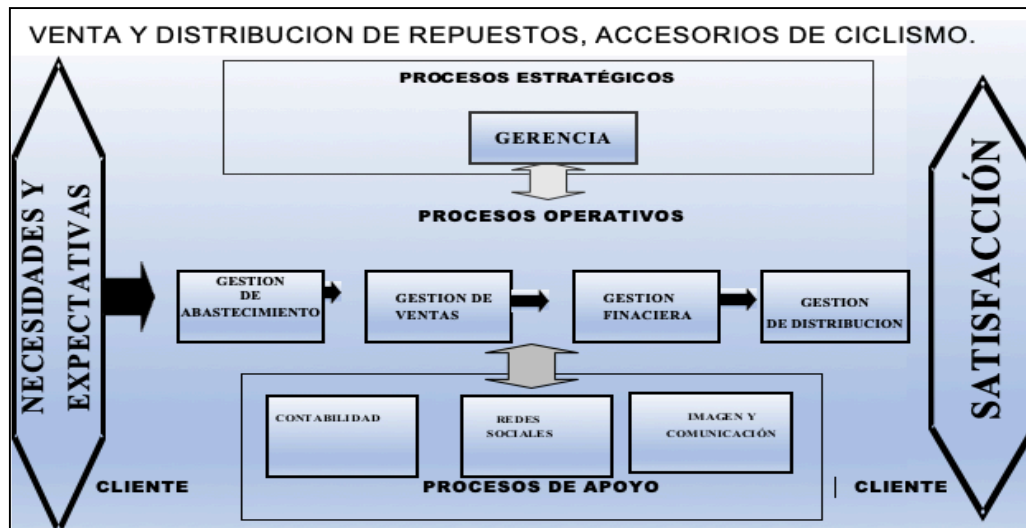


Gráfico 15. MAPA DE PROCESOS DE VENTAS BMX ECUADOR

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Autor.

Descripción de instalaciones, equipos y personas

La empresa BMX ECUADOR está situada en el norte de la ciudad de Quito en la Parroquia de Cotocollao, en la Av. De la prensa y Ángel Ludeña Oe54.

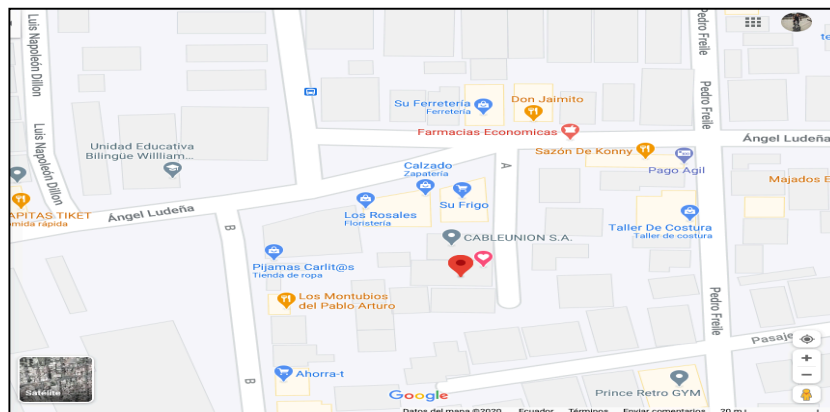


Gráfico 16. CROQUIS DE BMX ECUADOR

Fuente: Google Maps

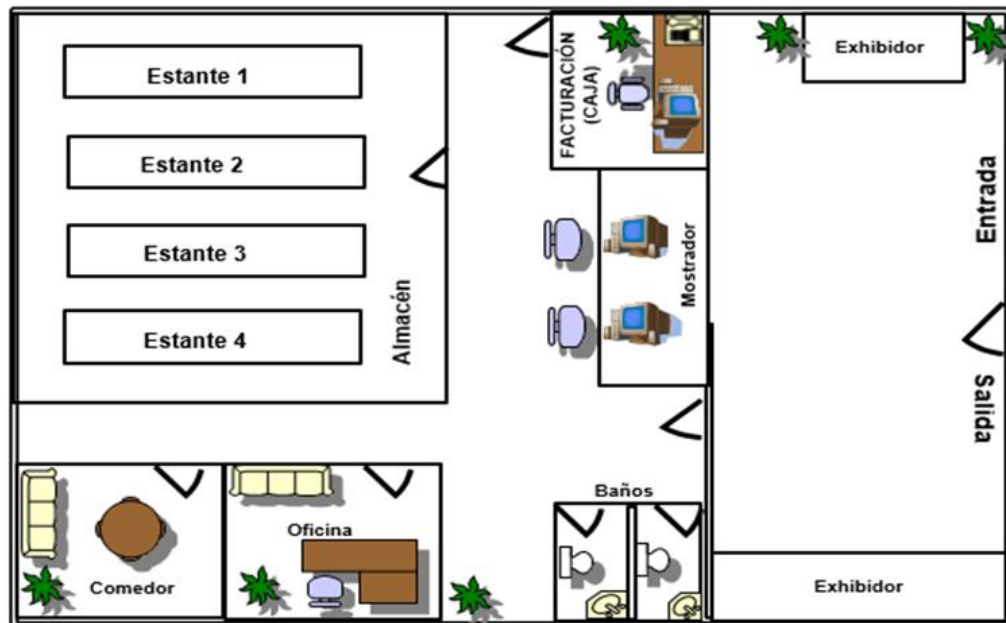


Gráfico 17. PLANOS DE LA EMPRESA BMX ECUADOR

Elaborado por: Autor.

Distribución de instalaciones

La empresa Bmx Ecuador cuenta con las siguientes instalaciones:

- Área de exhibición de mercancía, ventas y atención al consumidor
- Área de Mostrador para la atención al comprador
- Área de oficina de facturación / caja
- Baños
- Área de oficina Gerencia
- Comedor / Sala de conferencias
- Almacén de mercancías

Tabla 14. DESCRIPCIÓN DE EQUIPOS

Actividad (etapa de comercialización)	Equipo	Características (ver ficha técnica)
Gestión de abastecimiento / Gestión de venta	Laptop Lenovo Idea Pad 5	Pantalla táctil FHD IPS de 15.6 pulgadas Intel Core i7-1165G7 de 11.ª generación 12 GB de RAM SSD de 512 GB Teclado retro iluminado Lector de huellas digitales Windows 10
	Impresora HP	Impresora todo en uno a color inalámbrica HP Office Jet Pro 8025e con 6 meses adicionales de tinta instantánea gratis con HP+ (1K7K3A)
	Máquina de Fax	Máquina de fax de inyección de tinta HP 1040 con una función de escaneo e impresión de teléfono

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Autor.

Tabla 15. PERSONAL INVOLUCRADO EN LOS PROCESOS

Actividad	Tiempo (por actividad)	No. Personas	Horas- hombre
Gestión de abastecimiento	40 minutos	1	6
Gestión de Ventas	60 minutos	2	6
Gestión de Distribución	120 minutos	1	6

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Autor.

Tecnología a aplicar

Para la venta y distribución de repuestos y accesorios de ciclismo BMX FREESTYLE, la tecnología a utilizar serán las Ventas Online, la cual incluirá:

Requisitos de las Ventas Online

- Registro de Pedidos por los clientes;
- Preparar listado de pedidos;
- La cuota de ventas correspondiente a cada vendedor;
- La cantidad de productos y la definición de precios relacionados con bonos y comisiones;
- La distribución estratégica de productos a diferentes audiencias;
- La definición de incentivos en vista de la capacidad de ventas del equipo.

Factores que afectan las operaciones

Los elementos que pueden afectar las operaciones de la empresa Bmx Ecuador, sería el envío de los productos por parte de los proveedores, ya que estos son extranjeros y la mercadería ingresa por aduana.

Capacidad de Producción

Se refiere a la posibilidad que posee una unidad productora en generar el mayor grado de bienes o servicios mediante los recursos que dispone (Coll Morales, 2020). La capacidad de producción de la empresa Bmx Ecuador son las ventas que realiza, las cuales mantienen un promedio anual detallado en la tabla siguiente.

Tabla 16. CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

Producto Principal	Ventas Anuales 2021
Bicicletas	276
Productos Secundarios	
Protecciones	900
Repuestos	900

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autor.

Capacidad de Producción Futura

La capacidad de ventas futuras está basada en la proyección realizada hasta el 2026, la cual se especifica en la tabla siguiente:

Tabla 17. CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN FUTURA

Años Proyectados	Productos / % de incremento	Ventas Anuales
2022	Bicicletas 5% Repuestos y accesorios 5%	2076 1800
2023	Bicicletas 5% Repuestos y accesorios 5%	2205 1587
2024	Bicicletas 5%	2315

	Repuestos y accesorios 5%	1825
2025	Bicicletas 5%	2662
	Repuestos y accesorios 5%	2099
2026	Bicicletas 5%	2795
	Repuestos y accesorios 5%	2414

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Autor.

1.3. Definición de Recursos Necesarios para la Producción

Bmx Ecuador no realiza los productos que ofrece, su producción depende de los proveedores que despachan los artículos solicitados.

Descripción de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar

Bmx Ecuador, no necesita obtener materia prima para la producción de los artículos que ofrece, debido a que son adquiridos a través de proveedores. A continuación, se especifican los detalles de los mismos en la siguiente tabla.

Tabla 18. DESPACHO DE PROVEEDORES

Proveedor	Artículo solicitado
S & M, Odyssey, Primo, Cinema, Mission,	Repuestos y accesorios
Stranger y Colony, Fitbike	Bicicletas completas
Space Brace, Triple 8, Protec	Protecciones y cascos, tobilleras, rodilleras, guantes

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Autor.

1.4. Calidad

Deming (1988) determinó el concepto de calidad como el grado previsible de similitud y fiabilidad a un bajo coste, el cual se debe ajustar a las necesidades del mercado, es decir, no es más que una serie de fases a aplicar para obtener un progreso continuo.

Método de Control de Calidad



CHECK LIST

CONTROL DE CALIDAD DESPACHO DE MERCANCIA

AREA VENTA Y DESPACHO					
Inspector:					Cumple con las Especificaciones técnicas
Fecha:					
Hora:					
N°	Elementos de control				Novedades / Observaciones
		Si	No		
1	Receptar pedido de los clientes				
2	Concretar la venta				
3	Receptar el comprobante de pago y transferencia				
4	Selección y empacado del pedido del cliente				
5	Solicitar ubicación del cliente				
6	Envío del pedido				
7	Entrega del pedido al cliente				
8	Redacción de informe de entrega				
9	Elaborar balance final				

Elaborado por: Autor.

1.5. Normativa y Permisos que afectan la Instalación del negocio

Seguridad e higiene ocupacional

Isotools Excellence (2015), el plan de seguridad, es lo primero que se debe tomar en cuenta para la ejecución de un Sistema de Gestión de Riesgos y Seguridad, de acuerdo a la normativa OHSAS 18001, deben estar claras las necesidades de la empresa en cuanto a la zona de riesgo laboral, así como cada fase en que se dividirá el proceso.

Por lo tanto, la empresa Bmx Ecuador, basándose en la actividad comercial que realizan y en la normativa OHSAS 18001, para la realización del plan de seguridad tomó en cuenta lo siguiente:

Elementos para realizar el plan de seguridad

- Estructura organizativa.
- Número de departamento y trabajadores.
- Experiencias obtenidas de la gestión y prevención de riesgos y accidentes.
- Política y objetivos de la empresa en el área de prevención

Una vez analizados los elementos anteriores, se estableció el plan de seguridad, en el cual quedó contemplado las estrategias a seguir por la empresa, en cuanto a la seguridad e higiene ocupacional:

- Se definieron las políticas corporativas para la prevención de riesgo.
- Quedó establecido que, en la inducción al nuevo empleado, se dictarán charlas sobre la toma de conciencia, que deben tener cada trabajador en cuanto a los riesgos que se logren exhibir dentro de la empresa.
- Se asignaron los encargados de la seguridad e higiene empresarial.
- Se evaluaron las condiciones y posibles riesgos existentes dentro y fuera de la empresa.
- Se establecieron las vías de evacuación en caso de siniestros.

CAPITULO III

Organización y Gestión

1.1. Objetivo del capítulo

Crear el plan de negocios para establecer la venta y distribución de repuestos y accesorios de ciclismo BMX FREESTYLE, contendrá la idea, viabilidad previa del mismo, misión de la empresa, análisis foda, formular la planificación y puesta en marcha del mismo y consiste en una mezcla de tecnología y personalización en los servicios ofrecidos.

1.2. Análisis Estratégico y Definición de Objetivos

Visión de la Empresa

La visión de Bmx Ecuador consiste en iniciar su aventura siendo una empresa desconocida, pero con el objetivo claro de que, en un periodo de mediano plazo, pueda competir con las Pymes más fuertes del sector.

Misión de la Empresa

La empresa tiene como misión suministrar servicio de calidad en el sector del ciclismo consiguiendo la satisfacción de los clientes al proveer bicicletas y accesorios de calidad, ofrecer la posibilidad de elegir entre amplias gamas de productos, también ofrecer los servicios antes indicados mediante un trato individualizado, aconsejando y atendiendo todas las dudas e indicaciones que cada consumidor presente.

Objetivos y estrategias

Con el fin de determinar los objetivos y estrategias del plan de negocios a seguir, se procede a efectuar el análisis Foda de Bmx Ecuador.

Tabla 19. ANÁLISIS FODA EMPRESA BMX ECUADOR

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<p>Mejor calidad de los productos adquiridos por deportistas en la disciplina del ciclismo.</p> <p>Precios competitivos de acuerdo a cada línea de producto.</p> <p>Buen desempeño de los empleados.</p> <p>Cuenta con procedimientos, métodos, recursos (personas y tecnología) para afirmar la reproducción y síntesis de información.</p> <p>Distribuidor oficial de las marcas.</p> <p>Experiencia y posicionamiento en su mercado:</p> <p>Servicio de Post Venta.</p> <p>Diversidad en productos.</p> <p>Sector estratégico Bmx.</p>	<p>Buena aceptación en el mercado.</p> <p>Crecimiento de clientes, ya que ahora se orienta más al deporte.</p> <p>Ampliación de la marca, en los talleres de reparación, donde se tiene la oportunidad de crecer en todas las necesidades del cliente.</p>
DEBILIDADES	AMENAZAS
<p>Carece una organización en la cual se identifique las técnicas y presupuestos que se efectúan para la venta y distribución de repuestos y accesorios de ciclismo.</p> <p>Desconocimiento de empleados entrantes sobre los procesos que deben realizarse para la de ventas y distribución de repuestos y accesorios de ciclismo.</p>	<p>Competencia.</p> <p>Proveedores extranjeros.</p> <p>Tiempo de espera de la mercadería en la aduana.</p> <p>Que regresen los aranceles a las importaciones de repuestos.</p> <p>Compras locales más costosas, reducen la rentabilidad.</p>

Falta de una guía que detalle las responsabilidades de cada empleado. Tiempo de entrega de los pedidos (importaciones).	
--	--

Elaborado por: Autor.

Objetivos Estratégicos

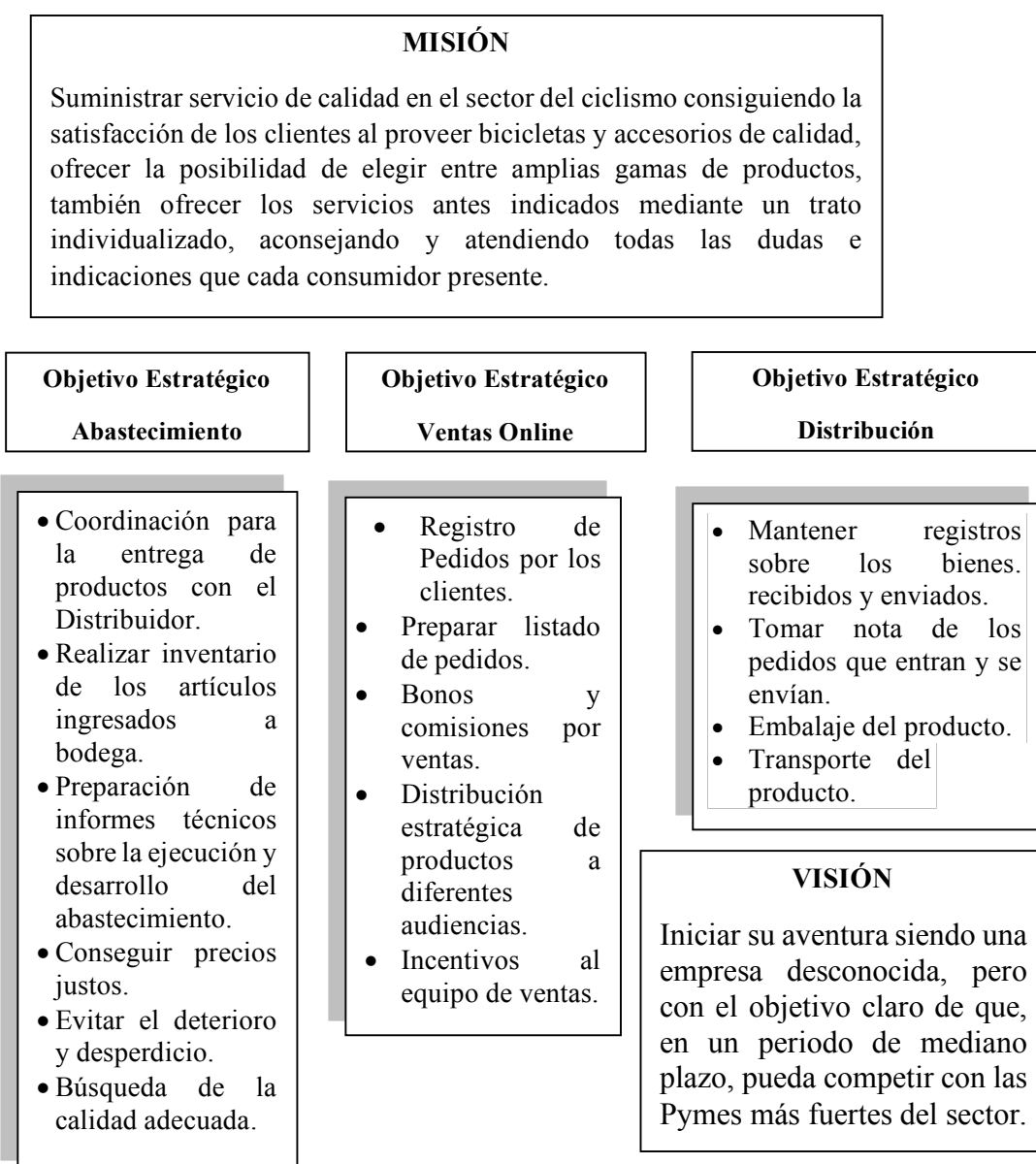


Gráfico 18. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Elaborado por: Autor

Organización Funcional de la Empresa

La organización funcional está fundamentada en la división del trabajo, por lo tanto, se estructura creando grupos funcionales o departamentos, los cuales reúnen a un grupo de empleados dedicados a una función determinada o varias relacionadas, los cuales son supervisados por un gerente (Quiroa, 2021).

Organización Interna

En toda institución, aunque sea pequeña coexisten varias ocupaciones a realizar, siendo necesario establecer las que se van a cumplir dentro de la empresa, sin embargo, en ocasiones una persona puede estar encargado de realizar varias de ella, por lo que deben estar descritas en su cargo.

EMPRESA “BMX ECUADOR”

Organigrama Estructural

La Gerencia de Bmx Ecuador, cuenta con cuatro procesos operativos que se detallan a continuación:

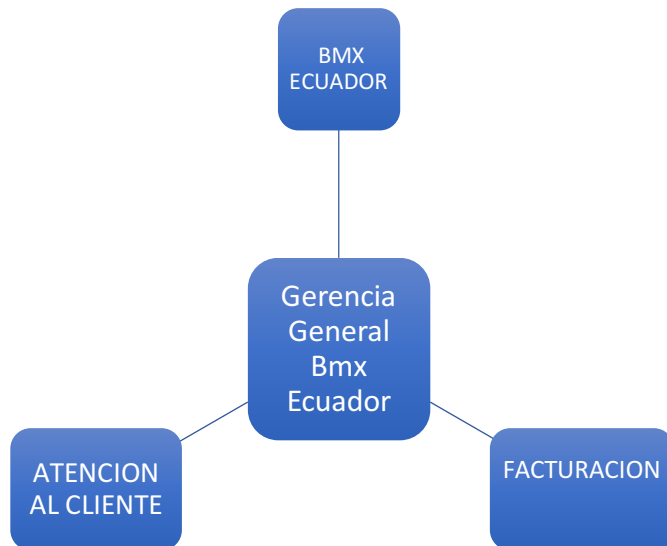


Gráfico 19. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA GERENCIA DE BMX ECUADOR

Elaborado por: Autor.

Organización Funcional

El Orgánico funcional de Bmx Ecuador incluye las siguientes funciones:

Tabla 20. ORGÁNICO FUNCIONAL

Gerente de Bmx Ecuador
• Administrar el personal.
• Establecer equipos de trabajo de acuerdo a las necesidades de ejecución, seguimiento y evaluación de las acciones programadas.
• Evaluar, permanentemente, las acciones que realizan los Procesos Operativos.
• Asignar responsabilidades a los empleados.
Abastecimiento.
• Ventas online.
Distribución.
• Supervisión de los productos
Atención al cliente
• Brindar a los clientes que visitan la empresa información y respaldo sobre los productos o servicios que brinda Bmx Ecuador.
• Canalizar las quejas, reclamos y sugerencias.
• Pasar pedido a facturación.
• Realizar inventarios.
Facturación
• Emitir y entregar factura a los clientes por las compras realizadas.
• Recibir el pago de las facturas emitidas.
• Realizar informe de ventas.
• Realizar arqueo de caja.

Fuente: Bmx Ecuador

EMPRESA BMX ECUADOR
Organigrama Funcional

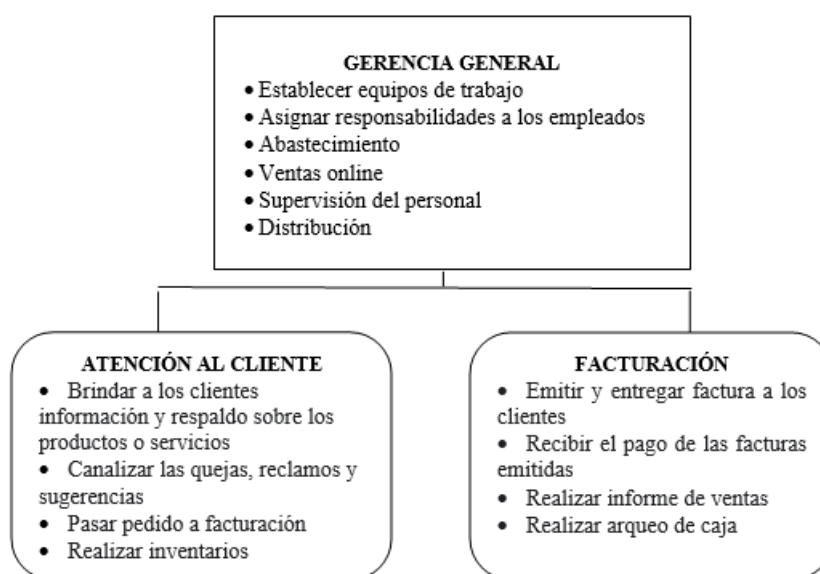


Gráfico 20. ORGANIGRAMA FUNCIONAL

Fuente: Bmx Ecuador

Descripción de puestos

A continuación, se detallan en las tablas siguientes las funciones de cada uno de los puestos que se encuentran en cada una de las Unidades Administrativas diagramadas en el organigrama.

Tabla 21. DESCRIPCIÓN DEL PUESTO DEL GERENTE

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

Departamento: Gerencia General

Cargo: Gerente

Personal supervisado: Encargado de facturación y al encargado de atención al cliente

II OBJETIVO DEL PUESTO:

Velar por la ejecución y cumplimiento de todas las operaciones de la empresa, incluyendo la captación de nuevos clientes.

III FUNCIONES

Gerenciar la empresa

Administrar el personal

.3. Establecer equipos de trabajo de acuerdo a las necesidades de ejecución, seguimiento y evaluación de las acciones programadas

Evaluar, permanentemente, las acciones que realizan los Procesos Operativos

.5. Asignar responsabilidades a los empleados

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

Título profesional: Ing. Industrial, Licenciado en administración de empresas o contador público

Experiencia: Mínimo tres años en cargos similares

Habilidades:

Tener visión para conseguir los objetivos

Motivar al personal

Habilidad de comunicación

Mantener el trabajo en equipo

Liderazgo de equipo

Resolución de problemas

Gestión del tiempo

Manejo de herramientas para la gestión de recursos

Asesorías

Formación: Ingeniero Industrial, Licdo. O Ingeniero en Administración de Empresas, Contador Público.

Fuente: Autor

Tabla 22. DESCRIPCIÓN DEL PUESTO ATENCIÓN AL CLIENTE

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

Departamento: Atención al Cliente

Cargo: Encargado de atención al cliente
Personal supervisado: No supervisa personal
II OBJETIVO DEL PUESTO:
Brindar una atención e información adecuada a los clientes que visitan la empresa.
III FUNCIONES
Brindar a los clientes que visitan la empresa información y respaldo sobre los productos o servicios que brinda Bmx Ecuador, canalizar las quejas, reclamos y sugerencias, pasar pedido a facturación, realizar inventarios.
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:
<i>Título profesional: Técnico superior en administración de empresas o mercadeo.</i>
<i>Experiencia: Mínimo un año en cargos similares</i>
<i>Habilidades:</i> Tener habilidad de empatía para percibir las necesidades de los clientes. Conocimiento de los productos y servicios brindados. Capacidad de adaptación y responsabilidad. Resolución de problemas.
<i>Formación: Técnico superior en administración de empresas o mercadeo</i>

Fuente: Autor

Tabla 23. DESCRIPCIÓN DEL PUESTO FACTURACIÓN

I. INFORMACIÓN BÁSICA:

Departamento: Facturación

Cargo: Encargado de Facturación

Personal supervisado: No supervisa personal

II OBJETIVO DEL PUESTO:

Emitir y entregar factura y recibir el pago de las mismas.

III FUNCIONES

Emitir y entregar factura a los clientes por las compras realizadas

Recibir el pago de las facturas emitidas

Realizar informe de ventas

Realizar arqueo de caja

IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:

Título profesional: Técnico superior en administración de empresas, contaduría o mercadeo.

Experiencia: Mínimo un año en cargos similares

Habilidades:

Ser detallista y íntegro en el manejo de cuentas y documentos

Poseer habilidad organizativa

Experiencia en facturación

Capacidad para trabajar bajo presión

Formación: Técnico superior en administración de empresas, contador o mercadeo

Fuente: Autor

1.3. Control de Gestión

El control de gestión es estimado como una herramienta para controlar los procedimientos estratégicos de la compañía, mediante indicadores de gestión ordenados con los objetivos, metas y responsabilidades de la organización (Orellana Nirían, 2019).

Indicadores de gestión

Un indicador es estimado una especialidad determinada, observable y medible que puede utilizarse para exponer cambios y progresos logrados por un

programa hacia el logro de un resultado específico, por lo que debe existir por lo menos un indicador para cada resultado (Hernández Sampieri, 2006).

Tabla 24. INDICADORES DE GESTIÓN

AREAS	INDICADORES
Gerencia General	<ul style="list-style-type: none"> • Ventas reales Vs ventas planteadas • Rendimiento general de su equipo • Tasa de rotación • Indicador de ganancia • Indicador de rentabilidad • Indicador de productividad • Porcentaje de pedidos procesados
Atención al cliente	<ul style="list-style-type: none"> • Satisfacción al cliente • Pérdida de clientes • Índice de resolución de problemas • Tiempo promedio de gestión • índice de satisfacción del cliente • Tasa de retención de clientes • Porcentaje de productos defectuosos
Facturación	<ul style="list-style-type: none"> • Satisfacción al cliente • Tiempo de procesamiento de factura • Facturas procesadas diariamente • Eficiencia

Fuente: Autor

CAPÍTULO IV

Área Jurídico Legal

4.1. Objetivos del capítulo

Instituir la forma jurídica para el inicio de operaciones de la empresa Bmx Ecuador.

4.2. Determinación de la forma jurídica

Para Peña (2020) la forma jurídica de una empresa es su identificación legal, debiendo tomar en consideración el compromiso que asumirán sus socios frente a la Ley, es decir, es la particularidad que asumirá la organización al momento de desplegar las actividades empresariales o profesionales, lo que concretará sus responsabilidades tributarias, la obligación ante terceros y el régimen de funcionamiento interno.

Por lo tanto, se detalla el Manifiesto de Voluntad sobre la Constitución de Bmx Ecuador, donde se especifica su forma jurídica:

Los constituyentes relacionados en la presente acta, manifiestan su voluntad de constituir una entidad como persona jurídica de derecho privado, de las reguladas, en lo pertinente, por el Decreto 2150 de 1995, el Decreto 427 de 2015 y demás disposiciones especiales, denominada BMX ECUADOR.

1. Aprobación de los estatutos: Se aprobaron los estatutos, estableciendo que el presidente de la reunión hizo énfasis que, en la constitución de la entidad sin ánimo de lucro, se han observado todas las disposiciones legales vigentes y conformado los estatutos según o indicado en las normas especiales que la regulan. Además, una vez elaborados y analizados los estatutos de la entidad que se constituye, los constituyentes y/o fundadores dieron su Aprobación por unanimidad, igualmente, quedan adjuntados a la presente acta y forman parte integral de la misma.

2. Nombramiento de Directivos, Representante Legal y Organos de Fiscalización (Fiscal, Revisor Fiscal): De conformidad con lo previsto en los estatutos que rigen a la entidad, se APROBO la designación de las siguientes personas para integrar sus órganos de administración y fiscalización:

a. Representante Legal:

Nombre: CARLOS GONZALEZ

No. del documento de identificación 1707368386.

b. Junta Directiva

Gráfico 21. FORMA JURÍDICA

Fuente: Autor.

Tabla 25. PRINCIPALES MIEMBROS DE LA JUNTA DIRECTIVA

Nombre completo	Tipo de documento de identificación	N° de Documento de identificación	Fecha de expedición del documento de identificación (dd/mm/aa)	Cargo
Carlos González	Cédula	1707368386	22/12/2017	Repr. Legal
Ronald González	Cédula	1705165175	21/01/2016	Jefe de Ventas

La(s) persona(s) nombrada(s) estando presente(s) acepta(n) el cargo para el cual ha(n) sido designada(s).

1. Lectura y Aprobación del Acta: Sometida a consideración de los constituyentes, la presente acta fue leída y aprobada y en constancia de todo lo anterior se firma por el presidente y secretario de la reunión.

CARLOS GONZÁLES

PRESIDENTE

C.C. 1707368386

KEVIN ENDARA

SECRETARIO

C.C. 1705165175

4.3. Reglamento Interno de Trabajo BMX ECUADOR

Generalidades, Finalidad y Alcance del Reglamento

Generalidades, Finalidad y Alcance del Reglamento

ARTICULO 1ro. La Empresa BMX ECUADOR, es una empresa encargada de la venta, distribución de repuestos y accesorios de ciclismo.

ARTICULO 2do. El presente Reglamento Interno de Trabajo determina las condiciones a las cuales deben sujetarse los trabajadores de BMX ECUADOR, en el cumplimiento de sus labores.

ARTICULO 3ro. El presente Reglamento se formula respetando las disposiciones legales y convenciones laborales vigentes.

ARTICULO. 4to. Todo trabajador que ingrese al servicio de BMX ECUADOR y los que ya se encuentren trabajando, tienen la obligación de enterarse del contenido del presente Reglamento, a cuyo efecto la Empresa les proporcionará un ejemplar del mismo debiendo agregarse al legajo del trabajador el cargo que acredite su recepción.

Requisitos legales necesarias para el funcionamiento de empresas

Toda empresa antes de comenzar con su actividad comercial debe obtener los siguientes requisitos:

- RUC: Se debe conseguir un Registro Único de Contribuyente, antes de comenzar sus actividades comerciales, el mismo, se obtiene en el SRI.
- Autorización de Ejercicio: Solicitado ante el cuerpo de bomberos.
- Ministerio del trabajo: Debe aprobar los contratos de los trabajadores.
- Registrar a los empleados en el IESS.
- Requisitos para registrar una SAS (Sociedad por Acciones Simplificadas) online.

4.4. Derechos y Obligaciones de la Empresa

ARTICULO 9no. Los derechos que presenta la empresa Bmx, Ecuador son los siguientes:

1. Planear, organizar, dirigir y controlar las operaciones de la Empresa

ARTICULO 10mo. Son obligaciones de la Empresa:

4.5. Derechos y Obligaciones del Trabajador

ARTICULO 11ro. Los derechos de los trabajadores se regulan por las disposiciones legales y convencionales vigentes.

ARTICULO 12do. El trabajador tiene entre otras, las siguientes obligaciones:

1. Desempeñar sus labores
2. Observar el horario de trabajo.
3. Seguir las instrucciones socializadas.
4. Evitar actividades de competencia con los empleadores.
5. Guardar secretos profesionales y empresariales.
6. Proteger los intereses de los empresarios.

CAPITULO V

Evaluación Financiera

5.1. OBJETIVOS DEL CAPÍTULO

Elaborar el plan de inversiones para determinar los costos, gastos, punto de equilibrio, estado de resultados, flujo de caja e indicadores financieros del VAN y el TIR.

5.2. PLAN DE INVERSIONES

Para garantizar el correcto funcionamiento de la tienda se debe incurrir en algunas inversiones y gastos como adecuaciones, compra del inventario, mobiliario y provisión del capital de trabajo para mínimo tres meses. A continuación, se presenta en la Tabla 26 el total de la inversión necesaria para manejar la organización, la que asciende a \$80.445,82.

Tabla 26. INVERSIONES DEL PROYECTO

Activos	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Capital de Trabajo			
Capital de Trabajo			75.779,83
Sub Total			75.779,83
Equipos de Computo			
Laptop Lenovo IdeaPad 5	4	525,00	2.100,00
Impresora	1	400,00	400,00
Sub Total			2.500,00
Muebles y Enseres			
Escritorios	4	135,00	540,00
Silla Giratoria	4	59,00	236,00
Silla normal	4	45,00	180,00
Archivador	1	145,00	145,00

Mesa comedor	1	140,00	140,00
Microondas	1	199,00	199,00
Cafetera eléctrica	1	44,00	44,00
Caja registradora	1	84,99	84,99
Recibidores	3	199,00	597,00
Sub Total			2.165,99
Total de Inversión			80.445,82

5.3. CÁLCULO DE COSTOS Y GASTOS

Los costos totales son el total de los costos incurridos por la empresa para prestar sus servicios. Estos costos son clasificados en dos categorías: los costos fijos y los costos variables, que se mostraron anteriormente. Además, son un indicador clave para la toma de decisiones y la planificación financiera, ya que ayudan a la empresa a determinar cuánto debe cobrar por sus productos o servicios para obtener una utilidad deseada.

Tabla 27. COSTOS TOTALES

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo de Venta					
Empleados directos	28,475.30	30,324.56	30,324.56	30,324.56	30,324.56
Proveedores	214,464.00	235,910.40	259,501.44	285,451.58	313,996.74
Sub Total	242,939.30	266,234.96	289,826.00	315,776.14	344,321.30
Gastos de Administración					
Salarios administrativos	21,048.20	22,447.64	22,447.64	22,447.64	22,447.64
Servicios Básicos	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00
Material de Oficina	120.00	120.00	120.00	120.00	120.00
Gastos de constitución	500.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Adecuaciones	1,000.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Gastos de importación	4,200.00	4,200.00	4,200.00	4,200.00	4,200.00
Gastos de importación X lote de pedido	7,800.00	7,800.00	7,800.00	7,800.00	7,800.00
Depreciación	981.90	981.90	981.90	181.90	156.90
Sub Total	36,250.10	36,149.54	36,149.54	35,349.54	35,324.54
Gastos de Venta					
Publicidad	3,460.00	3,460.00	3,460.00	3,460.00	3,460.00
Sub Total	3,460.00	3,460.00	3,460.00	3,460.00	3,460.00
Interés	5,957.07	4,912.97	3,746.58	2,443.58	987.98
Sub Total	5,957.07	4,912.97	3,746.58	2,443.58	987.98
Gastos Totales	282,649.40	305,844.50	329,435.54	354,585.68	383,105.84

Mano de Obra

En las siguientes tablas se muestran la información relacionada con los costos salariales y de los recursos humanos para la mano de obra directa e indirecta en un período de 5 años.

Tabla 28. MANO DE OBRA INDIRECTA

Puestos de Trabajo	Trabajadores	Salarios	Salarios Año							RRHH AÑO 1	RRHH AÑOS 2 - 5
			Mes	Año	13ro	14to	Fond. Res	Vacaciones	IESS		
Gerente	1	800,00	800,00	9.200,00	837,50	450,00	799,68	400,00	1.070,40	11.957,90	12.757,58
Jefe de Ventas	1	600,00	600,00	6.900,00	637,50	450,00	599,76	300,00	802,80	9.090,30	9.690,06
Total	2		1.400,00	16.100,00						21.048,20	22.447,64

Tabla 29. MANO DE OBRA DIRECTA

Puestos de Trabajo	Trabajadores	Salarios	Salarios Año							RRHH AÑO 1	RRHH AÑOS 2 - 5
			Mes	Año	13ro	14to	Fond. Res	Vacaciones	IESS		
Gestión de abastecimiento	1	500,00	500,00	5.750,00	537,50	450,00	499,80	250,00	669,00	7.656,50	8.156,30
Gestión de Ventas	1	425,00	425,00	4.887,50	462,50	450,00	424,83	212,50	568,65	6.581,15	7.005,98
Gestión de Distribución	1	500,00	500,00	5.750,00	537,50	450,00	499,80	250,00	669,00	7.656,50	8.156,30
Facturación	1	425,00	425,00	4.887,50	462,50	450,00	424,83	212,50	568,65	6.581,15	7.005,98
Total	4		1.850,00	21.275,00						28.475,30	30.324,56

Depreciación

A continuación, se muestran los porcentajes de depreciación de los activos adquiridos por la empresa con un porcentaje de depreciación del 33% para equipos relacionados con la informática y un 10% para los demás activos, según lo establece el SRI.

Tabla 30. DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS

Activos	Valor Total	% Depreciar
Activos		
Laptop Lenovo IdeaPad 5	2.100,00	33%
Impresora	400,00	33%
Escritorios	540,00	10%
Silla Giratoria	236,00	10%
Silla normal	180,00	10%
Archivador	145,00	10%
Mesa comedor	140,00	10%
Microondas	199,00	10%
Cafetera eléctrica	44,00	10%
Caja registradora	84,99	10%

Elaborado por: Autor.

Proyección de la depreciación

La tabla muestra la depreciación anual de los activos de una empresa durante los años 1 a 5. La empresa ha registrado los siguientes activos: laptop Lenovo IdeaPad 5, impresora, escritorios, silla giratoria, silla normal, archivador, mesa de reuniones, mesa de comedor, microondas, cafetera eléctrica y caja registradora. Para cada activo se muestra su valor total, el porcentaje que se depreciará anualmente, la cantidad a depreciar, la depreciación en los años 1 a 5 y el valor residual al final del período de depreciación. Al final del período de 5 años, el total de la depreciación será de 784,50. Esto significa que los activos de la empresa perderán un valor de 784,50 en el transcurso de 5 años debido a la depreciación. Es importante destacar que la depreciación es una medida importante para la

contabilidad financiera, ya que permite reflejar el desgaste o la pérdida de valor de los activos a lo largo del tiempo.

Tabla 31. DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS

Activos	Valor Total	%	Depreciación					Valor Residual
			Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Activos								
Laptop Lenovo	2.100,00	33%	693,00	693,00	693,00	21,00	0,00	0,00
IdeaPad 5	400,00	33%	132,00	132,00	132,00	4,00	0,00	0,00
Impresora	400,00	33%	132,00	132,00	132,00	4,00	0,00	0,00
Escritorios	540,00	10%	54,00	54,00	54,00	54,00	54,00	270,00
Silla Giratoria	236,00	10%	23,60	23,60	23,60	23,60	23,60	118,00
Silla normal	180,00	10%	18,00	18,00	18,00	18,00	18,00	90,00
Archivador	145,00	10%	14,50	14,50	14,50	14,50	14,50	72,50
Mesa comedor	140,00	10%	14,00	14,00	14,00	14,00	14,00	70,00
Microondas	199,00	10%	19,90	19,90	19,90	19,90	19,90	99,50
Cafetera eléctrica	44,00	10%	4,40	4,40	4,40	4,40	4,40	22,00
Caja registradora	84,99	10%	8,50	8,50	8,50	8,50	8,50	42,50
Depreciación			981,90	981,90	981,90	181,90	156,90	784,50

Elaborado por: Autor.

Detalle de Costos

La siguiente tabla muestra la cantidad de ítems vendidos en una tienda de bicicletas, así como el costo mensual de esos ítems. Con esta información, es posible realizar un seguimiento de las ganancias y los gastos de la tienda y tomar decisiones sobre los productos y el inventario.

Tabla 32. DETALLES DE COSTOS

Ítems	Cantidad mensual	Costo mensual
Bicicletas Stranger	10	4.200,00
Bicicletas Colony	8	4.720,00
Bicicleta Sunday	8,00	3.040,00
Repuestos y Accesorios para bicicletas	160,00	5.912,00

Elaborado por: Autor.

Proyección de Costos

A continuación, se presentan los costos totales anuales para cada uno de los costos de los años 1 al 5. Se puede notar un aumento en los costos totales anuales de los productos relacionados con bicicletas a lo largo de los años, con una estimación de un incremento del 14,3% en el periodo proyectado.

Tabla 33. PROYECCIÓN DE COSTOS

Ítems	Cantida d mensual	Costo mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Bicicletas Stranger	10	4.200,00	50.400,0 0	50.425,2 0	53.475,9 2	56.711,2 2	60.142,2 5
Bicicletas Colony	8	4.720,00	56.640,0 0	56.668,3 2	60.096,7 5	63.732,6 1	67.588,4 3
Bicicleta Sunday	8,00	3.040,00	36.480,0 0	36.498,2 4	38.706,3 8	41.048,1 2	43.531,5 3
Repuestos y Accesorios para bicicletas	160,00	5.912,00	70.944,0 0	70.979,4 7	75.273,7 3	79.827,7 9	84.657,3 7
Costos Estimados			214.464, 00	235.910, 40	259.501, 44	285.451, 58	313.996, 74

Elaborado por: Autor.

Detalle de Gastos

La siguiente tabla presenta información relevante en relación con los gastos anuales de la empresa. La misma contempla los siguientes conceptos: Servicios Básicos, Material de Oficina, Gastos de Constitución, Adecuaciones, Gastos de Importación y Gastos de Importación por Lote de Pedido.

Tabla 34. DETALLE DE GASTOS

Artículo	Cantidad Anual	Precio Unitario
Servicios Básicos	12	50,00
Material de Oficina	12	10,00
Gastos de constitución	1	500,00
Adecuaciones	1	1.000,00
Gastos de importación	3	1.400,00
Gastos de importación X lote de pedido	3	2.600,00

Elaborado por: Autor.

Proyección Gastos

Por otro lado, se puede decir que los gastos en servicios básicos, material de oficina y gastos de importación son los más relevantes y constantes en todos los años, mientras que los gastos de constitución y adecuaciones son únicos y no se repiten en los años subsiguientes.

Tabla 35. PROYECCIÓN DE GASTOS

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Servicios Básicos	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
Material de Oficina	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
Gastos de constitución	500,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Adecuaciones	1.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Gastos de importación	4.200,00	16.800,00	16.800,00	16.800,00	16.800,00
Gastos de importación X lote de pedido	7.800,00	31.200,00	31.200,00	31.200,00	31.200,00
Totales	14.220	48.720	48.720	48.720	48.720

Elaborado por: Autor.

5.4. PLAN DE FINANCIAMIENTO

El financiamiento de la inversión se divide en un 30% de aporte del propietario y un 70% del financiamiento de una entidad financiera. El propietario aporta un capital de \$24.133,74 y su prima al riesgo es de 15%, mientras que la ponderación es de 5,57%. Por otro lado, el prestamista aporta un capital de \$56.312,07 y su prima al riesgo es de 11,23%, con una ponderación de 13%. En conjunto, el capital total es de \$80.445,82 con una ponderación total de 18,57%, siendo esta la TMAR del proyecto.

Tabla 36. PLAN DE FINANCIAMIENTO

COMPOSICIÓN DEL CAPITAL	MONTOS	% APORTACIÓN	PRIMA AL RIESGO	PONDERACIÓN
PROPIETARIO	24.133,74	30%	15,00%	5,57%
PRÉSTAMO	56.312,07	70%	11,23%	13,00%
TMAR	80.445,82	100%		18,57%

Elaborado por: Autor.

Forma de financiamiento

En este caso se solicitaría un préstamo al Banco Pichincha por un valor de \$56.312,07 pagaderos en 5 años y amortizables cada 90 días. A continuación, en tabla se muestran los detalles de este préstamo.

Tabla 37. PLAN DE FINANCIACIÓN

INSTIT. FINANCIERA	Pichincha
MONTO EN USD	56.312,07
TASA DE INTERÉS	11,23%
PLAZO	5 Años
AMORTIZACION CADA	90 Días
NÚMERO DE PERIODOS	20

No.	SALDO	INTERES	PRINCIPAL	DIVIDENDO
0	56.312,07			
1	54.175,02	1.580,96	2.137,05	3.718,01
2	51.977,97	1.520,96	2.197,05	3.718,01
3	49.719,24	1.459,28	2.258,73	3.718,01
4	47.397,10	1.395,87	2.322,14	3.718,01
5	45.009,76	1.330,67	2.387,34	3.718,01
6	42.555,39	1.263,65	2.454,36	3.718,01
7	40.032,13	1.194,74	2.523,27	3.718,01
8	37.438,01	1.123,90	2.594,11	3.718,01
9	34.771,08	1.051,07	2.666,94	3.718,01
10	32.029,26	976,20	2.741,81	3.718,01
11	29.210,47	899,22	2.818,79	3.718,01
12	26.312,54	820,08	2.897,93	3.718,01
13	23.333,25	738,72	2.979,29	3.718,01
14	20.270,32	655,08	3.062,93	3.718,01
15	17.121,40	569,09	3.148,92	3.718,01
16	13.884,07	480,68	3.237,33	3.718,01
17	10.555,86	389,80	3.328,22	3.718,01
18	7.134,20	296,36	3.421,66	3.718,01
19	3.616,48	200,29	3.517,72	3.718,01
20	0,00	101,53	3.616,48	3.718,01
		18.048,17	56.312,07	74.360,24

Elaborado por: Autor.

5.5. CÁLCULO DE INGRESOS

El cálculo de ingresos muestra que la empresa está vendiendo diferentes productos relacionados con bicicletas. Se han estimado ventas mensuales para tres tipos de bicicletas: Strager (9 unidades, precio de \$693,00 y ventas estimadas de

\$6.237,00), Colony (7 unidades, precio de \$957,00 y ventas estimadas de 6.699,00) y Sunday (7 unidades, precio de \$627,00 y ventas estimadas de 4.389,00). Además, se estiman ventas mensuales de repuestos y accesorios para bicicletas (150 unidades, precio de \$60,97 y ventas estimadas de \$9.145,50). El total de ventas estimadas es de \$26.470,50 mensualmente en el primer año.

Tabla 38. CÁLCULO DE INGRESOS

Ítems	Mensual
Bicicletas Strager	9
Precio	693,00
Ventas Estimadas	6.237,00
Ítems	
Bicicletas Colony	7
Precio	957,00
Ventas Estimadas	6.699,00
Ítems	
Bicicleta Sunday	7
Precio	627,00
Ventas Estimadas	4.389,00
Ítems	
Repuestos y Accesorios para Bicicletas	150
Precio	60,97
Ventas Estimadas	9.145,50
Venta Totales	26.470,50

Elaborado por: Autor.

Proyección de Ingresos

La proyección de ingresos muestra una expectativa de crecimiento en los ingresos obtenidos a través de la venta de bicicletas Strager, Colony, Sunday y repuestos y accesorios para bicicletas a lo largo de los próximos 5 años. También se espera que los precios de los productos aumenten a lo largo del tiempo, contribuyendo al crecimiento de los ingresos totales.

Tabla 39. PROYECCIÓN DE INGRESOS

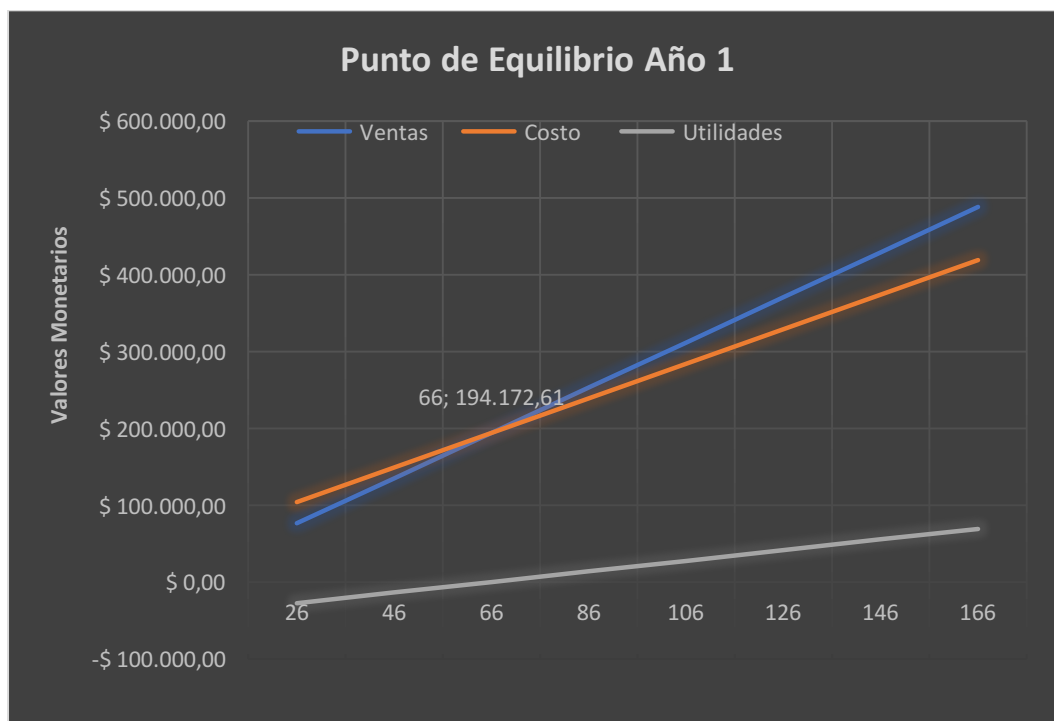
Ítems	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Bicicletas Strager	108	119	131	144	158
Precio	693,00	734,58	778,65	825,37	874,90
Ventas Estimadas	74.844,00	87.268,10	101.754,61	118.645,87	138.341,09
Ítems	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Bicicletas Colony	84	92	102	112	123
Precio	957,00	1.014,42	1.075,29	1.139,80	1.208,19
Ventas Estimadas	80.388,00	93.732,41	109.291,99	127.434,46	148.588,58
Ítems	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Bicicleta Sunday	84	92	102	112	123
Precio	627,00	664,62	704,50	746,77	791,57
Ventas Estimadas	52.668,00	61.410,89	71.605,10	83.491,54	97.351,14
Ítems	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Repuestos y Accesorios para Bicycletas	1.800	1.980	2.178	2.396	2.635
Precio	60,97	64,63	68,51	72,62	76,97
Ventas Estimadas	109.746,00	127.963,84	149.205,83	173.974,00	202.853,69
Venta Totales	317646,00	370375,24	431857,53	503545,87	587134,49

Elaborado por: Autor.

5.6. PUNTO DE EQUILIBRIO

El Punto de Equilibrio (PE) es el nivel de producción y ventas en el que los costos totales (fijos y variables) igualan las ventas. Es decir, es el nivel de producción y ventas en el que la empresa no obtiene ganancias ni pérdidas. En otras palabras, el PE es el punto en el que los ingresos y los costos se equilibran. En la tabla presentada, se puede ver que el PE se mide en unidades y en porcentaje de ventas. En el Año 1, se necesitan vender 66 unidades para alcanzar el PE, lo que equivale al 61.13% de las ventas totales. Es importante notar que la cantidad de unidades necesarias para alcanzar el PE disminuye a lo largo de los años, lo que sugiere que la empresa está mejorando su eficiencia y reduciendo sus costos. Sin embargo, también es posible que esto se deba a una disminución en los precios o en los costos variables unitarios.

Gráfico 22. PUNTO DE EQUILIBRIO



Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Autor.

5.7. ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

Se pueden observar los ingresos operacionales y los gastos asociados, lo que permite calcular la utilidad neta de la empresa en cada año. En el primer año (Año 1), los ingresos operacionales fueron de 317.646,00, y después de deducir los costos de ventas y los gastos de ventas y administración, la utilidad neta en ventas fue de 71,246.70. Además, los gastos financieros y el aporte a los trabajadores fueron de 5,957.07 y 4,355.93, respectivamente. Finalmente, después de deducir el impuesto a la renta, la utilidad del ejercicio fue de 18,512.70.

A lo largo de los siguientes años (Año 2 a Año 5), los ingresos operacionales y las utilidades netas aumentaron, lo que indica un crecimiento financiero para la empresa. Sin embargo, también se puede observar un aumento en los gastos financieros y en el aporte a los trabajadores, lo que indica una mayor inversión y

una estrategia de remuneración para el personal. En resumen, la tabla muestra un crecimiento financiero para la empresa a lo largo de los años, pero también destaca la importancia de la gestión de gastos y la inversión en el personal.

Tabla 40. ESTADO DE RESULTADOS

ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos Operacionales					
Ventas	317,646.00	370,375.24	431,857.53	503,545.87	587,134.49
(-) Costo de ventas	242,939.30	266,234.96	289,826.00	315,776.14	344,321.30
Utilidad Bruta en Ventas	74,706.70	104,140.28	142,031.53	187,769.73	242,813.19
(-) Gastos de Ventas	3,460.00	3,460.00	3,460.00	3,460.00	3,460.00
Utilidad Neta en Ventas	71,246.70	100,680.28	138,571.53	184,309.73	239,353.19
(-) Gastos de Administración	36,250.10	36,149.54	36,149.54	35,349.54	35,324.54
Utilidad (Pérdida) Operacional	34,996.60	64,530.74	102,421.99	148,960.19	204,028.65
(-) Gastos Financieros	5,957.07	4,912.97	3,746.58	2,443.58	987.98
Utilidad (Pérdidas) antes de Participación	29,039.53	59,617.77	98,675.41	146,516.61	203,040.67
(-) Aporte a los Trabajadores	4,355.93	8,942.67	14,801.31	21,977.49	30,456.10
Utilidad (Pérdidas) antes de Impuestos	24,683.60	50,675.10	83,874.10	124,539.12	172,584.57
(-) Impuesto a la Renta	6,170.90	12,668.78	20,968.52	31,134.78	43,146.14
UTILIDAD DEL EJERCICIO	18,512.70	38,006.33	62,905.57	93,404.34	129,438.43

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Autor.

5.8. FLUJO DE CAJA

El análisis de flujo de caja es una herramienta importante para entender cómo un proyecto o inversión generará ingresos y egresos en el futuro. El flujo de caja proyectado en este caso muestra los flujos de efectivo esperados en los años 0 a 5. En el año 0, se requiere un capital de trabajo de 75.779,83 dólares y se hace una

compra de activos por un valor de 4.665,99 dólares. Durante los años 1 a 5, las ventas aumentan de manera gradual, pero los costos de ventas y gastos administrativos también aumentan. Los gastos de ventas son constantes en todos los años.

La utilidad antes de intereses e impuestos se ve positivamente afectada por el aumento de las ventas y se incrementa a lo largo de los años. Sin embargo, los gastos financieros y los aportes a los trabajadores reducen significativamente las utilidades antes de impuestos. La tasa de impuestos es del 25% sobre las utilidades antes de impuestos. El resultado final después de impuestos y la depreciación es positivo a partir del año 2, lo que indica que el proyecto genera ganancias después de cubrir los costos. Además, el valor de salvamento y la recuperación del capital de trabajo en el año 5 aumentan el flujo de efectivo total en ese año.

En general, el análisis del flujo de caja muestra que el proyecto tiene un comienzo difícil en los primeros dos años, pero luego comienza a generar ganancias significativas. Es importante tener en cuenta que estos son solo flujos de efectivo proyectados y que puede haber desviaciones reales en el futuro.

Tabla 41. FLUJO DE CAJA

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujos Iniciales						
Capital de Trabajo	75,779.83	-	-	-	-	-
Compra de Activos	-4,665.99	-	-	-	-	-
Flujos Operacionales						
Ventas		317,646.00	370,375.24	431,857.53	503,545.87	587,134.49
(-) Costo de ventas		242,939.30	266,234.96	289,826.00	315,776.14	344,321.30
(-) Gastos de Administración		-36,250.10	-36,149.54	-36,149.54	-35,349.54	-35,324.54
(-) Gastos de Ventas		-3,460.00	-3,460.00	-3,460.00	-3,460.00	-3,460.00
Utilidades antes de Interese e Impuesto		34,996.60	64,530.74	102,421.99	148,960.19	204,028.65
(-) Gastos Financieros		-5,957.07	-4,912.97	-3,746.58	-2,443.58	-987.98
Utilidades antes de Aportes e Impuestos		29,039.53	59,617.77	98,675.41	146,516.61	203,040.67
Aporte a los Trabajadores (15%)		-4,355.93	-8,942.67	-14,801.31	-21,977.49	-30,456.10
Utilidades antes de Impuesto		24,683.60	50,675.10	83,874.10	124,539.12	172,584.57
(-) Impuestos la Renta (25%)		-6,170.90	-12,668.78	-20,968.52	-31,134.78	-43,146.14
Utilidades después de Impuesto		18,512.70	38,006.33	62,905.57	93,404.34	129,438.43
(+) Resultado de la Depreciación		981.90	981.90	981.90	181.90	156.90
Flujos de Efectivo Operacionales		19,494.60	38,988.23	63,887.47	93,586.24	129,595.33
Flujos Finales						

(+) Valor de Salvamento							784.50
(+) Recuperación de Capital de Trabajo							75,779.83
Flujo de Efectivo Total	80,445.82	19,494.60	38,988.23	63,887.47	93,586.24	206,159.65	

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Autor.

5.9. EVALUACIÓN FINANCIERA

Indicadores

Valor Actual Neto (VAN)

Por su parte el Valor Actual Neto (VAN) es un indicador financiero que se utiliza para evaluar la rentabilidad de un proyecto o inversión. Se calculó sumando el flujo neto de efectivo presente valorado a un precio actual. Por tanto, si el VAN es negativo, significa que el proyecto o inversión no es rentable, ya que los flujos de efectivo generados no superan el costo del dinero y por tanto no generan valor para la empresa.

Dónde:

- VAN = Valor Actual Neto
- I = valor total de la inversión en el período 0.
- Fc n = saldo del flujo neto anual de caja en el año n.
- k = tasa de descuento planteada para la inversión.
- n = año del período de vida útil económico.

$$0 = -I + \frac{Fc_1}{(1+r)^1} + \frac{Fc_2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{Fc_n}{(1+r)^n}$$

$$0 = -80,445.82 + \frac{16,441.42}{(1+0.1857)^1} + \frac{27,732.17}{(1+0.1857)^2} + \dots + \frac{87,968.98}{(1+0.1857)^5}$$

$$VAN = 137,371.77 \text{ USD}$$

Tasa Interna de Retorno (TIR)

Por otro lado, Tasa Interna de Retorno (TIR) se utilizó para evaluar la rentabilidad del proyecto. Se calculó como la tasa de interés en la cual el flujo neto de efectivo presente valorado es igual a cero. Si la TIR es positiva, significa que el proyecto o inversión es rentable, ya que genera un retorno superior al costo del dinero.

Dónde:

- VAN = Valor Actual Neto
- I = valor total de la inversión en el período 0.
- Fc n = saldo del flujo neto anual de caja en el año n.
- k = tasa de descuento planteada para la inversión.
- n = año del período de vida útil económico.

$$0 = -I + \frac{Fc_1}{(1+r)^1} + \frac{Fc_2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{Fc_n}{(1+r)^n}$$

$$0 = -80.445,82 + \frac{19.494,60}{(1+0.5779)^1} + \frac{38,988.23}{(1+0.5779)^2} + \dots + \frac{206,159.65}{(1+0.5779)^5}$$

$$0 = 0,00$$

$$TIR = 57.79\%$$

En resumen, el VAN es negativo y la TIR es positiva, significa que el proyecto o inversión genera flujos de efectivo negativos, es decir, no es rentable, pero tiene un retorno superior al costo del dinero. Esto podría ser indicativo de un proyecto con una rentabilidad temporal y no una rentabilidad a largo plazo. Considerando que el VAN es menor que 0 y es un indicador más completo que la TIR, ya que tiene en cuenta el tiempo y el valor del dinero, este proyecto no es factible.

Beneficio Costo

A continuación, se determina la razón beneficio costo del proyecto. Donde el Valor Actual de los Ingresos Futuros es una estimación precisa del valor actual que se espera generar en ingresos en los próximos 5 años por 1,295,710.38. Por otro lado, el Valor Actual de los Gastos Futuros es una estimación del valor actual de

los gastos futuros que se esperan incurrir en los próximos 5 años siendo estos de 1,008,851.10, lo que sugiere que los gastos futuros serán significativos.

La Razón Beneficio Costo (B/C) es un indicador valioso que mide la relación entre el beneficio y el costo. En este caso, la Razón Beneficio Costo es de 1.28, lo que significa que los beneficios obtenidos son superiores al costo por lo que es viable.

Tabla 42. RAZÓN BENEFICIO-COSTO

	TOTAL	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos		317,646.00	370,375.24	431,857.53	503,545.87	587,134.49
Total de Ingresos		317,646.00	370,375.24	431,857.53	503,545.87	587,134.49
Valor Actual de los Ingresos Futuros	1,295,710.38	267,897.44	263,446.42	259,069.35	254,765.00	250,532.17
Costo de Venta		242,939.30	266,234.96	289,826.00	315,776.14	344,321.30
Gastos de Administración		36,250.10	36,149.54	36,149.54	35,349.54	35,324.54
Gastos de Venta		3,460.00	3,460.00	3,460.00	3,460.00	3,460.00
Gastos Financieros		5,957.07	4,912.97	3,746.58	2,443.58	987.98
Total de Costos		288,606.47	310,757.47	333,182.11	357,029.26	384,093.82
Valor Actual de los Gastos Futuros	1,008,851.10	243,405.98	221,040.54	199,874.42	180,636.09	163,894.06
Razón Beneficio Costo (B/C)	1.28					

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Autor.

Período de Recuperación

El período de recuperación es un indicador importante que mide el tiempo que se tarda en recuperar la inversión inicial en un proyecto. En este caso, se puede ver que la inversión inicial es de 80.445,82 y el flujo de caja acumulado a lo largo de los 5 años es de \$206,159.65. Después de 2 años, el saldo acumulado es de \$ 41,924.48, lo que significa que la inversión inicial se ha recuperado.

Tabla 43. PERIODO DE RECUPERACIÓN

Años	Inversión	Flujo de Caja	Saldo Acumulado
0	-80,445.82		-80,445.82
1		19,494.60	-60,951.22
2		38,988.23	-21,962.99
3		63,887.47	41,924.48
4		93,586.24	135,510.72
5		206,159.65	341,670.37

$$PR = 3 + (-21,962.99 / (-21,962.99 + 41,924.48)) - 1$$

$$PR = 2.34 \text{ años}$$

CONCLUSIONES

Una vez realizado el estudio necesario sobre la implementación del Plan de Negocio para la Venta y Distribución de Repuestos y Accesorios de ciclismo BMX FREESTYLE, en el Distrito Metropolitano de Quito, se concluye lo siguiente:

El proyecto es factible debido a que Bmx Ecuador con la venta de estos productos podrá en primer lugar ofertar todo lo requerido por los posibles clientes potenciales, los cuales presentaron una tasa de incremento poblacional fijada en un 1.40% anual hasta el 2026, aumentando la demanda para el último año proyectado en 96.685, es decir consumidores que pueden comprar los artículos de ciclismo ofrecidos por la empresa.

Este análisis financiero es un flujo de caja proyectado para los años 0 a 5. En el año 0 se han invertido inicialmente 80,445.82 dólares en capital de trabajo y en la compra de activos. Los flujos operacionales incluyen las ventas, los costos de ventas, los gastos de administración y de ventas, y la utilidad antes de intereses e impuestos. Después de deducir los gastos financieros, los aportes a los trabajadores y los impuestos, la utilidad después de impuesto es de 18.512,70 dólares en el primer año y aumenta a 129,438.43 dólares en el quinto año.

El flujo de efectivo operacional es de 19.494,60 dólares en el primer año y aumenta a 206,159.65 dólares en el quinto año. El flujo de efectivo total incluye además el valor de salvamento y la recuperación de capital de trabajo. El valor actual neto (VAN) es de 137,371.77 dólares, lo que indica que la inversión es rentable. La tasa interna de retorno (TIR) es del 57.79%, lo que indica que el rendimiento sobre la inversión es alto. El período de recuperación (payback) es de 2.34 años, lo que significa que la inversión se recupera en un período relativamente corto de tiempo.

RECOMENDACIONES

Una vez analizadas las conclusiones del proyecto, se recomienda a la empresa Bmx Ecuador, lo siguiente:

- La aplicación inmediata del plan, debido a la viabilidad presentada. Igualmente, contratar en un corto tiempo un motorizado para la entrega de productos adquiridos vía telefónica o a través de su página web.
- Realizar Mapa de procesos y mantener un presupuesto acorde para la venta y distribución de repuestos y accesorios de ciclismo, lo que les permitirá reducir el lapso de cumplimiento de cada obra, el retrabajo del recurso humano, económico y de tiempo.
- Efectuar un método de seguimiento de todos los procesos cumplidos en Bmx Ecuador, con la finalidad de tener una mayor comprobación de la información de cada proceso realizado.
- Facultar al personal para que cumpla con cada uno de los procesos determinados y a su vez se les facilite la conducción de información de cada una de las técnicas aplicadas.
- Realizar la actualización del manual de procesos de adquisición de materiales de acuerdo con cambios en políticas legales o necesidades institucionales y órganos rectores.

BIBLIOGRAFÍA

- Andrade, P., & Parrales, M. ((Abril-Junio) de 2019). El Estado de Flujo de Efectivo, Herramienta de Gestión para evaluar la capacidad de los administradores. *Revista Pertinencia Académica. Publicación cuatrimestral*, 3(2). Recuperado el 21 de Diciembre de 2022, de <https://core.ac.uk/download/pdf/234159613.pdf>
- Baca, G. (2010). *Evaluación de proyectos*. México: McGraw Hill / Interamericana Editores, S.A. de C. V. Recuperado el 25 de Noviembre de 2022
- Castro, J. (9 de Julio de 2021). *¿Qué es el estado de resultados?* Recuperado el 22 de Diciembre de 2022, de Corponet: <https://blog.corponet.com/que-es-el-estado-de-resultados-y-cuales-son-sus-objetivos#subt1>
- Caurín, J. (27 de Octubre de 2017). *Ejemplo de plan de medios, definición y pasos*. Recuperado el 25 de Noviembre de 2022, de Emprende Pyme: https://www.emprendepyme.net/ejemplo-de-plan-de-medios.html#plantilla_de_plan_de_medios
- Coll Morales, F. (6 de Marzo de 2020). *Capacidad de Producción*. Recuperado el 25 de Noviembre de 2022, de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/capacidad-de-produccion.html>
- Deming, E. (1989). *Calidad, productividad y competitividad, la salida de la crisis*. Díaz de Santos, S.A. Recuperado el 25 de noviembre de 2022, de <https://books.google.com.pe/books?id=d9WL4BMVHi8C&printsec=frontcover#y=onepage&q&f=false>
- Editorial Etecé. (2 de Febrero de 2022). *¿Qué es el ingreso? Concepto*. Recuperado el 23 de Diciembre de 2022, de <https://concepto.de/ingreso-2/#ixzz7oUUIjBAO>
- Facchin, J. (22 de Noviembre de 2022). *¿Qué es un plan de inversiones?* Obtenido de Simla.com: <https://www.simla.com/blog/plan-de-inversiones-jose-facchin>
- Gómez, Giovanni. (11 de Octubre de 2021). Recuperado el 19 de Diciembre de 2022, de Gestipolis: <https://www.gestipolis.com/la-planificacion-financiera/>

- Isotools Excellence. (21 de Octubre de 2015). *¿Cómo elaborar un plan de seguridad y salud en el trabajo?* Obtenido de Plataforma Tecnológica para la gestión de la excelencia: <https://www.isotools.org/2015/10/21/como-elaborar-un-plan-de-seguridad-y-salud-en-el-trabajo/>
- López, R. (2010). *Interpretación de datos estadísticos*. Obtenido de Universidad de Managua:
[https://gredos.usal.es/bitstream/handle/10366/141150/CatalinaZavala.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=L%C3%B3pez%20\(2010\)%20se%C3%B1ala%20que%20en,formar%20parte%20de%20la%20muestra](https://gredos.usal.es/bitstream/handle/10366/141150/CatalinaZavala.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=L%C3%B3pez%20(2010)%20se%C3%B1ala%20que%20en,formar%20parte%20de%20la%20muestra)
- Ludeña, J. A. (12 de Agosto de 2021). *Macroambiente de una empresa*. Recuperado el 23 de Noviembre de 2022, de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/macroambiente-de-una-empresa.html#:~:text=El%20macroambiente%20hace%20referencia%20al,o%20las%20estrategias%20a%20seguir.>
- Meneses León, D. G., & Mejias Castellano, B. E. (2020). *Plan de negocio para la creación de una empresa de venta y asesoría en el ciclismo Bike Power Training*. Recuperado el 21 de Noviembre de 2022, de Univ. Santo Tomás: <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/31569/2021MejiaBrian.pdf?sequ>
- Ministerio de Economía y Finanzas. (2022). *Ingresos - Principios*. Recuperado el 23 de Diciembre de 2022, de Gobierno de la República del Ecuador: <https://www.finanzas.gob.ec/ingresos-principios/>
- Mora Otuna, D. (2019). *Determinación y análisis del punto de equilibrio con relación a los costos fijos y variables para la toma de decisiones*. Recuperado el 29 de Diciembre de 2022, de Unidad Académica de Ciencias Empresariales, Machala: <https://www.uv.mx/iiesca/files/2012/10/05CA2021-1.pdf>
- Münch Galindo, L. (2010). *Gestión organizacional, Gestión organizacional, enfoques y proceso administrativo*. México: PEARSON EDUCACIÓN. Recuperado el 25 de Noviembre de 2022, de <https://www.auditorlider.com/wp-content/uploads/2019/06/Administraci%C3%B3n.-Gesti%C3%B3n->

organizacional-enfoques-y-proceso-administrativo-1ed-Lourdes-M%C3%BCnch.pdf

Pedrosa, S. J. (19 de Octubre de 2015). *Gasto*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/gasto.html>

Peña, L. (8 de Abril de 2020). *La forma jurídica. Tipos y cuál elegir*. Recuperado el 15 de Diciembre de 2022, de Management . Negocio . Noticias Billin: <https://www.billin.net/blog/forma-juridica-tipos/>

Puente, D. (28 de Mayo de 2020). Uso de bicicletas subió un 650% en Quito durante la emergencia sanitaria. *El Comercio*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/quito/bicicletas-trnasporte-quito-emergencia-coronavirus.html>

Quiroa, M. (6 de Diciembre de 2019). *Mano de obra*. Recuperado el 16 de Diciembre de 2022, de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/mano-de-obra.html>

Rodríguez Tabares, S. (23 de Junio de 2015). *Plan de Marketing para Biscissport*. Recuperado el 21 de Noviembre de 2022, de Universidad de Oviedo: <https://digibuo.uniovi.es/dspace/handle/10651/34588>

Santaella, J. (7 de Septiembre de 2022). ¿Qué son los indicadores financieros y cómo analizarlos? *Economía3*(350). Recuperado el 24 de Diciembre de 2022, de <https://economia3.com/que-son-los-indicadores-financieros-como-analizarlos/>

Schüler, L. (25 de Mayo de 2020). *Público objetivo, cliente ideal y buyer persona: ¿cuáles son las diferencias?* Recuperado el 22 de Noviembre de 2022, de RD Station, la plataforma de marketing y ventas # 1 para PYMES de América Latina: <http://www.rdstation.com/es/blog/publico-objetivo-cliente-ideal-buyer-personal/>

Sinisterra, G., & Rincón, C. (2018). *Contabilidad de Costos*. Ecoe Ediciones. Recuperado el 17 de Diciembre de 2022, de <https://www.ecoediciones.com/wp-content/uploads/2015/09/Contabilidad-de-costos.pdf>

- Sy Corvo, H. (8 de Abril de 2021). *Microambiente de la empresa*. Recuperado el 23 de Noviembre de 2022, de Lifeder: <https://www.lifeder.com/microambiente-empresa/>
- Thompson, I. (Agosto de 2005). *Segmentación del Mercado*. Obtenido de http://accioneduca.org/admin/archivos/clases/material/segmentaciondelmercado_1563557817.pdf
- Velayos Morales, V. (15 de Junio de 2014). *Valor actual neto*. Recuperado el 23 de Diciembre de 2022, de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/valor-actual-neto.html>
- Vesga, G. (2022). *5 fuerzas de Porter: ¿qué son y cómo usarlas a partir de ejemplos*. Recuperado el 23 de Noviembre de 2022, de Pensemos: <http://gestion.pensemos.com/5-fuerzas-deporter-que-son-como-usarlas-ejemplos>

ANEXOS

Anexo 1

Encuesta

Encuesta dirigida a los clientes potenciales que compran artículos de ciclismo, la misma, consta de 10 preguntas. Por lo tanto, lea detenidamente cada una de ellas y escoja la opción que considere conveniente.

La misma se aplicará con fines académicos.

1. ¿Utiliza usted actualmente bicicleta, repuestos u accesorios de BMX FREESTYLE?

Si No

2. ¿Tiene conocimiento sobre donde puede adquirir bicicletas, repuestos u accesorios similares en el mercado?

Si No

3. ¿Estaría dispuesto a comprar bicicletas, repuestos u accesorios importados del extranjero?

Si No

4. ¿Cuáles productos considera que son los que debe comprar por el desgaste del mismo?

Todas las anteriores Pedales Llantas

5.- Indique con qué frecuencia compra bicicleta, repuestos, accesorios BMX FREESTYLE

Nunca Cada un mes Cada dos meses Cada tres meses
Cada seis meses

6.- Indique el o los lugares donde compra su bicicleta, repuestos, accesorios para BMX FREESTYLE.

SbirroShop Zona Extrema Bikes Uio Extinshop

7. ¿Qué marcas considera que serían las mejores para este tipo de deporte?

S&M Primo BMX, Odyssey, S&M, Colony S&M, Cult, Odisey

8.- Cuando usted compra una bicicleta, repuestos u accesorios de BMX FREESTYLE. ¿Cuáles son los factores que influyen en su compra?

Garantía Calidad Precio

9.- De la siguiente escala ¿Qué importancia le da usted que se le facilite el adquirir productos de BMX FREESTYLE

Muy importante Medianamente importante Necesario

10.- Le gustaría comprar en una página web en la que se describan los productos y que sea una compra ágil y rápida?

Si No