



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

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA SUCURSAL DE LA EMPRESA**  
**RIDERS BIKE STORE EN LA CIUDAD DEL PUYO, PROVINCIA**  
**DE PASTAZA, PERÍODO 2022-2026.**

**Trabajo de Integración Curricular**

**Tipo:** Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

**LICENCIADO EN FINANZAS**

**AUTOR:**

**RICARDO DAVID BALCÁZAR BUSTAMANTE**

Riobamba – Ecuador

2023



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

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA SUCURSAL DE LA EMPRESA**  
**RIDERS BIKE STORE EN LA CIUDAD DEL PUYO, PROVINCIA**  
**DE PASTAZA, PERÍODO 2022-2026.**

**Trabajo de Integración Curricular**

**Tipo:** Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

**LICENCIADO EN FINANZAS**

**AUTOR:** RICARDO DAVID BALCÁZAR BUSTAMANTE

**DIRECTOR:** ING. MAURO PATRICIO ANDRADE ROMERO

Riobamba – Ecuador

2023

**©2023, Ricardo David Balcázar Bustamante**

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

Yo, Ricardo David Balcázar Bustamante, declaro que el presente Trabajo de Integración Curricular es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

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

Riobamba, 22 de Mayo del 2023

A handwritten signature in blue ink, enclosed in a blue oval. The signature is stylized and appears to read 'Ricardo David Balcázar Bustamante'.

**Ricardo David Balcázar Bustamante**  
**C.I: 160054631-9**

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

El Tribunal del Trabajo de Integración Curricular certifica que: El Trabajo de Integración Curricular; tipo: Proyecto de Investigación, **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA SUCURSAL DE LA EMPRESA RIDERS BIKE STORE EN LA CIUDAD DEL PUYO, PROVINCIA DE PASTAZA, PERÍODO 2022-2026.**, realizado por el señor: **RICARDO DAVID BALCÁZAR BUSTAMANTE**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Integración Curricular, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

**FIRMA**

**FECHA**

Ing. Emilio Fernando Santillán Villagómez  
**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**



2023-05-22

Ing. Mauro Patricio Andrade Romero  
**DIRECTOR DEL TRABAJO  
DE INTEGRACIÓN CURRICULAR**



2023-05-22

Ing. Ángel Bolívar Burbano Pérez  
**ASESOR DEL TRABAJO  
DE INTEGRACIÓN CURRICULAR**



2023-05-22

## **DEDICATORIA**

Quiero dedicar este trabajo principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional. A mi madre, padre y abuelos, por ser el pilar más importante y por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional.

Ricardo

## **AGRADECIMIENTO**

Primeramente, doy gracias a Dios, por haberme dado fuerza y valor para culminar esta etapa de mi vida. Agradezco también la confianza y el apoyo brindado por parte de mi padre, de mi madre, y de mis abuelos, que sin duda alguna en el trayecto de mi vida me han demostrado su amor, corrigiendo mis faltas y celebrando mis triunfos. Y sé que están orgullosos de la persona en la cual me he convertido. Al Ing. Mauro Andrade y al Ing. Bolívar Burbano por toda la colaboración brindada, durante la elaboración de este proyecto.

Ricardo

## ÍNDICE DE CONTENIDO

|                              |      |
|------------------------------|------|
| ÍNDICE DE TABLAS .....       | xi   |
| ÍNDICE DE ILUSTRACIONES..... | xiii |
| ÍNDICE DE ANEXOS .....       | xiv  |
| RESUMEN.....                 | xv   |
| ABSTRACT .....               | xvi  |
| INTRODUCCIÓN .....           | 1    |

### CAPÍTULO I

|  |   |
|--|---|
| 1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....              | 2 |
| 1.1. Planteamiento del problema .....          | 2 |
| 1.2. Formulación del problema.....             | 3 |
| 1.3. Delimitación del problema .....           | 3 |
| 1.4. Justificación.....                        | 3 |
| 1.4.1. <i>Justificación teórica</i> .....      | 3 |
| 1.4.2. <i>Justificación metodológica</i> ..... | 3 |
| 1.4.3. <i>Justificación práctica</i> .....     | 4 |
| 1.5. Objetivos.....                            | 4 |
| 1.5.1. <i>General</i> .....                    | 4 |
| 1.5.2. <i>Específicos</i> .....                | 4 |

### CAPÍTULO II

|   |   |
|---|---|
| 2. MARCO TEÓRICO .....                                      | 5 |
| 2.1. Antecedentes de investigación .....                    | 5 |
| 2.2. Referencias teóricas .....                             | 6 |
| 2.2.1. <i>Proyecto</i> .....                                | 6 |
| 2.2.1.1. <i>Importancia de un proyecto</i> .....            | 6 |
| 2.2.1.2. <i>Objetivos de un proyecto</i> .....              | 6 |
| 2.2.2. <i>Plan de negocios</i> .....                        | 6 |
| 2.2.2.1. <i>Finalidad del plan de negocios</i> .....        | 7 |
| 2.2.2.2. <i>¿Cómo se redacta un plan de negocios?</i> ..... | 8 |
| 2.2.2.3. <i>Estructura de un plan de negocios</i> .....     | 8 |
| 2.2.3. <i>Componente administrativo</i> .....               | 9 |



|          |  |    |
|----------|--|----|
| 2.2.3.1. | <i>Plan estratégico</i> .....              | 9  |
| 2.2.4.   | <i>Evaluación económica</i> .....          | 10 |
| 2.2.4.1. | <i>Valor Actual Neto (VAN)</i> .....       | 10 |
| 2.2.4.2. | <i>Tasa Interna de Retorno (TIR)</i> ..... | 10 |
| 2.2.5.   | <i>Análisis FODA</i> .....                 | 11 |
| 2.2.5.1. | <i>Matriz BCG</i> .....                    | 11 |
| 2.2.5.2. | <i>Análisis PETS</i> .....                 | 12 |
| 2.2.6.   | <i>Estrategia de marketing</i> .....       | 12 |
| 2.2.6.1. | <i>Marketing mix</i> .....                 | 13 |
| 2.2.7.   | <i>Modelo de negocio CANVA</i> .....       | 13 |
| 2.2.7.1. | <i>Organigrama Estructural</i> .....       | 14 |
| 2.2.7.2. | <i>Gestión financiera</i> .....            | 14 |
| 2.3.     | <b>Idea a defender</b> .....               | 14 |
| 2.4.     | <b>Variables</b> .....                     | 14 |

### CAPÍTULO III

|          |  |    |
|----------|--|----|
| 3.       | <b>MARCO METODOLÓGICO</b> .....                                | 15 |
| 3.1.     | <b>Modalidad o enfoque de investigación</b> .....              | 15 |
| 3.2.     | <b>Tipo de investigación</b> .....                             | 15 |
| 3.2.1.   | <i>Investigación descriptiva</i> .....                         | 15 |
| 3.2.2.   | <i>Investigación de campo</i> .....                            | 15 |
| 3.2.3.   | <i>Investigación bibliográfica</i> .....                       | 16 |
| 3.3.     | <b>Métodos, técnicas e instrumentos de investigación</b> ..... | 16 |
| 3.3.1.   | <i>Métodos</i> .....   | 16 |
| 3.3.1.1. | <i>Método inductivo</i> .....                                  | 16 |
| 3.3.1.2. | <i>Método deductivo</i> .....                                  | 16 |
| 3.3.2.   | <i>Técnicas</i> .....  | 16 |
| 3.4.     | <b>Población y muestra</b> .....                               | 17 |
| 3.4.1.   | <i>Población</i> .....   | 17 |
| 3.4.2.   | <i>Muestra</i> .....   | 17 |

### CAPÍTULO IV

|        |   |    |
|--------|---|----|
| 4.     | <b>MARCO DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESPUESTAS</b> ..... | 19 |
| 4.1.   | <b>Resultados de encuesta</b> .....                           | 19 |
| 4.1.1. | <i>Encuesta a los trabajadores de Riders Bike Store</i> ..... | 19 |

|        |   |    |
|--------|---|----|
| 4.1.2. | <i>Encuesta a los clientes de Riders Bike Store</i> .....   | 28 |
| 4.1.3. | <i>Entrevista al propietario de Riders Bike Store</i> ..... | 36 |

## CAPÍTULO V

|          |  |    |
|----------|--|----|
| 5.       | <b>MARCO PROPOSITIVO</b> .....   | 38 |
| 5.1.     | <b>Título</b> .....  | 38 |
| 5.2.     | <b>Objetivo general</b> .....  | 38 |
| 5.3.     | <b>Generalidades de la microempresa Riders Bike Store</b> .....        | 38 |
| 5.3.1.   | <i>Ubicación</i> .....   | 38 |
| 5.3.2.   | <i>Productos o servicios relacionados</i> .....                        | 39 |
| 5.3.3.   | <i>Situación económica actual de la empresa</i> .....                  | 39 |
| 5.4.     | <b>Análisis del entorno y la competencia</b> .....                     | 39 |
| 5.4.1.   | <i>Análisis PETS (Político, económico, tecnológico y social)</i> ..... | 39 |
| 5.4.1.1. | <i>Político-legal</i> .....  | 39 |
| 5.4.1.2. | <i>Económico- desempleo</i> .....                                      | 40 |
| 5.4.1.3. | <i>Económico-legal</i> .....   | 41 |
| 5.4.1.4. | <i>Social</i> .....  | 41 |
| 5.4.1.5. | <i>Tecnología</i> .....  | 42 |
| 5.4.2.   | <i>Análisis FODA</i> .....   | 42 |
| 5.4.2.1. | <i>Fortalezas</i> .....  | 43 |
| 5.4.2.2. | <i>Oportunidades</i> .....   | 43 |
| 5.4.2.3. | <i>Debilidades</i> .....   | 43 |
| 5.4.2.4. | <i>Amenazas</i> .....  | 44 |
| 5.4.3.   | <i>Matriz DAFO</i> .....   | 45 |
| 5.5.     | <b>Estudio de mercado</b> .....  | 46 |
| 5.5.1.1. | <i>Análisis de la demanda</i> .....                                    | 46 |
| 5.5.1.2. | <i>Proyección de la demanda</i> .....                                  | 46 |
| 5.5.1.3. | <i>Análisis de la oferta actual</i> .....                              | 47 |
| 5.5.1.4. | <i>Proyección de la oferta</i> .....                                   | 47 |
| 5.5.2.   | <i>Demanda insatisfecha</i> .....                                      | 48 |
| 5.6.     | <b>Plan de marketing y componente de estrategias</b> .....             | 48 |
| 5.6.1.   | <i>Marketing mix análisis de las 4p's</i> .....                        | 48 |
| 5.6.1.1. | <i>Producto bicicletas personalizadas</i> .....                        | 48 |
| 5.6.1.2. | <i>Precio</i> .....  | 51 |
| 5.6.1.3. | <i>Plaza</i> .....   | 52 |
| 5.6.1.4. | <i>Promoción</i> .....   | 54 |

|                 |  |    |
|-----------------|--|----|
| <b>5.7.</b>     | <b>Estudio administrativo</b> .....                                  | 55 |
| <b>5.7.1.</b>   | <i>Misión para la empresa Riders Bike Store</i> .....                | 55 |
| <b>5.7.2.</b>   | <i>Visión para la microempresa Riders Bike Store</i> .....           | 55 |
| <b>5.7.3.</b>   | <i>Objetivos</i> .....   | 55 |
| <b>5.7.4.</b>   | <i>Estructura organizacional</i> .....                               | 56 |
| <b>5.7.5.</b>   | <i>Descripción de los cargos</i> .....                               | 56 |
| <b>5.7.5.1.</b> | <i>Gerente</i> .....   | 56 |
| <b>5.7.5.2.</b> | <i>Secretaria</i> .....  | 57 |
| <b>5.7.5.3.</b> | <i>Mecánico</i> .....  | 57 |
| <b>5.7.5.4.</b> | <i>Técnico</i> .....   | 57 |
| <b>5.8.</b>     | <b>Plan técnico</b> .....  | 58 |
| <b>5.8.1.</b>   | <i>Determinación de la capacidad instalada del negocio</i> .....     | 58 |
| <b>5.8.2.</b>   | <i>Diagrama de procesos</i> .....                                    | 59 |
| <b>5.8.2.1.</b> | <i>Proceso de pedidos personalizados de bicicleta</i> .....          | 59 |
| <b>5.8.2.2.</b> | <i>Proceso de la importación de bicicletas partes y piezas</i> ..... | 60 |
| <b>5.8.2.3.</b> | <i>Proceso de ventas</i> .....                                       | 61 |
| <b>5.9.</b>     | <b>Plan financiero</b> .....   | 62 |
| <b>5.9.1.</b>   | <i>Activo no corriente</i> .....                                     | 62 |
| <b>5.9.2.</b>   | <i>Gastos pre operativos</i> .....                                   | 63 |
| <b>5.9.3.</b>   | <i>Inversión total inicial</i> .....                                 | 63 |
| <b>5.9.4.</b>   | <i>Ingresos-egresos proyectados</i> .....                            | 64 |
| <b>5.9.5.</b>   | <i>Presupuestos proyectados</i> .....                                | 67 |
| <b>5.9.6.</b>   | <i>Crédito</i> .....   | 70 |
| <b>5.9.7.</b>   | <i>Proyecciones de los estados financieros</i> .....                 | 73 |
| <b>5.9.8.</b>   | <i>Evaluación económica</i> .....                                    | 74 |
| <b>5.9.8.1.</b> | <i>Valor actual neto</i> .....                                       | 74 |
| <b>5.9.8.2.</b> | <i>Tasa interna de retorno</i> .....                                 | 75 |
| <b>5.9.8.3.</b> | <i>Periodo de recuperación de la inversión</i> .....                 | 75 |
| <b>5.9.8.4.</b> | <i>Relación beneficio costo</i> .....                                | 76 |
|                 | <b>CONCLUSIONES</b> .....  | 78 |
|                 | <b>RECOMENDACIONES</b> .....   | 79 |
|                 | <b>BIBLIOGRAFÍA</b>  |    |
|                 | <b>ANEXOS</b>  |    |

## ÍNDICE DE TABLAS

|                    |   |    |
|--------------------|---|----|
| <b>Tabla 1-2:</b>  | Estructura del plan de negocios de una empresa nueva y en marcha..... | 9  |
| <b>Tabla 1-3:</b>  | Población ciclista de la Ciudad de Puyo .....                         | 17 |
| <b>Tabla 1-4:</b>  | Número de empleados y su género .....                                 | 19 |
| <b>Tabla 2-4:</b>  | Misión y visión .....   | 20 |
| <b>Tabla 3-4:</b>  | Estructura organizacional.....  | 21 |
| <b>Tabla 4-4:</b>  | Normas y reglamentos en Riders Bike Store .....                       | 22 |
| <b>Tabla 5-4:</b>  | Administración de la microempresa .....                               | 23 |
| <b>Tabla 6-4:</b>  | Ambiente en la microempresa Comercial Juanita.....                    | 24 |
| <b>Tabla 7-4:</b>  | Procesos de inducción.....  | 25 |
| <b>Tabla 8-4:</b>  | Funciones asignadas al trabajador.....                                | 26 |
| <b>Tabla 9-4:</b>  | Existencia de herramientas para el desempeño del trabajo.....         | 27 |
| <b>Tabla 10-4:</b> | Encuesta a los clientes .....   | 28 |
| <b>Tabla 11-4:</b> | Ubicación de Riders Bike Store.....                                   | 29 |
| <b>Tabla 12-4:</b> | Calidad de atención.....  | 30 |
| <b>Tabla 13-4:</b> | Atención en Riders Bike Store.....                                    | 31 |
| <b>Tabla 14-4:</b> | Calidad de productos y servicios .....                                | 32 |
| <b>Tabla 15-4:</b> | Productos o servicios por implementar.....                            | 33 |
| <b>Tabla 16-4:</b> | Términos con relación a Riders Bike Store .....                       | 34 |
| <b>Tabla 17-4:</b> | Medios para ofrecer las bondades de Riders Bike Store.....            | 35 |
| <b>Tabla 1-5:</b>  | Factor Político-Legal.....  | 40 |
| <b>Tabla 2-5:</b>  | Factor económico-desempleo .....                                      | 40 |
| <b>Tabla 3-5:</b>  | Factor económico legal .....  | 41 |
| <b>Tabla 4-5:</b>  | Factor social.....  | 41 |
| <b>Tabla 5-5:</b>  | Factor tecnológico.....   | 42 |
| <b>Tabla 6-5:</b>  | Matriz DAFO.....  | 45 |
| <b>Tabla 7-5:</b>  | Proyección de la demanda .....  | 47 |
| <b>Tabla 8-5:</b>  | Proyección de la oferta.....  | 48 |
| <b>Tabla 9-5:</b>  | Demanda insatisfecha .....  | 48 |
| <b>Tabla 10-5:</b> | Principales productos en el comercio de la ciudad de Puyo .....       | 49 |
| <b>Tabla 11-5:</b> | Comercialización del producto de la empresa Riders Bike Store .....   | 51 |
| <b>Tabla 12-5:</b> | Estrategia de precios para la empresa Riders Bike Store.....          | 51 |
| <b>Tabla 13-5:</b> | Estrategias de distribución .....                                     | 53 |
| <b>Tabla 14-5:</b> | Estrategia de venta .....   | 53 |
| <b>Tabla 15-5:</b> | Estrategias de comunicación de la empresa Riders Bike Store.....      | 54 |

|                    |   |    |
|--------------------|---|----|
| <b>Tabla 16-5:</b> | Activos no corrientes .....                                   | 62 |
| <b>Tabla 17-5:</b> | Gastos pre operativos.....                                    | 63 |
| <b>Tabla 18-5:</b> | Inversión total inicial .....                                 | 64 |
| <b>Tabla 19-5:</b> | Ingreso por ventas .....                                      | 64 |
| <b>Tabla 20-5:</b> | Costo total materiales directos de fabricación bicicleta..... | 65 |
| <b>Tabla 21-5:</b> | Mano de obra directa (FIJA).....                              | 65 |
| <b>Tabla 22-5:</b> | Presupuesto en costos indirectos de fabricación .....         | 66 |
| <b>Tabla 23-5:</b> | Costo de producción total .....                               | 66 |
| <b>Tabla 24-5:</b> | Presupuesto de sueldos y salarios administrativos.....        | 67 |
| <b>Tabla 25-5:</b> | Presupuesto de Servicios Básicos para la Administración.....  | 67 |
| <b>Tabla 26-5:</b> | Presupuesto de suministros de oficina .....                   | 67 |
| <b>Tabla 27-5:</b> | Presupuesto de asesorías contables y legales .....            | 68 |
| <b>Tabla 28-5:</b> | Presupuesto de internet y celular .....                       | 68 |
| <b>Tabla 29-5:</b> | Presupuesto de permisos .....                                 | 68 |
| <b>Tabla 30-5:</b> | Presupuesto de Depreciación Área Administrativa.....          | 68 |
| <b>Tabla 31-5:</b> | Presupuesto de mantenimiento del vehículo.....                | 69 |
| <b>Tabla 32-5:</b> | "Amortización" de Gastos de Pre-Operacionales .....           | 69 |
| <b>Tabla 33-5:</b> | Gastos administrativos .....                                  | 69 |
| <b>Tabla 34-5:</b> | Presupuesto de Comisión en Ventas .....                       | 70 |
| <b>Tabla 35-5:</b> | Presupuesto de Publicidad .....                               | 70 |
| <b>Tabla 36-5:</b> | Gastos de ventas.....   | 70 |
| <b>Tabla 37-5:</b> | Capital de trabajo .....                                      | 71 |
| <b>Tabla 38-5:</b> | Inversión total .....   | 71 |
| <b>Tabla 39-5:</b> | Tabla de amortización.....                                    | 72 |
| <b>Tabla 40-5:</b> | Resumen anual de crédito .....                                | 73 |
| <b>Tabla 41-5:</b> | Estados de resultados integrales proyectados .....            | 73 |
| <b>Tabla 42-5:</b> | Flujo de caja proyectado .....                                | 74 |
| <b>Tabla 43-5:</b> | Determinación de tasa de descuento .....                      | 74 |
| <b>Tabla 44-5:</b> | Valor actual neto .....                                       | 75 |
| <b>Tabla 45-5:</b> | Periodo de recuperación de la inversión .....                 | 75 |
| <b>Tabla 46-5:</b> | Relación beneficio Costo .....                                | 76 |

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

|                          |  |    |
|--------------------------|--|----|
| <b>Ilustración 1-2:</b>  | Matriz BCG.....  | 12 |
| <b>Ilustración 2-2:</b>  | Clasificación de marketing mix.....                        | 13 |
| <b>Ilustración 1-4:</b>  | Número de empleados y su género.....                       | 19 |
| <b>Ilustración 2-4:</b>  | Misión y visión de la empresa.....                         | 20 |
| <b>Ilustración 3-4:</b>  | Estructura organizacional.....                             | 21 |
| <b>Ilustración 4-4:</b>  | Normas y reglamentos.....                                  | 22 |
| <b>Ilustración 5-4:</b>  | Administración de la empresa.....                          | 23 |
| <b>Ilustración 6-4:</b>  | Ambiente de trabajo.....                                   | 24 |
| <b>Ilustración 7-4:</b>  | Procesos de inducción a los trabajadores.....              | 25 |
| <b>Ilustración 8-4:</b>  | Distribución de funciones.....                             | 26 |
| <b>Ilustración 9-4:</b>  | Herramientas para el desempeño del trabajo.....            | 27 |
| <b>Ilustración 10-4:</b> | Clientes de Riders Bike Store.....                         | 28 |
| <b>Ilustración 11-4:</b> | Ubicación de Riders Bike Store.....                        | 29 |
| <b>Ilustración 12-4:</b> | Calidad en atención a los clientes.....                    | 30 |
| <b>Ilustración 13-4:</b> | Atención en Riders Bike Store.....                         | 31 |
| <b>Ilustración 14-4:</b> | Calidad en productos y servicios.....                      | 32 |
| <b>Ilustración 15-4:</b> | Productos y servicios que implementar.....                 | 33 |
| <b>Ilustración 16-4:</b> | Términos en relación con Riders Bike Store.....            | 34 |
| <b>Ilustración 17-4:</b> | Medios para ofrecer las bondades de Riders Bike Store..... | 35 |
| <b>Ilustración 1-5:</b>  | Ubicación de la empresa.....                               | 39 |
| <b>Ilustración 2-5:</b>  | Tipos de Bicicletas Personalizadas.....                    | 50 |
| <b>Ilustración 3-5:</b>  | Ubicación de la empresa.....                               | 52 |
| <b>Ilustración 4-5:</b>  | Canales de comercialización.....                           | 52 |
| <b>Ilustración 5-5:</b>  | Afiche publicitario.....                                   | 55 |
| <b>Ilustración 6-5:</b>  | Estructura Organizacional de Riders Bike Store.....        | 56 |
| <b>Ilustración 7-5:</b>  | Pedidos personalizados de bicicleta.....                   | 59 |
| <b>Ilustración 8-5:</b>  | Importación de bicicletas partes y piezas.....             | 60 |
| <b>Ilustración 9-5:</b>  | Proceso de venta.....                                      | 61 |

## **ÍNDICE DE ANEXOS**

**ANEXO A:** ENCUESTA DIRIGIDA A LOS TRABAJADORES DE RIDERS BIKE STORE

**ANEXO B:** ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CLIENTES DE RIDERS BIKE STORE

**ANEXO C:** ENTREVISTA AL PROPIETARIO DE RIDERS BIKE STORE

## RESUMEN

El diseño del plan de negocios para la sucursal de la empresa Riders Bike store en la ciudad del Puyo, provincia de Pastaza, período 2022-2026., se realizó con el fin de plantear estrategias de mercado mediante instrumentos y procedimientos que permita establecer nuevos nichos de mercado, para mejorar la rentabilidad institucional. Para el desarrollo se aplicó una metodología basada en un enfoque mixto, al igual que se desarrolló la entrevista al gerente general y una encuesta a los colaboradores, habitantes que se basó en la recolección de datos necesarios donde se conoció que no existe facilidad de cobro a clientes, no posee una estructura organizacional, escasa gestión administrativa debido a que se realiza únicamente las declaraciones de manera periódica y trabaja de manera empírica ocasionando problemas administrativos y económicos. Se realizó un estudio de mercado donde se conoció el mercado objetivo, el plan de marketing que fue enfocado en estrategias de desarrollo empresarial, el estudio organizacional se aplica una filosofía corporativa adecuada, estudio técnico canaliza procesos y procedimientos de acorde al giro de negocio y el análisis económico- financiero donde se determinó la factibilidad y rentabilidad del proyecto, con un Valor Actual Neto de \$ 185.033,81, un Tasa de Descuento de 22,45%, el TIR= 22,85%, Periodo de Recuperación de la Inversión 1 años, Relación beneficio Costo 5, 19 dólares por cada dólar invertido. Se recomienda aplicar el plan de negocios con cada una de sus estrategias las cual ayudaran a mejorar la administración empresarial de forma adecuada e incrementar las ventas para que esta sea más rentable y competitiva en el mercado y pueda enfrentar alomías imprevista y pueda tomar las mejores decisiones de comercialización.

**Palabras clave:** <PLAN DE NEGOCIOS>, <MERCADO OBJETIVO>, <ESTRATEGIAS>, <TOMA DE DECISIONES>, <RENTABILIDAD>.



31-05-2023


0950-DBRA-UPT-2023



## ABSTRACT

The design of a business plan for the branch of Riders Bike store company in Puyo city, Pastaza province, period 2022-2026, was carried out to propose market strategies through instruments and procedures that allowed the establishment of new niches and market, to improve institutional profitability. For the development, a methodology based on a mixed approach was applied, as was the interview with the general manager and a survey of the collaborators, and inhabitants that was based on the collection of necessary data where it was known that there is no facility for charging clients, does not have an organizational structure, lacks administrative management because only declarations are made periodically and work empirically, causing administrative and economic problems. A market study was carried out where the target market was known, the marketing plan was focused on business development strategies, the organizational study applies an adequate corporate philosophy, a technical study channels processes, and procedures according to the line of business, and the economic-financial analysis where the feasibility and profitability of the project will be extended, with a Net Present Value of \$185,033.81, a Discount Rate of 22.45%, the IRR = 22.85%, Investment Recovery Period of 1 year, Benefit Cost Ratio \$5.19 for every dollar invested. It is recommended to apply the business plan with each of its strategies which will help to improve business administration properly and increase sales so that it is more profitable and competitive in the market and can face unforeseen events and thus make the best commercialization business decisions.

**Keywords:** <BUSINESS PLAN>, <TARGET MARKET>, <STRATEGIES>, <DECISION MAKING>, <PROFITABILITY>.



Lcda. Yajaira Natali Padilla Padilla Mgs.

0604108126

## INTRODUCCIÓN

El plan de negocios es imprescindible para una organización porque define y delimita la estrategia general de la empresa para lograr sus objetivos en un tiempo determinado

El **primer capítulo** está compuesto por el problema en donde se ha establecido la razón por la cual se va a realizar el plan de negocios de la sucursal de la empresa Riders Bike Store en la Ciudad de Puyo, además de los objetivos - motivos por los cuales se realiza la presente investigación.

El **segundo capítulo** consta del marco teórico en el cual van enmarcado leyes, reglamentos, conceptos de plan de negocios, los mismos que permitieron a la investigación tener bases conceptuales para el desarrollo de la misma con un enfoque directo.

El **tercer capítulo** se compone por el marco metodológico, en el cual constan los lineamientos de la presente investigación, los métodos, técnicas e instrumentos que se va a utilizar para la ejecución del plan de negocios de la sucursal de la empresa Riders Bike Store en la Ciudad de Puyo.

El **cuarto capítulo** se enfoca en el análisis de los resultados donde se conoce la opinión de todo los involucrados con el plan de negocios como el gerente que fue participe de entrevista y las encuestas a los habitantes y colaboradores

El **quinto capítulo** se enfoca en el marco propositivo donde se conoce el nicho de mercado y las estrategias que solventan a la economía de la empresa al igual se planteó el estudio organizacional el cual ayuda a estructurar de forma correcta al institución a su vez proceso que disminuya la duplicidad de funciones dando énfasis a un análisis económico financiero el cual muestra la factibilidad del estudio del plan de negocios

## CAPÍTULO I

### 1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

#### 1.1. Planteamiento del problema

Aunque ha pasado un tiempo considerable desde que se creó la bicicleta, su uso no ha sido abandonado, se sigue utilizando como medio de transporte y otros usos como recreación, deporte, estilo de vida, etc. Esta efectividad permitió el desarrollo del comercio centrado en la bicicleta.

Dependiendo de cómo o para qué se utilicen, existe una gran variedad de bicicletas: de carretera, de montaña, de enduro, de descenso, de montaña (MTB), de Trail y más. Esta variedad de usos y enfoques diversifica el mercado de accesorios, marcas, repuestos, complementos y la propia bicicleta.

La provincia de Pastaza, y más precisamente la ciudad de Puyo, no ha olvidado el auge de la bicicleta, que se ha incrementado por diversas razones como la conciencia deportiva, la recreación, el espacio, el urbanismo, la cultura, la necesidad y recientemente por la aparición del COVID-19. Pero a su vez, este crecimiento impulsado por la actividad comercial se ha centrado en las ventas, generando un mercado a partir de la actividad ciclista, pero generalmente se basa en la venta de bicicletas, accesorios y, en algunos casos, servicios complementarios.

Los servicios adicionales que prestan las agencias de venta de bicicletas corresponden a servicios de taller, seguros, consultoría, reventa, y similares. Pero son servicios añadidos al servicio principal de venta. Debido a la limitada capacidad de reparaciones o talleres con un servicio de calidad, el interés por hacer de las ventas un foco de negocio ha provocado la insatisfacción entre los clientes debido a que existen muchos locales comerciales con talleres, pero no talleres destinados a la reparación de bicicletas o a las piezas que requieren conocimientos técnicos específicos que no todos los talleres conocen, generando desconfianza o incertidumbre sobre a dónde se debe llevar la bicicleta para brindar reparaciones de calidad, especialmente cuando las bicicletas tienen cuadros especializados de doble suspensión, suspensión delantera, sustitución de varios tipos y gamas de conjuntos, ejes, etc.

Al estar conscientes de lo anterior, podemos afirmar que existe una gran cantidad de almacenes relacionados con bicicletas y accesorios con taller, más que un local enfocado específicamente en la reparación y mantenimiento.

Se nota la falta de talleres profesionales solo de reparación que atiendan la demanda del mercado, también hay muchos comercios que tienen talleres, que por desconocimiento tardan más de lo esperado en reparar o las reparaciones son de escasa calidad (ajustes, ruido, etc.), y para encontrar un mecánico capacitado hay que ir a una tienda de marca como Specialized, Trek, Giant, tiendas que están ubicadas en otras ciudades donde el servicio al estar avalado por una marca puede resultar más caro. Dado que la ciudad de Puyo no cuenta con un gran taller profesional de bicicletas enfocado específicamente en la reparación de estas, este plan de negocios buscará una estrategia para satisfacer la demanda desatendida.

## **1.2. Formulación del problema**

De qué manera influye la realización de un plan de negocios para la sucursal de la empresa Riders Bike Store en la ciudad de Puyo, provincia de Pastaza.

## **1.3. Delimitación del problema**

Plan de Negocios para la sucursal de la empresa Riders Bike Store en la Ciudad del Puyo, Provincia de Pastaza, período 2022-2026.

**Unidad de Observación:** Plan de Negocios

**Ámbito Geográfico:** Ciudad de Puyo, Provincia de Pastaza.

## **1.4. Justificación**

### **1.4.1. *Justificación teórica***

El uso de material bibliográfico es necesario para el desarrollo de un marco teórico que permita argumentar a favor de la realización de un estudio de mercado y así determinar la viabilidad del plan de negocios para la sucursal de la empresa Riders Bike Store en la Ciudad de Puyo, Provincia de Pastaza, período 2022-2026.

### **1.4.2. *Justificación metodológica***

Por lo tanto, al realizar un plan de negocios, podremos verificar si el proyecto es beneficioso para la organización y para ello utilizaremos métodos, técnicas y herramientas de recopilación de

información, brindándonos un mensaje muy claro y conciso. El entorno social, aspectos económicos y culturales a los que nos tenemos que enfrentar.

### **1.4.3. *Justificación práctica***

Debido al crecimiento económico, turístico y poblacional de la ciudad, para atender las necesidades de la comunidad es necesario implementar la sucursal de la empresa Riders Bike Store. Sumado a esto, es una opción para impulsar el desarrollo de los servicios de bicicletas, buscando oportunidades de negocio orientadas a la satisfacción del cliente, además permitirá generar nuevas fuentes de trabajo, esto contribuirá al crecimiento económico y productivo tanto de la empresa, como de la ciudad del Puyo.

## **1.5. *Objetivos***

### **1.5.1. *General***

Elaborar un plan de negocios de la sucursal de la empresa Riders Bike Store en la Ciudad de Puyo, Provincia de Pastaza, período 2022-2026.

### **1.5.2. *Específicos***

- Establecer información teórica que sustente la realización de una sucursal de la empresa Riders Bike Store en la Ciudad de Puyo, Provincia de Pastaza, período 2022-2026.
- Realizar un estudio de mercado mediante la aplicación de instrumentos y procedimientos de recopilación de información que permita establecer la demanda insatisfecha.
- A través de un plan de negocios mejorar la gestión financiera e implementar estrategias a la sucursal de la empresa Riders Bike Store.

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Antecedentes de investigación

En la investigación se tomará como referencia documentos, textos y fuentes biográficas de diferentes autores que permitirán lograr los objetivos de la investigación. A continuación, se menciona los antecedentes investigativos empleados por un estudiante de la Institución Universitaria Esumer, relacionados con Estudios de factibilidad.

**Tema de Tesis:** Estudio de prefactibilidad para el montaje de un taller especializado de bicicletas.

**Autor:** José Julián Carrasquilla Acevedo

**Año:** 2016

Entre los aspectos más selectos podemos señalar lo sucesivo:

La investigación se enfoca en la contribuir con la preservación de bicicletas al ser considerado como un medio de transporte con antigüedad. Por lo tanto, a través de un estudio de factibilidad de un taller de bicicletas surge la idea de utilizar para realizar deporte, utilidades, recreación y transporte, siendo un medio más utilizado para transportarse en algunos lugares (Acevedo, 2016).

**Tema de Tesis:** Diseño de Modelo de Negocio para un Centro de Diagnóstico Especializado en Bicicletas

**Autores:** J. David Lozano P., Brayan Hernández y Carlos J. Buelvas Cardozo

**Año:** 2021

Entre los aspectos más relevantes podemos señalar lo siguiente:

Ante los cambios constantes de comportamiento del mercado, es evidente el incremento de la tasa de venta y utilización de bicicletas, en muchos lugares lo utilizan como medio de transporte para desplazarse de un lugar a otro, en la mayor de las partes utilizan debido a que en algunos casos como medio adicional utilizan motocicletas, vehículos, transporte publico entre otros que generan un incremento de costos para el consumidor. (Juan David Lozano Plaza, 2021)

## **2.2. Referencias teóricas**

### **2.2.1. Proyecto**

Un proyecto es considerado un conjunto de actividades definidas y coordinadas que están destinadas para el cumplimiento de los objetivos propuestos para el cual se dispone de los recursos disponibles cuantificables y humanos, tal forma el presupuesto permita obtener una respuesta oportuna ante los cronogramas planificados (Montealegre, 2008).

“Es una idea de diseñar o crear algo importante, mismo que nace con el propósito de implementar la idea para satisfacer las necesidades, a través de la utilización y optimización de los recursos necesarios” (Rogers, 2013).

#### **2.2.1.1. Importancia de un proyecto**

Los proyectos son importantes porque buscan mejorar la calidad de vida de la sociedad, es decir se enfocan en satisfacer las necesidades individuales y colectivas de carácter mercantil. Para lograr resultados significativos en la ejecución de los proyectos se busca utilizar los recursos de manera eficaz y eficiente (Rosario, 2015).

#### **2.2.1.2. Objetivos de un proyecto**

Los objetivos más significativos al crear un proyecto según (B., 2010), son:

- Adquirir utilidades económicas y financieras.
- Utilizar de manera eficiente y eficaz los recursos escasos.
- Incluir en un mercado productos nuevos y con ventajas competitivas.
- Satisfacer necesidades de la sociedad.

### **2.2.2. Plan de Negocios**

#### **Definiciones de Plan de Negocio**

El plan de negocios según (Navarro, 2017) “es un documento en el cual se encuentra detallado la idea de un negocio y la información necesaria de la empresa. Esta documentación puede ser: extensa, detallada, concisa y concisa.

Un plan de negocio “permite analizar de manera profunda la idea de negocio considerando si hay que abrir una nueva empresa, ampliarla o a la vez ejecutar el proyecto en una estructura determinada. También ayuda a los inversionistas evaluar la viabilidad del proyecto” (Press, 2021).

#### 2.2.2.1. *Finalidad del plan de negocios*

Según (Pérez, 2017), la finalidad del plan de negocios esta dado por ciertas particularidades la cuáles se especificarán a continuación:

- **Investigación y desarrollo de una iniciativa empresarial**

En la actualidad ante un mundo cambiante se crean de manera constante nuevos negocios que buscan satisfacer día a día las necesidades inexistentes o insatisfechas de la sociedad, de este modo las empresas crean una cultura emprendedora que incentiva al personal a involucrarse y ser parte de los emprendedores. La iniciativa emprendedora es importante para el crecimiento económico del país, misma que surge a partir de la innovación, generando un nuevo aprendizaje en la organización.

- **Enfoque de la atención en un tipo de negocio establecido**

Las metas representan los hechos o acciones realizadas a partir de los esfuerzos realizados para lograr obtener los resultados deseados. La ausencia de una meta es la razón por el cual muchas de las veces no se logran cumplir con los objetivos propuestos. Lamentable mente en la actualidad vivimos en una sociedad en donde no tienen claras las ideas de lo que quieren ser o hacer, es decir no fijan su destino y mucho menos consideran que las decisiones que toman pueden afectar en sus ideas y en su vida diaria ya sea en el ámbito de negocios o en lo personal.

- **Identificación de barreras de entrada y salida**

La matriz denominada 2x2 se enfoca en indagar las barreras de entrada y salida, las particularidades de rentabilidad y el nivel de riesgo al invertir en un mercado, esto menciona Porter en su clasificación.



#### 2.2.2.2. *¿Cómo se redacta un plan de negocios?*

Para escribir un plan de negocios es necesario contar con información necesarias, de este modo se convierte en un proceso complicado. Por lo tanto, al modificar o reescribir la información obtenida es imprescindible retroalimentarla considerando los siguientes aspectos:

- No es necesario completar la etapa de análisis para pasar a la sucesiva etapa.
- No existe un proceso estricto y detallado para elaborar un plan de negocios.
- Es importante que cada miembro sean estos empleados, gerentes y otros que necesitan contribuir creativamente.
- Su formulación debe ser en espiral, es decir, las decisiones tomadas deben ser revisadas y analizadas.

Es importante considerar el producto o servicio que la empresa ofrece para redactar el plan de negocios tomando en cuenta las características de los clientes, proveedores y competidores, de igual manera identificar las variables involucradas con el rendimiento empresarial que afectan de forma positiva o negativa en la visión, además de tomar valorar los objetivos, las ventas y la inversión necesaria para llevar a cabo el proyecto (Weinberger, 2009).

#### 2.2.2.3. *Estructura de un plan de negocios*

La estructura de un plan de negocios se adapta según el tipo de negocio que se esté implementando y las necesidades de esta, ya que en muchos de los casos no se cumple con los pasos necesarios para su elaboración.

Además, la estructura del plan de negocio se implementa para crear un nuevo negocio o para mejorar su administración. A continuación, se presenta los dos tipos de modelos de negocio (Weinberger, 2009).

**Tabla 1-2:** Estructura del plan de negocios de una empresa nueva y en marcha

| <b>Plan de negocios para una empresa en marcha</b>   | <b>Plan de negocios para una empresa nueva</b>   |
|--|--|
| Descripción de la empresa: deben encontrar la historia, productos o servicios que ofrece, estados financieros (opcional) y el equipo de trabajo. | se formula la idea de negocio que se planea tener, análisis de oportunidad.  |
| Planeamiento de estratégico: análisis FODA, estrategia de crecimiento y expansión y alianzas estratégicas.                                       | Planeamiento estratégico: Análisis FODA, Visión, Misión, Objetivos Estratégicos, Estrategia Genérica, Fuentes de Ventajas Competitivas, Alianzas Estratégicas. |
| Estrategias de marketing   | Plan de marketing  |
| Rediseño de estructura y cambios en la gestión empresarial   | Diseño de la estructura y plan de Recursos Humanos   |
| Evaluación financiera  | Evaluación financiera  |
| Conclusiones de recomendaciones  | Conclusiones de recomendaciones  |

Fuente: Weimberger, 2017.

Realizado por: Balcázar, R. 2022.

### **2.2.3. Componente administrativo**

#### **2.2.3.1. Plan estratégico**

Según (Borrás, 2021), “la planificación estratégica es definida como un proceso sistemático ya que busca relacionar el entorno de la empresa garantizando la viabilidad y el crecimiento organizacional”, de igual forma el plan estratégico permite formular estrategias ayuden en el cumplimiento de los objetivos planeados.

- **Misión**

Según (Fernández, 2017), “la misión constituye la razón de ser de la organización pretendiendo alcanzar los objetivos y a la vez reflejar su identidad” Por lo tanto para que la empresa logre obtener eficiencia administrativa y crecimiento económico es necesario cumplir con cada uno de los objetivos organizacionales que se originan a partir de la misión.

- **Visión**

La visión es un escenario real a largo plazo que se enfoca en la elaboración de estrategias para el cumplimiento de los objetivos (Fernández, 2017).

La empresa pretende alcanzar sus metas a partir de la formulación e implementación de estrategias en un tiempo determinado, es decir en un largo plazo de este modo permite a la empresa analizar las realidades de un mercado antes de tomar alguna decisión.

- **Objetivos**

Es el planteamiento de una acción que se necesita lograr en un periodo de tiempo determinado, actúa en beneficio de la empresa ya que permite identificar los recursos disponibles y los esfuerzos empleados para cumplir con la misión propuesta a través de los denominados objetivos organizacionales (Dominguez, 2019).

Los objetivos organizacionales deben ser claros, exactos y realistas, enfocados en la misión para que puedan ser ejecutados sin ambigüedad en el negocio de manera favorable.

#### **2.2.4. Evaluación económica**

##### **2.2.4.1. Valor Actual Neto (VAN)**

Según (Rocabert, 2007), “VAN es un método que permite valorar las inversiones, mismo que mide si el proyecto es conveniente o no, de este modo calcula las ganancias de capital totales”.

Definen el VAN como: “La confrontación del valor presente de los flujos de efectivo netos con el costo original del gasto de capital” (Welsch, 2005).

##### **2.2.4.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)**

Según, (Van Horne, 2010), la tasa interna de retorno o también de rendimiento es considerado como un método que se encarga de medir el tamaño de un proyecto, a través de los flujos esperados en un periodo determinado por el ciclo de vida. Por lo tanto, el valor presente del flujo de caja neto futuro del proyecto de inversión es igual a la salida inicial del proyecto.

La TIR consiste en comparar con la tasa de rendimiento mínima aceptable, de este modo al exceder la tasa de retorno el proyecto es viable, pero al ser lo contrario se lo rechaza.

### **2.2.5. Análisis FODA**

Según (Funes, 2018), “es una herramienta con siglas que proceden del acrónimo SWOT (strenghts, weaknesses, opportunities, threats), siendo denominadas como fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas”, por lo tanto el FODA es empleado en las organizaciones con la finalidad de conocer la situación actual de la empresa, de este modo permite evaluar los diferentes factores determinantes de las fortalezas y debilidades, al igual que analizar el entorno externo compuesto por las amenazas y oportunidades.

El propósito de implementar la matriz FODA es formular y plantear estrategias de mejorar que permita identificar las áreas más vulnerables de la empresa para tomar acción a fin de evitar errores en futuras microempresas.

#### **2.2.5.1. Matriz BCG**

La matriz BCG es una herramienta gráfica que suministra el análisis estratégico organizacional, ya que se encuentra vinculada con el marketing estratégico, mismo que ayuda en la toma de decisiones de inversión de los productos (Rebollo, 2017).

Según (Rebollo, 2017) la matriz Boston Consulting Group contempla los sucesivos tipos de productos:

- Producto estrella: Mercado con gran cuota de mercado y fuerte ampliación.
- Productos lácteos: en mercados de bajo crecimiento, su participación es baja.
- Producto problemático: Su cuota de mercado es baja en un mercado de rápido crecimiento.
- Productos para perros: baja cuota de mercado, mercado lento, bajo crecimiento.

La matriz BCG le permite clasificar productos según las necesidades, analizar los productos más populares que otros y tomar decisiones e implementar estrategias para generar productos de manera eficiente y generar una liquidez oportuna.



**Ilustración 1-2:** Matriz BCG  
**Fuente:** Reyes, 2019.

#### 2.2.5.2. Análisis PETS

PEST o PESTEL es una herramienta importante de análisis del entorno organizacional, misma que fue creada por Liam Fay y V.K. Narayanan con el propósito de comprender la evolución de los mercados de la cual es parte la empresa (Pérez Á. , 2019).

#### 2.2.6. Estrategia de marketing

El marketing también conocido como mercadotecnia es considerada como una disciplina enfocada en el análisis del mercado y en el comportamiento del consumidor, ya que busca atraer y retener clientes para satisfacer sus necesidades de manera eficiente (Pérez, 2017).

Esta herramienta ayuda a posicionar los productos conforme a los gustos y preferencias de los potenciales consumidores. Es importante destacar que al posicionar los productos lo que se adquiere en beneficio organizacional es el crecimiento económico y la rentabilidad de esta.

Para el análisis del marketing en Riders Bike Store se indagó dos herramientas significativas que se especificarán a continuación:

### 2.2.6.1. *Marketing mix*

Según (Pérez, 2017), “El marketing mix es parte del análisis estratégico enfocada en el análisis del producto, precio, distribución y promoción de una organización”.

El Marketing mix esta herramienta permite es básica para la empresa Riders Bike Store, ya que facilita la implementación de estrategias en base a sus cuatro elementos. En este sentido al habar del producto es importante procurar que no quede almacenado hasta su vencimiento, de este modo se busca las maneras de rotar el producto recién elaborado al final para comercializar el de caducidad próxima, a la vez se opta por implementar promociones con la finalidad de comercializar y no generar una pérdida económica.



**Ilustración 2-2:** Clasificación de marketing mix

Fuente: Pérez, 2017

### 2.2.7. *Modelo de negocio CANVA*

El propósito de implementar el modelo CANVA es diagnosticar las oportunidades y amenazas basada en la visión organizacional, de este modo conocer los diferentes departamentos que conforman la empresa para según el estado situacional tomar decisiones oportunas y a la vez implementar estrategias que permitan el funcionamiento adecuado de la misma.

Es una herramienta que ayuda a fortalecer el negocio mediante el diagnostico organizacional, (Loor, 2021), es decir, este modelo con sus elementos permite que las empresas sean visibles con

respecto a los departamento para de este modo ayudar en la toma de decisiones de forma estratégica.

#### 2.2.7.1. *Organigrama estructural*

Según Peralta, la estructura organizacional es una representación gráfica que se encuentra vinculada mediante una red organizacional en la que se visualiza los niveles jerárquicos de la empresa, involucrando los recursos: humanos, financieros, materiales, tecnológicos y la capacidad administrativa. Esta herramienta permite conocer de manera detallada los puestos de trabajo, responsabilidades y la departamentalización que integra la empresa para de este modo cumplir con las funciones de manera eficiente (Peralta, 2018).

Una estructura organizacional permite la organización del personal de acuerdo con sus habilidades, capacidades, entre otros aspectos necesarios que cumplan con el perfil laboral.

#### 2.2.7.2. *Gestión financiera*

La gestión financiera es muy importante para las microempresas, ya que se encuentran influenciadas por los objetivos empresariales de este modo cualquier decisión tomada sin el correcto análisis puede afectar a la competitividad y la longevidad en el mercado. Por otra parte, la información obtenida de carácter económico y contable son necesarias para poder conocer si la empresa es viable o ha llegado a su fin (Fajardo, 2018).

La gestión financiera posee algunas herramientas básicas que permiten generar una idea de hacia dónde está direccionada la microempresa, por lo que es indispensable contar con una adecuada planificación financiera.

### **2.3. Idea a Defender**

El diseño de un plan de negocios demostrará que la creación de una sucursal de la empresa Riders Bike Store en la Ciudad de Puyo va a generar una rentabilidad.

### **2.4. Variables**

**Independiente:** Plan de Negocios

**Dependiente:** Mejoramiento de la eficiencia administrativa y financiera

## CAPÍTULO III

### 3. MARCO METODOLÓGICO

#### 3.1. Modalidad o enfoque de investigación

Conforme a la investigación realizada se tiene como finalidad implementar el plan de negocios para determinar el impacto en Riders Bike Store ubicado en la ciudad de Puyo, para el cual se utilizó paradigmas cualitativos y cuantitativos:

El enfoque cuantitativo se utilizó para definir el tamaño de la población y a la vez estipular el número de muestra para la implementación de encuestas que permitieron la recopilación de datos estadísticos del fenómeno de estudio, para posteriormente analizarlo.

Si bien los métodos cualitativos fueron suficientes para identificar las necesidades de la población investigada, de esta forma se define cada variable que interviene en el proyecto de inversión y viabilidad técnica, económica y financiera.

#### 3.2. Tipo de investigación

##### 3.2.1. *Investigación descriptiva*

Este método se enfoca en recolectar información detallada con la ayuda de la observación, entrevista y encuesta aplicada en el estudio realizado, mismos que se aprecian al realizar el análisis e interpretación estadística de los resultados.

##### 3.2.2. *Investigación de campo*

Esta investigación se encuentra relacionada con el método cuantitativo ya que permite la identificación del problema directamente del lugar de investigación, sin la necesidad de manipular las variables, de este modo dar solución a la problemática a partir de la información obtenida, tal es el caso de identificar los potenciales clientes.



### **3.2.3. Investigación bibliográfica**

Permite adquirir información necesaria referente al tema de estudio mediante revistas, libros, fuentes bibliográficas, artículos, etc. La información se obtiene con la finalidad de profundizar la investigación para brindar posibles soluciones a la problemática de estudio.

## **3.3. Métodos, técnicas e instrumentos de investigación**

### **3.3.1. Métodos**

#### *3.3.1.1. Método inductivo*

Es un método que parte de lo general a lo específico, es decir analiza el problema de estudio de forma general para posteriormente enfocarse en temas particulares con el propósito de comprender con facilidad los datos obtenidos tanto internos como externos. Permite además acercarse a la realidad actual de la empresa sobre los servicios prestados para llegar a una conclusión.

#### *3.3.1.2. Método deductivo*

La investigación parte de lo particular a lo general, es decir se encarga de recopilar información de carácter secundario con respecto a la investigación de mercado y su segmentación.

### **3.3.2. Técnicas**

Las técnicas por utilizarse para la investigación y el desarrollo del estudio son:

- a) Encuestas.** – Se aplicó a los habitantes de la ciudad del Puyo con la finalidad de conocer la factibilidad de contar con bicicletas especiales.
- b) Entrevista.** - Se realizó a las principales autoridades de los clubs de ciclistas de la ciudad de Puyo, con el propósito de conocer más información para la ejecución de la investigación.
- c) Observación.** - A través de esta técnica se recolectó información relevante de los clubs de la ciudad de Puyo, con el fin de identificar posibles problemáticas en el servicio brindado.
- d) Tabulación.** - Es una técnica que consiste en agrupar los resultados obtenidos de una investigación para después analizarlos obteniendo conclusiones de la investigación.

### 3.4. Población y muestra

#### 3.4.1. Población

La población del estudio considerada es los clientes que constan en la base de datos de la empresa Riders Bike Store en la ciudad de Puyo.

**Tabla 1-3:** Población ciclística de la Ciudad de Puyo

| Clubs                   | Numero de Ciclistas |
|-------------------------|---------------------|
| Team Ecco Bike          | 60                  |
| Extreme                 | 40                  |
| Selva Riders            | 55                  |
| Manada Racing Team      | 40                  |
| Team Andi Bikers        | 35                  |
| Team Enlacemed          | 25                  |
| IKAL PEDAL              | 45                  |
| <b>TOTAL POBLACIÓN:</b> | 300                 |

Fuente: Investigación de campo, (2022).

Realizado por: Balcázar, R. 2022.

#### 3.4.2. Muestra

La población para esta investigación es de 300 ciclistas en la Ciudad de Puyo, de la cual se tomará una muestra de 168 personas quienes representan a cada club de ciclistas, esto con la finalidad de obtener información precisa.

#### Cálculo de la Muestra:

#### Fórmula:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{d^2(N-1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

#### Donde:

- N = Total de la población
- $Z\alpha = 1.96^2$  (si la seguridad es del 95%)
- p = 50% Proporción Esperada
- q = 50%
- d = 5%. Precisión

$$n = \frac{300 * 1,96^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2(500-1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$
$$n = \frac{288,12}{1.7079}$$

**n= 168 encuestas**

## CAPÍTULO IV

### 4. MARCO DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESPUESTAS

#### 4.1. Resultados de encuesta

##### 4.1.1. Encuesta a los trabajadores de Riders Bike Store

**Tabla 1-4:** Número de empleados y su género

| ÁREA                       | No. PERSONAL | GÉNERO     |            |
|----------------------------|--------------|------------|------------|
|                            |              | MASCULINO  | FEMENINO   |
| Propietario                | 1            | 1          |            |
| Técnicos                   | 2            | 2          |            |
| Secretaria                 | 1            |            | 1          |
| <b>TOTAL</b>               | <b>4</b>     | <b>3</b>   | <b>1</b>   |
| <b>FRECUENCIA RELATIVA</b> | <b>100%</b>  | <b>75%</b> | <b>25%</b> |

Fuente: Investigación de campo, (2022).

Realizado por: Balcázar, R. 2022.



**Ilustración 1-4:** Número de empleados y su género

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Balcázar, R. 2022.

#### Análisis:

Riders Bike Store dispone de cuatro trabajadores los cuales cumplen funciones específicas en la empresa como son: venta de productos, atención al cliente etc.; el propietario, además, forma parte de los trabajadores debido a que él es quien realiza el cobro de las compras, vende, entre otras actividades; del total de empleados 3 son hombres, representando al 75% y una mujer que representa el 25% restante.

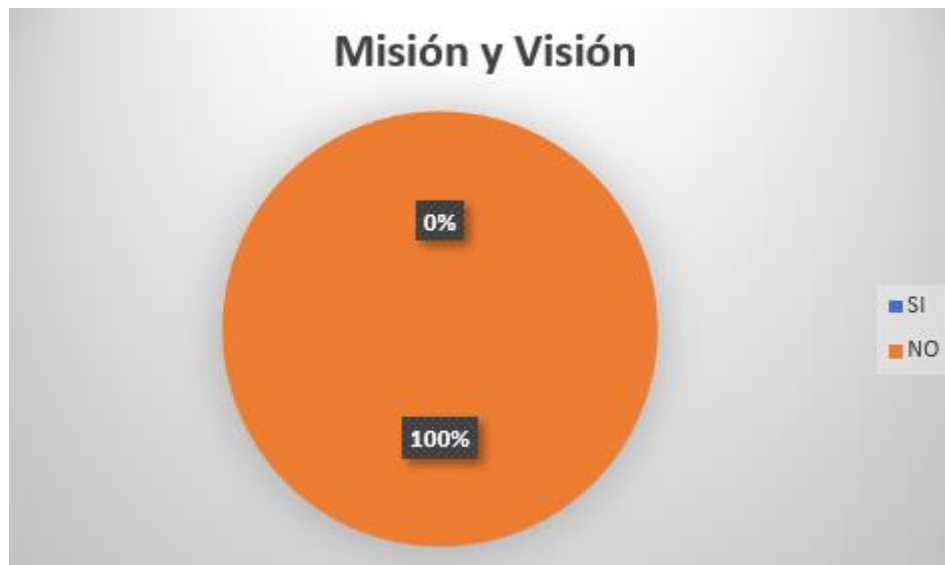
## 1. ¿Conoce si Riders Bike Store dispone de Misión y Visión?

**Tabla 2-4:** Misión y visión

| Alternativas | Frecuencia | Frecuencia Relativa |
|--------------|------------|---------------------|
| Sí           | 0          | 0%                  |
| No           | 4          | 100%                |
| <b>TOTAL</b> | <b>4</b>   | <b>100%</b>         |

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Balcázar, R. 2022.



**Ilustración 2-4:** Misión y visión de la empresa

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Balcázar, R. 2022.

### Análisis:

En la siguiente gráfica se puede analizar que el 100% de los trabajadores desconocen si Riders Bike Store dispone de una misión y visión, esto se debe a que la empresa no cuenta con una misión y visión para darles a conocer a sus empleados.

## 2. ¿Conoce usted si la empresa tiene definida su estructura organizacional?

**Tabla 3-4:** Estructura organizacional

| Alternativas | Frecuencia | Frecuencia Relativa |
|--------------|------------|---------------------|
| Sí           | 0          | 0%                  |
| No           | 4          | 100%                |
| <b>TOTAL</b> | <b>4</b>   | <b>100%</b>         |

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Balcázar, R. 2022.



**Ilustración 3-4:** Estructura organizacional

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Balcázar, R. 2022.

### Análisis

Como se puede ver en la imagen el 100% de los trabajadores no saben que Riders Bike Store cuenta con una estructura organizacional, esto se debe a que no cuenta con una, de hecho, este es uno de sus problemas, ya que la operación es llevada a cabo sin una estructura organizativa con lo cual se produce lentitud en el proceso de las actividades comerciales del negocio.

3. ¿Riders Bike Store al momento de su ingreso le informó sobre las normas y reglamentos con la que se maneja?

Tabla 4-4: Normas y reglamentos en Riders Bike Store

| Alternativas | Frecuencia | Frecuencia Relativa |
|--------------|------------|---------------------|
| Sí           | 1          | 25%                 |
| No           | 3          | 75%                 |
| <b>TOTAL</b> | <b>4</b>   | <b>100%</b>         |

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Balcázar, R. 2022.



Ilustración 4-4: Normas y reglamentos

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Balcázar, R. 2022.

**Análisis:**

El 75% del 100% de los encuestados manifestaron que no recibieron información sobre las normas que rige la empresa, debido a la alta rotación de empleados, no se les explicó ciertas normas y reglamentos. La empresa no posee, y para el 25% restante, si conoce las normas mencionadas, este porcentaje se debe a que pocos empleados conocen ciertas normas de comportamiento del cliente.

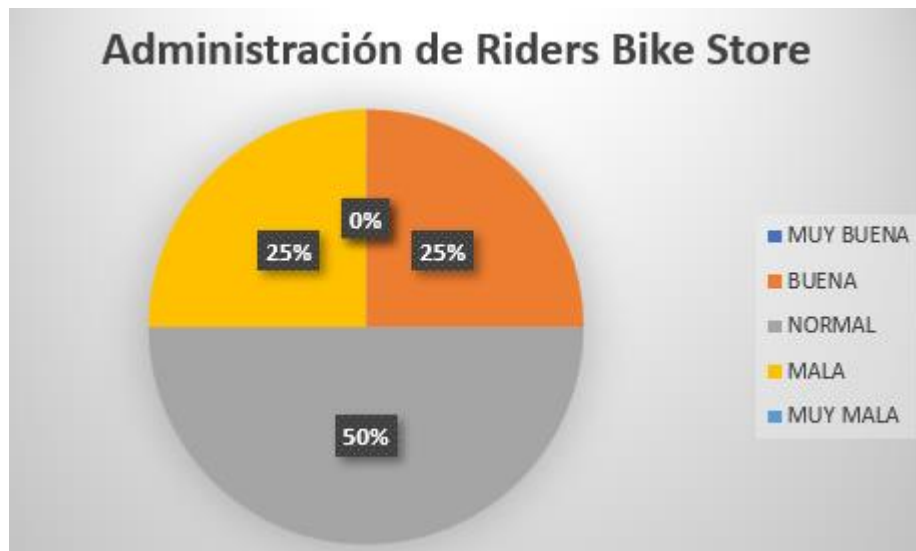
#### 4. ¿Cómo considera la administración de la empresa Riders Bike Store?

**Tabla 5-4:** Administración de la microempresa

| Alternativas | Frecuencia | Frecuencia Relativa |
|--------------|------------|---------------------|
| Muy Buena    | 0          | 0%                  |
| Buena        | 1          | 25%                 |
| Normal       | 2          | 50%                 |
| Mala         | 1          | 25%                 |
| Muy mala     | 0          | 0%                  |
| <b>TOTAL</b> | <b>4</b>   | <b>100%</b>         |

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Balcázar, R. 2022.



**Ilustración 5-4:** Administración de la empresa

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Balcázar, R. 2022.

#### **Análisis:**

Como se puede observar en la figura, el 50% de los empleados cree que la gestión de Riders Bike Store es normal, es decir no se realizan procesos adicionales para mejorar la gestión, y otro 25% de los empleados cree que la gestión es buena, la empresa está funcionando bien, pero la eficiencia de la gestión no es alta. Después de todo, el 25% restante elige una mala gestión. Esto puede deberse a las diferentes opiniones de los empleados, así como al departamento al que están asignados.



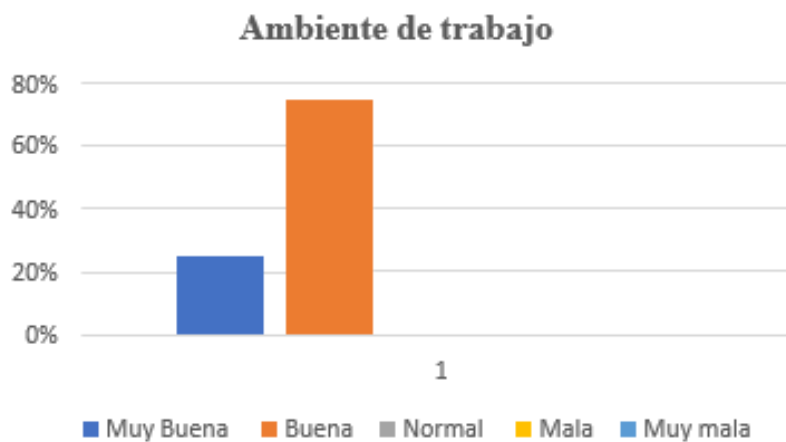
## 5. ¿Cómo es el ambiente de trabajo dentro de la empresa?

**Tabla 6-4:** Ambiente en la microempresa Comercial Juanita

| Alternativas | Frecuencia | Frecuencia Relativa |
|--------------|------------|---------------------|
| Muy Buena    | 1          | 25%                 |
| Buena        | 3          | 75%                 |
| Normal       | 0          | 0%                  |
| Mala         | 0          | 0%                  |
| Muy mala     | 0          | 0%                  |
| <b>TOTAL</b> | <b>4</b>   | <b>100%</b>         |

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Balcázar, R. 2022.



**Ilustración 6-4:** Ambiente de trabajo

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Balcázar, R. 2022.

### Análisis:

El ambiente laboral en la Riders Bike Store demuestra: el 75% de los colaboradores tienen un muy buen ambiente y el 25% restante de los colaboradores eligen un buen ambiente laboral que les permita realizar sus actividades de manera más eficiente. Existe buen congenio en la empresa debido al excelente trato de todos los trabajadores.

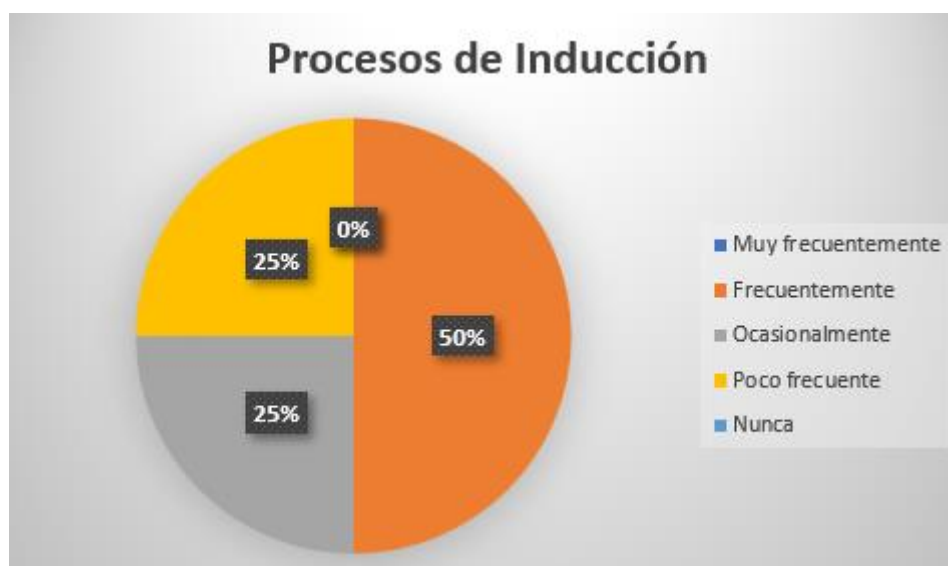
**6. Cuándo ingresa un nuevo empleado a Riders Bike Store, ¿se aplican procesos de inducción?**

**Tabla 7-4:** Procesos de inducción

| Alternativas       | Frecuencia | Frecuencia Relativa |
|--------------------|------------|---------------------|
| Muy frecuentemente | 0          | 0%                  |
| Frecuentemente     | 2          | 50%                 |
| Ocasionalmente     | 1          | 25%                 |
| Poco frecuente     | 1          | 25%                 |
| Nunca              | 0          | 0%                  |
| <b>TOTAL</b>       | <b>4</b>   | <b>100%</b>         |

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Balcázar, R. 2022.



**Ilustración 7-4:** Procesos de inducción a los trabajadores

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Balcázar, R. 2022.

**Análisis:**

El siguiente gráfico muestra que el 50 % de los empleados experimentan el proceso de aprendizaje con frecuencia cuando se unen a un trabajo por primera vez, el 25 % cree que no es ocasionalmente y el 25 % de los empleados confirma que este proceso de incorporación ocurre durante el proceso. En Riders Bike Store es una actividad rara, y la calificación de este empleado no es muy positiva porque el proceso de aprendizaje no es tan fluido como debería ser.

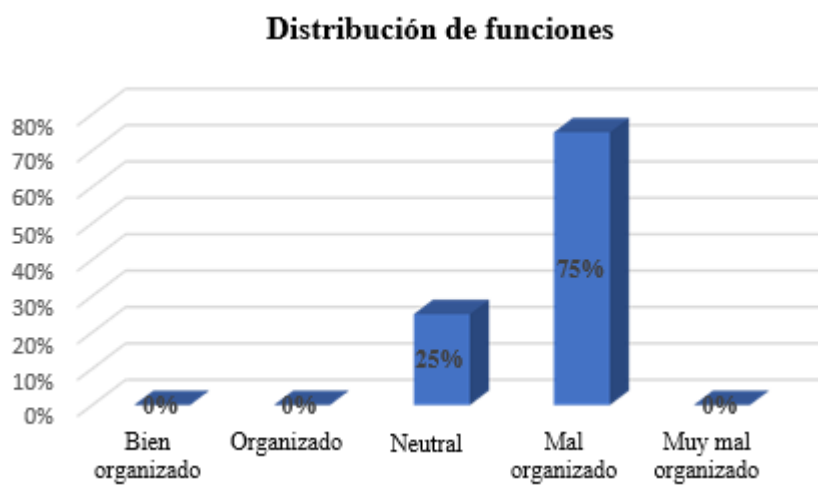
7. ¿Cómo considera que son las distribuciones de las funciones asignadas a cada trabajador?

**Tabla 8-4:** Funciones asignadas al trabajador

| Alternativas       | Frecuencia | Frecuencia Relativa |
|--------------------|------------|---------------------|
| Bien organizado    | 0          | 0%                  |
| Organizado         | 0          | 0%                  |
| Neutral            | 1          | 25%                 |
| Mal organizado     | 2          | 75%                 |
| Muy mal organizado | 0          | 0%                  |
| <b>TOTAL</b>       | <b>4</b>   | <b>100%</b>         |

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Balcázar, R. 2022.



**Ilustración 8-4:** Distribución de funciones

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Balcázar, R. 2022.

**Análisis:**

El gráfico muestra que el 25% de los empleados cree que las funciones asignadas son neutras, lo que puede estar relacionado con los contadores, porque tienen una sola función relacionada con su actividad, mientras que el 75% restante afirma que sus funciones están mal organizadas, es decir, los trabajadores del almacén no tienen que realizar una sola función, sino realizar una variedad de actividades.

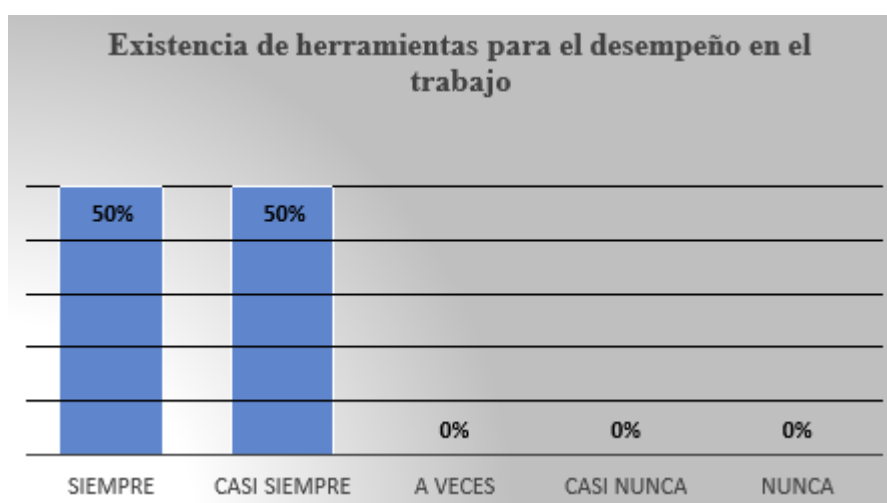
**8. Para usted, ¿Con qué frecuencia la empresa Riders Bike Store dispone de herramientas para el desempeño de su trabajo?**

**Tabla 9-4:** Existencia de herramientas para el desempeño del trabajo

| Alternativas | Frecuencia | Frecuencia Relativa |
|--------------|------------|---------------------|
| Siempre      | 2          | 50%                 |
| Casi siempre | 2          | 50%                 |
| A veces      | 0          | 0%                  |
| Casi nunca   | 0          | 0%                  |
| Nunca        | 0          | 0%                  |
| <b>TOTAL</b> | <b>4</b>   | <b>100%</b>         |

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Balcázar, R. 2022.



**Ilustración 9-4:** Herramientas para el desempeño del trabajo

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Balcázar, R. 2022.

**Análisis:**

El gráfico muestra que los empleados están de acuerdo que el 50% de Riders Bike Store siempre cuentan con herramientas para mejorar su desempeño laboral, mientras que el otro 50% casi siempre las tiene, es decir, Riders Bike Store cuenta con herramientas que agilitan y ayudan al desempeño de sus empleados y sus actividades.

#### 4.1.2. Encuesta a los clientes de Riders Bike Store

**Tabla 10-4:** Encuesta a los clientes

| Género       | Frecuencia | Frecuencia Relativa |
|--------------|------------|---------------------|
| Masculino    | 54         | 32%                 |
| Femenino     | 114        | 68%                 |
| <b>TOTAL</b> | <b>168</b> | <b>100%</b>         |

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Balcázar, R. 2022.



**Ilustración 10-4:** Clientes de Riders Bike Store

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Balcázar, R. 2022.

#### Análisis:

Riders Bike Store dispone de una base de datos de clientes fijos de 300 personas, se obtuvo una muestra y se obtuvo un valor de 168 encuestas por realizar, en el gráfico podemos observar que el género masculino representa el 68% mientras que el género femenino cuenta con un 32%.

## 1. ¿Considera que Riders Bike Store tiene una buena ubicación?

**Tabla 11-4:** Ubicación de Riders Bike Store

| Alternativas | Frecuencia | Frecuencia Relativa |
|--------------|------------|---------------------|
| Sí           | 152        | 90%                 |
| No           | 16         | 10%                 |
| <b>Total</b> | <b>168</b> | <b>100%</b>         |

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Balcázar, R. 2022.



**Ilustración 11-4:** Ubicación de Riders Bike Store

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Balcázar, R. 2022.

### Análisis:

En el gráfico podemos observar que el 90% de los clientes que fueron encuestados están conformes con la ubicación de Riders Bike Store, esto se debe a que se encuentra localizada en calles muy cercanas al centro de la ciudad de Puyo las cuales son muy transitadas, por otro lado, el 10% restante considera que no tiene una ubicación de su comodidad, esto puede ser a que también existen clientes que viven a las afueras de la ciudad pero que son clientes fijos de nuestra empresa.

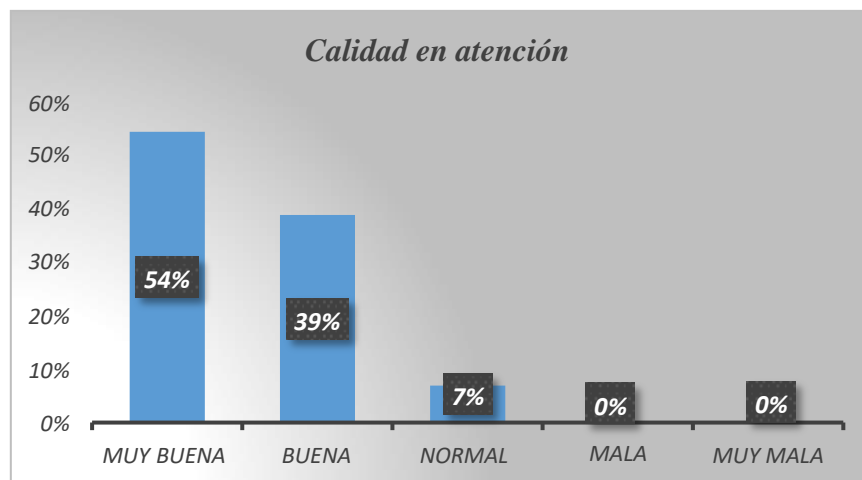
## 2. ¿La calidad de atención brindada por el personal de Riders Bike Store es?

**Tabla 12-4:** Calidad de atención

| Alternativas | Frecuencia | Frecuencia Relativa |
|--------------|------------|---------------------|
| Muy Buena    | 90         | 54%                 |
| Buena        | 66         | 39%                 |
| Normal       | 12         | 7%                  |
| Mala         | 0          | 0%                  |
| Muy mala     | 0          | 0%                  |
| <b>TOTAL</b> | <b>168</b> | <b>100%</b>         |

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Balcázar, R. 2022.



**Ilustración 12-4:** Calidad en atención a los clientes

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Balcázar, R. 2022.

### Análisis:

De los resultados obtenidos en el gráfico, se puede observar que el 54% de los encuestados cree que el servicio de Riders Bike Store es muy bueno, seguido del 39% de los encuestados que eligen respuesta que esta empresa brinda un buen servicio. Estos son resultados positivos de la empresa. Esto se debe a que, gracias a su experiencia en el mercado, Riders Bike Store sabe cómo llegar a los clientes menos conocidos, pero el 7% de los encuestados cree que la atención de la empresa es normal, probablemente debido a la constante rotación de personal, lo que hace que las opiniones de los clientes difieran.

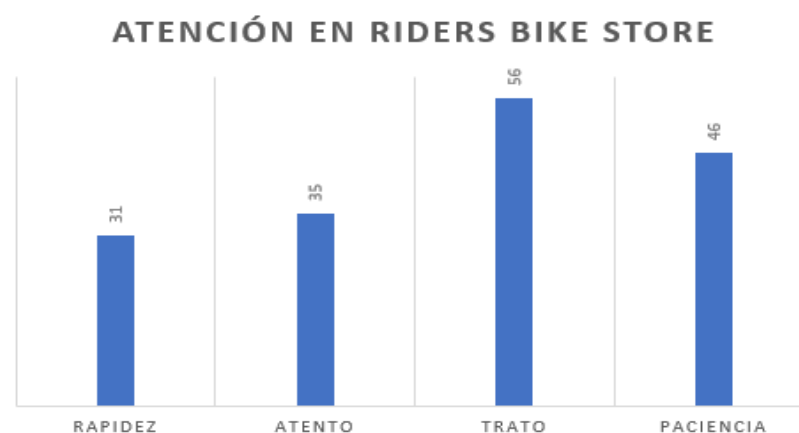
### 3. En cuanto a la atención brindada, ¿qué es lo que más le importa?

**Tabla 13-4:** Atención en Riders Bike Store

| Alternativas | Frecuencia | Frecuencia Relativa |
|--------------|------------|---------------------|
| Rapidez      | 31         | 19%                 |
| Atento       | 35         | 21%                 |
| Trato        | 56         | 33%                 |
| Paciencia    | 46         | 27%                 |
| <b>TOTAL</b> | <b>168</b> | <b>100%</b>         |

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Balcázar, R. 2022.



**Ilustración 13-4:** Atención en Riders Bike Store

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Balcázar, R. 2022.

#### Análisis:

De las 168 personas que representan el 100% de la clientela podemos observar en el gráfico que los clientes a la hora de adquirir un producto o servicio lo que más les importa es el trato con un 33% esto se debe a que una gran cantidad de clientes desconocen de términos técnicos y lo que buscan es un buen trato así como también la paciencia que tiene un 27% para lograr comprender a los especialistas o poderlos explicar con detalles y con palabras que puedan comprender, con un 21% representa el ser atento con cada uno de los clientes para dar una buena impresión y dar una buena atención y con un 19% los encuestados eligen la rapidez, se debe a que cada persona busca la calidad y la garantía del producto o servicio pero siendo atendidos en un periodo corto de tiempo.

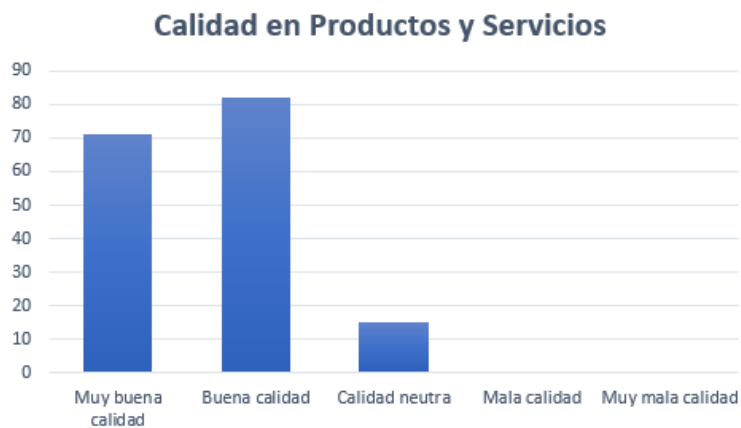


**4. ¿Según su percepción, la calidad de los productos y servicios que oferta la empresa Riders Bike Store es de?**

**Tabla 14-4:** Calidad de productos y servicios

| Alternativas      | Frecuencia | Frecuencia Relativa |
|-------------------|------------|---------------------|
| Muy buena calidad | 71         | 42.26%              |
| Buena calidad     | 82         | 48.82%              |
| Calidad neutra    | 15         | 8.92%               |
| Mala calidad      | 0          | 0%                  |
| Muy mala calidad  | 0          | 0%                  |
| <b>TOTAL</b>      | <b>168</b> | <b>100%</b>         |

Fuente: Investigación de campo (2022).  
Realizado por: Balcázar, R. 2022.



**Ilustración 14-4:** Calidad en productos y servicios

Fuente: Investigación de campo (2022).  
Realizado por: Balcázar, R. 2022.

**Análisis:**

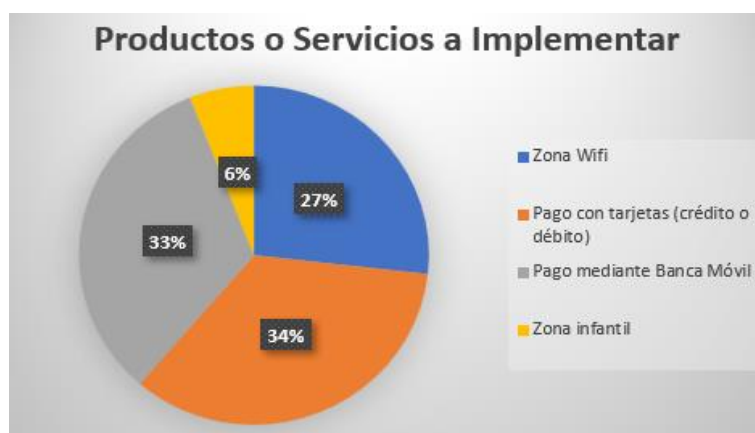
En cuanto a calidad de productos y servicios ofertados por Riders Bike Store podemos decir gracias a las encuestas que el 48,82% consideran que la empresa cuenta con productos y servicios de buena calidad y el 42,26% considera que tiene productos de muy buena calidad, esto se debe a que contamos con proveedores con excelentes productos, dando así una buena imagen como empresa y finalmente con 8,92% los encuestados consideran a los productos que cuentan con una calidad neutra ya que no todos los productos o servicios ofertados tienen una gran acogida.

5. ¿Qué tipo de productos o servicios considera que Riders Bike Store debería implementar?

**Tabla 15-4:** Productos o servicios por implementar

| Producto o Servicio                  |            | %           |
|--------------------------------------|------------|-------------|
| Zona Wifi                            | 45         | 27%         |
| Pago con tarjetas (crédito o débito) | 58         | 34%         |
| Pago mediante Banca Móvil            | 55         | 33%         |
| Zona infantil                        | 10         | 6%          |
| <b>TOTAL</b>                         | <b>168</b> | <b>100%</b> |

Fuente: Investigación de campo (2022).  
Realizado por: Balcázar, R. 2022.



**Ilustración 15-4:** Productos y servicios que implementar

Fuente: Investigación de campo (2022).  
Realizado por: Balcázar, R. 2022.

**Análisis:**

Al observar la gráfica podemos ver que los encuestados representan el 34% para la implementación del pago con tarjetas de débito o crédito para más agilidad al momento de adquirir su producto o servicio, con un 33% los clientes buscan pagar con la Banca Móvil, esto para agilizar los pagos y para evitar el retiro de dinero antes de ir a adquirir algún producto de la empresa, el 27% representan a las personas que buscan una zona Wifi dentro de Riders Bike Store ya que varios clientes esperan mientras se realiza una reparación de su medio de transporte específicamente bicicleta y finalmente con un 6% representan las personas que buscan una zona infantil ya que al contar con niños pequeños desean que se entretengan hasta obtener su producto o servicio ofertado por Riders Bike Store.

**6. De los términos que se presenta a continuación, ¿con cuál se lo relaciona mejor a Riders Bike Store?**

**Tabla 16-4:** Términos con relación a Riders Bike Store

| Alternativas           | Frecuencia | Frecuencia Relativa |
|------------------------|------------|---------------------|
| Garantía               | 15         | 36%                 |
| Atención personalizada | 8          | 19%                 |
| Calidad-economía       | 14         | 33%                 |
| Variedad de Productos  | 5          | 12%                 |
| <b>TOTAL</b>           | <b>42</b>  | <b>100%</b>         |

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Balcázar, R. 2022.



**Ilustración 16-4:** Términos en relación con Riders Bike Store

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Balcázar, R. 2022.

**Análisis:**

La gráfica nos demuestra que los encuestados por sobre todo con un 36% buscan la garantía de los productos o servicios ofertados por Riders Bike Store, seguido con un 33% la Calidad-economía ya que consideran que en la empresa ofrece sus productos a precios accesibles sin dejar de lado la calidad de estos, en tercer lugar, el 19% representa a la atención personalizada ya que la empresa se fija en cada cliente para dar la mejor opción y por último con un 12% es la variedad de productos.

7. ¿A través de qué medios de comunicación le gustaría conocer los productos y servicios que ofrece Riders Bike Store?

**Tabla 17-4:** Medios para ofrecer las bondades de Riders Bike Store

| Alternativas   | Frecuencia | Frecuencia Relativa |
|----------------|------------|---------------------|
| Redes sociales | 33         | 79%                 |
| Página Web     | 4          | 10%                 |
| Radio          | 3          | 7%                  |
| Televisión     | 2          | 5%                  |
| <b>TOTAL</b>   | <b>42</b>  | <b>100%</b>         |

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Balcázar, R. 2022.



**Ilustración 17-4:** Medios para ofrecer las bondades de Riders Bike Store

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Balcázar, R. 2022.

**Análisis:**

El gráfico nos indica que con un 75% los clientes de Riders Bike Store prefieren enterarse de la empresa por medio de las redes sociales ya que en la actualidad las personas casi en su totalidad cuentan con un teléfono celular y gastan una enorme cantidad de tiempo en redes sociales, sigue un 11% representado por una página web, lugar en el cual las personas pueden observar todo sobre la empresa, en tercer lugar con un 9% los clientes prefieren la radio ya que en la ciudad de Puyo aún es bastante utilizado este medio de comunicación y al final con un 5% los clientes eligieron la televisión quizás porque piensan que es más llamativo.

#### 4.1.3. *Entrevista al propietario de Riders Bike Store*



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CARRERA DE FINANZAS



CARRERA DE FINANZAS

Entrevista dirigida al Señor Freddy Quistial propietario de la sucursal de la empresa Riders Bike Store ubicada en el Cantón Puyo, Parroquia Puyo.

##### **1. ¿Cuántos años lleva la empresa ofreciendo sus servicios en el mercado?**

Según la información recopilada el tiempo de funcionamiento de la empresa en el mercado puyense comenzó a raíz de la pandemia por el Covid-19 desde el año 2020, 2 años en servicio, esto es evidencia que ya lleva un tiempo considerado ofreciendo sus servicios en el mercado.

##### **2. ¿En qué lugar se encuentra ubicada Riders Bike Store?**

Indicó el gerente propietario de la empresa en estudio que se encuentra ubicado en el Sector Centro entre las calles 20 de Julio y Loja, provincia de Pastaza.

##### **3. ¿Qué servicios de mantenimiento ofrece Riders Bike Store?**

Riders Bike Store se dedica a brindar servicios de reparación y mantenimiento a todo tipo de bicicletas sean estas de montaña, de enduro, de descenso, de montaña (MTB), de Trail, priorizando siempre la satisfacción de los clientes.

##### **4. ¿Cuenta con una base de datos de sus clientes?**

El gerente – propietario de la empresa indica que en la actualidad maneja la base de datos de sus clientes en gestión del software contable.

##### **5. ¿A cuántos clientes usted atiende mensualmente?**

Supo indicar el gerente – propietario de la empresa Riders Bike Store, que mensualmente la empresa atiende entre 60 a 70 clientes, de acuerdo con las necesidades que los clientes requieren.

**6. ¿Por qué considera usted que utilizan sus servicios?**

El gerente considera que utilizan sus servicios debido a la implementación de tecnología de alta calidad y última generación en cada proceso y servicio a realizar en cada una de las bicicletas de nuestros clientes, así mismo la especialización de personal con inducción personalizada en cada uno de ellos.

**7. ¿Indique el porcentaje de incremento que usted ha percibido en la demanda del servicio ofertado en los últimos años?**

Al respecto el gerente – propietario expresa que la empresa Riders Bike Store ha detectado un incremento de un 20% la demanda del servicio en relación con los últimos años.

**8. ¿Cómo hacer conocer al público de los servicios que su empresa brinda a los clientes?**

La empresa Riders Bike Store da a conocer los servicios que brinda mediante la utilización de técnicas de Mercadeo, Marketing y Marketing Digital que en la actualidad es la tendencia, junto con una excelente atención al cliente.

## **CAPÍTULO V**

### **5. MARCO PROPOSITIVO**

#### **5.1. Título**

“Plan de negocios para la sucursal de la empresa Riders Bike Store en la ciudad del Puyo, provincia de Pastaza, período 2022-2026.”

#### **5.2. Objetivo general**

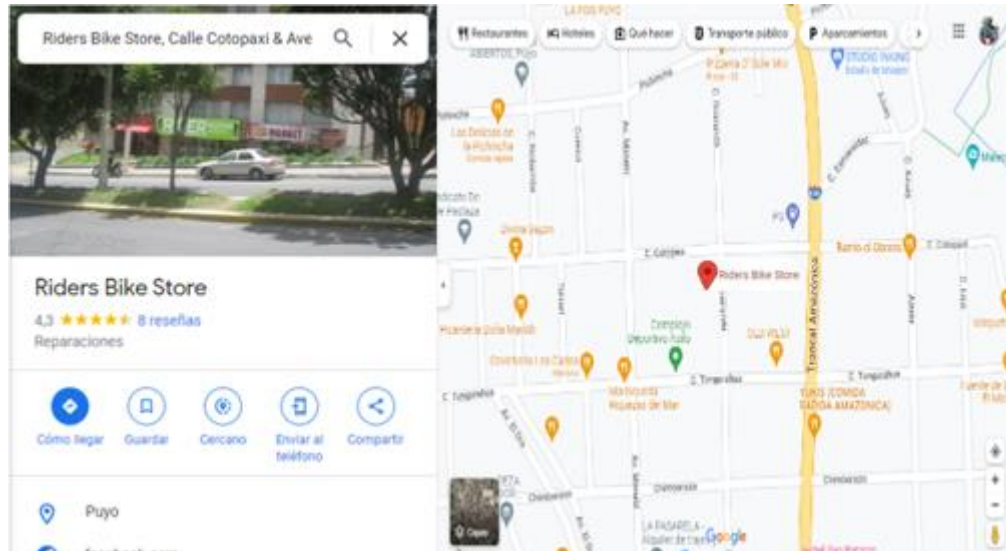
Elaborar un plan de negocios de la sucursal de la empresa Riders Bike Store en la Ciudad de Puyo, Provincia de Pastaza, período 2022-2026.

#### **5.3. Generalidades de la microempresa Riders Bike Store**

Riders Bike Store es una microempresa que inició con la reparación de bicicletas, debido a que se encontraba inspirado en el ciclismo, el negocio en aquellos tiempos empezó su funcionamiento en la residencia del gerente, teniendo una buena acogida por la calidad de servicio brindado. En la actualidad es un negocio reconocido en el ámbito del deporte ya que lo destaca el poseer herramientas modernas que permiten la realización de actividades específicas en las bicicletas. Al trabajar Riders Bike Store de manera empírica se presentan problemas administrativos y contables al carecer de un sistema contable adecuado, es importante mencionar que por ello en la actualidad la microempresa busca crear una sucursal al ser reconocida.

##### **5.3.1. Ubicación**

Riders Bike Store está ubicada en una zona estratégica como es la ciudad de Puyo (Ciudad Canela), siendo zona turística, ubicada en el Sector Centro entre la calle Cotopaxi y Avenida Manabí, por lo tanto, es un lugar perfecto de acceso para que los potenciales clientes se acerquen.



**Ilustración 1-5:** Ubicación de la empresa  
**Fuente:** Gogle maps,2022.

### 5.3.2. *Productos o servicios relacionados*

Riders Bike Store ofrece servicios de reparación y mantenimiento a todo tipo de bicicletas en las cuales están las siguientes: de montaña, de enduro, de descenso, de montaña (MTB), de Trail.

### 5.3.3. *Situación económica actual de la empresa*

Para asemejar de mejor manera la situación actual de la empresa se ejecutó el cálculo del flujo de efectivo desde el año en que la empresa.

## 5.4. **Análisis del entorno y la competencia**

### 5.4.1. *Análisis PETS (Político, económico, tecnológico y social)*

#### 5.4.1.1. *Político-legal*

Actualmente en el Ecuador las nuevas políticas generan ventajas a el sector económico formando parte del desarrollo del país y a favor de los más vulnerables; al pasar los años para la administración eficiente de estas políticas se desarrolla leyes y organismos de regulación relacionadas con el ámbito empresarial para todo tipo de organización (Pinargote, 2021).

Según la Constitución de la República del Ecuador (2008), la legislación en la Sección Séptima mencionada Política Comercial, artículo 304, menciona que, la política comercial tendrá los



consecutivos objetivos:

**Tabla 1-5:** Factor Político-Legal

| <b>FACTOR (Objetivos)</b>   | <b>EFEECTO</b>   |
|---|--|
| Desarrollo, fortalecer y dinamizar los mercados internos a partir del objetivo estratégico establecido en el Plan Nacional de Desarrollo.         | Al impulsar el desarrollo de los mercados de internos genera que la demanda incremente y por ende el desarrollo de la economía del país. |
| Impulsar el desarrollo de la economía de escala y del comercio justo.   | Permite impulsar a que los negocios generen más ingresos a través del consumo y la fácil inserción a pequeños productores al mercado.    |
| Evitar las prácticas monopólicas y Oligopólicas, como particularmente en el sector privado, y otras que afecten el funcionamiento de los mercados | Dan paso a la libertad de comercializar bienes o servicios a un precio justo y no impuesto por un grupo minoritario                      |

**Fuente:** (Pinargote, 2021).

**Realizado por:** Balcázar, R. 2022.

#### 5.4.1.2. Económico- desempleo

**Tabla 2-5:** Factor económico-desempleo

| <b>FACTOR</b>   | <b>EFEECTO</b>  |
|---|---|
| Con la llegada de la pandemia todas las empresas resultaron afectadas coma desde el 2019 al 2020 se redujeron a 26.000 microempresas, el cual representa el 3,2%. La mayor variación se dio en empresas pequeñas, teniendo como resultado una reducción que alcanzó el 18,5% lo que representa 11.800 empresas. | Las empresas que ya estaban instauradas a una escala más grande se mantienen aplastando a las PYME y microempresas al borde de causar su desaparición y más aún cuando se trata de microempresas que apenas empiezan.                                       |
| La pandemia fue causante del cambio de tamaño en las empresas coma lo que provocó una reducción en el nivel de ventas y además produjo el despido de personal. Al disminuir las ventas repercutió en la disminución de plazas de empleo, siendo así que en el 2020 con respecto al 2019 se                      | Al ser despedida la gente busca un medio de solución para mejorar su economía por lo que se buscan diversas maneras de generar dinero una de ellas es a través de la venta informal de cualquier insumo que produzca ganancias sin importar si son mínimas. |

|   |  |
|---|--|
| reflejó un 6,2% de desaparición de plazas de empleo, es decir, 186.457 plazas de empleo destruidas. |  |
|---|--|

**Fuente:** (Gestión, 2021).

**Realizado por:** Balcázar, R. 2022.

#### 5.4.1.3. Económico-legal

**Tabla 3-5:** Factor económico legal

| <b>FACTOR</b>  | <b>EFECTO</b>  |
|--|--|
| según el portal del SRI describe que existen nuevos cambios para el régimen RISE y microempresa que ahora pasan a ser negocios populares ( venta hasta \$20.000) y RIMPE (venta de hasta \$300.000) respectivamente, por lo tanto, se deben acoger a ciertas condiciones dependiendo del monto de los ingresos, (SRI, 2022). | Los impuestos son un tipo de recaudación que el gobierno adopta para generar bienestar a la población, pero existen irregularidades externas que provocan que el porcentaje del impuesto aumente dependiendo la toma de decisiones del Gobierno y por ende afecta a los ingresos de las personas o sociedades. |

**Fuente:** (SRI, 2022).

**Realizado por:** Balcázar, R. 2022.

#### 5.4.1.4. Social

**Tabla 4-5:** Factor social

| <b>FACTOR</b>  | <b>EFECTO</b>   |
|--|---|
| La parroquia puyo debido a su ubicación geográfica, era considerado una zona rural, pero con el tiempo la población se ha ido incrementando, hola generando que esta parroquia tenga más habitantes y por ende se va allá abriendo la urbanización, entidades financieras como bancos se han asentado en este sitio, permitiendo el crecimiento de la población, y por ende impulsan el desarrollo del sector. | Debido a que nuevas empresas ya reconocidas se instauren cada vez más en el sector de Puyo hoy ha permitido locales pequeños no tengan tanta acogida, ya que estas empresas vienen ya estructuradas y bien organizadas. |

**Fuente:** Investigación de campo (2022).

**Realizado por:** Balcázar, R. 2022.

#### 5.4.1.5. Tecnología

El Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la información, a través de una publicación menciona que las personas involucradas en el ámbito empresarial usan y tienen acceso a las tecnologías de la información y Comunicación(TIC), al igual que las microempresas, pequeñas y medianas empresas utilizan para vender productos, servicios, realizar contactos mediante el correo electrónico o redes sociales, entre otras acciones que generan el comercio (Telecomunicaciones, 2021).

**Tabla 5-5:** Factor tecnológico

| <b>FACTOR</b>   | <b>EFEECTO</b>  |
|---|---|
| La proporción de empresas que utilizan internet: hoy las microempresas alcanzan un 48,6%, las medianas empresas de un 56,9% y las pequeñas empresas un 52,9%, dando un total general de 52,8%. Además, se establece el indicador de proporción de empresas con presencia en la web con un total general de 26,4%, algunas MiPymes hoy no los proporcionan mediante una página web, pero el estudio indica que el uso de Internet es necesario para los contactos con los proveedores y clientes, dando agilidad en las actividades comerciales. | La ventaja del uso de internet genera que las Pymes, micro, pequeña, medianas y grandes empresas para eficiente usar varios procesos cómo vender en línea o mediante el marketing impulsar a la microempresa hacer mejor. |

**Fuente:** (Telecomunicaciones, 2021).

**Realizado por:** Balcázar, R. 2022.

#### 5.4.2. Análisis FODA

El análisis FODA o también conocido como DAFO es una herramienta que se encarga de analizar las amenazas y oportunidad externas de la empresa, del mismo modo las fortalezas y debilidades estudian los factores internos de la misma, es decir determina la situación actual en la que se encuentra la empresa identificando los problemas existentes.

Externamente, las Oportunidades y Amenazas permitirá a la empresa prevenir futuros escenarios catastróficos que pueden actuar de manera negativa en la empresa, mientras que internamente, las fortalezas y debilidades creará un entorno favorable para que la empresa logre cumplir sus

objetivos en el tiempo determinado.

#### 5.4.2.1. *Fortalezas*

- Ubicación Adecuada de la empresa: La empresa se encuentra ubicada en un lugar estratégico, siendo un lugar de comercio.
- Correcto servicio al cliente: Con atención personalizada, la empresa brinda un adecuado servicio al cliente aclarando las inquietudes de este.
- Conocimiento del sector: La empresa es una de las más sólidas y antiguas del sector, por lo que los clientes los conocen desde hace mucho tiempo.
- Calidad en el producto: Riders Bike Store es reconocida por la calidad de servicio que ofrece lo que le ha permitido ganar la confianza de sus clientes.

#### 5.4.2.2. *Oportunidades*

- Demanda en Aumento: Riders Bike Store se encuentra alrededor de domicilios lo que permite adquirir nuevos clientes.
- Facilidad de créditos: Empresas proveedoras de los productos más usados y solicitados brindan facilidades de pago a través de créditos a corto plazo (30 días).
- Marketing publicitario: A través de anuncios publicitarios en la página web y redes sociales se da a conocer los servicios que ofrece Riders Bike Store.
- Proveedores directos: Riders Bike Store cuenta con proveedores directos de la matriz ubicada en la ciudad de Quito, esto genera una gran ventaja competitiva.

#### 5.4.2.3. *Debilidades*

- No hay Facilidad de cobro/pago a clientes: Riders Bike Store no cuenta con diversas formas de pago como: las tarjetas de crédito-débito o a través de transferencias bancarias.
- No posee una estructura organizacional: La empresa no tiene definidos los puestos de trabajo, del mismo modo se desconoce la jerarquía departamental.
- No se da seguimiento al cliente: La empresa cuenta con clientes fijos por lo que no se hace seguimiento de clientes.
- Escasa gestión administrativa: No se cuenta con un proceso administrativo debido a que se realiza únicamente las declaraciones de manera periódica, es decir se trabaja de manera empírica.

#### 5.4.2.4. Amenazas

- Competidores grandes: Tiendas especializadas como ECCO BIKE, se encuentran en varias provincias, mismas que cuentan con una gran ventaja sobre la administración financiera, organizacional y de marketing.
- Talleres artesanales: Representan una amenaza para la empresa ya que los talleres realizan sus actividades bajo conocimientos empíricos con precios menores y con una menor calidad.
- Impuestos a las importaciones: El aumento de impuestos sobre las importaciones implican un riesgo para la empresa ya que para prestar el servicio se lo realizaría a costos elevados.
- Incorrecta infraestructura ante la competencia: Riders Bike Store no posee de una estructura adecuada a diferencia de su competencia.

### 5.4.3. Matriz DAFO

**Tabla 6-5:** Matriz DAFO

| FACTORES EXTERNOS |  | OPORTUNIDADES   | AMENAZAS   |
|-------------------|--|---|--|
| FACTORES INTERNOS |  | O1. Demanda en aumento<br>O2. Facilidad de créditos<br>O3. Marketing publicitario<br>O4. Proveedores directos   | A1. Grandes competidores<br>A2. Talleres Artesanales<br>A3. Impuestos a las Importaciones<br>A4. Mejor infraestructura   |
| FORTALEZAS        | F1. Buena Ubicación                          | (F1. O1) Expansión del negocio  | (F1.A1) Aprovechar el lugar de ubicación para impulsar las promociones que tiene la microempresa y puedan quedarse a comprar.  |
|                   | F2. Adecuado servicio al cliente             | (F2. O2) Ofrecer descuentos, promociones y combos a los clientes.<br>(F2.O3) Impulsar mediante redes sociales las promociones y descuentos a los clientes.  | (F2-A3) Estar al tanto de las políticas impuestas por el gobierno para tomar decisiones sobre el precio de los productos con impuestos para que no afecten a la economía del cliente.<br>(F2.A2) Capacitar al trabajador para mejorar la eficiencia en atención hacia los clientes |
|                   | F3. Conocimiento del sector                  | (F3.O4) Realizar alianzas estratégicas con proveedores directos   | (F2.A2) Mejorar la ubicación de los productos para que sean más visibles y puedan rotar más rápido   |
|                   | F4. Calidad del producto                     | (F4.O4) Mantener un estricto control de la calidad del producto que entrega el proveedor.   | (F3.A2) Mantener la confianza y fidelidad de los clientes fijos por medio de incentivos  |
| DEBILIDADES       | D1. No hay facilidad de pago para el cliente | (D1.O1) Implementar otro medio de pago ya sea tarjetas de crédito o transferencias bancarias para generar eficiencia en el cobro de compras realizadas por el cliente.  | (D1.A1) Con la implementación de otros medios de pago el propietario se beneficiará debido a que el cliente pagará el valor asignado de forma inmediata, evitando el regateo.  |
|                   | D2. No hay estructura organizacional         | (D2.O1) Elaborar un esquema en donde se encuentren las funciones y puestos de cada trabajador para que de esta manera se manejen ordenadamente permitiendo que el cliente nuevo se sienta satisfecho de la atención   | (D2.A2) Al crear y aplicar un organigrama estructural cada trabajador tendrá su función que le permitirá ser más eficiente en su trabajo y brindar una atención personalizada.   |
|                   | D3. No se da seguimiento al cliente          | (D3.O3) Por medio de las campañas de marketing crear una página web en donde puedan los clientes comentar su insatisfacción en relación con las actividades de la microempresa y puedan conocer todos los productos; mantenerlos al tanto escribiéndoles al WhatsApp. | (D3.A2) Por medio de las campañas de marketing los clientes fijos y nuevos tendrán la posibilidad de participar en actividades que la empresa realizará y por ende habrá mayor acogida.  |
|                   | D4. Escasa gestión administrativa            | (D4-O1) Poner en marcha un sistema contable que permita al propietario conocer los ingresos y egresos que ha tenido de las compras de sus clientes facilitando el análisis para una mejor administración  | (D4.A1) Una vez implementado un sistema contable se podrá efectivizar mejoras en cuanto al costo de los productos dependiendo su estado atrayendo mayor clientes lo que permitirá mantenernos al margen de la competencia.   |

**Fuente:** Investigación de campo (2022).

**Realizado por:** Balcázar, R. 2022.

## 5.5. Estudio de mercado

### 5.5.1.1. *Análisis de la demanda*

Para realizar el estudio de la demanda tomamos datos de la encuesta realizada a las personas que compran pan con la finalidad de verificar la demanda que obtendrá el producto en el mercado, al igual que se lograra el análisis de la demanda insatisfecha que existe en la actualidad, estos datos proporcionarían la factibilidad del proyecto.

Para al presente investigación se analiza la factibilidad de la panadería con el objetivo de conocer si los clientes se sienten a gusto y desean adquirir el producto por lo tanto y plantea un estudio de mercado que enfoca de la siguiente manera

### 5.5.1.2. *Proyección de la demanda*

El método que se manejará para el cálculo de la proyección de la demanda es la de: regresión por factor de crecimiento.

La tasa a utilizar en el proyecto es la tasa de crecimiento de la población de la ciudad de Riobamba es de 1.78 % de acuerdo a los datos del. (INEC, 2010), para analizar el consumo se considera a todos los Clubs de ciclismo de la ciudad del puyo que son 300 personas como se demuestra en la población y se aplica la siguiente fórmula.

$$D_p = D_A (1+i)^n$$

Dónde:

$D_p$  = Demanda Proyectada

$D_A$  = Demanda Actual

$1$  = Valor Constante

$i$  = Tasa de crecimiento

$n$  = Tiempo

**Tabla 7-5:** Proyección de la demanda

| AÑO | DEMANDA |
|-----|---------|
| 1   | 305     |
| 2   | 311     |
| 3   | 316     |
| 4   | 322     |
| 5   | 328     |

**Fuente:** Empresa Riders Bike Store (2022).

**Realizado por:** Balcázar, R. 2022.

#### 5.5.1.3. *Análisis de la oferta actual*

Al realizar el análisis de la oferta podemos identificar la cantidad que actualmente se vende en la empresa Riders Bike Store en la ciudad de Puyo para poder enfrentar a la competencia actual y su evolución en el mercado permitiendo con el fin de ser competitivos en el mercado en relación a la competencia. Para el estudio de la oferta se utiliza una tasa de crecimiento del 5% en venta de bicicletas para aplicar métodos similares considerando que en la actualidad se vendió 30 bicicletas

#### 5.5.1.4. *Proyección de la oferta*

El método que se manejará para el cálculo de la proyección de la oferta es la de: regresión por factor de crecimiento.

La tasa a utilizar en el proyecto es la tasa de crecimiento es de 5% de venta de acorde a los datos del (INEC, 2010) pero esta tendrá una proyección diferente para cada año debido que al inestabilidad del país siendo esta para el año 1 de 5,00%, el año 2 de 11,98%, el año 3 de 12,25%, el año 4 de 10,25% y el 5 año de 10,00% esto se debe que no es un producto de consumo o masivo y se aplica la siguiente formula .

$$Op=OA (1+i)^n$$

Donde:

Op = Oferta Proyectada

OA= Oferta Actual

1= Valor Constante

i = Tasa de crecimiento

n= Tiempo



**Tabla 8-5:** Proyección de la oferta

| AÑO | OFERTA |
|-----|--------|
| 1   | 32     |
| 2   | 38     |
| 3   | 42     |
| 4   | 44     |
| 5   | 48     |

**Fuente:** Empresa Riders Bike Store(2022).

**Realizado por:** Balcázar, R. 2022.

### 5.5.2. *Demanda insatisfecha*

Para el cálculo de la demanda insatisfecha se realiza una operación simple entre la demanda proyectada y la oferta proyectada para la obtención de la demanda insatisfecha se procederá al cálculo el cual consiste en la resta de la oferta proyectada del año actual hasta el año 5 menos la demanda proyectada de los mismos años.

**Tabla 9-5:** Demanda insatisfecha

| AÑO | DEMANDA | OFERTA | Demanda Insatisfecha |
|-----|---------|--------|----------------------|
| 1   | 305     | 32     | 274                  |
| 2   | 311     | 38     | 273                  |
| 3   | 316     | 42     | 274                  |
| 4   | 322     | 44     | 278                  |
| 5   | 328     | 48     | 279                  |

**Fuente:** Empresa Riders Bike Store (2022).

**Realizado por:** Balcázar, R. 2022.








## 5.6. Plan de marketing y componente de estrategias

### 5.6.1. *Marketing mix análisis de las 4p's*

#### 5.6.1.1. *Producto bicicletas personalizadas*

El término bicicleta es aquel que se usa para denominar a un tipo de vehículo, normalmente de uso individual, aunque algunos modelos admiten transportar una persona más, cuyas características principales y más salientes son que posee dos ruedas, movidas por dos pedales y una cadena y que se accionarán ellos a través de la fuerza que ejercen las piernas de quien los moviliza. Las bicicletas se caracterizan principalmente por su ausencia de motor, por el funcionamiento vía pedales, y por ser un vehículo ecológico (usa energía renovable que es la fuerza del conductor).

**Tabla 10-5:** Principales productos en el comercio de la ciudad de Puyo

| Descripción  | Tipo y Modelo   |
|--|---|
| Bkr Kunihu Bicicleta Montañera Aluminio Shimano 21 V         |    |
| Bicicleta Montañera Aros Y Volante Aluminio Cambios Shimano  |    |
| Bicicleta Montañera 100% Aluminio Aro 26                     |    |
| Bkr Taruka Doble Bicicleta Dh Downhill Shimano Rst Titan Air |   |
| Bicicleta Montañera R26 Componentes Shimano                  |  |
| Bkr Kiliko 29 Er Deore 30 Bicicleta Hidraulicos Rst F1       |  |
| Bicicleta Usada Bmx Yasaki 20                                |  |

**Fuente:** Empresa Riders Bike Store (2022).

**Realizado por:** Balcázar, R. 2022.

## Tipos de Bicicletas Personalizadas



**Ilustración 2-5:** Tipos de Bicicletas Personalizadas

Fuente: Google Académico (2022).

### Comercialización del producto

Se enfoca hacia aquellos programas que se realizan desde un inicio para captar clientes potenciales al buscar el posicionamiento del producto, la cual se describe a continuación en la tabla 18.

**Tabla 11-5:** Comercialización del producto de la empresa Riders Bike Store

| <i>Objetivo</i>   | <i>Estrategia</i>  | <i>Programa</i>             | <i>Responsables</i> |
|---|--|-----------------------------|---------------------|
| Comercializar el 15% de nuevos productos que se distribuyan en la ciudad del Puyo | Coordinar con el Municipio del Puyo para incentivar el ciclo paseo en la ciudad y la reducción de la contaminación medioambiental. | Ciclo paseo y contaminación | Gerente General     |

**Fuente:** Empresa Riders Bike Store (2022).

**Realizado por:** Balcázar, R. 2022.

#### 5.6.1.2. Precio

El precio es un valor que involucra el servicio de diseño, la importación o creación de las materia prima y accesorios de bicicleta en donde se prioriza el resultado del diseño para posteriormente crear las piezas o parte que harán realizada la estructura que posteriormente culminara en una bicicleta armada con la calidad características que va a enrumbar el desarrollo de un producto final de óptima calidad, por el esfuerzo da la empresa y el diseño de nuestros clientes. Es por ello que el valor de una bicicleta es de acuerdo al tipo al modelo pero va desde 300 dólares hasta los 15000 dólares respectivamente, dependiendo de toda la gama de acciones, servicio, piezas y accesorios involucrados, además de constatar el material que se debe utilizar y los detalles dentro de la estructura

La estrategia de los precios se plantea de acuerdo a los objetivos identificados, los programas y responsables que se designen para el cumplimiento de cada proyecto planificado, este proceso se muestra en la siguiente tabla

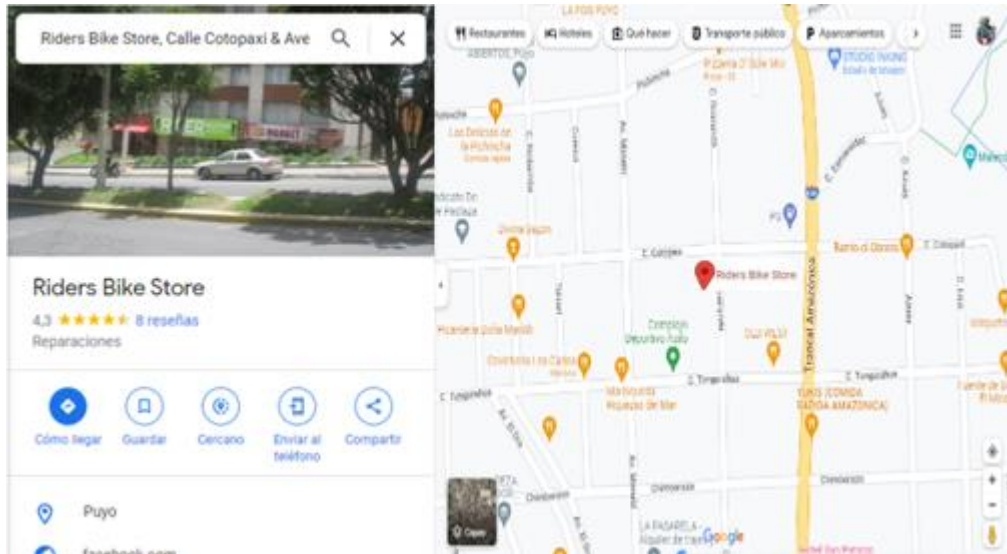
**Tabla 12-5:** Estrategia de precios para la empresa Riders Bike Store

| <b>Objetivo</b>  | <b>Estrategia</b>  | <b>Programa</b>            | <b>Responsables</b> |
|--|--|----------------------------|---------------------|
| Lograr un 10% de nuevos clientes que se inclinen por el precio del producto comercializado en la ciudad del Puyo | Determinar el precio del producto en base al precio que estaría dispuesto a pagar el cliente | Costos, precios y utilidad | Gerente Financiero  |

**Fuente:** Empresa Riders Bike Store (2022).

**Realizado por:** Balcázar, R. 2022.

### 5.6.1.3. Plaza

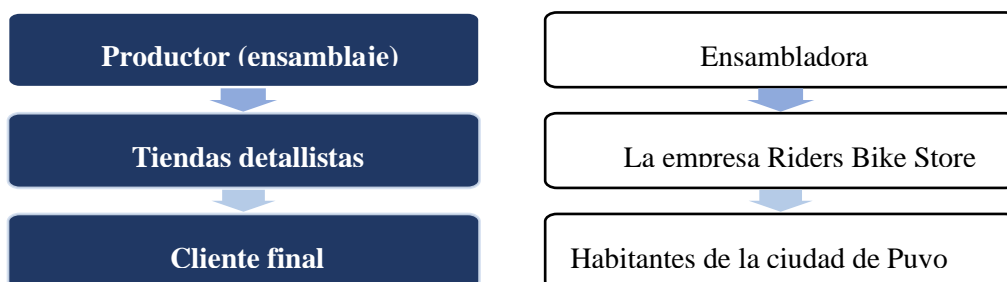


**Ilustración 3-5:** Ubicación de la empresa  
**Fuente:** Glogle maps,2022.

La plaza será distribución de bicicletas en el sector de la Ciudad de Puyo y sus alrededores en lo que se refiere al local ubicado entre la calle Cotopaxi y Avenida Manabí, en donde se exhibirán bicicletas basadas en diseños y calidad que serán llamativas para todos los transeúntes y automóviles que por el sector atraviesen, además estará ubicada el área de mantenimiento y reparaciones y un selecto grupo de profesionales en diseños que harán posibles las ideas innovadoras de cómo personalizar su bicicleta.

### Sistema de distribución

Para la distribución del producto final se utilizará un canal largo en el que intervienen una ensambladora, la tienda detallista y el consumidor final que está ubicado en la ciudad del Puyo, de acuerdo a esto, la entrega se realiza como se muestra en la siguiente ilustración:



**Ilustración 4-5:** Canales de comercialización

**Fuente:** Empresa Riders Bike Store (2022).

**Realizado por:** Balcázar, R. 2022.

En base a la ilustración anterior, al distribuirse el producto final se utiliza un canal indirecto para el ensamblaje de bicicletas, luego se reciben en las bodegas y se comercializan hacia los habitantes en Latacunga como clientes potenciales. Para determinar la estrategia de distribución se considera principalmente su objetivo, para que posteriormente se identifique el programa y su responsabilidad, como se observa en la siguiente tabla

**Tabla 13-5:** Estrategias de distribución

| <b>Objetivo</b>  | <b>Estrategia</b>   | <b>Programa</b>                      | <b>Responsables</b>           |
|--|---|--------------------------------------|-------------------------------|
| Alcanzar el 10% número de clientes potenciales en la distribución del producto en la ciudad del Puyo | Distribuir el producto bajo pedido a través de medios de comunicación virtuales | Distribución de productos eléctricos | Gerente de Marketing y Ventas |

**Fuente:** Empresa Riders Bike Store (2022).

**Realizado por:** Balcázar, R. 2022.

### **Estrategias de ventas**

Entre la principal estrategia de ventas se enfoca hacia el fortalecimiento de las alianzas estratégicas con otras empresas que brinden productos complementarios para que faciliten su comercialización mediante la distribución de bicicletas, como se visualiza en la siguiente tabla.

**Tabla 14-5:** Estrategia de venta

| <b>Objetivo</b>  | <b>Estrategia</b>   | <b>Programa</b>                       | <b>Responsables</b>  |
|--|---|---------------------------------------|----------------------|
| Comercializar el 30% de bicicletas en la ciudad del Puyo | Establecer alianzas estratégicas con los fabricantes de calzado, ropa deportiva para su posicionamiento en del Puyo | Alianzas de comercialización y ventas | Gerente de Marketing |

**Fuente:** Empresa Riders Bike Store (2022).

**Realizado por:** Balcázar, R. 2022.

### **Estrategias de comunicación**

Este tipo de estrategia está dado en identificar a los principales medios de comunicación que se utilizarán para dar a conocer las bicicletas lo que posibilita a conseguir un mayor número de clientes potenciales en ciudad del Puyo generando así un aumento en su posicionamiento de marca por parte de la empresa Riders Bike Store, como se observa en la siguiente tabla.

**Tabla 15-5:** Estrategias de comunicación de la empresa Riders Bike Store

| <b>Objetivo</b>  | <b>Estrategia</b>   | <b>Programa</b>             | <b>Responsables</b>  |
|--|---|-----------------------------|----------------------|
| Incrementar en 10% los clientes potenciales en la compra de bicicletas | Dar a conocer las características del producto mediante redes sociales y página web de la empresa | Ventas y Publicidad digital | Gerente de Marketing |

**Fuente:** Empresa Riders Bike Store (2022).

**Realizado por:** Balcázar, R. 2022.

#### 5.6.1.4. *Promoción*

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

La promoción quiere decir informar y atraer a los clientes a comprar sus productos o servicios. La promoción será determinada por el departamento de marketing, estando presente en las principales ferias. Tener catálogos que se distribuirán en los almacenes de los intermediarios, por Internet y en diversos puntos de información. La promoción está enfocada a:

- Descuentos en fechas festivas.
- Mayor tiempo de crédito.

Para promocionar la empresa a implementarse se hará uso de la publicidad en diferentes medios de comunicación:

- Revistas
- Vallas publicitarias.

El afiche para promocionar la fábrica a crear será el siguiente:

## ***BICICLETA DE RIDERS BIKE STORE***



**Ilustración 5-5:** Afiche publicitario

**Fuente:** Empresa Riders Bike Store (2022).

**Realizado por:** Balcázar, R. 2022.

### **5.7. Estudio administrativo**

#### **5.7.1. Misión para la empresa Riders Bike Store**

Somos una empresa dedicada a proporcionar un servicio de calidad en el ámbito ciclista obteniendo la satisfacción de los clientes ofreciendo principalmente la reparación y mantenimiento en cada una de las bicicletas, priorizando la economía del cliente y pensando en su satisfacción.

#### **5.7.2. Visión para la microempresa Riders Bike Store**

Al 2026, aspiramos a convertirnos en la empresa más reconocida y popular del sector céntrico de Puyo, capaz de generar empleo para las personas cercanas a la industria a través de estrategias que incrementen la eficiencia de la gestión financiera de la empresa para promover el desarrollo económico de la zona.

#### **5.7.3. Objetivos**

- Lograr la rentabilidad optimizando los gastos.
- Mejorar la satisfacción del cliente ofreciendo atención de calidad con la disponibilidad de una variedad de productos.
- Mejorar la eficiencia de los procesos internos y el seguimiento de las actividades mediante la comunicación del equipo.
- Implementar un sistema de contabilidad eficiente a través de la innovación e implementación de nueva tecnología que permita fomentar el alcance de los productos con la ayuda de las



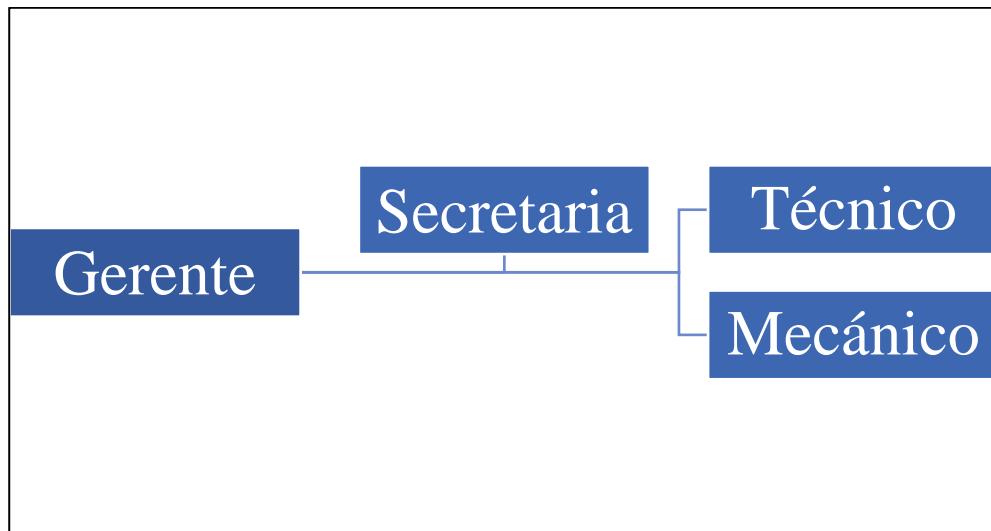
redes sociales.

#### 5.7.4. Estructura organizacional

La estructura organizacional es un elemento básico importante para su funcionamiento porque permite dividir las actividades de acuerdo con su puesto de trabajo y nivel jerárquico de responsabilidad con la ayuda de los recursos humanos de este modo contribuir al logro de los objetivos empresariales.

La estructura organizacional se conforma por tres componentes claves, los cuales son:

- El grado de jerarquía del talento que conforma la organización y la gestión que debe hacer la gerencia varía según la estructura organizacional.
- Delegación de actividades a departamentos o áreas relevantes para la empresa.
- Finalmente, garantiza una buena comunicación entre el personal de los diferentes departamentos de la empresa (Ocampo, 2019).



**Ilustración 6-5:** Estructura Organizacional de Riders Bike Store

**Fuente:** Riders Bike Store, (2022).

**Realizado por:** Balcázar, Ricardo. 2023.

#### 5.7.5. Descripción de los cargos

##### 5.7.5.1. Gerente

- Realizar un seguimiento de cumplimiento de actividades al personal
- Ser guía y motivar al personal para alcanzar las metas propuestas.

- Tomar decisiones de crecimiento del mercado.
- Seleccionar al personal más idóneo y capacitarlo.
- Realizar pagos a trabajadores
- Establecer la misión y visión para la empresa Riders Bike Store

#### 5.7.5.2. *Secretaria*

- Recibir y revisar los documentos concernientes a la empresa.
- Brindar una buena atención al cliente
- Mantener la confidencialidad de todo lo que sucede dentro de la empresa.
- Cobrar las compras realizadas por los clientes.
- Realizar las declaraciones y pagos correspondientes.
- Promocionar los productos en redes sociales y en la tienda física
- Impulsar los productos mediante videos en redes sociales

#### 5.7.5.3. *Mecánico*

- Diagnosticar el estado de la bicicleta con la utilización de herramientas adecuadas.
- Desmontar y montar las diferentes partes de una bicicleta.
- Elaborar un presupuesto que cubra las reparaciones o mantenimiento de la bicicleta.

#### 5.7.5.4. *Técnico*

- Conocimientos técnicos y específicos en el área.
- Manejar un lenguaje técnico y sencillo para comprender al cliente.
- Tener vasta experiencia en el área
- Manejar correctamente las diferentes herramientas especializadas.

## **5.8. Plan técnico**

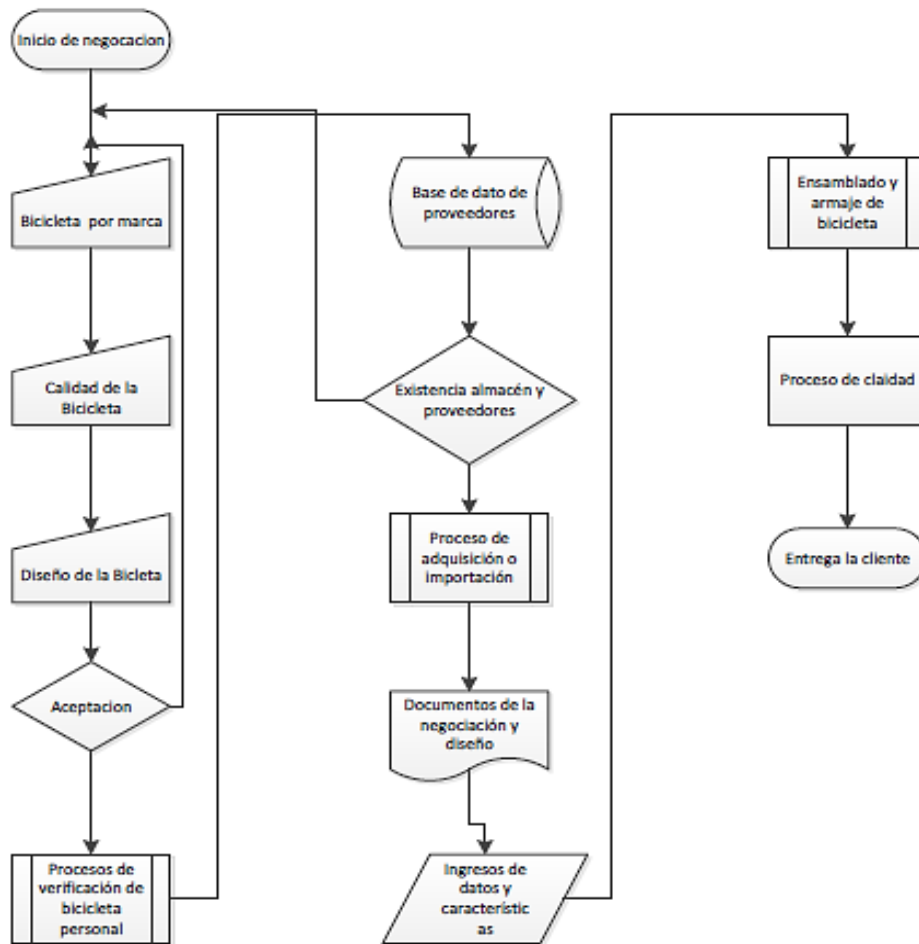
### **5.8.1. *Determinación de la capacidad instalada del negocio***

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

Otro servicio que da la empresa ofrece es el mantenimiento donde el cliente traiga su propio repuesto para la bicicleta y nos indica que es lo que él desea de realizarlo o a su vez venderle el repuesto y además ofrecerá para la comercialización implementos para la seguridad del cliente en el uso de la bicicleta como: casco, guantes, rodilleras, entre otras más, pero manteniendo su principal actividad que es la personalización.

## 5.8.2. Diagrama de procesos

### 5.8.2.1. Proceso de pedidos personalizados de bicicleta

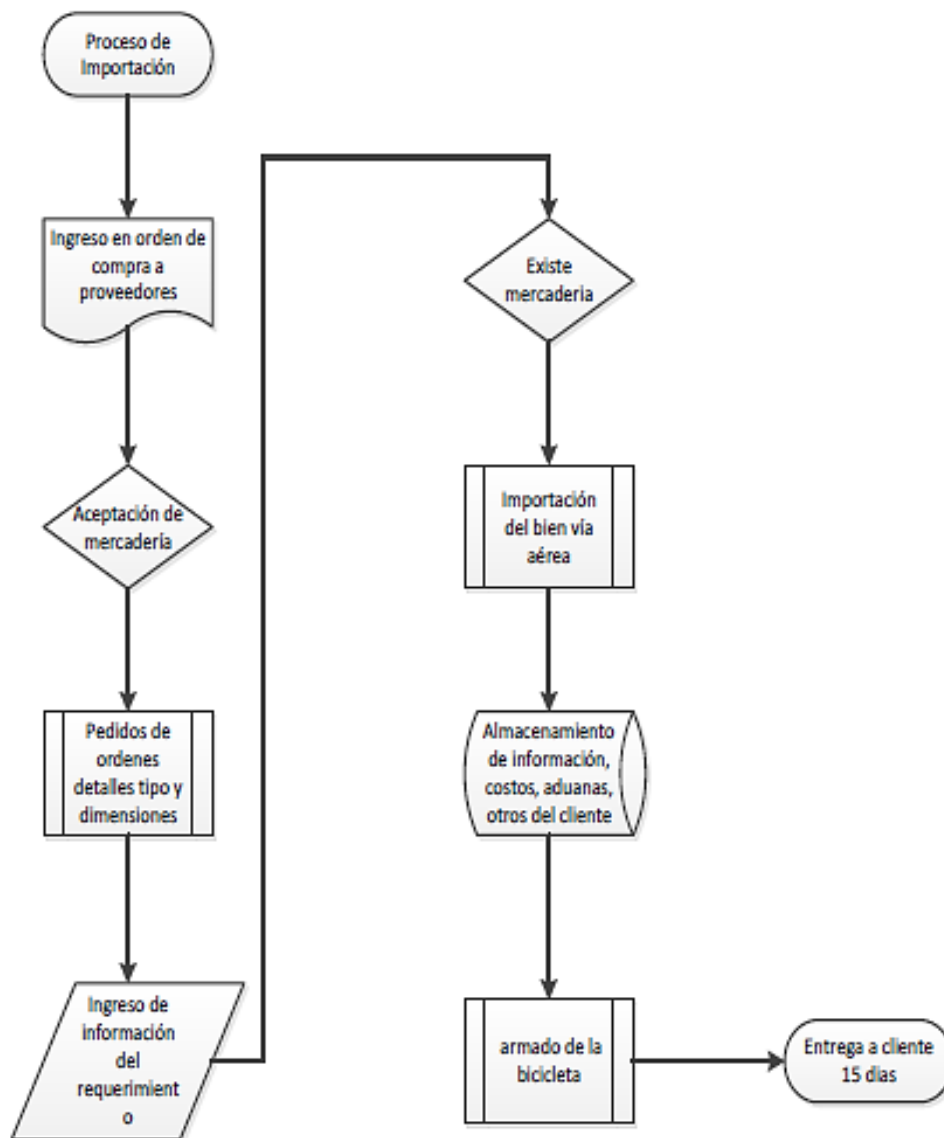


**Ilustración 7-5:** Pedidos personalizados de bicicleta

**Fuente:** Empresa Riders Bike Store (2022).

**Realizado por:** Balcázar, R. 2022.

5.8.2.2. *Proceso de la importación de bicicletas partes y piezas*

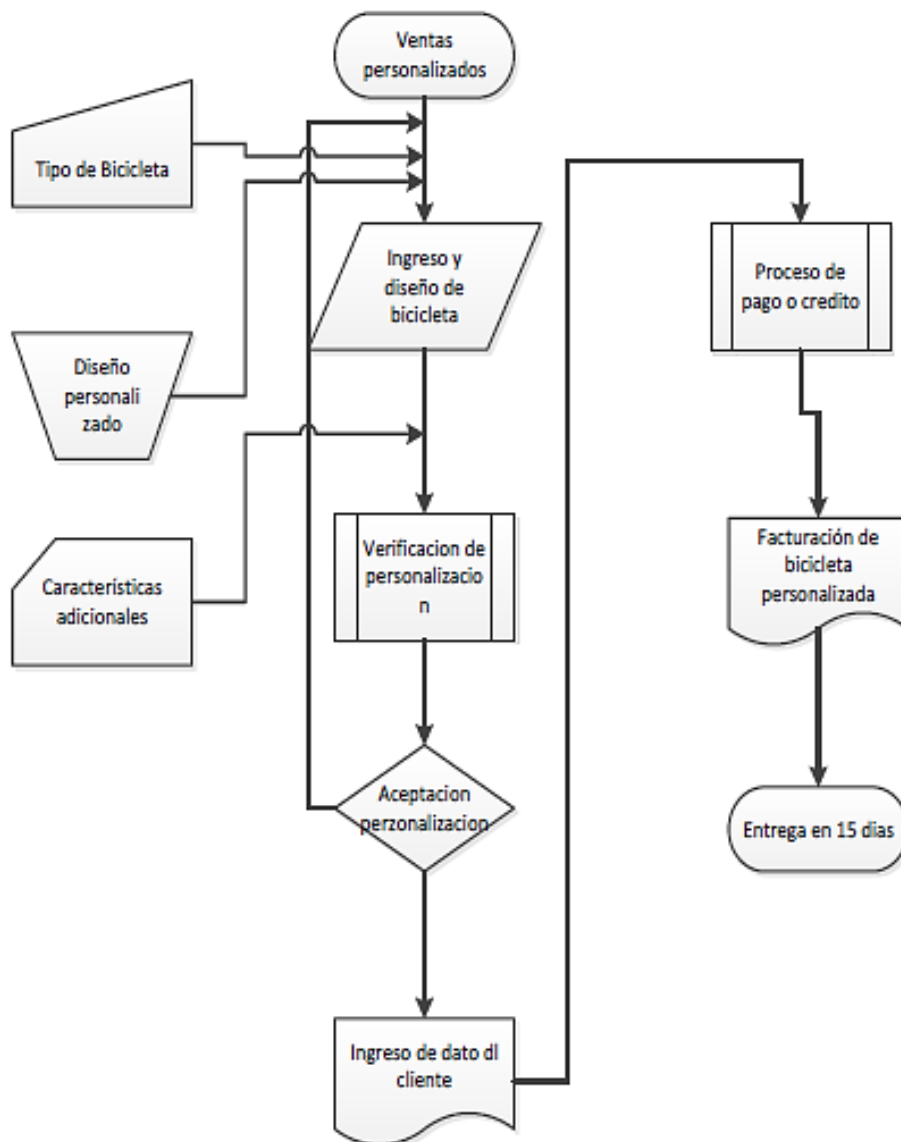


**Ilustración 8-5:** Importación de bicicletas partes y piezas

Fuente: Empresa Riders Bike Store (2022).

Realizado por: Balcázar, R. 2022.

### 5.8.2.3. Proceso de ventas



**Ilustración 9-5:** Proceso de venta

**Fuente:** Empresa Riders Bike Store (2022).

**Realizado por:** Balcázar, R. 2022.

## 5.9. Plan financiero

El plan financiero permitirá conocer la viabilidad de adquirir un sistema contable para la empresa, de este modo facilitar de manera estratégica el cobro de las compras reflejando las ventas reales y la exactitud de los ingresos y egresos.

El plan de inversión que se plantea es para brindar una oportunidad en el desarrollo de la gestión empresarial en base al proyecto de mejora el cual conlleva a costos y gastos de tal manera requiere de una serie de análisis situacional que permite a la empresa una visión más clara para la toma de decisiones.

### 5.9.1. Activo no corriente

Para lo cual se analiza el activo corriente que está compuesto por el área de producción (mantenimiento de la bicicletas) y el área administrativa donde se demuestra lo siguiente:

**Tabla 16-5:** Activos no corrientes

| <b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>              | <b>Cantidad</b> | <b>Valor con IVA Total</b> | <b>Vida Útil</b> | <b>VALOR RESIDUAL</b> | <b>Depreciación Anual</b> | <b>Depreciación mensual</b> |
|---|-----------------|----------------------------|------------------|-----------------------|---------------------------|-----------------------------|
| <b>ÁREA DE PRODUCCIÓN</b>               |                 |                            |                  |                       |                           |                             |
| Sistema de ensamblaje doble y corte     | 1               | 2.600,00                   | 10               |                       | 260,00                    | 21,67                       |
| Tubo concéntrico 15 diámetro            | 100             | 12                         | 10               |                       | 1,20                      | 0,10                        |
| Piscina enfriamiento                    | 1               | 1.500,00                   | 10               |                       | 150,00                    | 12,50                       |
| Mesa Perforada para diseño              | 1               | 750                        | 10               |                       | 75,00                     | 6,25                        |
| Mesa trabajo                            | 3               | 420                        | 10               |                       | 42,00                     | 3,50                        |
| Herramientas y entorno                  | 5               | 125                        | 10               |                       | 12,50                     | 1,04                        |
| Accesorios varios de bicicleta          | 50              | 50                         | 10               |                       | 5,00                      | 0,42                        |
| Accesorio de pinturas, cauchos y varios | 50              | 35                         | 10               |                       | 3,50                      | 0,29                        |
| <b>TOTAL</b>                            |                 | <b>5.492,00</b>            |                  |                       | <b>549,20</b>             | <b>45,77</b>                |
| <b>ÁREA ADMINISTRATIVA</b>              |                 |                            |                  |                       |                           |                             |
| Computadores                            | 4               | 550                        | 3,3              |                       | 166,67                    | 13,89                       |

|                               |    |                 |     |  |               |              |
|-------------------------------|----|-----------------|-----|--|---------------|--------------|
| Muebles y Enseres             | 2  | 900             | 10  |  | 90,00         | 7,50         |
| Impresora Multifuncional      | 4  | 120             | 3,3 |  | 36,36         | 3,03         |
| Teléfonos                     | 4  | 400             | 3,3 |  | 121,21        | 10,10        |
| Archivadores                  | 4  | 250             | 10  |  | 25,00         | 2,08         |
| Acondicionares de Aire        | 2  | 850             | 10  |  | 85,00         | 7,08         |
| inventario bicicleta          | 50 | 250             | 10  |  | 25,00         | 2,08         |
| Otros equipos administrativos | 10 | 2.000,00        | 10  |  | 200,00        | 16,67        |
| <b>TOTAL</b>                  |    | <b>5.320,00</b> |     |  | <b>749,24</b> | <b>62,44</b> |

Fuente: Empresa Riders Bike Store (2022).

Realizado por: Balcázar, R. 2022.

Al verificar la tabla anterior se puede evidenciar las amortizaciones y depreciaciones correspondiente las que determina la vida útil de cada uno de los bienes que son parte del proceso de comercialización y mantenimiento de las bicicletas las cuales ayudan a que el dueño tenga una mejor visión de su área de producción como área administrativa

### 5.9.2. Gastos pre operativos

Los gastos pre operativos son los gastos que incluyen antes de ejecutar las estrategias de la empresa siendo estos necesarios para poder expandir cada actividad que se desarrolla dentro de comercialización y mantenimiento de las bicicletas para ellos demuestra a continuación:

**Tabla 17-5:** Gastos pre operativos

| <b>GASTOS PRE-OPERATIVOS</b>          | <b>Valor Total</b> |
|---------------------------------------|--------------------|
| Registro de Marca + Gastos legales    | 500                |
| Registro Sanitario                    | 410                |
| Gastos de Imagen Corporativa          | 800                |
| Gastos de Investigación de Mercado    | 1500               |
| <b>TOTAL GASTOS PRE-OPERACIONALES</b> | <b>3.210,00</b>    |

Fuente: Empresa Riders Bike Store (2022).

Realizado por: Balcázar, R. 2022.

### 5.9.3. Inversión total inicial

Para poder desarrollar la invención inicial de la comercialización de las bicicletas se considera la adquisición de todos los activos fijos y diferidos los cuales son necesarios para poner en marcha las estrategias planteadas con exención del capital del trabajo y estos se detallan a continuación:



**Tabla 18-5:** Inversión total inicial

| <b>INVERSIÓN INICIAL</b>       | <b>Valor Total</b> |
|--------------------------------|--------------------|
| TOTAL INVERSIÓN FIJA           | 10.812,00          |
| TOTAL GASTOS PRE-OPERACIONALES | 3.210,00           |
| CAPITAL DE TRABAJO             | 40.930,51          |
| <b>TOTAL INVERSIÓN INICIAL</b> | <b>54.952,51</b>   |

Fuente: Empresa Riders Bike Store (2022).

Realizado por: Balcázar, R. 2022.

#### 5.9.4. *Ingresos-egresos proyectados*

##### **Ingreso por ventas**

Los ingresos son considerados cada uno de las ventas de las bicicletas y el mantenimiento que se realiza por ende se plasma un proyección donde si la empresa aplica las estrategias de marketing mix adecuadamente podrá plasmar un incremento d ellos ingresos

**Tabla 19-5:** Ingreso por ventas

| <b>Detalle</b>                          | <b>Año 1</b>     | <b>Año 2</b>     | <b>Año 3</b>     | <b>Año 4</b>     | <b>Año 5</b>     |
|---|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Unidades Vendidas al Mes                | 34               | 38               | 42               | 44               | 48               |
| Precio de Venta                         | 450,00           | 450,00           | 450,00           | 450,00           | 450,00           |
| Mantenimiento y reparación de bicicleta | 1.560,00         | 1.680,00         | 1.760,00         | 1.800,00         | 2.320,00         |
| <b>Ingresos Mensuales</b>               | <b>16860,00</b>  | <b>18780,00</b>  | <b>20660,00</b>  | <b>21600,00</b>  | <b>23920,00</b>  |
| <b>INGRESOS ANUALES</b>                 | <b>202320,00</b> | <b>225360,00</b> | <b>247920,00</b> | <b>259200,00</b> | <b>287040,00</b> |

Fuente: Empresa Riders Bike Store (2022).

Realizado por: Balcázar, R. 2022.

##### **Costo total materiales directos de fabricación bicicleta**

Los costos de materiales directos para el mantenimiento y comercialización de las bicicletas son los componentes que se utilizan para dar el servicio de forma adecuada y estos están detallados en la siguiente tabla

**Tabla 20-5:** Costo total materiales directos de fabricación bicicleta

| <b>COSTO TOTAL MATERIALES DIRECTOS DE FABRICACION BICICLETA</b> |                   |                   |                   |                   |                   |
|---|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| <b>Detalle</b>  | <b>Año 1</b>      | <b>Año 2</b>      | <b>Año 3</b>      | <b>Año 4</b>      | <b>Año 5</b>      |
| Material Directo por unidad                                     | 34                | 38                | 42                | 44                | 48                |
| Unidades al mes   | 300               | 300               | 300               | 310,34            | 300               |
| Costo Material Directo / Mes                                    | 10.200,00         | 11.400,00         | 12.600,00         | 13.654,96         | 14.400,00         |
| <b>Costo Material Directo / Año</b>                             | <b>122.400,00</b> | <b>136.800,00</b> | <b>151.200,00</b> | <b>163.859,52</b> | <b>172.800,00</b> |

Fuente: Empresa Riders Bike Store (2022).

Realizado por: Balcázar, R. 2022.

**MANO DE OBRA DIRECTA (FIJA)**

La mano directa esta considerados los operarios y el supervisión de la planta quien es las personas que se relacionan directamente con la verificación de la materia prima sea la adecuada en el caso de mantenimiento y la comercialización

**Tabla 21-5:** Mano de obra directa (FIJA)

| <b>MANO DE OBRA DIRECTA (FIJA)</b> | <b>No. de personal</b> | <b>Sueldo mensual Bruto</b> | <b>Remuneración mensual</b> | <b>% Beneficios sociales</b> | <b>Costo MOD mensual</b> |
|------------------------------------|------------------------|-----------------------------|-----------------------------|------------------------------|--------------------------|
| Operadores                         | 3                      | 425                         | 1.275,00                    | 22,60%                       | 1.563,15                 |
| Supervisor de Planta               | 1                      | 520                         | 520,00                      | 22,60%                       | 637,52                   |
| <b>TOTAL</b>                       | <b>4</b>               | <b>945,00</b>               | <b>1795,00</b>              |                              | <b>2200,67</b>           |

| <b>COSTO TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA</b> |                  |                  |                  |                  |                  |
|---|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| <b>Detalle</b>                          | <b>Año 1</b>     | <b>Año 2</b>     | <b>Año 3</b>     | <b>Año 4</b>     | <b>Año 5</b>     |
| Costo MOD / mes                         | 2.200,67         | 2.200,67         | 2.200,67         | 2.200,67         | 2.200,67         |
| <b>Costo MOD / Año</b>                  | <b>26.408,04</b> | <b>26.408,04</b> | <b>26.408,04</b> | <b>26.408,04</b> | <b>26.408,04</b> |

Fuente: Empresa Riders Bike Store (2022).

Realizado por: Balcázar, R. 2022.

## PRESUPUESTO EN COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

Los gastos indirectos de fabricación se definen generalmente como el conjunto de materiales indirectos, mano de obra indirecta y todos aquellos gastos de fábrica correspondientes a un periodo, que no se pueden imputar convenientemente a unidades, trabajos o productos específicos

**Tabla 22-5:** Presupuesto en costos indirectos de fabricación

| Detalle                         | Año 1          | Año 2          | Año 3          | Año 4          | Año 5          |
|---------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Energía Eléctrica para Prod.    | 30             | 30             | 30             | 30             | 30             |
| Agua para temperatura tubos     | 25             | 25             | 25             | 25             | 25             |
| repuestos y accesorio bicicleta | 15             | 15             | 15             | 15             | 15             |
| Mantenimiento de materia prima  | 60             | 60             | 60             | 60             | 60             |
| Depreciación PP&E               | 45,77          | 45,77          | 45,77          | 45,77          | 45,77          |
| CIF Mensuales                   | <b>175,77</b>  | <b>175,77</b>  | <b>175,77</b>  | <b>175,77</b>  | <b>175,77</b>  |
| <b>CIF ANUALES</b>              | <b>2109,20</b> | <b>2109,20</b> | <b>2109,20</b> | <b>2109,20</b> | <b>2109,20</b> |

Fuente: Empresa Riders Bike Store (2022).

Realizado por: Balcázar, R. 2022.

## Costo de producción total

**Tabla 23-5:** Costo de producción total

| COSTO DE PRODUCCIÓN TOTAL     |                   |                   |                   |                   |                   |
|-------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Detalle                       | Año 1             | Año 2             | Año 3             | Año 4             | Año 5             |
| Costo Material Directo / Año  | 122.400,00        | 136.800,00        | 151.200,00        | 163.859,52        | 172.800,00        |
| Costo MOD / Año               | 26.408,04         | 26.408,04         | 26.408,04         | 26.408,04         | 26.408,04         |
| CIF ANUALES                   | 2109,20           | 2109,20           | 2109,20           | 2109,20           | 2109,20           |
| <b>COSTO PRODUCCIÓN TOTAL</b> | <b>150.917,24</b> | <b>165.317,24</b> | <b>179.717,24</b> | <b>192.376,76</b> | <b>201.317,24</b> |

Fuente: Empresa Riders Bike Store (2022).

Realizado por: Balcázar, R. 2022.

### 5.9.5. Presupuestos proyectados

El presupuesto permite a la empresa prever las necesidades a corto plazo para poder plantear reducir de forma adecuada del endeudamiento con terceros y poder desarrollar inversiones a corto plazo y para esto se desarrolla de cada una de las cuentas que interviene y estas están detalladas a continuación:

**Tabla 24-5:** Presupuesto de sueldos y salarios administrativos

| Sueldos y Salarios | No. de personal | Sueldo mensual Bruto | Valor Horas Extras | Remuneración mensual | % Beneficios sociales |
|--------------------|-----------------|----------------------|--------------------|----------------------|-----------------------|
| Gerente Ventas     | 1               | 550,00               | -                  | 550,00               | 26,50%                |
| Secretaria         | 1               | 425,00               | -                  | 425,00               | 26,50%                |
| <b>TOTAL</b>       | <b>2</b>        | <b>975,00</b>        | <b>0</b>           | <b>975,00</b>        |                       |

#### Presupuesto de sueldos y salarios administrativos

| Detalle                         | Año 1              | Año 2              | Año 3              | Año 4              | Año 5              |
|---------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Sueldos y Salarios / mes        | 11700,000          | 11700,000          | 11700,000          | 11700,000          | 11700,000          |
| <b>Sueldos y Salarios / año</b> | <b>\$14.800,50</b> | <b>\$11.700,00</b> | <b>\$11.700,00</b> | <b>\$11.700,00</b> | <b>\$11.700,00</b> |

Fuente: Empresa Riders Bike Store (2022).

Realizado por: Balcázar, R. 2022.

**Tabla 25-5:** Presupuesto de Servicios Básicos para la Administración

| Presupuesto de Servicios Básicos para la Administración |               |               |               |               |               |
|---|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Detalle   | Año 1         | Año 2         | Año 3         | Año 4         | Año 5         |
| Serv. Básicos / mes                                     | 20,00         | 20,00         | 20,00         | 20,00         | 20,00         |
| <b>Serv. Básicos / año</b>                              | <b>240,00</b> | <b>240,00</b> | <b>240,00</b> | <b>240,00</b> | <b>240,00</b> |

Fuente: Empresa Riders Bike Store (2022).

Realizado por: Balcázar, R. 2022.

**Tabla 26-5:** Presupuesto de suministros de oficina

| Presupuesto de Suministros de Oficina |                 |                 |                 |                 |                 |
|---------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Detalle                               | Año 1           | Año 2           | Año 3           | Año 4           | Año 5           |
| Suministros al mes                    | \$15,00         | \$15,00         | \$15,00         | \$15,00         | \$15,00         |
| <b>Suministros al año</b>             | <b>\$180,00</b> | <b>\$180,00</b> | <b>\$180,00</b> | <b>\$180,00</b> | <b>\$180,00</b> |

Fuente: Empresa Riders Bike Store (2022).

Realizado por: Balcázar, R. 2022.

**Tabla 27-5:** Presupuesto de asesorías contables y legales

| <b>Presupuesto de Asesorías Contables y Legales</b> |                   |                   |                   |                   |                   |
|---|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| <b>Detalle</b>                                      | <b>Año 1</b>      | <b>Año 2</b>      | <b>Año 3</b>      | <b>Año 4</b>      | <b>Año 5</b>      |
| Asesoría / mes                                      | \$120,00          | \$120,00          | \$120,00          | \$120,00          | \$120,00          |
| <b>Asesoría / año</b>                               | <b>\$1.440,00</b> | <b>\$1.440,00</b> | <b>\$1.440,00</b> | <b>\$1.440,00</b> | <b>\$1.440,00</b> |

Fuente: Empresa Riders Bike Store (2022).

Realizado por: Balcázar, R. 2022.

**Tabla 28-5:** Presupuesto de internet y celular

| <b>Presupuesto de Internet y Celular</b> |               |               |               |               |               |
|--|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| <b>Detalle</b>                           | <b>Año 1</b>  | <b>Año 2</b>  | <b>Año 3</b>  | <b>Año 4</b>  | <b>Año 5</b>  |
| Internet y Celular / mes                 | 40,00         | 40,00         | 40,00         | 40,00         | 40,00         |
| <b>Internet y Celular</b>                | <b>480,00</b> | <b>480,00</b> | <b>480,00</b> | <b>480,00</b> | <b>480,00</b> |

Fuente: Empresa Riders Bike Store (2022).

Realizado por: Balcázar, R. 2022.

**Tabla 29-5:** Presupuesto de permisos

| <b>Presupuesto de Permisos</b> |                 |                 |                 |                 |                 |
|--------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| <b>Detalle</b>                 | <b>Año 1</b>    | <b>Año 2</b>    | <b>Año 3</b>    | <b>Año 4</b>    | <b>Año 5</b>    |
| <b>Permisos / año</b>          | <b>\$120,00</b> | <b>\$120,00</b> | <b>\$120,00</b> | <b>\$120,00</b> | <b>\$120,00</b> |

Fuente: Empresa Riders Bike Store (2022).

Realizado por: Balcázar, R. 2022.

**Tabla 30-5:** Presupuesto de Depreciación Área Administrativa

| <b>Presupuesto de Depreciación Área Administrativa</b> |                 |                 |                 |                 |                 |
|--|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| <b>Detalle</b>   | <b>Año 1</b>    | <b>Año 2</b>    | <b>Año 3</b>    | <b>Año 4</b>    | <b>Año 5</b>    |
| Deprec. Área Adm. / mes                                | \$62,44         | \$62,44         | \$62,44         | \$62,44         | \$62,44         |
| <b>Deprec. Área Adm. / año</b>                         | <b>\$749,24</b> | <b>\$749,24</b> | <b>\$749,24</b> | <b>\$749,24</b> | <b>\$749,24</b> |

Fuente: Empresa Riders Bike Store (2022).

Realizado por: Balcázar, R. 2022.

**Tabla 31-5:** Presupuesto de mantenimiento del vehículo

| <b>Presupuesto de Mantenimiento del Vehículo</b> |                   |                   |                   |                   |                   |
|--|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| <b>Detalle</b>                                   | <b>Año 1</b>      | <b>Año 2</b>      | <b>Año 3</b>      | <b>Año 4</b>      | <b>Año 5</b>      |
| Mant. Vehículo / mes                             | \$250,00          | \$250,00          | \$250,00          | \$250,00          | \$250,00          |
| <b>Mant. Vehículo / año</b>                      | <b>\$3.000,00</b> | <b>\$3.000,00</b> | <b>\$3.000,00</b> | <b>\$3.000,00</b> | <b>\$3.000,00</b> |

Fuente: Empresa Riders Bike Store (2022).

Realizado por: Balcázar, R. 2022.

**Tabla 32-5:** "Amortización" de Gastos de Pre-Operacionales

| <b>"Amortización" de Gastos de Pre-Operacionales</b> |                   |              |              |              |              |
|--|-------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| <b>Detalle</b>                                       | <b>Año 1</b>      | <b>Año 2</b> | <b>Año 3</b> | <b>Año 4</b> | <b>Año 5</b> |
| <b>Gastos Pre-operacionales</b>                      | <b>\$2.000,00</b> | <b>\$ -</b>  | <b>\$ -</b>  | <b>\$ -</b>  | <b>\$ -</b>  |

Fuente: Empresa Riders Bike Store (2022).

Realizado por: Balcázar, R. 2022.

**Tabla 33-5:** Gastos administrativos

| <b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b> |                  |                  |                  |                  |                  |
|-------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| <b>Detalle</b>                | <b>Año 1</b>     | <b>Año 2</b>     | <b>Año 3</b>     | <b>Año 4</b>     | <b>Año 5</b>     |
| Sueldos y Salarios / año      | \$14.800,50      | \$11.700,00      | \$11.700,00      | \$11.700,00      | \$11.700,00      |
| Serv. Básicos / año           | 240,00           | 240,00           | 240,00           | 240,00           | 240,00           |
| Suministros al año            | \$180,00         | \$180,00         | \$180,00         | \$180,00         | \$180,00         |
| Asesoría / año                | \$1.440,00       | \$1.440,00       | \$1.440,00       | \$1.440,00       | \$1.440,00       |
| Internet y Celular            | 480,00           | 480,00           | 480,00           | 480,00           | 480,00           |
| Permisos / año                | \$120,00         | \$120,00         | \$120,00         | \$120,00         | \$120,00         |
| Deprec. Área Adm. / año       | \$749,24         | \$749,24         | \$749,24         | \$749,24         | \$749,24         |
| Mant. Vehículo / año          | \$3.000,00       | \$3.000,00       | \$3.000,00       | \$3.000,00       | \$3.000,00       |
| Gastos Pre-operacionales      | \$2.000,00       | \$ -             | \$ -             | \$ -             | \$ -             |
| <b>TOTAL GASTOS ADM.</b>      | <b>22.478,44</b> | <b>20.478,44</b> | <b>20.478,44</b> | <b>20.478,44</b> | <b>20.478,44</b> |

Fuente: Empresa Riders Bike Store (2022).

Realizado por: Balcázar, R. 2022.

**Tabla 34-5:** Presupuesto de Comisión en Ventas

| <b>Presupuesto de Comisión en Ventas</b> |                   |                   |                   |                   |                   |
|--|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| <b>Detalle</b>                           | <b>Año 1</b>      | <b>Año 2</b>      | <b>Año 3</b>      | <b>Año 4</b>      | <b>Año 5</b>      |
| <b>Comisiones anuales</b>                | <b>\$4.586,40</b> | <b>\$4.939,20</b> | <b>\$5.174,40</b> | <b>\$5.292,00</b> | <b>\$6.820,80</b> |

Fuente: Empresa Riders Bike Store (2022).

Realizado por: Balcázar, R. 2022.

**Tabla 35-5:** Presupuesto de Publicidad

| <b>Presupuesto de Publicidad</b> |                   |                   |                   |                   |                   |
|----------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| <b>Detalle</b>                   | <b>Año 1</b>      | <b>Año 2</b>      | <b>Año 3</b>      | <b>Año 4</b>      | <b>Año 5</b>      |
| Publicidad / mes                 | 250,00            | 250,00            | 250,00            | 250,00            | 250,00            |
| <b>Publicidad anual</b>          | <b>\$3.000,00</b> | <b>\$3.000,00</b> | <b>\$3.000,00</b> | <b>\$3.000,00</b> | <b>\$3.000,00</b> |

Fuente: Empresa Riders Bike Store (2022).

Realizado por: Balcázar, R. 2022.

**Tabla 36-5:** Gastos de ventas

| <b>GASTOS DE VENTAS</b> |                 |                 |                 |                 |                  |
|-------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|------------------|
| <b>Detalle</b>          | <b>Año 1</b>    | <b>Año 2</b>    | <b>Año 3</b>    | <b>Año 4</b>    | <b>Año 5</b>     |
| Transp. - Com. / año    | \$360,00        | \$360,00        | \$360,00        | \$360,00        | \$360,00         |
| Comisiones anuales      | \$4.586,40      | \$4.939,20      | \$5.174,40      | \$5.292,00      | \$6.820,80       |
| Publicidad anual        | \$3.000,00      | \$3.000,00      | \$3.000,00      | \$3.000,00      | \$3.000,00       |
| <b>TOTAL G. VENTAS</b>  | <b>7.946,40</b> | <b>8.299,20</b> | <b>8.534,40</b> | <b>8.652,00</b> | <b>10.180,80</b> |

Fuente: Empresa Riders Bike Store (2022).

Realizado por: Balcázar, R. 2022.

### 5.9.6. Crédito

#### Capital de trabajo

El capital de trabajo se considera a la diferencia del activo corriente y el pasivo corriente siendo este la existencia a corto plazo el cual se debe cumplir y se muestra a continuación

**Tabla 37-5:** Capital de trabajo

| <b>CAPITAL DE TRABAJO</b> |                   |
|---------------------------|-------------------|
|                           | Año 1             |
| COSTO DE VENTA            | 150.917,24        |
| GASTOS ADM.               | 22.478,44         |
| GASTOS VENTA              | 7.946,40          |
| <b>CAO</b>                | <b>181.342,08</b> |
| <b>CAPITAL DE TRABAJO</b> | <b>40.930,51</b>  |

Fuente: Empresa Riders Bike Store (2022).

Realizado por: Balcázar, R. 2022.

### **Inversión total**

La inversión total es la asignación de los recursos necesarios para poder comercializar las bicicletas y dar mantenimiento de estas y de esta forma satisfacer necesidades en la presente y de futuro de la empresa.

**Tabla 38-5:** Inversión total

|                          |             |                    |
|--------------------------|-------------|--------------------|
| <b>Inversión Total</b>   |             |                    |
| INVERSIÓN FIJA           | 10.812,00   |                    |
| GASTOS PRE-OPERACIONALES | 3.210,00    |                    |
| CAPITAL DE TRABAJO       | \$40.930,51 |                    |
| <b>TOTAL</b>             |             | <b>\$54.952,51</b> |
| <b>Capital Propio</b>    |             | <b>\$15.000,00</b> |
| <b>CAPITAL REQUERIDO</b> |             | <b>39.952,51</b>   |

Fuente: Empresa Riders Bike Store (2022).

Realizado por: Balcázar, R. 2022.

### **CONDICIONES DEL CREDITO**

El crédito a realizarse se considera oportuno para poder aplicar las estrategias para que el negocio tome crecimiento en el mercado de la ciudad del Puyo y de esta forma pueda brindar un servicio de calidad para ellos se considera realizar un préstamo de 40000,00 dólares los serán pagados a 5 años en cuotas mensuales de 930,73 dólares y esto está determinado en la siguiente tabla de amortización.



**Tabla 39-5:** Tabla de amortización

| Importe del préstamo           |            | \$ 40.000,00 |           |           |           |              |
|--------------------------------|------------|--------------|-----------|-----------|-----------|--------------|
| Tasa de interés anual          |            | 14%          |           |           |           |              |
| Período del préstamo en años   |            | 5            |           |           |           |              |
| Fecha de inicio del préstamo   |            | 28/12/2022   |           |           |           |              |
| Pago mensual                   |            | \$ 930,73    |           |           |           |              |
| Número de pagos                |            | 60           |           |           |           |              |
| Importe total de los intereses |            | \$ 15.843,80 |           |           |           |              |
| Costo total del préstamo       |            | \$ 55.843,80 |           |           |           |              |
| N.º                            | Pago Fecha | Inicio Saldo | Pago      | Principal | Interés   | Fin Saldo    |
| 1                              | 28/1/2023  | \$ 40.000,00 | \$ 930,73 | \$ 464,06 | \$ 466,67 | \$ 39.535,94 |
| 2                              | 28/2/2023  | \$ 39.535,94 | \$ 930,73 | \$ 469,48 | \$ 461,25 | \$ 39.066,46 |
| 3                              | 28/3/2023  | \$ 39.066,46 | \$ 930,73 | \$ 474,95 | \$ 455,78 | \$ 38.591,50 |
| 4                              | 28/4/2023  | \$ 38.591,50 | \$ 930,73 | \$ 480,50 | \$ 450,23 | \$ 38.111,01 |
| 5                              | 28/5/2023  | \$ 38.111,01 | \$ 930,73 | \$ 486,10 | \$ 444,63 | \$ 37.624,91 |
| 6                              | 28/6/2023  | \$ 37.624,91 | \$ 930,73 | \$ 491,77 | \$ 438,96 | \$ 37.133,13 |
| 7                              | 28/7/2023  | \$ 37.133,13 | \$ 930,73 | \$ 497,51 | \$ 433,22 | \$ 36.635,62 |
| 8                              | 28/8/2023  | \$ 36.635,62 | \$ 930,73 | \$ 503,31 | \$ 427,42 | \$ 36.132,31 |
| 9                              | 28/9/2023  | \$ 36.132,31 | \$ 930,73 | \$ 509,19 | \$ 421,54 | \$ 35.623,12 |
| 10                             | 28/10/2023 | \$ 35.623,12 | \$ 930,73 | \$ 515,13 | \$ 415,60 | \$ 35.108,00 |
| 11                             | 28/11/2023 | \$ 35.108,00 | \$ 930,73 | \$ 521,14 | \$ 409,59 | \$ 34.586,86 |
| 12                             | 28/12/2023 | \$ 34.586,86 | \$ 930,73 | \$ 527,22 | \$ 403,51 | \$ 34.059,64 |
| 13                             | 28/1/2024  | \$ 34.059,64 | \$ 930,73 | \$ 533,37 | \$ 397,36 | \$ 33.526,28 |
| 14                             | 28/2/2024  | \$ 33.526,28 | \$ 930,73 | \$ 539,59 | \$ 391,14 | \$ 32.986,69 |
| 15                             | 28/3/2024  | \$ 32.986,69 | \$ 930,73 | \$ 545,89 | \$ 384,84 | \$ 32.440,80 |
| 16                             | 28/4/2024  | \$ 32.440,80 | \$ 930,73 | \$ 552,25 | \$ 378,48 | \$ 31.888,55 |
| 17                             | 28/5/2024  | \$ 31.888,55 | \$ 930,73 | \$ 558,70 | \$ 372,03 | \$ 31.329,85 |
| 18                             | 28/6/2024  | \$ 31.329,85 | \$ 930,73 | \$ 565,22 | \$ 365,51 | \$ 30.764,63 |
| 19                             | 28/7/2024  | \$ 30.764,63 | \$ 930,73 | \$ 571,81 | \$ 358,92 | \$ 30.192,82 |
| 20                             | 28/8/2024  | \$ 30.192,82 | \$ 930,73 | \$ 578,48 | \$ 352,25 | \$ 29.614,34 |
| 21                             | 28/9/2024  | \$ 29.614,34 | \$ 930,73 | \$ 585,23 | \$ 345,50 | \$ 29.029,11 |
| 22                             | 28/10/2024 | \$ 29.029,11 | \$ 930,73 | \$ 592,06 | \$ 338,67 | \$ 28.437,06 |
| 23                             | 28/11/2024 | \$ 28.437,06 | \$ 930,73 | \$ 598,96 | \$ 331,77 | \$ 27.838,09 |
| 24                             | 28/12/2024 | \$ 27.838,09 | \$ 930,73 | \$ 605,95 | \$ 324,78 | \$ 27.232,14 |
| 25                             | 28/1/2025  | \$ 27.232,14 | \$ 930,73 | \$ 613,02 | \$ 317,71 | \$ 26.619,12 |
| 26                             | 28/2/2025  | \$ 26.619,12 | \$ 930,73 | \$ 620,17 | \$ 310,56 | \$ 25.998,95 |
| 27                             | 28/3/2025  | \$ 25.998,95 | \$ 930,73 | \$ 627,41 | \$ 303,32 | \$ 25.371,54 |
| 28                             | 28/4/2025  | \$ 25.371,54 | \$ 930,73 | \$ 634,73 | \$ 296,00 | \$ 24.736,81 |
| 29                             | 28/5/2025  | \$ 24.736,81 | \$ 930,73 | \$ 642,13 | \$ 288,60 | \$ 24.094,67 |
| 30                             | 28/6/2025  | \$ 24.094,67 | \$ 930,73 | \$ 649,63 | \$ 281,10 | \$ 23.445,05 |
| 31                             | 28/7/2025  | \$ 23.445,05 | \$ 930,73 | \$ 657,20 | \$ 273,53 | \$ 22.787,84 |
| 32                             | 28/8/2025  | \$ 22.787,84 | \$ 930,73 | \$ 664,87 | \$ 265,86 | \$ 22.122,97 |
| 33                             | 28/9/2025  | \$ 22.122,97 | \$ 930,73 | \$ 672,63 | \$ 258,10 | \$ 21.450,34 |
| 34                             | 28/10/2025 | \$ 21.450,34 | \$ 930,73 | \$ 680,48 | \$ 250,25 | \$ 20.769,87 |
| 35                             | 28/11/2025 | \$ 20.769,87 | \$ 930,73 | \$ 688,41 | \$ 242,32 | \$ 20.081,45 |
| 36                             | 28/12/2025 | \$ 20.081,45 | \$ 930,73 | \$ 696,45 | \$ 234,28 | \$ 19.385,01 |
| 37                             | 28/1/2026  | \$ 19.385,01 | \$ 930,73 | \$ 704,57 | \$ 226,16 | \$ 18.680,43 |
| 38                             | 28/2/2026  | \$ 18.680,43 | \$ 930,73 | \$ 712,79 | \$ 217,94 | \$ 17.967,64 |
| 39                             | 28/3/2026  | \$ 17.967,64 | \$ 930,73 | \$ 721,11 | \$ 209,62 | \$ 17.246,54 |
| 40                             | 28/4/2026  | \$ 17.246,54 | \$ 930,73 | \$ 729,52 | \$ 201,21 | \$ 16.517,01 |
| 41                             | 28/5/2026  | \$ 16.517,01 | \$ 930,73 | \$ 738,03 | \$ 192,70 | \$ 15.778,98 |
| 42                             | 28/6/2026  | \$ 15.778,98 | \$ 930,73 | \$ 746,64 | \$ 184,09 | \$ 15.032,34 |
| 43                             | 28/7/2026  | \$ 15.032,34 | \$ 930,73 | \$ 755,35 | \$ 175,38 | \$ 14.276,99 |
| 44                             | 28/8/2026  | \$ 14.276,99 | \$ 930,73 | \$ 764,17 | \$ 166,56 | \$ 13.512,82 |
| 45                             | 28/9/2026  | \$ 13.512,82 | \$ 930,73 | \$ 773,08 | \$ 157,65 | \$ 12.739,74 |
| 46                             | 28/10/2026 | \$ 12.739,74 | \$ 930,73 | \$ 782,10 | \$ 148,63 | \$ 11.957,64 |
| 47                             | 28/11/2026 | \$ 11.957,64 | \$ 930,73 | \$ 791,22 | \$ 139,51 | \$ 11.166,42 |
| 48                             | 28/12/2026 | \$ 11.166,42 | \$ 930,73 | \$ 800,46 | \$ 130,27 | \$ 10.365,96 |
| 49                             | 28/1/2027  | \$ 10.365,96 | \$ 930,73 | \$ 809,79 | \$ 120,94 | \$ 9.556,17  |
| 50                             | 28/2/2027  | \$ 9.556,17  | \$ 930,73 | \$ 819,24 | \$ 111,49 | \$ 8.736,93  |
| 51                             | 28/3/2027  | \$ 8.736,93  | \$ 930,73 | \$ 828,80 | \$ 101,93 | \$ 7.908,13  |
| 52                             | 28/4/2027  | \$ 7.908,13  | \$ 930,73 | \$ 838,47 | \$ 92,26  | \$ 7.069,66  |

|    |            |             |           |           |          |             |
|----|------------|-------------|-----------|-----------|----------|-------------|
| 53 | 28/5/2027  | \$ 7.069,66 | \$ 930,73 | \$ 848,25 | \$ 82,48 | \$ 6.221,41 |
| 54 | 28/6/2027  | \$ 6.221,41 | \$ 930,73 | \$ 858,15 | \$ 72,58 | \$ 5.363,26 |
| 55 | 28/7/2027  | \$ 5.363,26 | \$ 930,73 | \$ 868,16 | \$ 62,57 | \$ 4.495,10 |
| 56 | 28/8/2027  | \$ 4.495,10 | \$ 930,73 | \$ 878,29 | \$ 52,44 | \$ 3.616,82 |
| 57 | 28/9/2027  | \$ 3.616,82 | \$ 930,73 | \$ 888,53 | \$ 42,20 | \$ 2.728,28 |
| 58 | 28/10/2027 | \$ 2.728,28 | \$ 930,73 | \$ 898,90 | \$ 31,83 | \$ 1.829,38 |
| 59 | 28/11/2027 | \$ 1.829,38 | \$ 930,73 | \$ 909,39 | \$ 21,34 | \$ 920,00   |
| 60 | 28/12/2027 | \$ 920,00   | \$ 930,73 | \$ 920,00 | \$ 10,73 | -\$ 0,00    |

Fuente: Empresa Riders Bike Store (2022).

Realizado por: Balcázar, R. 2022.

**Tabla 40-5:** Resumen anual de crédito

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

Fuente: Empresa Riders Bike Store (2022).

Realizado por: Balcázar, R. 2022.

### 5.9.7. Proyecciones de los estados financieros

Estados de resultados integrales proyectados

El estado de resultados demuestra los ingresos generados por la empresa donde se evidencia la utilidad neta una vez pagado la participación a trabajadores y el impuesto a la renta determinado un incremento paulatino para empresa siendo beneficioso.

**Tabla 41-5:** Estados de resultados integrales proyectados

| ESTADOS DE RESULTADOS INTEGRALES PROYECTADOS |                 |                 |                 |                 |                 |
|--|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Detalle                                      | Año 1           | Año 2           | Año 3           | Año 4           | Año 5           |
| VENTAS                                       | 202320,00       | 225360,00       | 247920,00       | 259200,00       | 287040,00       |
| (-) Costo de Venta                           | 150.917,24      | 165.317,24      | 179.717,24      | 192.376,76      | 201.317,24      |
| (=) Utilidad Bruta                           | 51402,76        | 60042,76        | 68202,76        | 66823,24        | 85722,76        |
| (-) Gastos Administrativos                   | 22.478,44       | 20.478,44       | 20.478,44       | 20.478,44       | 20.478,44       |
| (-) Gastos de Ventas                         | 7.946,40        | 8.299,20        | 8.534,40        | 8.652,00        | 10.180,80       |
| (=) UTILIDAD OPERACIONAL                     | 20977,92        | 31265,12        | 39189,92        | 37692,80        | 55063,52        |
| (-) Gastos Financieros                       | 5228,40         | 4341,26         | 7847,13         | 9019,04         | 802,80          |
| (=) UAIT                                     | 15749,52        | 26923,86        | 31342,79        | 28673,76        | 54260,72        |
| (-) 15% Participación Trabajadores           | 2362,43         | 4038,58         | 4701,42         | 4301,06         | 8139,11         |
| (-) 25% Impuesto a la Renta                  | 3346,77         | 5721,32         | 6660,34         | 6093,17         | 11530,40        |
| <b>UTILIDAD NETA</b>                         | <b>10040,32</b> | <b>17163,96</b> | <b>19981,03</b> | <b>18279,52</b> | <b>34591,21</b> |

Fuente: Empresa Riders Bike Store (2022).

Realizado por: Balcázar, R. 2022.

Flujo de caja proyectado

El flujo de caja ayuda a que la empresa conozca su efectivo distante el periodo donde determina ingreso y gastos verificando una utilidad neta y se muestra continuación

**Tabla 42-5:** Flujo de caja proyectado

| <b>FLUJO DE CAJA PROYECTADO</b> |                     |                    |                    |                    |                    |                     |
|---------------------------------|---------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|---------------------|
| <b>Detalle</b>                  | <b>Año 0</b>        | <b>Año 1</b>       | <b>Año 2</b>       | <b>Año 3</b>       | <b>Año 4</b>       | <b>Año 5</b>        |
| INVERSIÓN FIJA*                 | 10.812,00           |                    |                    |                    |                    |                     |
| UAIT                            |                     | 15749,52           | 26923,86           | 31342,79           | 28673,76           | 54260,72            |
| Pago Part. Trab.                |                     |                    | 2362,43            | 4038,58            | 4701,42            | 4301,06             |
| Pago de IR                      |                     |                    | 3346,77            | 5721,32            | 6660,34            | 6093,17             |
| <b>EFFECTIVO NETO</b>           |                     | 15749,52           | 21214,66           | 21582,89           | 17312,00           | 43866,49            |
| (+) Deprec. Área Prod.          |                     | 549,20             | 549,20             | 549,20             | 549,20             | 549,20              |
| (+) Deprec. Área Adm.           |                     | 749,24             | 749,24             | 749,24             | 749,24             | 749,24              |
| (+) Aporte Accionistas          | \$15.000,00         |                    |                    |                    |                    |                     |
| (+) Préstamo concedido          | 40000               | 5940,36            | 6827,50            | 7847,13            | 9019,04            | 10365,96            |
| <b>FLUJO NETO DEL PERIODO</b>   | <b>\$-54.952,51</b> | 11107,60           | 15685,60           | 15034,19           | 9591,40            | 34798,96            |
| (+) Saldo Inicial               |                     | \$44.188,00        | \$55.295,60        | \$70.981,20        | \$86.015,40        | \$95.606,80         |
| <b>(=) FLUJO ACUMULADO</b>      | <b>-\$54.952,51</b> | <b>\$55.295,60</b> | <b>\$70.981,20</b> | <b>\$86.015,40</b> | <b>\$95.606,80</b> | <b>\$130.405,76</b> |

Fuente: Empresa Riders Bike Store (2022).

Realizado por: Balcázar, R. 2022.

### 5.9.8. Evaluación económica

#### 5.9.8.1. Valor actual neto

**Tabla 43-5:** Determinación de tasa de descuento

|                              | Estructura de financiamiento | % Banco Central | Ponderación   |
|------------------------------|------------------------------|-----------------|---------------|
| Capital propio de la empresa | 27%                          | 8,33%           | 2,27%         |
| Crédito                      | 73%                          | 14,00%          | 10,18%        |
| Riesgo de Inversión          |                              |                 | 10%           |
| <b>total</b>                 |                              |                 | <b>22,45%</b> |

Fuente: Empresa Riders Bike Store (2022).

Realizado por: Balcázar, R. 2022.

Mediante el análisis de la tabla anterior se puede ver el cálculo estimado para determinar la tasa de descuento siendo de 22,45% considerado el crédito que es de 73% y nuestro capital de 27% y considerando un riesgo de inversión de 10%.

**Tabla 44-5:** Valor actual neto

TASA DE DESCUENTO:22,45%

| AÑOS | FNE           | FACTOR DE ACTUALIZACIÓN | FNE ACTUALIZADOS | FNE ACTUALIZ. Y ACUMULADOS |
|------|---------------|-------------------------|------------------|----------------------------|
| 0    | -\$ 44.188,00 | 1,000000                | -\$ 44.188,00    | -\$ 44.188,00              |
| 1    | \$ 55.295,60  | 0,816636                | \$ 45.156,36     | \$ 968,36                  |
| 2    | \$ 70.981,20  | 0,666894                | \$ 47.336,92     | \$ 48.305,28               |
| 3    | \$ 86.015,40  | 0,544609                | \$ 46.844,77     | \$ 95.150,05               |
| 4    | \$ 95.606,80  | 0,444747                | \$ 42.520,86     | \$ 137.670,91              |
| 5    | \$ 130.405,76 | 0,363196                | \$ 47.362,91     | <b>\$ 185.033,81</b>       |

Fuente: Empresa Riders Bike Store (2022).

Realizado por: Balcázar, R. 2022.

**VAN= \$ 185.033,81**

Al ejecutar los cálculos el Valor Actual Neto es mayor a 0, la inversión es viable desde el punto de vista económico - financiero. De acuerdo con la tabla anterior podemos deducir que se cumple una de las características para ser aceptado un proyecto ya que el valor actual neto (VAN) es mayor a cero y cumple con esta condición para ser viable.

#### 5.9.8.2. Tasa interna de retorno

$$TIR = i_1 + (i_2 - i_1) \frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2}$$

**TIR= 22,85%**

Una vez que se realizó el cálculo del TIR es mayor a la tasa de descuento, la inversión es rentable desde el punto de vista económico - financiero. Para determinar el valor de la Tasa Interna de Retorno se tomó los valores del flujo neto del Efectivo de los 5 años que se realizó la proyección, se procede aplicar la fórmula planteada y fue calcula en Excel de forma automática para obtener el valor dando como resultado un TIR de 22,85%

#### 5.9.8.3. Periodo de recuperación de la inversión

**Tabla 45-5:** Periodo de recuperación de la inversión

| AÑOS | FNE | FACTOR DE ACTUALIZACIÓN | FNE ACTUALIZADOS | FNE ACTUALIZ. Y |
|------|-----|-------------------------|------------------|-----------------|
|------|-----|-------------------------|------------------|-----------------|

|   |               |          |               | <b>ACUMULADO<br/>S</b> |
|---|---------------|----------|---------------|------------------------|
| 0 | -\$ 44.188,00 | 1,000000 | -\$ 44.188,00 | -\$ 44.188,00          |
| 1 | \$ 55.295,60  | 0,816636 | \$ 45.156,36  | \$ 968,36              |
| 2 | \$ 70.981,20  | 0,666894 | \$ 47.336,92  | \$ 48.305,28           |
| 3 | \$ 86.015,40  | 0,544609 | \$ 46.844,77  | \$ 95.150,05           |
| 4 | \$ 95.606,80  | 0,444747 | \$ 42.520,86  | \$ 137.670,91          |
| 5 | \$ 130.405,76 | 0,363196 | \$ 47.362,91  | \$ 185.033,81          |

$$\begin{aligned}
 \text{PRI} &= \text{Año Últ. Neg. FNE Act. y Acum.} \left\{ \frac{\text{Último Neg. FNE Act. y Acum.}}{\text{FNE Actualizado del Año Siguiente}} * 12 \right\} \\
 &= 0 \Delta \{-44.188,00/45.156,36 * 12\} \\
 &= 0 \Delta 0,98 \\
 &= 0 \text{ años, } 12 \\
 &= \text{mes(es)}
 \end{aligned}$$

### INTERPRETACIÓN:

El Período de Recuperación de Inversión (PRI) del Proyecto es de: **1 años,**

**PRI= 1 años**

El periodo de recuperación de la inversión es inferior a los 1 años de vida útil se puede considerar que es rentable desde el punto de vista económico -financiero.

#### 5.9.8.4. Relación beneficio costo

**Tabla 46-5:** Relación beneficio Costo

| <b>AÑOS</b> | <b>FACTOR DE ACTUALIZACIÓN</b> | <b>INGRESOS</b> | <b>EGRESOS</b>       | <b>INGRESOS ACTUALIZADOS</b> | <b>EGRESOS ACTUALIZADOS</b> |
|-------------|--------------------------------|-----------------|----------------------|------------------------------|-----------------------------|
| <b>0</b>    | 1,000000                       | \$ 0,00         | <b>-\$ 44.188,00</b> | \$ 0,00                      | -\$ 44.188,00               |
| 1           | 0,816636                       | \$ 55.295,60    |                      | \$ 45.156,36                 | \$ 0,00                     |
| 2           | 0,666894                       | \$ 70.981,20    |                      | \$ 47.336,92                 | \$ 0,00                     |
| 3           | 0,544609                       | \$ 86.015,40    |                      | \$ 46.844,77                 | \$ 0,00                     |
| 4           | 0,444747                       | \$ 95.606,80    |                      | \$ 42.520,86                 | \$ 0,00                     |
| 5           | 0,363196                       | \$ 130.405,76   |                      | \$ 47.362,91                 | \$ 0,00                     |
|             |                                |                 |                      | \$ 229.221,81                |                             |

$$\begin{aligned}
 &= \frac{\$ 229.221,81}{0,00+44.188,00} \\
 &= 5,19
 \end{aligned}$$

**R B/C= \$5,19**

Es importante ejecutar el cálculo de la Relación Beneficio Costo es por esta razón que se determina que el proyecto es aceptado ya que tenemos una Relación Beneficio Costo de 5,19 es decir mayor a 1, por lo que significa que está esperando que por cada \$ 1 invertido se gana 4,19 dólares denostando que plan de negocios para la Empresa Riders Bike Store en de la ciudad de

Puyo es viable y favorable para la implementación el cual ayudara que al empresa mantenga en el mercado en funcionamiento y pueda invertir en nuevos proyectos expandiéndose en el mercado.

## CONCLUSIONES

Los métodos inductivos deductivos ayudaron a determinar estrategias propicias para la aplicación de plan de negocios mediante guías de diferentes libros, revistas, folletas, páginas web que fueron fundamentales para iniciar la investigación

La aplicación de la matriz FODA ayudo a determinar que dentro de la empresa no existe lineamientos administrativos adecuado para el funcionamiento que los proceso son empíricos y la cual afecto directamente la empresa Riders Bike Store por lo cual se planteó estrategias de fidelización al cliente y buscar nuevos nichos de mercado.

La elaboración del plan de negocios ayudo a determinar una demanda potencial que son ejes fundaméntale para la comercialización de las bicicletas en la ciudad el Puyo, para lo cual se aplica estrategias de marketing mix, la estructura orgánica servirá para alcanzar un excelente funcionamiento administrativo, el proceso técnico determina cada fase para desarrollar una actividad económica adecuada con el cliente, todo ello conlleva a que este trabajo sea viable con un Valor actual neto es de \$ 185.033,81 para ello se considera un tasa de descuento de 22,45%, el TIR= 22,85%, Periodo de recuperación de la inversión 1 años, Relación beneficio Costo 5, 19 dólares por cada dólar invertido.

## **RECOMENDACIONES**

Para realizar una investigación se recomienda aplicar las distintas metodologías, técnicas e instrumentos existentes las cuales ayuden a ser guía para la aplicación de un tema determinado y de esta forma ayudar a enfrentar o eliminar los problemas existentes dentro de una empresa.

Se recomienda a los dueños de la empresa Riders Bike Store realizar un análisis del entró interno y externo periódicamente el cual ayude a conocer las falencias que afectan directamente a la empresa y buscar estrategias de solución a tiempo sin dejar agravar el problema que puede afectar en la toma de decisiones y rentabilidad del negocio.

Se recomienda aplicar el plan de negocios con cada una de sus facetas el cual ayudara a mejorar la administración de forma adecuada e incrementar las ventas de la empresa Riders Bike Store siendo esta más rentable en el mercado y pueda enfrentar anomalías imprevista ya que al investigación determino ser factible y viable.



## BIBLIOGRAFÍA

- Acevedo, J. (2016). *Estudio de prefactibilidad para el montaje de un taller especializado de bicicletas*. (Tesis de pregrado, Institución Universitaria Esumer). Recuperado de: [https://repositorio.esumer.edu.co/jspui/bitstream/esumer/1028/2/Esumer\\_bicicletas.pdf](https://repositorio.esumer.edu.co/jspui/bitstream/esumer/1028/2/Esumer_bicicletas.pdf)
- Borrás, J. (2021). *La planificación estratégica del servicio de archivo y gestión documental : Qué es y cómo se implementa* Recuperado de: <https://elibro.net/es/ereader/epoch/184193>
- Dominguez, G. (2019). *Como entender y elaborar un plan de negocios sin ser especialista*. Recuperado de: <https://elibro.net/es/lc/biblioues21/titulos/124954>
- Fajardo, M. (2018). *Gestión Financiera Empresarial*. Recuperado de: <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/12487>
- Fernández, M. (2017). *Repensar el liderazgo estratégico*. Recuperado de: <chrome-extension://dagcmkpagjlhakfdhnbomgmjdpkdklff/enhanced-reader.html?openApp&pdf=https%3A%2F%2Fdialnet.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F6231823.pdf>
- Funes, J. (2018). *El desarrollo de la capacidad para delegar utilizando análisis FODA*. Recuperado de: <https://www.anfei.mx/revista/index.php/revista/article/view/441>
- Gestión, R. (24 de November de 2021). *En el 2020, se perdieron 186.457 plazas de empleo*. Recuperado de: <https://www.revistagestion.ec/economia-y-finanzas-analisis/en-el-2020-se-perdieron-186457-plazas-de-empleo>
- Loor, J. & Moran , N. (2021). *“Modelo canvas: análisis de herramienta para fortalecer emprendimientos en el centro de la ciudad de Guayaquil.”* (Tesis de pregrado, Universidad de Guayaquil). Recuperado de: <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/55481>
- Lozano, J. (2021). *Diseño de Modelo de Negocio para un Centro de Diagnóstico Especializado en Bicicletas*. Recuperado de: <https://repositorio.ecci.edu.co/handle/001/2607>
- Navarro, L. &. (2017). *Plan de Negocios: Una herramienta fundamental con miras a exportar*. (Tesis de pregrado, Universidad Cooperativa de Colombia). Recuperado de: <https://elibro.net/es/ereader/epoch/102136>
- Ocampo, H. (2019). *Vista de La estructura organizacional en función del comportamiento del capital humano en las organizaciones*. Recuperado de: <https://www.recimundo.com/~recimund/index.php/es/article/view/655/859>
- Pastaza, C. (2023). *Beneficios de un Botón Azul*. Recuperado de: <https://www.cacpepas.fin.ec/servicio/boton-azul>
- Peralta, X. (2018). *Estudio del Orgánico Estructural y de las Descripciones y Análisis de Cargos. Propuesta de Actualización del Organigrama Estructural y del Manual de Funciones de*

- una empresa Industrial Manufacturera.* Recuperado de:  
<http://201.159.223.180/bitstream/3317/10366/1/T-UCSG-PRE-FIL-CPO-160.pdf>
- Pérez, A. (2017). *Marketing y plan de negocio de la microempresa.* Recuperado de:  
<https://elibro.net/es/ereader/uladech/51153?page=42>
- Pérez, Á. (2019). *Estudio de los análisis del entorno en el modelo de emprendimiento disciplinado. Aplicación al caso de la creación de la start-up Blodel.* Recuperado de:  
[https://oa.upm.es/54122/1/TFG\\_ANGEL\\_PEREZ\\_TABERNERO\\_POLO.pdf](https://oa.upm.es/54122/1/TFG_ANGEL_PEREZ_TABERNERO_POLO.pdf)
- Pichincha, B. (2023). *Conviértete en corresponsal Mi Vecino.* Recuperado de:  
<https://inicio.pichincha.com/portal/canales-de-atencion/mi-vecino/se-un-corresponsal-mi-vecino>
- Pinargote, H. &. (2021). *América Latina y el Caribe 2019.* Recuperado de:  
<https://doi.org/10.1787/60745031-ES>
- Press, H. (2021). *Cómo crear un plan de negocio.* Recuperado de:  
<https://elibro.net/es/ereader/esepoch/209681>
- Rebollo, M. (2017). *Ciclo de vida del producto.* Recuperado de: <https://www.gestiopolis.com/wp-content/uploads/2017/03/ciclo-de-vida-producto-mariela-1.pdf>
- Rogers, E. (2013). *Tipos de Proyectos.* Recuperado de: <https://www.webscolar.com/definiciones-de-proyecto-por-varios-autores>
- SRI. (2022). *Régimen Simplificado para Emprendedores y Negocios Populares (RIMPE) - intersri - Servicio de Rentas Internas.* Recuperado de: <https://www.sri.gob.ec/rimpe>
- Telecomunicaciones. (2021). *El 82,3% de Mipymes en el Ecuador utilizan Internet – Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información.* Recuperado de:  
<https://www.telecomunicaciones.gob.ec/el-823-de-mipymes-en-el-ecuador-utilizan-internet/>
- Van, W. (Julio de 2010). *Tasa Interna de Retorno (TIR).* Recuperado de:  
<https://economipedia.com/definiciones/tasa-interna-de-retorno-tir.html>
- Welsch, G. (2005). *Presupuestos Planificación Y Control.* Recuperado de:  
<https://economipedia.com/definiciones/valor-actual-neto.html>



## ANEXOS

### ANEXO A: ENCUESTA DIRIGIDA A LOS TRABAJADORES DE RIDERS BIKE STORE



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



**Encuesta dirigida a los trabajadores de Riders Bike Store ubicado en la ciudad de Puyo.**

**Objetivo:** Conocer el grado de satisfacción de los trabajadores con respecto a las actividades que realizan en la empresa Riders Bike Store para mejorar su desempeño laboral.

**Datos Generales:**

**Género:** Masculino ( ) Femenino ( )

**Edad:**

**Área de trabajo:**

**Preguntas:**

**1. ¿Conoce si Riders Bike Store dispone de Misión y Visión?**

SI  NO

**2. ¿Conoce usted si la empresa tiene definida su estructura organizacional?**

SI  NO

**3. ¿Riders Bike Store al momento de su ingreso le informó sobre las normas y reglamentos con la que se maneja?**

SI  NO

**4. ¿Cómo considera la administración de la empresa Riders Bike Store?**

- a) Muy buena
- b) Buena
- c) Normal
- d) Mala
- e) Muy mala

**5. ¿Cómo es el ambiente de trabajo dentro de la empresa?**

- a) Muy buena
- b) Buena
- c) Normal
- d) Mala
- e) Muy mala

**6. Cuando ingresa un nuevo empleado a Riders Bike Store, ¿se aplican procesos de inducción?**

- a) Muy frecuente
- b) Frecuentemente
- c) Ocasionalmente
- d) Poco frecuente
- e) Nunca

**7. ¿Cómo considera que son las distribuciones de las funciones asignadas a cada trabajador?**

- a) Bien organizado
- b) Organizado
- c) Neutral
- d) Mal organizado
- e) Muy mal organizado

**8. Para usted, ¿Con qué frecuencia la empresa Riders Bike Store dispone de herramientas para el desempeño de su trabajo?**

- a) Siempre
- b) Casi siempre
- c) A veces
- d) Casi nunca
- e) Nunca

**ANEXO B: ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CLIENTES DE RIDERS BIKE STORE**



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



**Encuesta dirigida a los clientes de Riders Bike Store ubicado en la ciudad de Puyo.**

**Objetivo:** Conocer el grado de satisfacción de los clientes con respecto a los productos y servicios ofrecidos por la empresa Riders Bike Store.

**Datos Generales:**

**Género:** Masculino ( ) Femenino ( )

**Edad:**

**Área de trabajo:**

**Preguntas:**

**1. ¿Considera que Riders Bike Store tiene una buena ubicación?**

SI  NO

**2. ¿La calidad de atención brindada por el personal de Riders Bike Store es?**

- a) Muy buena
- b) Buena
- c) Normal
- d) Mala
- e) Muy mala

**3. ¿En cuanto a la atención brindada que es lo que más le importa?**

- a) Rapidez
- b) Trato
- c) Paciencia
- d) Atento

**4. ¿Según su percepción, la calidad de los productos y servicios que oferta la empresa Riders Bike Store es de?**

- a) Muy buena calidad
- b) Buena calidad
- c) Calidad neutra

- d) Mala calidad
- e) Muy mala calidad

**5. ¿Qué tipo de productos o servicios considera que Riders Bike Store debería implementar?**

Marque con una X la opción que usted considere más importantes

|                                      |  |
|--------------------------------------|--|
| Zona Wifi                            |  |
| Pago con tarjetas (crédito o débito) |  |
| Pago mediante Banca Móvil            |  |
| Zona infantil                        |  |

**6. De los términos que se presenta a continuación, ¿con cuál se lo relaciona mejor a Riders Bike Store?**

- a) Garantía
- b) Atención personalizada
- c) Calidad-economía
- d) Variedad de productos

**7. ¿Con que frecuencia usted asiste al taller de mantenimiento de Riders Bike Store?**

- a) Semanalmente
- b) Quincenalmente
- c) Mensualmente
- d) Trimestralmente

**8. ¿A través de qué medios de comunicación le gustaría conocer los productos y servicios que ofrece Riders Bike Store?**

- f) Redes Sociales
- g) Página Web
- h) Radio
- i) Televisión

¡MUCHAS GRACIAS POR SU TIEMPO!

**ANEXO C: ENTREVISTA AL PROPIETARIO DE RIDERS BIKE STORE**



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



Entrevista dirigida al Señor Freddy Quistial propietario de la sucursal de la empresa Riders Bike Store ubicada en el Cantón Puyo, Parroquia Puyo.

**1. ¿Cuántos años lleva la empresa ofreciendo sus servicios en el mercado?**

.....  
.....  
.....

**2. ¿En qué lugar se encuentra ubicada Riders Bike Store?**

.....  
.....  
.....

**3. ¿Qué servicios de mantenimiento ofrece Riders Bike Store?**

.....  
.....  
.....

**4. ¿Cuenta con una base de datos de sus clientes?**

.....  
.....  
.....

**5. ¿A cuántos clientes usted atiende mensualmente?**

.....  
.....  
.....

**6. ¿Por qué considera usted que utilizan sus servicios?**

.....  
.....  
.....

**7. ¿Indique el porcentaje de incremento que usted ha percibido en la demanda del servicio ofertado en los últimos años?**

.....  
.....  
.....

**8. ¿Cómo hacer conocer al público de los servicios que su empresa brinda a los clientes?**

.....  
.....  
.....





esPOCH

Dirección de Bibliotecas y  
Recursos del Aprendizaje

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

**REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA**

**Fecha de entrega:** 31 / 05 / 2023

|  |
|--|
| <b>INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)</b>   |
| <b>Nombres – Apellidos:</b> RICARDO DAVID BALCÁZAR BUSTAMANTE                        |
| <b>INFORMACIÓN INSTITUCIONAL</b>   |
| <b>Facultad:</b> ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  |
| <b>Carrera:</b> FINANZAS   |
| <b>Título a optar:</b> LICENCIADO EN FINANZAS  |
| <b>f. Analista de Biblioteca responsable:</b> ING. JOSÉ LIZANDRO GRANIZO ARCOS MGRT. |



**0950-DBRA-UPT-2023**