



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES  
EMPRESARIALES CARRERA DE  
EMPRENDIMIENTO**

**TEMA:**

**Propuesta de sistema de bicicletas compartidas para el  
uso en las zonas residenciales en la ciudad de Guayaquil**

**AUTOR :**

**Dong Pilay Jhon Hao**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de  
LICENCIADO EN DESARROLLO DE NEGOCIOS  
BILINGÜE**

**TUTOR:**

**Econ. Navarro Orellana, Andrés Antonio**

**Guayaquil, Ecuador**

**15 de Octubre del 2020**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**

**CARRERA DE EMPRENDIMIENTO**

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Dong Pilay, Jhon Hao**, como requerimiento para la obtención del título de **Licenciado en Desarrollo de Negocios Bilingüe**.

**TUTOR**

f. \_\_\_\_\_

**Econ. Navarro Orellana, Andrés Antonio**

**DIRECTORA DE LA CARRERA**

f. \_\_\_\_\_

**Cpa. Vélez Barros, Cecilia Isabel. PhD.**

**Guayaquil, a los 15 días del mes de Octubre del año 2020**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

**CARRERA DE EMPRENDIMIENTO**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, **Dong Pilay, Jhon Hao**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación **Propuesta de sistema de bicicletas compartidas para el uso en las zonas residenciales en la ciudad de Guayaquil**, previo a la obtención del título de **Licenciado en Desarrollo de Negocios Bilingüe**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

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

**Guayaquil, a los 15 días del mes de Octubre del año 2020**

**EL AUTOR**

f. \_\_\_\_\_

**Dong Pilay, Jhon Hao**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

CARRERA DE EMPRENDIMIENTO

**AUTORIZACIÓN**

Yo, **Dong Pilay, Jhon Hao**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Propuesta de sistema de bicicletas compartidas para el uso en las zonas residenciales en la ciudad de Guayaquil**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

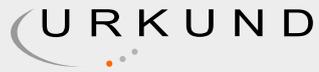
**Guayaquil, a los 15 días del mes de Octubre del año 2020**

**EL AUTOR**

f.  \_\_\_\_\_

**Dong Pilay, Jhon Hao**

# REPORTE URKUND



## Urkund Analysis Result

Analysed Document: Tesis Jhon Dong Corregido.docx (D78509755)  
Submitted: 9/2/2020 7:10:00 PM  
Submitted By: andres.navarro01@cu.ucsg.edu.ec  
Significance: 2 %

### Sources included in the report:

TESIS FEBRERO 17 de febrero.docx (D64039620)

### Instances where selected sources appear:

8

A handwritten signature in blue ink, appearing to be "Andres Navarro", written on a grey rectangular background.

## **AGRADECIMIENTO**

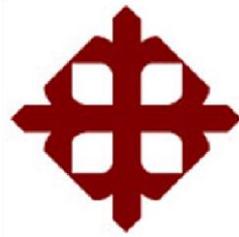
La propuesta del presente proyecto refleja el conocimiento y aprendizaje que durante cuatro años y medio de estudios, que gracias a los docentes de la carrera de Emprendimiento de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil he podido aprender y a la vez otorgarle mi mayor esfuerzo y dedicación constante.

Dicho proceso no hubiese sido cumplido sin el apoyo y la ayuda de toda mi familia, mis padres Yin Hua Dong Wang, Dorita Dirma Pilay Ortiz, mis hermanas Doris Lee y Fei Annie Dong Pilay, por haber estado conmigo siempre en los momentos difíciles, también por haberme enseñado la importancia de los principios, valores, y la perseverancia que debo tener cuando propongo una meta.

Finalmente quiero agradecer a mi tutor por haber invertido tanto tiempo conmigo en el presente proyecto, ha sido muy detallista y se ha comportado de manera muy profesional durante todo el proceso del presente proyecto, sin la ayuda de el no habría podido terminar este tema, por lo tanto, confío bastante en su opinión y lo aprecio mucho, quiero agradecerle de corazón por siempre estar dispuesto a ayudarme, orientarme y por todo lo que ha hecho por mi.

## **DEDICATORIA**

Dedico el presente proyecto a mis padres Yin Hua Dong Pilay, Dorita Dirma Pilay Ortiz y a mis hermanas Doris Lee y Fei Annie D ong Pilay, por sus motivaciones y consejos que me han dado en las etapas más difíciles de mi vida, también por siempre otorgarme la confianza y el apoyo que necesito, que si fuera al contrario, no hubiera podido seguir adelante con el presente proyecto.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE EMPRENDIMIENTO**

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

f. \_\_\_\_\_

**Econ. Navarro Orellana, Andrés Antonio**

**TUTOR**

f. \_\_\_\_\_

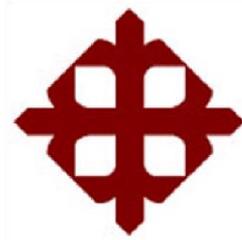
**Cpa. Vélez Barros, Cecilia Isabel. PhD.**

**DECANO O DIRECTOR DE CARRERA**

f. \_\_\_\_\_

**Lcda. Zumba Córdova, Rosa Margarita MSC.**

**COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE EMPRENDIMIENTO**

**CALIFICACIÓN**

f. \_\_\_\_\_  
**Econ. Navarro Orellana, Andrés Antonio**

# ÍNDICE

INTRODUCCIÓN .....	2
CAPÍTULO 1 .....	4
1. DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN .....	4
1.1. Tema – Título .....	4
1.2. Justificación.....	4
1.3. Planteamiento y Delimitación del Tema u Objeto de Estudio.....	5
1.4. Contextualización del Tema u Objeto de Estudio .....	6
1.5. Objetivos de la Investigación .....	8
1.5.1. Objetivo General .....	8
1.5.2. Objetivos Específicos .....	8
1.6. Determinación del Método de Investigación y Técnica de Recogida y Análisis de la Información. ....	9
1.7. Planteamiento del Problema .....	10
1.8. Fundamentación Teórica del Proyecto .....	12
1.8.1. Marco Referencial .....	12
1.8.2. Marco Teórico .....	14
1.8.3. Marco Conceptual .....	16
1.8.4. Marco Lógico .....	18
1.9. Formulación de la hipótesis y-o de las preguntas de la investigación de las cuáles se establecerán los objetivos.....	19
1.10. Cronograma.....	19
CAPITULO 2 .....	22
DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO .....	22
2.1.1. Descripción de la Idea de Negocio: Modelo de Negocio.....	23
2.2. Misión, Visión y Valores de la Empresa .....	23
2.3. Objetivos de la Empresa .....	24
2.3.1. Objetivo General .....	24
2.3.2. Objetivos Específicos .....	24
CAPÍTULO 3 .....	27
3. ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA.....	27

<b>3.1. Aspecto Societario de la Empresa</b> .....	27
<b>3.1.1 Generalidades (Tipo de Empresa)</b> .....	27
<b>3.1.2 Fundación de la Empresa</b> .....	27
<b>3.1.3. Capital Social, Acciones y Participaciones</b> .....	29
<b>3.2. Políticas de Buen Gobierno Corporativo</b> .....	29
<b>3.2.1 Código de Ética</b> .....	29
<b>3.3. Propiedad Intelectual.</b> .....	30
<b>3.3.1. Registro de Marca</b> .....	30
<b>3.3.2. Derecho de Autor del Proyecto</b> .....	30
<b>3.3.3. Patente y-o Modelo de Utilidad (Opcional)</b> .....	31
<b>3.4. Presupuesto Constitución de la empresa</b> .....	31
<b>CAPÍTULO 4</b> .....	33
<b>4. AUDITORÍA DE MERCADO</b> .....	33
<b>4.1. PEST</b> .....	33
<b>4.2. Atractividad de la Industria: Estadísticas de Ventas, Importaciones y Crecimientos en la Industria</b> .....	40
<b>4.3. Análisis del Ciclo de Vida del Producto en el Mercado</b> .....	42
<b>4.4. Análisis de las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter y Conclusiones</b> .....	44
<b>4.5. Análisis de la Oferta</b> .....	48
<b>4.5.1. Tipo de Competencia</b> .....	48
<b>4.5.2. Marketshare: Mercado Real y Mercado Potencial</b> .....	48
<b>4.5.3. Características de los Competidores: Liderazgo, Antigüedad, Ubicación, Productos Principales y Línea de Precio.</b> .....	48
<b>4.5.4. Benchmarking: Estrategia de los Competidores y Contra estrategia de la Empresa</b> .....	49
<b>4.6. Análisis de la Demanda</b> .....	50
<b>4.6.1. Segmentación de Mercado</b> .....	50
<b>4.6.2. Criterio de Segmentación</b> .....	50
<b>Tabla 16: Criterio de segmentación</b> .....	50
<b>4.6.3. Selección de Segmentos</b> .....	51
<b>4.7. Matriz FODA</b> .....	52
<b>4.8. Investigación de Mercado</b> .....	53
<b>4.8.1. Método</b> .....	53
<b>4.8.2 Diseño de la Investigación</b> .....	53

4.8.3 Conclusiones de la Investigación de Mercado .....	66
4.8.4 Recomendaciones de la Investigación de Mercado .....	66
<b>CAPÍTULO 5 .....</b>	<b>69</b>
<b>5. PLAN DE MARKETING .....</b>	<b>69</b>
<b>5.1. Objetivos: General y Específicos .....</b>	<b>69</b>
5.1.1. Mercado Meta.....	69
5.2. Posicionamiento .....	70
5.3. Marketing Mix .....	70
5.3.1. Estrategia de Producto o Servicios .....	70
5.3.2. Estrategia de Precios.....	73
5.3.3. Estrategia de Plaza .....	75
5.3.4. Estrategias de Promoción .....	78
<b>CAPÍTULO 6 .....</b>	<b>83</b>
<b>6. PLAN OPERATIVO .....</b>	<b>83</b>
<b>6.1. Producción.....</b>	<b>83</b>
6.1.1. Proceso Productivo .....	83
6.1.2. Flujogramas de procesos .....	83
6.1.3. Infraestructura .....	85
6.1.4. Mano de Obra.....	85
6.1.5. Capacidad Instalada .....	85
6.1.6. Presupuesto.....	86
6.2. Gestión de Calidad.....	86
6.2.1. Políticas de calidad.....	86
6.2.2. Procesos de control de calidad .....	86
6.2.3. Presupuesto.....	87
6.3. Gestión Ambiental .....	87
6.3.1. Políticas de protección ambiental .....	87
6.3.2. Procesos de control ambiental .....	87
6.3.3. Presupuesto.....	87
6.4. Gestión de Responsabilidad Social.....	88
6.4.1. Políticas de protección socia .....	88
6.4.2. Presupuesto.....	88
6.5. Estructura Organizacional .....	88
6.5.1. Organigrama .....	88

<b>6.5.1. Desarrollo de Cargos y Perfiles por Competencias.....</b>	<b>89</b>
<b>Tabla 22: Desarrollo de cargos y perfiles .....</b>	<b>89</b>
<b>6.5.3. Manual de Funciones: Niveles, Interacciones, Responsabilidades, y Derechos</b>	<b>90</b>
<b>CAPÍTULO 7 .....</b>	<b>93</b>
<b>ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO-TRIBUTARIO .....</b>	<b>93</b>
<b>7.1. Inversión Inicial .....</b>	<b>93</b>
<b>Tabla 24: Inversión Inicial.....</b>	<b>93</b>
<b>7.1.1. Tipo de Inversión .....</b>	<b>93</b>
<b>7.1.2. Financiamiento de la Inversión.....</b>	<b>95</b>
<b>7.1.3. Cronograma de Inversiones .....</b>	<b>95</b>
<b>7.2. Análisis de Costos .....</b>	<b>96</b>
<b>7.2.1. Costos Fijos .....</b>	<b>96</b>
<b>7.2.2. Costos Variables .....</b>	<b>96</b>
<b>7.3. Capital de Trabajo.....</b>	<b>97</b>
<b>7.3.1. Gastos de Operación .....</b>	<b>97</b>
<b>7.3.2. Gastos Administrativos.....</b>	<b>97</b>
<b>7.3.3. Gastos de Ventas .....</b>	<b>97</b>
<b>7.3.4. Gastos Financieros .....</b>	<b>98</b>
<b>7.4. Análisis de Variables Críticas.....</b>	<b>98</b>
<b>7.4.1. Determinación del Precio: Mark Up y Márgenes. ....</b>	<b>98</b>
<b>7.4.2. Proyección de Costos e Ingresos en función de la proyección de Ventas .....</b>	<b>98</b>
<b>7.4.3. Análisis de Punto de Equilibrio .....</b>	<b>99</b>
<b>7.5. Entorno Fiscal de la Empresa.....</b>	<b>99</b>
<b>7.6. Estados Financieros proyectados .....</b>	<b>99</b>
<b>7.6.1. Balance General .....</b>	<b>99</b>
<b>7.6.2. Estado de Pérdidas y Ganancias.....</b>	<b>100</b>
<b>7.7. Análisis de Sensibilidad Multivariable o de Escenarios Múltiples.....</b>	<b>102</b>
<b>7.8. Razones Financieras .....</b>	<b>102</b>
<b>7.8.1. Liquidez.....</b>	<b>102</b>
<b>7.8.2. Gestión.....</b>	<b>102</b>
<b>7.8.3. Endeudamiento.....</b>	<b>103</b>
<b>7.8.4. Rentabilidad .....</b>	<b>103</b>

<b>7.9. Conclusión del Estudio Financiero</b> .....	103
<b>CAPÍTULO 8</b> .....	106
<b>8.PLAN DE CONTINGENCIA</b> .....	106
<b>8.1. Principales riesgos</b> .....	106
<b>8.2. Monitoreo y control del riesgo</b> .....	106
<b>8.3. Acciones Correctivas</b> .....	106
<b>CAPÍTULO 9</b> .....	108
<b>9. CONCLUSIONES</b> .....	108
<b>CAPÍTULO 10</b> .....	111
<b>10. RECOMENDACIONES</b> .....	111
<b>CAPÍTULO 11</b> .....	113
<b>11. REFERENCIAS</b> .....	113
<b>CAPÍTULO 12</b> .....	119
<b>12. ANEXOS</b> .....	119
<b>CAPÍTULO 13</b> .....	122
<b>13. MATERIAL COMPLEMENTARIO</b> .....	122

## ÍNDICE DE TABLA

<b>Tabla 2:</b> Cronograma .....	19
<b>Tabla 3:</b> Modelo de negocios.....	23
<b>Tabla 4:</b> Creación de la compañía .....	29
<b>Tabla 5:</b> Presupuesto para constitución de empresa. ....	31
<b>Tabla 6:</b> PIB Ecuador.....	35
<b>Tabla 7:</b> Tasa crecimiento PIB Ecuador .....	36
<b>Tabla 8:</b> Plantilla Análisis Pest.....	38
<b>Tabla 9:</b> Porcentaje de empresas que realizan inversión en TIC .....	41
<b>Tabla 10:</b> Poder de negociación de los clientes: Media.....	44
<b>Tabla 11:</b> Poder de negociación de los proveedores: Medio Bajo .....	45

<b>Tabla 12:</b> Amenaza de nuevos competidores entrantes: Baja.....	46
<b>Tabla 13:</b> Amenazas de productos sustitutos: Media.....	46
<b>Tabla 14:</b> Rivalidad entre competidores: Baja .....	47
<b>Tabla 15:</b> Características de los Competidores.....	49
<b>Tabla 16:</b> Criterio de segmentación.....	50
<b>Tabla 17:</b> Selección de segmentos.....	51
<b>Tabla 18:</b> FODA .....	52
<b>Tabla 19:</b> Precios competencia .....	73
<b>Tabla 20:</b> Cronograma Marketing .....	81
<b>Tabla 21:</b> Flujograma.....	84
<b>Tabla 22:</b> Desarrollo de cargos y perfiles .....	89
<b>Tabla 23:</b> Manual de Funciones.....	90
<b>Tabla 24:</b> Inversión Inicial.....	93
<b>Tabla 25:</b> Activos Fijos.....	93
<b>Tabla 26:</b> Diferida.....	94
<b>Tabla 27:</b> Corrientes .....	94
<b>Tabla 28:</b> Fuentes de Financiamiento.....	95
<b>Tabla 29:</b> Tabla de amortización .....	95
<b>Tabla 30:</b> Cronograma de inversiones .....	95
<b>Tabla 31:</b> Costos Fijos .....	96
<b>Tabla 32:</b> Gastos de operación.....	97
<b>Tabla 33:</b> Gastos de administración.....	97
<b>Tabla 34:</b> Gastos de ventas .....	98
<b>Tabla 35:</b> Precio.....	98
<b>Tabla 36:</b> Proyección de costos e ingresos .....	99
<b>Tabla 37:</b> Análisis de Punto de equilibrio .....	99
<b>Tabla 38:</b> Balance General .....	100
<b>Tabla 39:</b> Estado PyG.....	100
<b>Tabla 40:</b> Flujo de caja .....	101
<b>Tabla 41:</b> TMAR .....	101

<b>Tabla 42:</b> VAN .....	101
<b>Tabla 43:</b> TIR.....	101
<b>Tabla 44:</b> Payback .....	102
<b>Tabla 45:</b> Análisis de sensibilidad.....	102
<b>Tabla 46:</b> Liquidez.....	102
<b>Tabla 47:</b> Gestión.....	103
<b>Tabla 48:</b> Endeudamiento .....	103
<b>Tabla 49:</b> Rentabilidad.....	103

## ÍNDICE DE GRÁFICO

<b>Gráfico 1:</b> La Zona De Expansión En Guayaquil .....	11
<b>Gráfico 2:</b> Ciclo de vida del producto. ....	43
<b>Gráfico 3:</b> Cinco Fuerzas Competitivas de Porter .....	44
<b>Gráfico 4:</b> Tamaño de muestra .....	54
<b>Gráfico 5:</b> Género .....	57
<b>Gráfico 6:</b> Edad .....	58
<b>Gráfico 7:</b> Conocimiento sobre bicicletas compartidas .....	58
<b>Gráfico 8:</b> Interés cliente potencial .....	59
<b>Gráfico 9:</b> Promoción bicicleta compartida .....	59
<b>Gráfico 10:</b> Experiencia .....	60
<b>Gráfico 11:</b> Calificación experiencia .....	61
<b>Gráfico 12:</b> Bicicletas compartidas .....	61
<b>Gráfico 13:</b> Gusto de Encuestados .....	62
<b>Gráfico 14:</b> Ciclovías .....	62
<b>Gráfico 15:</b> Interés en ciclovía .....	63
<b>Gráfico 16:</b> Uso de bicicletas .....	63
<b>Gráfico 17:</b> Precio referente .....	64
<b>Gráfico 18:</b> Precio .....	64
<b>Gráfico 19:</b> Principales usuarios de bicicletas compartidas .....	65
<b>Gráfico 20:</b> Infraestructura .....	71

<b>Gráfico 21:</b> Presupuesto .....	72
<b>Gráfico 22:</b> Organigrama .....	73
<b>Gráfico 23:</b> Mapa Vía a la Costa.....	75
<b>Gráfico 24:</b> Infraestructura .....	86
<b>Gráfico 25:</b> Presupuesto .....	88
<b>Gráfico 26:</b> Organigrama.....	89
<b>Gráfico 27:</b> App map.....	123
<b>Gráfico 28:</b> App scan.....	123
<b>Gráfico 29:</b> App cerradura.....	124
<b>Gráfico 30:</b> App servicio al cliente.....	125

## RESUMEN

La propuesta se centra en un sistema que se maneja a través de una aplicación móvil la cual servirá para la función y el uso de las bicicletas compartidas a su vez que ayudará resolver el problema existente de movilización para los ciudadanos los cuales viven en zonas residenciales de Guayaquil que efectivamente si cuentan con una vía ciclista. Al mismo tiempo con esto se busca una nueva tendencia lo cual pueda afectar positivamente la sociedad e incentivar esta actividad ecológica y saludable que a la vez de cuidar el medio ambiente, fortalezca a las personas tanto físicamente como mentalmente.

De igual manera se desarrolló un plan de marketing para poder determinar las estrategias, precio, plaza y promoción más adecuados según el mercado ecuatoriano y así poder introducir tanto el uso de sistema de bicicletas compartidas como la aplicación móvil con un mayor nivel de aceptación.

**Palabras Claves:** Sistema de bicicletas compartidas, Aplicación Móvil, Guayaquil, movilización, ecológico, saludable.

## **ABSTRACT**

The proposal focuses on a system that is managed through a mobile application which will serve the function and use of shared bicycles at the same time that will help solve the existing problem of mobilization for citizens who live in residential areas of Guayaquil that indeed they do have a cycle path. At the same time, with this, a new trend is sought which can positively affect society and encourage this ecological and healthy activity that, while caring for the environment, strengthens people both physically and mentally.

Similarly, a marketing plan was developed to determine the most appropriate strategies, price, place and promotion according to the Ecuadorian market and thus be able to introduce both the use of the shared bicycle system and the mobile application with a higher level of acceptance.

**Key Words:** Shared bicycle system, Mobile Application, Guayaquil, mobilization, ecological, healthy.

## **INTRODUCCIÓN**

Esta propuesta de sistema de bicicletas compartidas para el uso en las zonas residenciales en la ciudad de Guayaquil servirá para incentivar el uso de bicicletas, una manera ecológica y saludable que a la vez facilita la movilización cercana de los residentes de las urbanizaciones. A lo largo de cada capítulo dentro de esta investigación se probará la factibilidad del proyecto. Al mismo tiempo se busca con esto generar una nueva tendencia ecológica, fácil y saludable lo cual ha sido promocionado a lo largo de los últimos años en el mundo, de igual manera fomentar el uso de bicicletas en los ciudadanos de distintas edades.

Otros objetivos de la investigación será probar la viabilidad del proyecto de acuerdo al aspecto macro del Ecuador y sus situaciones políticas, sociales, económicas, culturales y tecnológicas que actualmente presenta, como también en un estudio más profundo se probará la aceptación del mercado meta, los factores internos y externos de la idea de negocio serán parametrizados por medio de un plan de negocios que contara con plan operativo, plan financiero, plan de marketing y plan de contingencia, como de la misma manera buscare adaptar los conocimientos que ya existen y que se emplearan para la investigación como las empresas referenciales, la contextualización del país y el centro de estudio que en el presente caso es la Universidad Católica Santiago de Guayaquil.

# CAPÍTULO 1

## DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

# CAPÍTULO 1

## 1. DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

### 1.1. Tema – Título

“Propuesta de sistema de bicicletas compartidas para el uso en las zonas residenciales en la ciudad de Guayaquil”

### 1.2. Justificación

El presente trabajo investigativo tiene como objetivo poder reflejar cada uno de los conocimientos y aprendizaje ejercitado a lo largo de todos los procesos estudiantiles realizados dentro de la carrera de Emprendimiento en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, se efectuará un estudio de mercado para evaluar la propuesta de negocio con los factores internos y externos del mercado acorde al Ecuador, más específicamente en vía a la costa en los alrededores de la ciudad de Guayaquil que es la zona geográfica seleccionada para el proyecto.

El enfoque principal es el de adherir un servicio de transportación en las áreas residenciales, sistema de bicicletas compartidas, para reducir el uso de automóviles, brindar una oportunidad eco amigable y más saludable para los habitantes de estas zonas, por lo general las personas que habitan en estas áreas al tener distancias significativas entre las diferentes etapas y urbanizaciones se ven obligados a utilizar su automotor o simplemente caminar grandes distancias en el caso de no contar con un medio de transporte, este servicio beneficiara a aquellos personas, pues permite contar con este bien sin la necesidad de comprarlo.

Según Shaheen, Guzmán & Zhang, la promoción del uso de la bicicleta es una de las políticas más empleadas para contrarrestar los efectos negativos del uso del auto en los grandes centros urbanos (Shaheen, Guzmán, & Zhang, 2010). En este contexto, en los últimos 10 años, los sistemas de bicicletas compartidas se han popularizado en múltiples ciudades del mundo (Flores, Taddia, Pardo, & Lleras, 2015) En América Latina y el Caribe son 12 las ciudades que ya cuentan con sistemas de bicicletas compartidas,

siendo una opción que no solo permite otra oportunidad de transporte con una mejor experiencia para el usuario, sino también disminuyendo la cantidad de autos en el área, lo cual por efecto lógico disminuirá el tráfico y aportara como una medida ambiental de disminución de vehículos que causan contaminación dentro de las zonas residenciales, las cuales son seleccionadas ya que en su mayoría cuentan con carriles exclusivos para ciclistas, un mayor control de vigilantes de tránsito, lo cual va a agilizar el proceso de adherir el servicio y controlarlo de manera eficiente.

### **1.3. Planteamiento y Delimitación del Tema u Objeto de Estudio**

La propuesta del sistema de bicicletas compartidas para el uso en las zonas residenciales enfocará su investigación en Vía a la costa de la ciudad de Guayaquil, provincia de Guayas, durante los períodos comprendidos desde el mes de mayo hasta septiembre del 2020.

Este proyecto consiste en hacer análisis, estudios e investigaciones en todos los aspectos que involucrará el proyecto, tanto el marco legal que adapta el tipo y giro del negocio como la conveniencia de examinar las cuestiones relativas a la contaminación ambiental y los beneficios para la salud mental, cardiovascular, etc. Además, se realizará el diseño de marketing más apropiado para el mercado ecuatoriano basando en los gustos y costumbres, también continuará con el desarrollo del estudio financiero lo cual es el factor fundamental para evaluar la rentabilidad del negocio, con el fin de revelar el desarrollo de un plan contingente apropiado e indicado para la propuesta.

Dicha investigación será dirigida a todas aquellas personas que cuenten con el perfil del mercado objetivo, es decir:

- Jóvenes y Adultos.
- Estudiantes y Funcionarios.
- Deportistas.
- Familias recreativas.
- Residentes de vía la costa, ciudad de Guayaquil.

Es importante resaltar que se analizarán los factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos del Ecuador para analizar la actualidad de la sociedad ecuatoriana y el posible impacto y directrices para el plan de negocios, el cual contará con planeación operativa de marketing, ventas, proyecciones financieras y plan de contingencia en los casos vulnerables de la propuesta.

#### **1.4. Contextualización del Tema u Objeto de Estudio**

La presente investigación estará basada bajo los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo, “Toda una vida”, el mismo que ha sido desarrollado por el Gobierno Ecuatoriano para que sirva de instrumento al que se sujetarán todas las políticas, programas y proyectos públicos, y que está en vigencia desde el 2017 hasta el 2021. (Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021, 2017)

“Toda una vida” cuenta con tres ejes fundamentales, los cuales son:

- Eje 1: Derechos para todos durante toda la vida.
- Eje 2: Economía al servicio de la sociedad.
- Eje 3: Más sociedad, mejor Estado. (SENPLADES, Plan Toda una Vida, 2017)

Los objetivos de la presente investigación se basarán en el Eje 2, los mismos que indican:

- Consolidar la sostenibilidad del sistema económico, social y solidario y afianzar la dolarización.
- Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible, de manera redistributiva y solidaria.
- Desarrollar las capacidades productivas y del entorno, para lograr la soberanía alimentaria y el Buen Vivir Rural. (SENPLADES, 2017)

De igual manera, los objetivos serán basados en los dominios que contiene la institución dentro de la cual se desarrollaron los estudios necesarios para poder realizar la presente investigación.

Los dominios científicos, tecnológicos y humanísticos son sistemas complejos de conocimientos que integran conceptos, métodos, procesos, prácticas sociales, saberes y aprendizajes que configuran propuestas a partir de la articulación de las funciones sustantivas, que responden a las necesidades de actores y sectores, así como del régimen de desarrollo, lo que genera multiplicidad de oportunidades para la integración de las IES en redes científicas y profesionales que transforman los diversos territorios con la participación de los ciudadanos. (SINDE, 2013)

Los dominios con los que cuenta la institución son los siguientes:

- Tecnologías y sistemas productivos
- Hábitat y diseño
- Economía para el desarrollo social y empresarial
- Dinámicas socio-políticas y democracia
- Educación, comunicación, arte y subjetividad
- Salud integral. (SINDE, 2013)

De acuerdo con lo mencionado previamente, los objetivos de la propuesta se basarán en el tercer dominio de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

Por último, la propuesta también se basará en una las líneas de investigación de la institución previamente mencionadas, las mismas que son:

- Modelo de desarrollo económico, Economía internacional, Organización industrial y políticas gubernamentales, Ética y responsabilidad social empresarial
- Ética y responsabilidad social empresarial
- Modelo de desarrollo económico
- Organización y dirección de empresas, Ética y responsabilidad social empresarial

- Ética y responsabilidad social empresarial, Teoría contable y sistema de información
- Organización y dirección de empresas, Ética y responsabilidad social empresarial, Organización industrial y políticas gubernamentales
- Modelo de desarrollo económico, Producción y comercialización y distribución de bienes y servicios. (INECEM, 2013)
- El proyecto se alinearé con la sexta línea de investigación de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

## **1.5. Objetivos de la Investigación**

### **1.5.1. Objetivo General**

Evaluar la viabilidad de la integración de un sistema de bicicletas compartidas en vía a la costa de la ciudad de Guayaquil.

### **1.5.2. Objetivos Específicos**

- Establecer el entorno jurídico para el sistema de bicicletas compartidas en las zonas residenciales de la ciudad de Guayaquil.
- Evaluar la tasa de aceptación de los clientes potenciales hacia el sistema de bicicletas compartidas en las zonas residenciales de la ciudad de Guayaquil.
- Preparar un plan operativo de acuerdo con las necesidades del mercado actual en la ciudad de Guayaquil.
- Preparar un plan de marketing con estrategias funcionales y acertadas para el mercado ecuatoriano.
- Realizar proyecciones financieras del sistema de bicicletas compartidas en las zonas residenciales de la ciudad de Guayaquil.

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

Los métodos de investigación que se van a emplear, en la propuesta de un sistema de bicicletas compartidas en las zonas residenciales de la ciudad de Guayaquil, constara de dos métodos: investigación descriptiva e investigación exploratoria. El primer método mencionado, según (Glass & Hopkins, 1984) la investigación descriptiva consiste en la recopilación de datos que describen los acontecimientos y luego organiza, tabula, representa y describe la recopilación de datos. A menudo utiliza ayudas visuales tales como gráficos y tablas para ayudar en la comprensión de la distribución de los datos. Debido a que la mente humana no puede extraer el significado completo de una gran masa de datos en bruto, este método es empleado ya que es basado en teorías y aportaciones que han realizado los expertos e el tema y toma un marco referencial de las empresas que ya están involucradas en este tipo de sistemas. Y el segundo método, la investigación exploratoria a diferencia del primero tiene como objetivo examinar o explorar un problema de investigación poco estudiado o que no ha sido analizado antes. Por esa razón, ayuda a entender fenómenos científicamente desconocidos, poco estudiados o nuevos, apoyando en la identificación de conceptos o variables potenciales, identificando relaciones posibles entre ellas (Cazau, 2006)

Esta investigación se manejará una recolección de información mixta, constará una parte cuantitativa que recolecta información por encuestas al mercado meta y la otra parte cualitativa, será obtenida a través entrevistas con personas expertas de dicha zonas residenciales y el mundo del ciclismo.

Las presentaciones de estos datos serán por medio de tabulaciones en gráficos circulares en su mayoría, acompañadas conclusiones de los datos obtenidos.

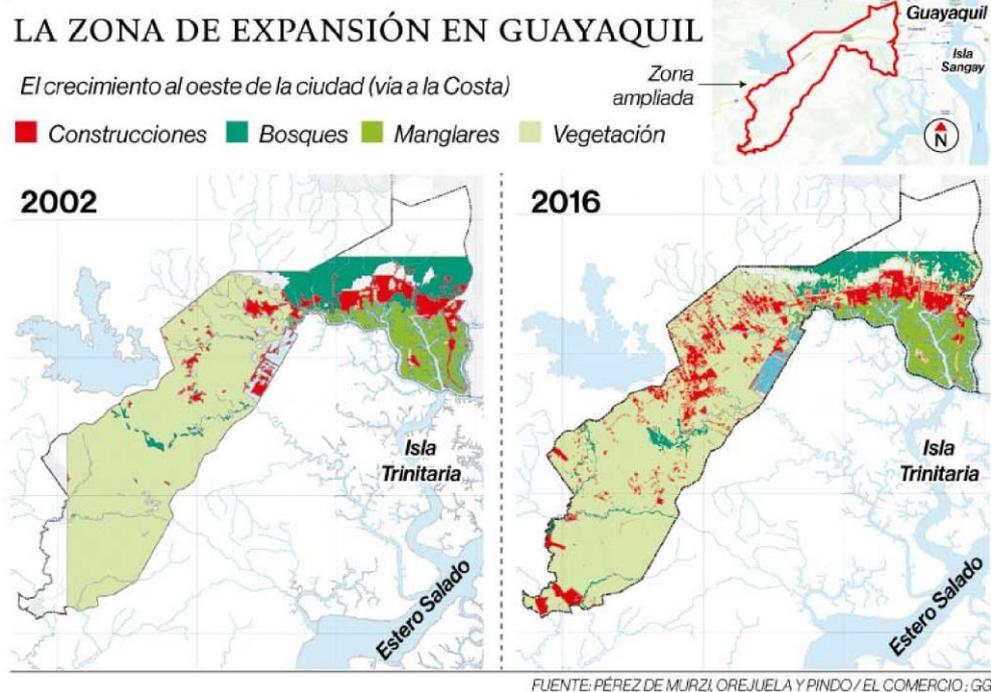
## 1.7. Planteamiento del Problema

En los sectores residenciales de Guayaquil, sobresaliendo vía a la costa, que están en la zona norte de Guayaquil, presentan gran cantidad de proyectos de vivienda masivos ejecutados por compañías nacionales e internacionales, los cuales han sido diseñados para ser habitado por cientos de familias, separadas por etapas, se ven obligados a recorrer distancias representativas para poder llegar a un local para comprar alimentos, medicinas o artículos personales, generalmente las personas que residen en estas urbanizaciones necesitan tener un vehículo particular para moverse, sin embargo las personas que no cuentan con un medio de transporte propio se ven obligados a recorrer en algunos casos hasta 5 kilómetros a pie, mientras que aquellos con automóviles, se ven obligados a utilizar sus automotores para viajes cortos y se limitan a no caminar en su totalidad sino recurrir siempre al automóvil.

“El oeste es la zona de crecimiento de la ciudad. Su expansión comenzó en los años 70, cuando se construyó la urbanización Puerto Azul. Ahora se avizora un despegue de nuevas construcciones con el proyecto del aeropuerto en Daular. “(El Comercio, 2018)

Según el estudio de los investigadores Teresa Pérez de Murzi, Gaudy Orejuela, Juan Carlos Pindo e Ivonne Villamagua, de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil. El equipo analizó durante el 2017 el modelo de crecimiento hacia el oeste en 177,28 kilómetros cuadrados y obtuvieron el siguiente resultado.

**Gráfico 1:** La Zona De Expansión En Guayaquil



**Elaborado por:** El Autor

**Fuente:** (El Comercio, 2018)

En la imagen podemos notar un gran cambio entre el año 2002 y el año 2016, que según los investigadores las construcciones aumentaron en un 61,62%, principalmente por la creación de las urbanizaciones. “El crecimiento acelerado de la vía a la Costa, tras el anuncio de construcción del nuevo aeropuerto, acentúa los problemas.” (Observatorio Social Guayaquil, 2019) “Las soluciones de movilidad y control ambiental son demandas de los habitantes, que organizan un plantón.”

De acuerdo con un estudio realizado por el Municipio de Guayaquil, la totalidad de automotores que ruedan en la ciudad de Guayaquil es la responsable del 60% de la contaminación de su aire. Denominados también como "fuentes móviles", aportan con un promedio de 16.556 toneladas de óxido de nitrógeno (NOx) por año, además de 52.213 toneladas de monóxido de carbono (CO) dentro del mismo periodo, tomando en cuenta este dato, podríamos tomar en cuenta que el uso excesivo de los vehículos debería ser reducido, pues utilizar el auto para ir a comprar una bebida o algo insignificante es una contaminación innecesaria. (Cheme, 2016)

“La cantidad y calidad de actividad física se ha reducido considerablemente en la sociedad actual, el desequilibrio que se produce cuando el consumo de alimentos supera el gasto energético conlleva un aumento de peso corporal y consecuentemente de la obesidad” según (Bastos Afranio de Andrade , 2005), la falta de ejercicios es una de las razones principales del desequilibrio mencionado, debido a la peculiaridad del sector Vía a la costa, por la distancia, la movilización depende bastante de los vehículos, y ese factor reduce gradualmente las actividades físicas en ese aspecto, por lo tanto, al ofrecer una opción más que relaciona con la movilización y a la vez actividades físicas, mejorará considerablemente la situación actual y también como resultado, se podrá mantener controlado el posible problema desde un principio para evitar que se empeore la situación al futuro, ya que Vía a la costa esta etiquetada como el siguiente punto de desarrollo de Guayaquil.

## **1.8. Fundamentación Teórica del Proyecto**

### **1.8.1. Marco Referencial**

#### **Bicicuenca**

El Sistema de Bicicletas Compartidas Bici Pública Cuenca se compone de Estaciones inteligentes, distribuidas en diferentes puntos de la ciudad. (Bici Cuenca, 2018) El usuario puede retirar la bicicleta en la estación a través de la aplicación descargada en su smartphone, devolviéndola en cualquier estación después del uso. Este sistema pretende ofrecer a la ciudad de Cuenca una opción de transporte sostenible, saludable y no contaminante.

Este es un proyecto del Municipio de Cuenca, operado por la empresa BiciCuenca. Las Estaciones son alimentadas por energía solar y conectadas a una central vía inalámbrica, lo que permite hacer el monitoreo en tiempo real de las bicicletas y estaciones. El usuario también puede seguir este estado y saber exactamente dónde tiene estaciones / bicicletas y / o vacantes disponibles, a través del sitio o aplicación del Proyecto.

### **Biciquito**

El sistema de bicicleta pública funciona previo registro, (Tránsito, 2018) es decir, el usuario se necesita suscribirse para acceder al servicio y, la activación es sin ningún costo, el usuario podrá elegir servicio todos los días del año y transportarte de una estación a otra, cuentan con más de 20 estaciones y un número de bicicletas disponibles de 25 por cada estación.

### **Ecobici**

Es el sistema de bicicletas públicas de la Ciudad de México que ha integrado a la bicicleta como parte esencial de la movilidad, es un modo de transporte dirigido a los habitantes de la capital, de sus alrededores y a los turistas. (EcoBici, 2018) Permite a los usuarios registrados tomar una bicicleta de cualquier cicloestación y devolverla en la más cercana a su destino en trayectos ilimitados de 45 minutos. Quienes quieran acceder al Sistema ECOBICI, podrán pagar una suscripción por un año, una semana, tres días o un día.

ECOBICI inició operaciones en febrero de 2010 con 84 cicloestaciones y 1200 bicicletas. En 8 años la demanda ha impulsado el crecimiento del sistema, el cual tiene 480 cicloestaciones y más de 6800 bicicletas, de las cuales 28 estaciones y 340 bicicletas forman parte del nuevo sistema de bicicletas eléctricas de pedaleo asistido.

Actualmente ECOBICI cuenta con más de 170 mil usuarios registrados y el servicio está disponible en 55 colonias de la Ciudad de México, en un área de 38 kilómetros cuadrados.

### **Mobike**

- Es la plataforma inteligente para compartir bicicletas más grande y tecnológicamente más avanzada del mundo, resolviendo el

problema de la última milla. (Mobike, 2016) Un mundo donde se puede recoger y dejar una bicicleta a donde sea que se necesite ir. “Mobike es un servicio de uso compartido de bicicletas para realizar viajes cortos urbanos de manera conveniente, en cualquier momento y en cualquier lugar, combinando la innovación y la tecnología IoT (Internet de las cosas) actual. Mobike es verde, reduce la congestión y se esfuerza continuamente por mejorar la calidad de vida de la ciudad.” (Mobike, 2016)

## **1.8.2 Marco Teórico**

### **Co2, gas carbónico o dióxido de carbono**

Gas que existe en todas partes en estado natural. No es contaminante ni peligroso para el hombre. Participa en el equilibrio climático del planeta pues todas las actividades humanas lo generan y se acumula en la atmósfera donde los excesos generan el peligroso efecto del recalentamiento global. (Contaminación Mundial, 2014)

### **Zona residencial**

Espacios urbanizados y, en muchos casos, edificados, destinados al uso público, entendido desde múltiples criterios e intereses. En la cultura del ocio y de la calidad de vida actual, los equipamientos y las dotaciones públicas constituyen un elemento importante en la configuración del espacio urbano y metropolitano. (Referencia, 2000)

### **Emprendimiento**

Según Peter Drucker (1986) expresa en su libro La innovación y el empresario innovador: “El empresariado innovador ve el cambio como una norma saludable. No necesariamente lleva a cabo el cambio él mismo. Pero (y esto es lo que define al empresariado innovador) busca el cambio, responde a él y lo explota como una oportunidad”. En la actualidad, el

emprendimiento se ha convertido en un factor importante de la sociedad, en la innovación tanto como en el impulso económico, creando empleos y transformando el mundo tras resolver problemas o insatisfacción de las personas sobre el mercado existente.

### **E-comerse**

Según Luz (2001), el comercio electrónico es una transacción o intercambio de información, en la cual la base es la transmisión de datos a través de redes como por ejemplo Internet.

Podemos considerar el comercio electrónico como el uso de Internet, “con independencia de la tecnología o dispositivo utilizando- con el fin de realizar transacciones o individuos, haciendo uso de los sistemas de información bajo el control de la empresa que toma la forma de e-business. (Maldonado, 2017)

Podemos ver que en la actualidad se considera como correo electrónico a cualquier transacción comercial que se realice mediante un medio electrónico, computadora o dispositivo inteligente, aunque es muy popularizado que esté involucrado con el uso del internet.

### **Plan de negocios**

Según Jack Fleitman (2000) se define como un instrumento clave y fundamental para el éxito, el cual consiste en una serie de actividades relacionadas entre sí para el comienzo o desarrollo de una empresa. Así como una guía que facilita la creación o el crecimiento de una empresa, un buen plan de negocios debe incluir los siguientes factores;

- Objetivo de la empresa
- Producto/Servicio en ofrecer
- Público dirigido
- Análisis del entorno y competidores
- Estrategias efectivas para conseguir el objetivo
- Monto de inversión

- Estructura Organizacional
- Recursos requeridos para iniciar la operación

### **Empresas Eco-amigable**

Las empresas eco amigables son las que incentivan el consumo verde, presentándose este cuando los consumidores empiezan a mirar más allá de un precio, marca o presentación de un producto, de esta manera buscan mantener una buena calidad de vida, motivados por cuidado de las relaciones humanas y la naturaleza, logrando además un desarrollo sostenible (Apparel, 2012)

### **Sistema bicicletas compartidas**

El uso de la bicicleta como modo de transporte se asocia con numerosos beneficios ambientales y sociales, no obstante, se desconoce cuáles son los más valorados por los ciclistas. El objetivo de este estudio fue conocer en qué medida el Sistema de Transporte Público de Bicicletas (STPB) de la ciudad de Buenos Aires produjo impactos positivos sobre los aspectos que las personas valoran en el momento de viajar, analizando si estas evaluaciones varían en función de la intensidad de uso del STPB.

La meta principal de estos sistemas es instalar la bicicleta como un modo de transporte en la ciudad. Su uso masivo permitiría disminuir problemas sociales y ambientales relacionados con la salud de la población, los congestionamientos, la vitalidad de los entornos urbanos, el cambio climático y la dependencia del petróleo (Dora et al., 2011, Fishman et al., 2013, Pucher and Buehler, 2008) (Jakovcevic, 2013).

## **1.8.3 Marco Conceptual**

### **Aplicación móvil**

La aplicación informática a los negocios se requiere;

- Tener conocimiento del lenguaje de programación
- Definir límites de la aplicación
- Realizar diseños a la aplicación
- Realizar depuración y pruebas.

Una aplicación móvil funciona específicamente en dispositivos móviles, como en celular, tablet, y sus beneficios son:

- Abarca usuarios jóvenes quienes usan más aplicaciones móviles que un navegador
- Incrementa la adaptación de marca
- Incrementa la fidelidad de los usuarios
- Incrementa la captación de los nuevos usuarios

“Fue en enero de 2007 cuando Apple introdujo la tienda de aplicación iTunes, los consumidores comenzaron a descargarse las aplicaciones, poco tiempo después provocó el desarrollo de las tecnologías competidoras, tales como Android, Rim, Nokia, etc. En julio de 2008 el primer aniversario de las apps, Apple afirmó que se habían descargado 1,5 billones de apps y que en noviembre de 2009 más de 100.000 apps estaban disponibles” (Benítez, 2019). “En enero de 2011, Apple estaba celebrando las 10 billones de descargas, para una estimación de 160 millones de usuarios de iPhone, iPod Touch y iPad, con una disponibilidad de 350.000 apps en su tienda de App Store” (Apple, 2011).

### **Bicicletas**

Hoy en día la bicicleta es uno de los inventos más importantes de la humanidad, como la imprenta, el motor eléctrico, el teléfono y la penicilina. “En la última década del siglo XIX, en plena revolución industrial, la bicicleta pasó de ser un pasatiempo para ricos a convertirse en la forma más popular de transporte en el mundo, dinamizó la moral y los modales en la

sociedad de manera vertiginosa, tuvo una gran influencia en la emancipación de la mujer, contribuyó a la igualdad de género, y aportó mayores cotas de libertad para todos.” (Vargas, 2018) “Fue considerada como el “utilitario del pueblo”; ir a trabajar en bicicleta, salir el fin de semana al campo, fue un catalizador social de primer orden, pues facilito de gran manera la movilidad en las ciudades posibilitando el asociacionismo de todo tipo, clubes, gimnasios, coros, bibliotecas, y un largo etc.” (Navarro & Rui-Wamba, 2010) Sin embargo, debido a la rapidez del desarrollo en estos últimos años, ésta “moda” poco a poco fue sustituida, hasta casi olvidada por los vehículos, y a cambio de eso, el medio ambiente está siendo afectado día a día, muchos países ya han tomado acciones para evitar empeorar esta situación, y en una de ellas, está el ciclismo.

“La sociedad parece haber tomado conciencia de que, en general, los problemas de transporte no sólo se manifiestan en una mayor cantidad de ámbito, sino que han adquirido mayor severidad, tanto en países industrializados como en los en desarrollo (...)la sociedad están protegiendo cada vez más al medio ambiente, prefieren usar bicicletas en vez de carros u otros medios de transporte (...)” (CEPAL, 2016)

#### 1.8.4. Marco Lógico

**Tabla 1:** Marco Lógico

	Objetivos	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos
Fin	Menor contaminación vehicular, Mayor margen de ejercicio.	Tasa de satisfacción de uso respecto al ejercicio, pruebas de contaminación	Fotos de las pruebas, encuestas, informe de resultados	Las personas va a notar mejoras en el ambiente y su estilo de vida.
Propósito	Menor necesidad de automóviles en zona residencial de Guayaquil	Comparación de numero de carros que transitan	Grabaciones de la urbanización, registros de salidas e ingresos de vehículos	Las personas están dispuestas a usar el servicio

Componentes	Existen opciones de transporte al publico	Tasa de uso de descargas, informe de usuario	Registros de usuarios, registro de reservas	Las personas prefieren las bicicletas
Actividades	Crear sistema de bicicletas compartido	Tasa de aceptación en encuestas	Informes de desarrollo, diseños, manuales	Las personas van a ir al servicio

**Elaborado por:** El autor

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

- ¿Qué leyes están relacionadas con el proyecto de negocio?
- ¿Cuál es la tasa de aceptación en el mercado meta del proyecto?
- ¿Cuáles son las razones de que la gente no usa bicicleta como medio de transporte?
- ¿Que estrategias se pueden implementar para incentivar el uso de bicicletas en las zonas residenciales de Guayaquil?
- ¿Cuál es la rentabilidad de un sistema de bicicletas compartidas en las zonas residenciales de la ciudad de Guayaquil?

### 1.10. Cronograma

**Tabla 2:** Cronograma

Capítulos	S 1	S 2	S 3	S 4	S 5	S 6	S 7	S 8	S 9	S 10	S 11	S 12
Primero												
Segundo												
Tercer												
Cuarto												
Quinto												
Sexto												
Séptimo												

Octavo													
Noveno													
Decimo													
Décimo primero													
Décimo segundo													
Décimo tercero													

**Elaborado por:** El autor

# CAPÍTULO 2

## DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

## CAPITULO II

### DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

#### 2.1. Análisis de la Oportunidad

Vía a la costa tiene una población de 42000 habitantes hasta el año 2017, de acuerdo con el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), de los cuales 33.000 viven en 28 ciudadelas. “Hacia el oeste en la vía a la costa, el Municipio tiene proyectado un crecimiento inmobiliario para las clases media alta y planes de turismo ecológico, según el alcalde Jaime Nebot. Actualmente en esa zona se han desarrollado 32 urbanizaciones que tienen un total de 10.071 viviendas y una población de 50.353 personas.” (El Universo, 2010). Este reportaje destacó que hace 10 años la tendencia inmobiliaria ya inclinaba hacia vía a la costa. “Hacia vía a la costa se dirige plan de vivienda del Municipio de Guayaquil (...) Bella Vita 2 es el nombre del plan habitacional que el Municipio de Guayaquil y la empresa privada desarrollarán en la vía a la costa (...) lalcaldesa mencionó que este proyecto se construirá por etapas en cinco años y cada una tendrá 5000 unidades.” (El Universo, 2010). Después de 10 años, la tendencia inmobiliaria de Guayaquil se sigue manteniendo en vía a la costa, y los planes municipales favorecen bastante al proyecto en largo plazo.

La conexión directa con la parte centro sur de Guayaquil la convierte en parte de la ciudad de forma cotidiana. Es decir, día a día parte de los casi 3 millones guayaquileños transitan y conviven en este cantón, tomando en cuenta las cifras proyectadas se puede ver un mercado potencial, tomando en cuenta que el nuevo aeropuerto será construido en vía a la costa, eso posiblemente hasta podría duplicar la cifra de habitantes, lo cual es un número bastante aceptable para la propuesta del presente proyecto.

Ser los pioneros en sistemas de bicicletas compartidas en Guayaquil, ser la primera empresa en este tipo de servicios, lo cual nos da la oportunidad de monopolizar en las zonas residenciales que son las más indicadas para este tipo de servicios, también el impacto ecológico que este proyecto

brindaría al ecosistema ecuatoriano será notablemente grande, lograr a disminuir la cantidad de carros transitando por estas áreas, lo cual va a reducir la contaminación por emisión de gases de los automotores, como también disminuirá el ruido y la ocupación de las calles, lo cual hará que sea un lugar más seguro para los infantes que viven en la zona, lo cual nos va a posicionar como una empresa eco-amigable.

La facilidad de esta oportunidad o las ventajas que se puede destacar al momento de considerar lo necesario para la aplicación de este plan de negocios es las facilidades que ofrece los sitios residenciales que se ha enfocado como potenciales para el servicio, cuenta con espacios de ciclovía, los cuales son carriles exclusivos para los ciclistas y que se puede usar como infraestructura para los usuarios, de la misma manera hay mayor control de vigilantes de tránsito lo cual de manera indirecta brinda mayor protección a los usuarios.

### 2.1.1. Descripción de la Idea de Negocio: Modelo de Negocio

**Tabla 3:** Modelo de negocios

Asociaciones clave	Actividades clave	Propuesta de valor	Relaciones con clientes	Segmentos de clientes
urbanizaciones residenciales, municipio cantonal, ATM	crear aplicación, comprar bicicletas, establecer paradas	sistema de bicicletas compartidas para movilizarse o entretenerse	ofertas temporales, campañas ecológicas, encuestas de satisfacción	Personas que buscan actividades al aire libre, necesitan movilizarse rápidamente en zonas residenciales o tienden a hacer ejercicio en los exteriores
	<b>Recursos clave</b> bicicletas, aplicación móvil, paradas		<b>Canales</b> aplicación móvil, puntos de recarga	
<b>Estructura de costos</b>		<b>Fuentes de ingresos</b>		
mantenimiento bicicletas, mantenimiento aplicación móvil		suscripción por horas o mensual, publicidad en bicilcetas y APP		

**Elaborado por:** El Autor

## 2.2. Misión, Visión y Valores de la Empresa

### Misión

Brindar el mejor servicio de bicicletas compartidas de Guayaquil, respetando las medidas de seguridad y resaltando el aporte ambiental de los clientes.

### **Visión**

Ser la empresa líder en sistemas de bicicletas compartidas con responsabilidad social y ambiental.

### **Valores de la empresa**

- **Transparencia:** con los procesos de mantenimiento de las bicicletas.
- **Responsabilidad:** con los clientes y las actividades que realicen con las bicicletas.
- **Pasión:** El compromiso con la sociedad y el servicio que brinda.
- **Trabajo en equipo:** para agilizar los procesos y los requerimientos de los clientes.

## **2.3. Objetivos de la Empresa**

### **2.3.1 Objetivo General**

Ser el mejor proveedor de servicio de bicicletas compartidas en Guayaquil, promover y apoyar el ciclismo como fuente de salud y recreación para todo tipo de personas.

### **2.3.2 Objetivos Específicos**

- ✓ Posicionar al menos 15 bicicletas en cada ciudadela de las primeras 10 ciudadelas de la zona residencial al final del primer año.
- ✓ Colaborar al menos una vez al mes con revistas de moda, radio deportivo, medios que permite promocionar la marca.

- ✓ Mejorar la aplicación según las necesidades del usuario durante el primer año
- ✓ Realizar publicidad pagada con frecuencia en redes sociales conocidas localmente como Facebook, Instagram para aumentar el reconocimiento de marca. ✓ Obtener un mínimo de ventas de \$50.000 el primer año

## CAPÍTULO 3

# ENTORNO JURIDICO DE LA EMPRESA

## **CAPÍTULO 3**

### **3. ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA**

#### **3.1. Aspecto Societario de la Empresa**

##### **3.1.1 Generalidades (Tipo de Empresa)**

Ecuador establece dos tipos de personas; naturales y jurídicas, para diferenciar entre un individuo y una persona ficticia capaz de contraer obligaciones y ejercer derechos civiles representada judicial y extrajudicial por medio de un representante legal (Código Civil, 1861)

La empresa se constituirá bajo la figura de sociedad anónima con razón social “GUAYA-BIKE S.A” siendo este también su nombre comercial, con actividad social principal: Servicios de alquiler de equipos recreativos y deportivos.

Art. 143 “La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas” (Ley de compañías, 1999)

##### **3.1.2 Fundación de la Empresa**

De acuerdo con lo estipulado en la Ley de compañías en 2014, la compañía se constituirá mediante escritura pública de la Superintendencia de Compañías, y será inscrita en el Registro Mercantil. La compañía se encontrará como existente y tipo de contribuyente como persona jurídica desde la fecha de inscripción.

También se cumplirá con los artículos 146 al 159 estipulada en ley de compañías de la Superintendencia de Compañías (Ley de compañías, 2014)

Dispuesto en el Art. 150 la escritura de fundación contendrá:

1. El lugar y fecha en que se celebre el contrato
2. El nombre, nacionalidad y domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyen la compañía y su voluntad de fundarla
3. El objeto social, debidamente concretado
4. Su denominación y duración
5. El importe del capital social, con la expresión del número de acciones en que estuviere dividido, el valor nominal de las mismas, su clase, así como el nombre y nacionalidad de los suscriptores del capital
6. La indicación de lo que cada socio suscribe y paga en dinero o en otros bienes; el valor atribuido a estos y la parte de capital no pagado
7. El domicilio de la compañía
8. La forma de administración y las facultades de los administradores
9. La forma y las épocas de convocar a las juntas generales
10. La forma de designación de los administradores y clara enunciación de los funcionarios que tengan la representación legal de la compañía
11. Las normas de reparto de utilidades
12. La determinación de los casos en que la compañía haya de disolverse anticipadamente
13. La forma de proceder a la designación de liquidadores

### 3.1.3. Capital Social, Acciones y Participaciones

El Art.160 de la Ley de compañías establece: La compañía podrá aceptar suscripciones y emitir acciones hasta el monto del capital. Al momento de constituirse la compañía, el capital suscrito y pagado mínimos serán los establecidos por la resolución de carácter general que expida la Superintendencia de Compañías. (Ley de Compañías, 1999)

La constitución de la compañía contará con un capital inicial de ochocientos dólares americanos, lo cual también es el valor mínimo aceptado como capital para constituir una empresa, según lo estipulado por la Superintendencia de Compañías.

Dicho valor será fraccionado en 800 acciones, con valor de un dólar americano por acción, y su participación de accionistas se distribuirá de la siguiente manera;

**Tabla 4:** Creación de la compañía

<b>Accionistas</b>	<b>Participación %</b>	<b>Equivalencia en dólares americanos</b>	<b>Número de acciones</b>
<b>Accionista 1</b>	80	640,00	640
<b>Accionista 2</b>	20	160,00	160
<b>Total</b>	100	800,00	800

**Elaborado por:** El Autor

## 3.2. Políticas de Buen Gobierno Corporativo

### 3.2.1 Código de Ética

El código de ética de la empresa GUAYA-BIKE S.A. respetará las normas, obligaciones, derechos, y responsabilidad de los artículos 114 y 115 de la Ley de Compañías, teniendo en cuenta los siguientes aspectos:

- Confidencialidad; Mantener a salvo los datos personales de los usuarios y la información interna de la empresa.

- Honradez; Actuar siempre con rectitud y honestidad dentro y fuera del trabajo.
- Proactividad; Asumir la responsabilidad de sus obligaciones, saber cuando y como tomar decisiones en cada momento.
- Equidad; Cero parcialidades dentro y Fuera del trabajo.
- Responsabilidad; Responsable con sus obligaciones, la sociedad y los clientes.

El incumplimiento de las normas establecidas recibirá sanción dependiendo la gravedad del asunto.

### **3.3. Propiedad Intelectual.**

#### **3.3.1. Registro de Marca**

El registro de marca del presente proyecto será realizado en el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (Senadi) para poder protegerse con las leyes relacionadas de la propiedad intelectual del Ecuador.

Una vez registrado en el Senadi, “GUAYA-BIKE” como marca tendrá protección por 10 años y renovable dentro del Ecuador.

#### **3.3.2. Derecho de Autor del Proyecto**

Según lo estipulado por el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (Senadi) ; “El derecho de autor es el sistema jurídico por el cual se concede a los autores derechos morales y patrimoniales sobre sus obras, en cumplimiento a lo dispuesto por la Constitución del Ecuador y la Declaración Universal de los Derechos Humanos.” , “En el Ecuador el derecho de autor dura la vida del creador más 70 años después de su muerte. El uso de una obra sin la autorización expresa de su autor se considera ilegal y puede ser castigado con multas e incluso prisión” (Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, 2018)

Basando en esa información, la “Propuesta de sistema de bicicletas compartidas para el uso en las zonas residenciales en la ciudad de Guayaquil” es elaborada por Jhon Hao Dong Pilay, como requisito indispensable para la

obtención del título de “Licenciado en Desarrollo de Negocios Bilingüe”. Todos los derechos reservados al autor, publicado mediante la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

### 3.3.3. Patente y-o Modelo de Utilidad (Opcional)

La presente propuesta no contará con una patente registrada en el Senadi debido a la actividad de la propuesta no cumple con los requisitos de la patente.

### 3.4. Presupuesto Constitución de la empresa

El presupuesto para la constitución de la empresa se detalla en la siguiente tabla;

**Tabla 5:** Presupuesto para constitución de empresa.

<b>GASTOS DE CONSTITUCIÓN</b>	
<b>DETALLE</b>	<b>VALOR</b>
<b>Aporte Capital</b>	\$800,00
<b>Permiso de funcionamiento</b>	\$70,00
<b>Permiso de bomberos</b>	\$50,00
<b>Afiliación Cámara de Comercio de Guayaquil</b>	\$100,00
<b>Permisos municipales</b>	\$80,00
<b>Adecuación eléctrica</b>	\$200,00
<b>Registro de marca</b>	\$250,00
<b>Búsqueda de signos distintivos</b>	\$20,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$1.570,00</b>

**Elaborado por:** El Autor

# CAPÍTULO 4

## AUDITORIA DE MERCADO

## CAPÍTULO 4

### 4. AUDITORÍA DE MERCADO

#### 4.1. PEST

El análisis PEST consiste en examinar el impacto de aquellos factores externos que están fuera del control de la empresa, pero pueden afectar a su organización activa en cuanto a la exploración del entorno, vigilancia de las tendencias y anticipación de la posición de sus competidores en el futuro. (Martinez & Milla, 2012) En base de los fundamentos del análisis PEST se realizará el estudio en el aspecto político, económico, social y tecnológico del país objetivo que es Ecuador, y también realizar estudios respectivos mencionados acerca de la ciudad en cual se realizar este emprendimiento, Guayaquil.

##### **Aspecto Político**

En la actualidad, el municipio de Guayaquil está incentivando el emprendimiento a través de varios proyectos, y “EPICO” es uno de ellos, “La Empresa Pública Municipal para la Gestión de la Innovación y la Competitividad, Épico, firmó un convenio con representantes de la Alianza de Emprendimiento e Innovación (AEI), con lo que se pretende abrir espacios de innovación en empresas mediante la articulación públicoprivada (...)Bianca Dáger, gerenta de Épico, explicó que con este acuerdo se busca que las empresas privadas tengan una conexión directa con aquellas personas que cumplan con los perfiles que se requieran en diferentes áreas.”. (Guzmán, 2020) Sin duda estos proyectos que incentivan los pequeños y medianos emprendimiento son un empujón para esta propuesta de negocios.

El 12 de marzo del 2020, el Concejo Cantonal aprobó la 'Ordenanza que regula el uso de la bicicleta y vehículos de micromovilidad del cantón Guayaquil', junto con esta aprobación se publicó la hoja de ruta y se entregaron disposiciones para los usuarios de ese medio de transporte.

(Calderón, 2020)

**“- Las bicicletas y los vehículos de micro movilidad podrán circular en los lugares en los que existen las ciclo rutas o ciclovías, o aquellos en los que esté específicamente diseñado o señalizado para tal efecto.**

**- En el caso de que la circulación sea en la calzada o vía pública, y no esté señalizada, la circulación será en el mismo sentido en el que circulan los vehículos livianos.**

**- La velocidad máxima permitida para este tipo de transportes será de 20 k/h, para garantizar su capacidad de reacción ante cualquier imprevisto. - La bicicleta y los vehículos de micro movilidad deberán contar con luces delanteras y traseras, y estas deberán ser activadas a partir de las 18:00.**

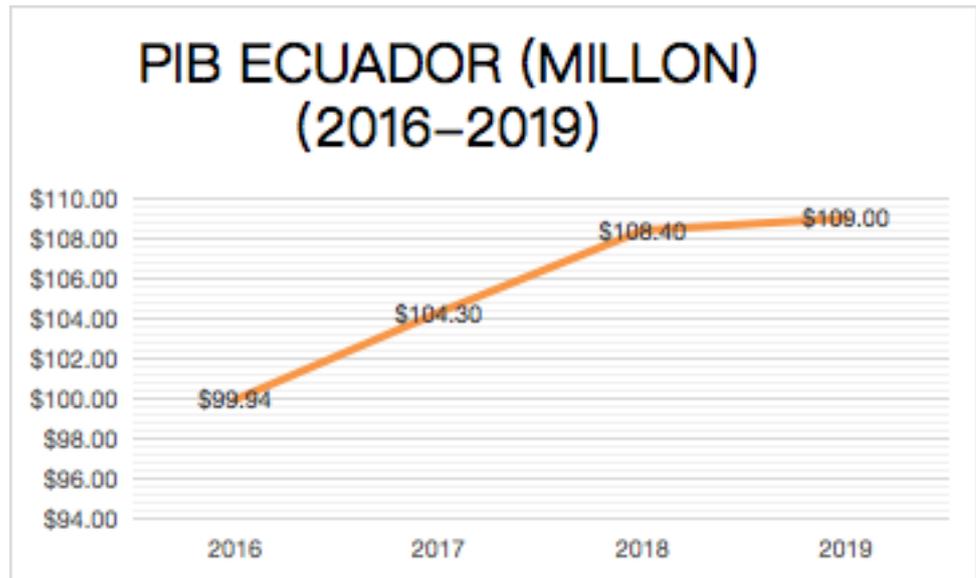
**- Los vehículos en sus desplazamientos deberán mantener una distancia lateral de seguridad mínima de 1,5 metros, y una mayor distancia cuando rebases o adelanten a ciclistas y vehículos de micro movilidad. El rebasamiento se debe ejecutar del lado izquierdo de la vía. (...)”** (Ordenanza que regula el uso de la bicicleta y vehículos de micro movilidad del cantón Guayaquil, 2020)

A través de esta aprobación, es notorio su apoyo en cuanto incentivar el uso de las bicicletas, lo cual podría solucionar problemas de tráfico, ambientales y de salud que la alcaldía siempre ha querido solucionar, Pero lo más destacado, sin duda es la construcción de las ciclovías, que directamente incentivó la atención de salir en este medio de transporte, lo cual podría ser una gran oportunidad para este proyecto.

### **Aspecto Económico**

Sí nos basamos en las estadísticas, podemos notar que el PIB del Ecuador desde el año 2016 hasta el año 2019 ha estado en estado de crecimiento;

**Tabla 6:** PIB Ecuador



**Elaborado por:** Banco Central del Ecuador

**Fuente:** (BCE, 2020)

Sin embargo, las cifras del incremento del PIB del Ecuador son muy mínimas para representar que hubo una mejora en la economía de los últimos años.

“El Banco Mundial multilateral prevé que la economía ecuatoriana crecerá 0,2 % al cierre de año. La anterior proyección del organismo señalaba que el Producto Interno Bruto (PIB) del país crecería 0,4 %. Es decir, el pronóstico para Ecuador ahora es más conservador.” (Angulo, 2020)

Por la disminución en las estadísticas de la proyección PIB del año 2020 para Ecuador, se puede notar una realidad de la situación económica del Ecuador.

**Tabla 7:** Tasa crecimiento PIB Ecuador



**Elaborado por:** El autor

Es notorio la mala situación económica del país en estos últimos años desde las cifras de la tasa de crecimiento PIB del Ecuador recientes y previstas; 2016(-1,23%), 2017(2,37%), 2018(1,39%), 2019(0,05), 2020(-6,27%), 2021(3,86%). Aunque es punto desventajoso que el país donde se realiza el emprendimiento esté en mala situación económica, pero basando en los puntos mencionados de la situación actual del Ecuador, el proyecto del sistema de bicicletas compartidas puede resolver muchos problemas causados por esos factores, ya que es una herramienta de movilización ecológico, saludable, libre de gasolina, y económico.

### **Aspecto Socio-Cultural**

La cultura es la forma de vida, los valores que las personas forman en un entorno social específico, en cierto sentido, el uso de bicicletas siempre está relacionado con temas saludables, ecológicos, etc. Para muchas personas, las bicicletas son recuerdos que despiertan la infancia: simple y hermosa, y para otras, andar en bicicleta es el símbolo del comienzo de una nueva tendencia...

“Con un ciclopaseo, la comunidad de ciclistas y patinadores de Guayaquil celebrará carnaval a las 20:00 de este jueves. (...)y recorrerá calles del centro y suroeste de la ciudad.” (El Universo, 2020)

“ATM inauguró cicloparqueos en Guayaquil(...)se trata de 50 estructuras de acero inoxidable en forma de U invertida, que servirá para estacionar bicicletas, estos parqueos serán únicamente para bicicletas, por lo que en caso de ser usados para motocicletas(...)” (El Universo, 2020)

“En torno a la Universidad de Guayaquil, avenida Delta tendrá ciclovía” (El Universo, 2020)

El sector periodístico es el primer sector en reflejar las tendencias de la sociedad, y el diario Universo es uno de los pioneros en su área, tras uno y otro artículo relacionado al ciclismo fueron publicadas, releva que el ciclismo es el nuevo enfoque de la tendencia, y punto del desarrollo por la alcaldía.

### **Aspecto Tecnológico**

La ciencia y la tecnología es el punto fuerte de los países primermundista, y han brindado nuevas oportunidades de mercado a muchas empresas, justamente es algo que le hace mucha falta a Ecuador como un país de tercer mundo, sin embargo, en los últimos dos años, más y más jóvenes emprendedores que han tratado introducir las tendencias tecnológicas a Ecuador están teniendo una gran acogida, especialmente en el aspecto de servicios aplicaciones móvil, algo que facilita a los usuarios en sus vidas diarias.

La tecnología específica de las bicicletas compartidas se basa principalmente en los siguientes puntos:

- 1) La tecnología del Smartphone: la aparición de los teléfonos inteligentes ha mejorado el estilo de vida de las personas, desde las compras hasta los viajes, y ha proporcionado una gran comodidad para la experiencia del usuario en la nueva era.

- 2) El sistema de bicicletas compartidas convierte el internet a una herramienta para actualizar el modelo de transporte urbano, acelerar la conexión entre las personas y las cosas, a través del reconocimiento del

código QR asegurar funciones como antirrobo, localizar u otros aspectos durante el uso, creando un nuevo modelo de interconexión.

3) El desbloqueo inteligente de alta tecnología, el desarrollo de la precisión de la tecnología GPS y el pago móvil por internet es la tecnología clave para promover el desarrollo de la industria del uso de las bicicletas compartidas.

Basando en datos publicados por la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones (ARCOTEL, 2017) en cuanto a los abonados del Servicio Móvil Avanzado – SMA y de acceso a internet, correspondiente a junio del presente año: “

- El 46,4% de usuarios del Servicio Móvil Avanzado poseen un smartphone.
- 8,1 millones de cuentas de internet móvil existen en el Ecuador.
- El crecimiento de la tenencia de internet móvil desde 2010 ha incrementado 46 puntos: de 2.4% a 48,7%.
- Entre niños de 5 a 15 años, 11 de cada 100 niños, posee un teléfono móvil activo, y 6 de cada 100 niños usan un smartphone. (ARCOTEL, 2017)

El sistema de bicicletas compartidas funciona a través de la aplicación móvil, es esencial que los usuarios poseen un smartphone y acceso a internet, por las estadísticas publicadas de parte de ARCOTEL, se puede notar un gran incremento y mejora en el aspecto tecnológico de la sociedad ecuatoriana, y considerando que el destino del proyecto es la ciudad de Guayaquil, centro de economía del Ecuador, representa una mayor cantidad de usuarios con smartphone y acceso a internet que otras ciudades de segunda categoría, un punto favorable para el proyecto.

**Tabla 8:** Plantilla Análisis Pest

Factor	SUB-FACTOR	PLAZO			IMPACTO
		Corto	Mediano	Largo	

<b>Político</b>	Ordenanzas de movilidad en bicicleta			X	Muy Positivo
	Construcción de ciclovías			X	Muy Positivo
<b>Económico</b>	Producto Interno Bruto			X	Negativo.
	Tasa crecimiento PIB			X	Negativo
<b>Socio cultural</b>	Ciclopaseo		X		Muy Positivo
	Cicloparques en Guayaquil			X	Muy Positivo
	Ciclovía			X	Muy Positivo
	Usuarios que poseen un smartphone	X			Positivo
	8,1 millones de cuentas de internet móvil	X			Positivo
	Incremento internet móvil desde 2010 de 2,4% a 48,7%.	X			Positivo
<b>Tecnológico</b>					

**Elaborado por:** El Autor

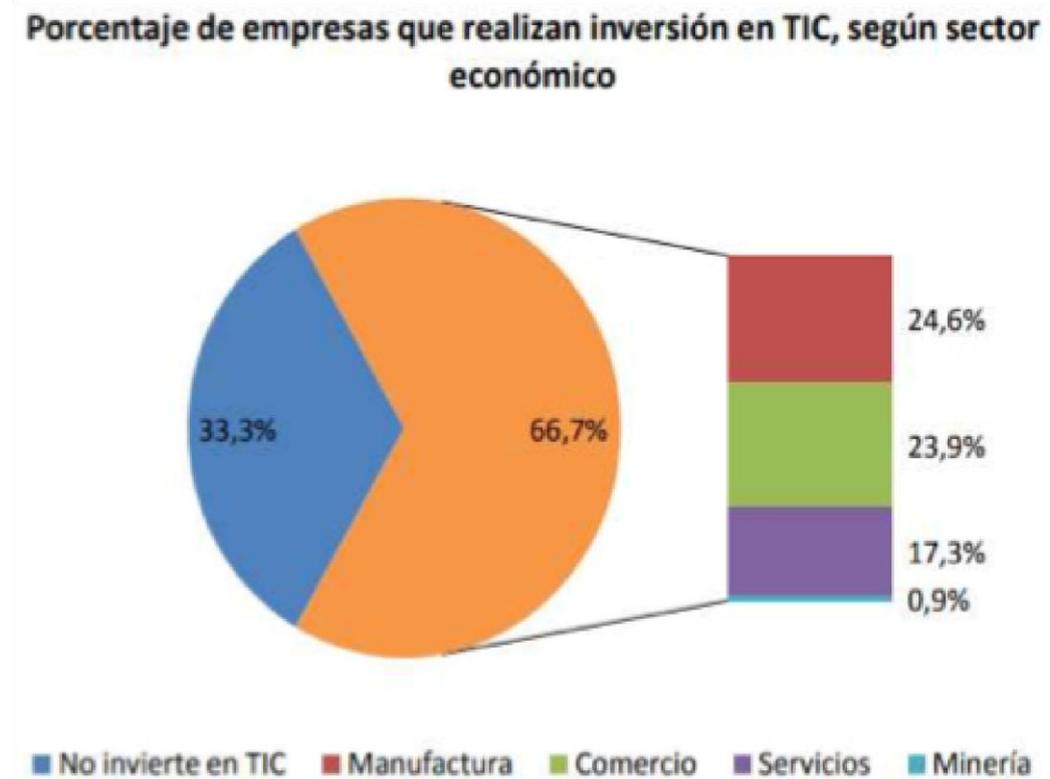
## **4.2. Atractividad de la Industria: Estadísticas de Ventas, Importaciones y Crecimientos en la Industria**

La propuesta de negocios se encuentra ubicada dentro del sector de servicios, específicamente en el área de transportes terrestres y su actividad económica, “ALQUILER DE EQUIPO RECREATIVO Y DEPORTIVO.” (CIIU, 2012) que según “Clasificación Nacional de Actividades Económicas”, el código CIIU de este sector es N7721

“Actualmente, residen más de 60 000 habitantes, de los 40 000 que viven en unas 35 ciudadelas cerradas. El restante habita en poblados como Daular o Puerto Hondo.” (Ecuador en Directo, 2019). El presente proyecto está dirigido hacia las zonas residenciales que cuentan con ciclovía en la ciudad de Guayaquil, por lo tanto se puede considerar 40,000 habitantes en el sector destino, los cuales que se pueden estimar con un alcance de 50%, resulta un tamaño de mercado de 20,000 posibles usuarios, que si es un número considerable para un nuevo comienzo.

Según una investigación realizado en el 2015 (Ecuador en Cifras, 2015), las empresas que invierten en TIC ocupan un 66.7%, de los cuales el 24,6% corresponde a las empresas que se dedican en la manufactura.

**Tabla 9:** Porcentaje de empresas que realizan inversión en TIC



**Elaborado Por:** INEC

**Fuente:** (Ecuador en Cifras, 2015)

“La industria de las bicicletas compartidas ha vivido desde el año pasado un crecimiento explosivo en China. Con tan sólo un teléfono móvil se puede buscar una bicicleta, desbloquearla, pagar por su uso y aparcarla casi en cualquier lugar, pudiendo utilizarlas cuando y donde quiera, por lo que es una opción cómoda, rápida y barata. Los datos muestran que a finales del año pasado existían en China más de 20 negocios de bicicletas compartidas, con varios millones de bicicletas disponibles y cerca de 19 millones de usuarios. “El 1 de marzo, la plataforma de bicicletas compartidas OFO anunció la finalización de la ronda D de financiación, recaudando 450 millones de dólares (alrededor de 3.100 millones de yuanes), una cantidad récord en una ronda de financiación en la industria de las bicicletas compartidas, convirtiéndose al mismo tiempo en la empresa más valorada de esta industria (con una valoración de más de 1.000 millones de dólares en el periodo relativamente corto de tiempo desde que se fundó la empresa).” (Wei, 2017)

De acuerdo con lo expuesto, la industria del sistema de las bicicletas compartidas apenas apareció en el mercado, tuvo una gran acogida por el pueblo chino, lo cual es muy probable que cause un impacto de moda similar en la ciudad de Guayaquil, debido a la característica de los ciudadanos guayaquileños, etiquetados como novedosos e innovadores.

La desventaja de este impacto mencionado es el crecimiento de los competidores en la industria, lo cual es algo inevitable, pero se puede realizar estrategias para que la empresa se vuelva más competitiva en el mercado. Aunque en la actualidad no hay ningún tipo de negocio parecido y relacionado a bicicletas en Guayaquil, es una buena oportunidad para entrar fuertemente al mercado y posicionarse.

Análisis: El proyecto tiene un buen número(20,000) de posibles usuarios en la zona destino, los proyectos parecidos en el exterior han logrado gran éxito, en el lugar destino donde se realizará este proyecto no hay negocios parecidos existentes, y en el aspecto Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), por los gráficos se notó un gran porcentaje de las empresas invierten el, refleja que más y más empresas ya están comenzando a entender la importancia de la TIC, que se considera algo favorable para el proyecto ya que se maneja a través de una aplicación móvil.

#### **4.3. Análisis del Ciclo de Vida del Producto en el Mercado**

“El ciclo de vida del producto es un modelo que supone que los productos introducidos con éxito a los mercados competitivos pasan por un ciclo predecible con el transcurso del tiempo, el cual consta de una serie de etapas: introducción, crecimiento, madurez y declinación, y cada etapa plantea riesgos y oportunidades que los comerciantes deben tomar en cuenta para mantener la credibilidad del producto.” (Sandhusen, 2016)

El presente proyecto se encuentra en la fase de desarrollo de propuesta del ciclo de vida, requiere conocer estrategias indicadas para utilizar en esta fase, tras investigaciones y casos existentes revisados, en esta fase, el proyecto tiene 3 modos para general ganancias;

- 1) Fracción + Garantía

Las garantías permiten el proyecto recuperar el flujo de efectivo, para el uso de los costosos mantenimientos y también es la llave clave para el incremento de mercado, ya que las ganancias por fracción son mínimas.

## 2) Publicidad

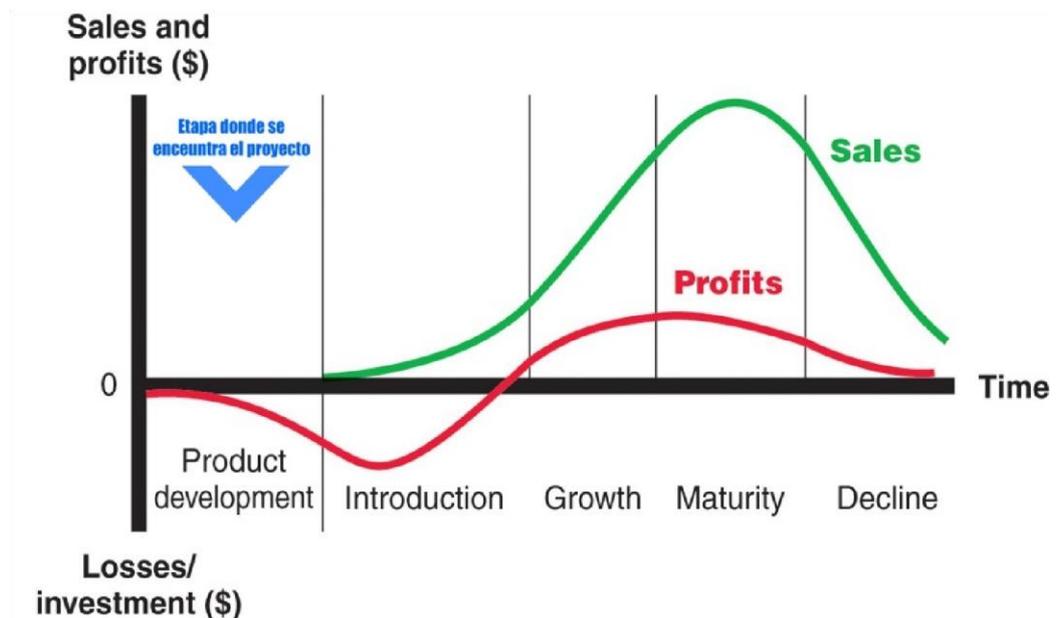
Publicidad siempre ha sido una fuente de ingreso importante para los negocios relacionados a aplicaciones móviles.

## 3) Big Data

Para el registro de usuario requiere información con nombre real, eso creará una base de datos que, según la tendencia tecnológica de ahora, al futuro creará nuevas oportunidades de negocios,

Por lo tanto, los 3 puntos mencionados serán los objetivos principales de esta fase del ciclo de vida del producto.

**Gráfico 2:** Ciclo de vida del producto.



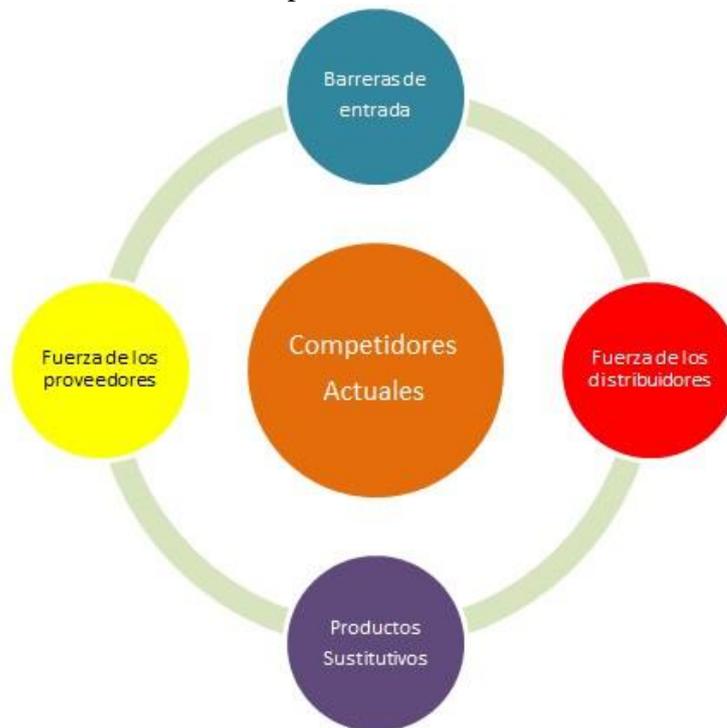
**Elaborado por:** Comindwork

**Fuente:** (Comindwork, 2019)

#### 4.4. Análisis de las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter y Conclusiones

● “Esta metodología desarrollada por Michael Porter estudia las técnicas del análisis de la industria o sector industrial, definido como el grupo de empresas que producen productos que son sustitutos cercanos entre sí, con el fin de hacer una evaluación de los aspectos que componen el entorno del negocio, desde un punto de vista estratégico.” (Aguilar, 2006) “Esta metodología permite conocer el sector industrial teniendo en cuenta varios factores como: el número de proveedores y clientes, la frontera geográfica del mercado, el efecto de los costos en las economías de escala, los canales de distribución y los cambios tecnológicos.”

**Gráfico 3:** Cinco Fuerzas Competitivas de Porter



**Elaborado por:** Marketing Digital

**Fuente:** (Marketing Digital, 2020)

**Tabla 10:** Poder de negociación de los clientes: Media

Poder Negociación Clientes	Valoración
----------------------------	------------

Concentración de los compradores	3
Relación entre la demanda y la oferta	2
Costes de cambio del comprador	3
Disponibilidad de productos sustitutos existentes.	1
Sensibilidad al precio del comprador	2
Ventaja diferencial (singularidad) de productos de la industria.	1

**Elaborado por:** El Autor

El poder de negociación de los proveedores es bajo, el factor más importante es:

- Concentración de los proveedores: El presente proyecto está dirigido hacia las zonas residenciales que cuentan con ciclovías, bajo esas condiciones, la zona de vía a la costa es la más adecuada, es decir los usuarios estarán centralizados principalmente en una misma zona.

**Tabla 11:** Poder de negociación de los proveedores: Medio Bajo

Poder Negociación Proveedores	Valoración
Cantidad de proveedores en la industria	1
Poder de decisión en el precio por parte del proveedor	3
Nivel de organización de los proveedores	1
Nivel de poder adquisitivo	1
Información del Mercado	2
Calidad de productos	2
Producto sustituto	2

**Elaborado por:** El Autor

El poder de negociación de los clientes es medio bajo, se encuentran los factores más importantes:

Cantidad de consumidores en la industria: La propuesta de negocios está relacionada con bicicletas y la aplicación móvil, por lo tanto, los repuestos, mantenimiento para bicicletas y el desarrollo de la app se convirtieron en factores claves e importantes para el negocio, y los medios para conseguirlos son bastantes amplios, porque en el mercado actual existen muchos proveedores indicados para el negocio que aumenta las opciones al momento de elegir y debilita el poder de negociación a los proveedores.

Producto sustituto: Debido a que no hay negocios iguales en la ciudad destino, y el presente proyecto está principalmente relacionado con el medio de transporte, las opciones de los productos sustitutos como: autos, taxis, etc. Son las mismas opciones que tenían los usuarios, por lo tanto, es un punto a favor al proyecto.

**Tabla 12:** Amenaza de nuevos competidores entrantes: Baja

Amenaza de nuevos competidores entrantes	Valoración
Economía de escala	1
Diferenciación del producto	1
Inversiones de capital	3
Desventaja en costes independientemente de la escala	1
Política gubernamental	1
Acceso a los canales de distribución	2

**Elaborado por:** El Autor

La amenaza de nuevos competidores es alta entre los principales factores:

Economía de escala: existen diversos costos en el tema de adquisición de bicicletas y el desarrollo de la aplicación móvil, los cuales su valor le dificultaría a un competidor nuevo entrar al mercado.

**Tabla 13:** Amenazas de productos sustitutos: Media

Amenazas de productos sustitutos	Valoración
----------------------------------	------------

Disponibilidad de sustitutos	2
Precios relativos de los productos sustitutos	2
Nivel percibido de diferenciación del producto	2
Disponibilidad de sustitutos cercanos	3
Suficientes proveedores.	1

**Elaborado por:** El Autor

La amenaza de de productos sustitutos es media entre los principales factores:

Disponibilidad de sustitutos: los productos sustitutos indirectos en este caso son todos los medios de transporte, que el usuario al momento de adquirir puede preferir dependiendo las necesidades, lo cual se convierte en una gran amenaza para el proyecto.

**Tabla 14:** Rivalidad entre competidores: Baja

Rivalidad entre competidores	Valoración
Crecimiento de la industria	1
Diversidad de competidores	1
Costo de almacenamiento	1
Barreras de salida	1
Diferenciación del producto	1

La rivalidad entre competidores es baja, entre los principales factores:

Crecimiento del a industria: La industria mencionada en la actualidad no está desarrollada en la ciudad de Guayaquil.

## **4.5. Análisis de la Oferta**

### **4.5.1. Tipo de Competencia**

La propuesta del sistema de bicicletas compartidas para el uso en las zonas residenciales en la ciudad de Guayaquil no cuenta con competidores directos, debido a que no existen empresas o entidades operando actividades con la misma similitud en la actualidad, sin embargo existen competidores indirectos que ofrecen sus servicios que actúan como sustitutos del servicio que se plantea en la presente propuesta, como: Patinetas eléctricas compartidas, taxis, buses entre otras que forman parte de la competencia oligopólico.

### **4.5.2. Marketshare: Mercado Real y Mercado Potencial**

El mercado real y el mercado potencial del presente proyecto tienen una gran diferencia en su objetivo, debido a la estrategia que se utilizará en la etapa inicial.

#### **Mercado Real**

Hombres y mujeres entre 16 años y 65 años, que cuentan con dispositivos móviles, acceso a internet, habitan en la zona residencial de vía a la costa, que no están satisfechos de las opciones que tienen al momento de querer movilizar cerca de la zona.

#### **Mercado potencial**

Ciudadanos de Guayaquil entre 16 años y 65 años, que cuentan con dispositivos móviles, acceso a internet, y tienen necesidad de movilizar en bicicletas.

### **4.5.3. Características de los Competidores: Liderazgo, Antigüedad, Ubicación, Productos Principales y Línea de Precio.**

La propuesta del presente proyecto se dirige hacia la ciudad de Guayaquil, donde no refleja poseer competidores directos del mismo servicio, sin embargo, debido a que la esencia del proyecto es a través de un medio de transporte, por lo tanto, se ha identificado diversas empresas que por su esencia del servicio, pueden considerarse como competidores indirectos de la propuesta planteada.

**Tabla 15:** Características de los Competidores

Empresa	Clase de competencia	Liderazgo Ubicación	Antigüedad	Servicios principales	Tarifa
iLEMENTAL	Directa	Medio	2019	Quito y Guayaquil Monopatines compartidos	USD 1,00 los primeros 3 min. A partir del 4 min \$0,17 por cada min.recorrido
Uber	Indirecta	Alto	2017 mente	Nacional Transporte - taxi	Tarifa inicial:\$ 0.60 Costo por minuto: \$ 0.10 Costo por km: \$ 0.30
Indriver	Indirecta	Alto	2017 mente	Nacional Transporte - taxi	Promedio un 20% más bajo que el de los principales competidores
Transporte público	Indirecta	Bajo	Tradicional mente	Nacional Transporte - bus	Adultos: \$0.30- \$0.35 Estudiantes: \$0.15 - \$0.17

**Elaborado por:** El autor

#### 4.5.4. Benchmarking: Estrategia de los Competidores y Contra estrategia de la Empresa iLEMENTAL

Esta empresa enfocada en el desarrollo e innovación de la tecnología lanzó los primeros monopatines eléctricos como alternativa de movilización al mercado ecuatoriano, con una tarifa de \$1,00 los primeros tres minutos y a partir del cuarto es de \$0,17 por cada minuto recorrido.

##### **Contra-estrategia de la propuesta**

En una entrevista, el CEO de iLEMENTAL menciona que la tarifa de sus monopatines son más económicos en comparación a Uber en distancia cercanas, sin

tomar en cuenta que por su política de tarifa los usuarios prácticamente deben cancelar mínimo desde \$3, que en Guayaquil no se considera un precio económico para movilizarse a una distancia alcanzada dentro de 3 minutos, y probablemente provoca que los posibles usuarios prefieran tomar otras alternativas, y las frecuencias del uso comienzan a bajar. (El Universo, 2019)

Por lo tanto, debido a que la presente propuesta se encuentra en la etapa inicial, el enfoque de la propuesta no debe fijarse en las tarifas, sino en las garantías de los usuarios;

1. Ofrecer tarifas económicas y aceptables para impulsar el crecimiento del tamaño del mercado rápidamente.

2. Recuperar la inversión inicial a través de las tarifas establecidas por hora o fracción, aunque el monto de las garantías que los usuarios deben cancelar en la app móvil por pagos en línea antes de adquirir el servicio es la fuente principal del retorno de inversión, para cubrir los gastos de operaciones y al mismo tiempo es la clave esencial para la inversión de la siguiente fase de desarrollo.

#### **4.6. Análisis de la Demanda**

##### **4.6.1. Segmentación de Mercado**

La presente propuesta está dirigida para hombres y mujeres entre 16 años y 65 años, que cuentan con dispositivos móviles, acceso a internet, habitan en la zona residencial de vía a la costa, que no están satisfechos de las opciones que tienen al momento de querer movilizar a distancia cercana en la zona, también las personas que están insatisfechos por los altos costos de mantenimiento sobre las bicicletas.

##### **4.6.2. Criterio de Segmentación**

A continuación, se detallan los criterios de segmentación para determinar los segmentos de la presente propuesta

**Tabla 16:** Criterio de segmentación

Criterios	Detalles
-----------	----------

Geográfico	Ciudad donde se desarrollará la propuesta
Demográfico	Permite describir género y edad del segmento de mercado para la propuesta
Socioeconómico	Se determinará el nivel socioeconómico de las personas en el segmento de mercado de la propuesta
Conductual	Se detalla el comportamiento de las personas del segmento de la propuesta

**Elaborado por:** El autor

#### 4.6.3. Selección de Segmentos

La siguiente información se detalla los criterios descritos en la tabla mencionada en texto anterior.

**Tabla 17:** Selección de segmentos

<b>Usuarios</b>	
<b>Criterios</b>	<b>Detalles</b>
Geográfico	Ciudadanos de la ciudad de Guayaquil, Ecuador
Demográfico	Hombre y mujeres entre 16 años y 65 años de edad
Socioeconómico	Nivel socioeconómico A / B
Conductual	Tienen interés en movilizarse por bicicleta Reemplaza caminata por ciclismo

**Elaborado por:** El autor

#### 4.6.4. Perfiles de los Segmentos

##### **Usuarios**

- Hombres y mujer entre 16 y 65 años de la ciudad de Guayaquil
- Nivel socioeconómico A / B.
- Posean al menos un dispositivo móvil con acceso a internet y que maneje apps móviles.

- No están satisfechos de las pocas opciones que tienen al momento de querer movilizar cercanamente
- Tienen interés al ciclismo pero que el tiempo de uso en las bicicletas no son muy convenientes en comparación sus altos precios y costos de mantenimientos.

#### 4.7. Matriz FODA

**Tabla 18:** FODA

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Primera empresa de servicios de bicicletas compartidas en Guayaquil</li> <li>• El municipio de Guayaquil está comenzando a incentivar el uso</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ofrecer el servicio al alcance por todo el Guayaquil</li> <li>• La facilidad y conveniencia del ciclismo y el uso de las ciclovías</li> </ul>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicio del negocio es susceptible al clima</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El único competidor creciente del mismo servicio, pero en monopatinés</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Podría incurrirse en altos costos de mantenimiento</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Taxi, buses, etc... medios de transporte que pueda sustituir</li> <li>• Existen personas que no operan apps móviles</li> </ul>

**Elaborado por:** El autor

Después de un análisis matriz FODA al presente proyecto, en lo expuesto se puede visualizar cada componente, es importante tener en cuenta la selección de estrategias, en este caso se aplicará la estrategia FO, con el fin de aprovechar las fortalezas y maximizar las oportunidades, crear una buena imagen ecológico de marca como la primera marca de sistema de bicicletas compartidas, y buscar alianza o asociaciones con la alcaldía de Guayaquil para captar más cantidad de clientes y aumentar reconocimiento de marca rápidamente.

## **4.8. Investigación de Mercado**

### **4.8.1. Método**

El presente proyecto utilizará métodos de investigación tanto cuantitativos como cualitativos, buscando la preferencia e inclinación de los potenciales usuarios a través de realizar encuestas, entrevistas para poder recopilar suficiente información, analizar y tomar mejores decisiones en procesos importantes como fijación de precios, etc...

## **4.8.2 Diseño de la Investigación**

### **4.8.2.1 Objetivos de la Investigación: General y Específicos (Temas que desean ser investigados)**

#### Objetivo General:

- Descubrir el conocimiento de los potenciales usuarios sobre el sistema de bicicletas compartidas.
- La aceptación e interés de los potenciales usuarios sobre el sistema de bicicletas compartidas.

#### Objetivo Específico:

- Ubicación de los potenciales usuarios.
- Uso principal que le daría los potenciales usuarios al presente proyecto
- Precios dispuestos a pagar de los posibles usuarios
- Grupo/ Edad principal de los potenciales usuarios

#### 4.8.2.2. Tamaño de la Muestra

Según el dato mostrado del Instituto Nacional de Estadística y Censo(INEC) sobre la población de la ciudad de Guayaquil:

**Gráfico 4:** Tamaño de muestra



**Elaborado por:** El autor

Debido a que el mercado objetivo en la primera fase se enfoca en la zona de vía a la costa, donde se encuentra ubicadas más de 30 ciudadelas; “La vía a la costa... Actualmente, residen más de 60,000 habitantes, de los 40,000 que viven en ciudadelas cerradas...” (El Comercio, 2019) Por lo tanto, se toma el número 40,000 como el TAM (Total Addressable Market), es decir hay 40,000 posibles usuarios en el sector objetivo.

Para el desarrollo del SAM (Served Available Market) de la propuesta, debido a que no hay empresas parecidas al presente proyecto en el mercado local, por lo tanto, después de realizar unas consultas con un experto de China en el tema, quien ya se ha adaptado a este tipo de negocios, se pudo saber que: según la información proporcionada de dicho país, el porcentaje de uso en este aspecto es de 66%, y la frecuencia de uso por día de 3.76 veces.

Debido a que la información fue analizada basando en un negocio desarrollado, para una etapa inicial se estima usando la mitad del valor

mencionado, y aplicando este dicho valor con el indicador del mercado total, se puede precisar que el tamaño del SAM es de 13,200.

En esta investigación, relacionando con la situación actual, debida a la emergencia sanitaria, factor que podría influir la investigación, se decidió aplicar el método de muestreo por conveniencia para el número de encuestas, lo cual representa el 3% del tamaño de SAM.

Determinar el valor del SOM (Serviceable Obtainable Market), ayudará al presente proyecto valorar el potencial a corto o mediano plazo de manera muy realista, aplicando los 13,200 usuarios potenciales por una frecuencia de uso de 3.76 veces por día, es decir el valor del SOM es 49.632 veces anuales.

#### **4.8.2.3. Técnica de recogida y análisis de datos**

Para la obtención y análisis de dato del presente proyecto, las técnicas a aplicar son:

- **Encuestas** usar el método de investigación cuantitativa para detectar la opinión de los posibles usuarios.
- **Entrevistas** usar el método de investigación cualitativa para detectar los temas centrales en el mundo de la vida de los posibles usuarios desde su propio punto de vista.
- **Investigación Documental** recopilar información relacionada al presente proyecto por el medio de estudios, libros, documentos, libros, tablas existentes, etc...

##### **4.8.2.3.1. Exploratoria (Entrevista preliminar, Observación, Grupo Focal, etc.)**

Mediante la recopilación de información y análisis, la investigación exploratoria del presente proyecto se realizó en una reunión de grupo focales a personas que viven en el sector de Vía a la costa, lo cual es el sector objetivo que los potenciales usuarios conocen y conviven cada día.

En el grupo focal participaron 8 personas que viven en el sector de Vía a la costa, a los cuales se les realizaron las siguientes preguntas:

- ¿Qué opciones tiene al momento de querer movilizar en la zona de vía a la costa?
- ¿Por qué elije esa opción? ¿Y está satisfecho?
- ¿Cuánto le cuesta en salir con esa opción?
- ¿Ha considerado las bicicletas como una opción de salida? ¿Por qué?
- ¿Ha escuchado sobre el sistema de bicicletas compartidas?
- ¿Le interesaría usar el sistema de bicicletas compartidas como opción de salida?
- ¿Para que ocasión usted eligiera el sistema de bicicletas compartidas?
- ¿Cuánto usted pagaría por el uso del sistema de bicicletas compartidas? ¿Por qué?
- ¿Le gusta la idea de bicicletas compartidas? ¿Por qué?
- ¿Si le pudiera hacer mejoramiento, en que lo mejoraría usted?

Después de realizar el grupo focal, los posibles usuarios manifiestan que movilizar cercanamente si es un problema existente pero que aún no les ha afectado su vida normal, sin embargo, si tuvieran la opción del sistema de bicicletas compartidas, lo usarían. En temas de tarifas, la mayoría manifiestan que les parece apropiado alrededor de \$1 por hora o fracción. También hubo mucha pregunta en la función del sistema bicicletas compartidas, en como se operará a través de la app móvil, debido a la falta de experiencia en servicios similares. Por lo tanto, en la fase de lanzamiento, es importante que los posibles usuarios entiendan y sepan como es el uso y la operación del sistema de bicicletas compartidas de Guaya-Bike, y para eso, es necesario agregar contenido de tutorial dentro de la app móvil para que los posibles usuarios tengan un mejor conocimiento de su función.

#### **4.8.2.3.2 Concluyente (Encuesta)**

Esta investigación consiste en 18 preguntas diseñadas para obtener resultados en la opinión y aceptación del público sobre precios, usos

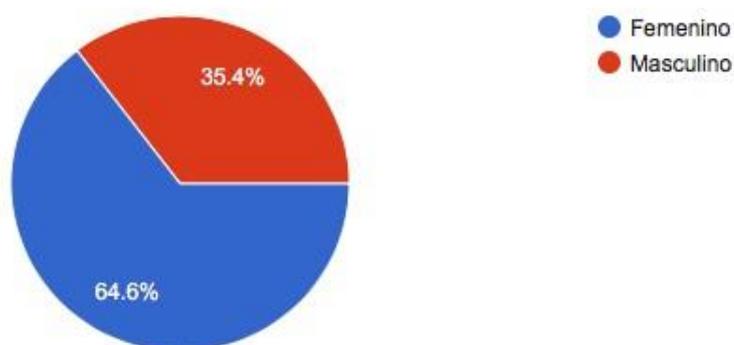
principales, edades, entre otras, y se logró encuestar alrededor de 400 personas calificadas como posibles usuarios.

#### 4.8.2.4 Análisis de Datos

Según las encuestas realizadas a través de la plataforma Google Drive, se obtuvo siguiente resultado:

¿Cuál es tu género?

**Gráfico 5:** Género



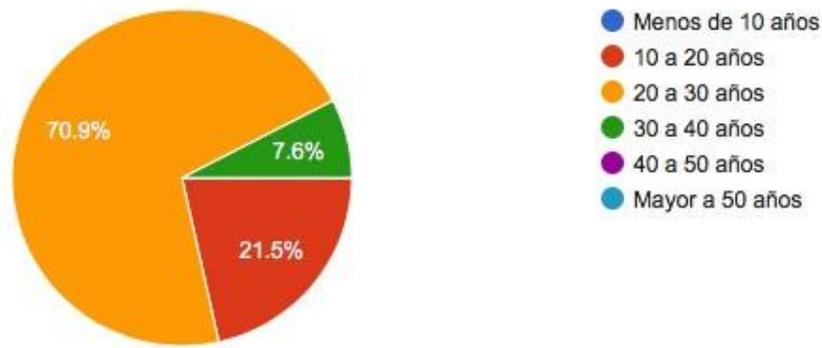
**Elaborado por:** El autor **Fuente:**

Encuestas

Según los resultados de las encuestas, el 35.4% de los posibles usuarios son Femenino, y los otros 64.6% son Masculinos.

¿Cuál es tu edad?

**Gráfico 6:** Edad



**Elaborado por:** El autor **Fuente:**  
Encuestas

Según los resultados de las encuestas, el 70.9% de los encuestadores que son posibles usuarios pertenece a la categoría de 20 a 30 años.

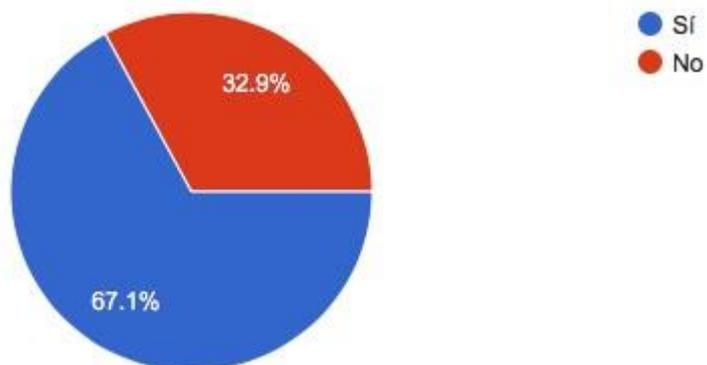
¿Cuál es tu profesión?

Debido a que la lista de las profesiones es bastante amplia, por lo tanto, según los resultados obtenidos, se mencionará los mas destacados;

El 40.3% de los encuestadores son estudiantes, mientras en el resto existen colaboradores de empresas, abogados, economistas, ama de casa entre otras.

¿Has escuchado sobre el sistema de bicicletas compartidas?

**Gráfico 7:** Conocimiento sobre bicicletas compartidas



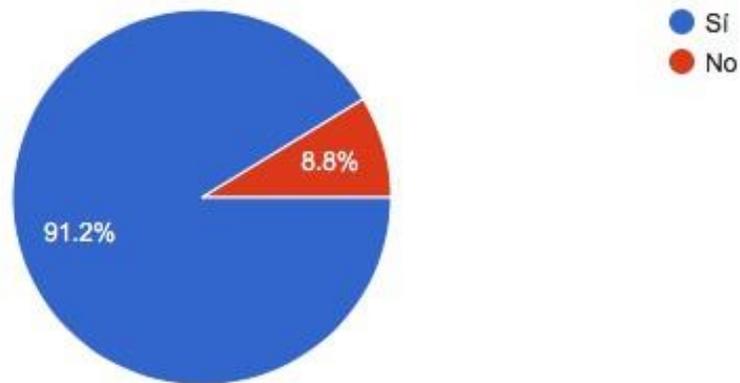
**Elaborado por:** El autor

**Fuente:** Encuestas

Según los resultados el 32.9% no han escuchado sobre el sistema de bicicletas compartidas, mientras en el resto 67.1% si tienen conocimiento al respecto.

En caso "No", ¿Te interesaría conocerlo?

**Gráfico 8:** Interés cliente potencial



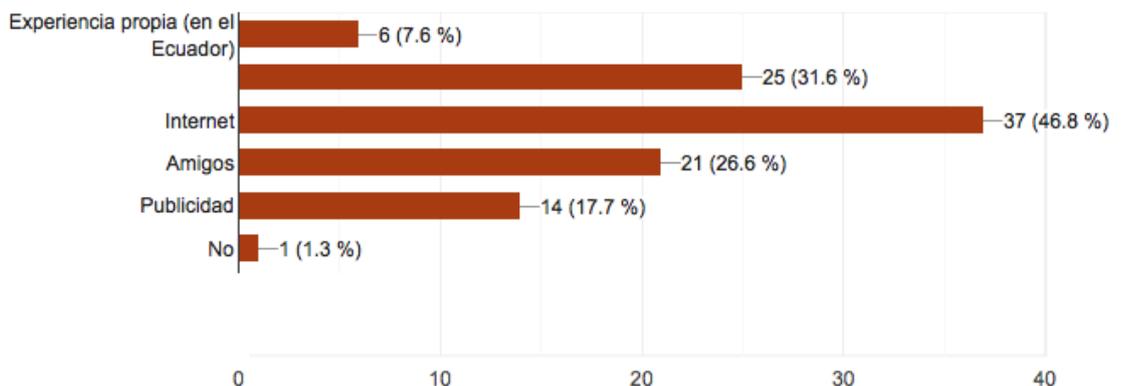
**Elaborado por:** El autor

**Fuente:** Encuestas

Según los resultados de las encuestas, el 91.2% demuestran interés en conocer el sistema de bicicletas compartidas, mientras en el resto existen abogados, economistas, ama de casa entre otras.

¿Cómo te enteraste del sistema de bicicletas compartidas?

**Gráfico 9:** Promoción bicicleta compartida



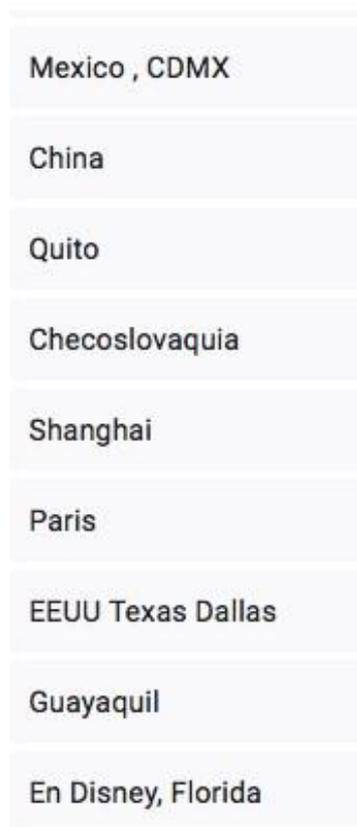
**Elaborado por:** El autor

**Fuente:** Encuestas

Según los resultados de las encuestas. El 46.6% de ellos se enteraron de este sistema por el internet.

En caso experiencia propia, ¿Dónde lo utilizaste? (Ej: país; ciudad...)

**Gráfico 10:** Experiencia



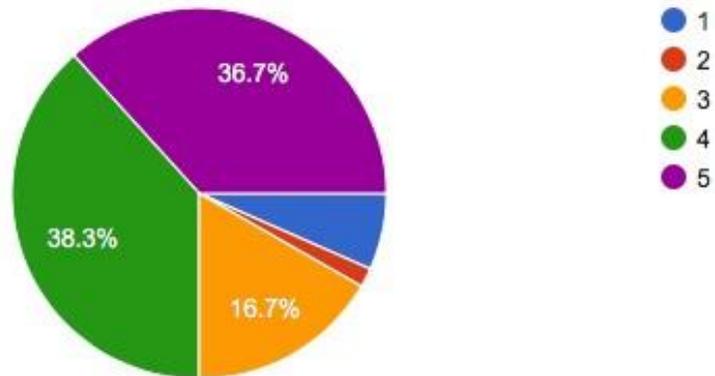
**Elaborado por:** El autor

**Fuente:** Encuestas

Según los resultados de las encuestas, los lugares donde han tenido la oportunidad de conocer este sistema fueron en ciudades reconocidas.

Si tuvieras que calificar esa experiencia del 1 al 5, ¿Cuánto la calificarías?

**Gráfico 11:** Calificación experiencia



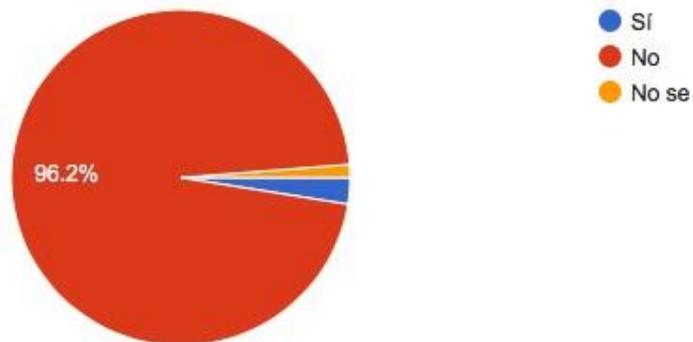
**Elaborado por:** El autor **Fuente:**

Encuestas

Según los resultados de las encuestas, el 36.7% de los experimentadores califican con 5/5 puntos en la experiencia.

¿Existen bicicletas compartidas cerca de tu casa?

**Gráfico 12:** Bicicletas compartidas



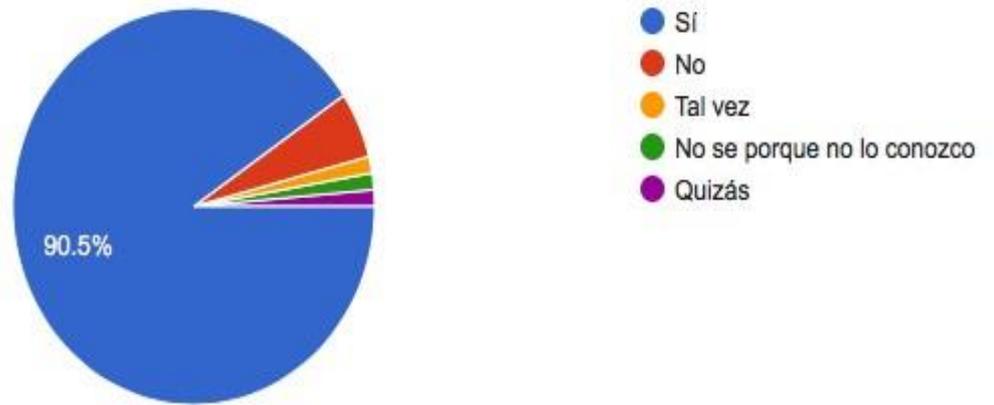
**Elaborado por:** El autor **Fuente:**

Encuestas

Según los resultados de las encuestas. El 96.2% de los encuestadores no tienen opción del sistema de bicicletas compartidas cerca de sus viviendas.

En caso "No", ¿Te gustaría tener el sistema de bicicletas compartidas cercano tuyo?

**Gráfico 13:** Gusto de Encuestados

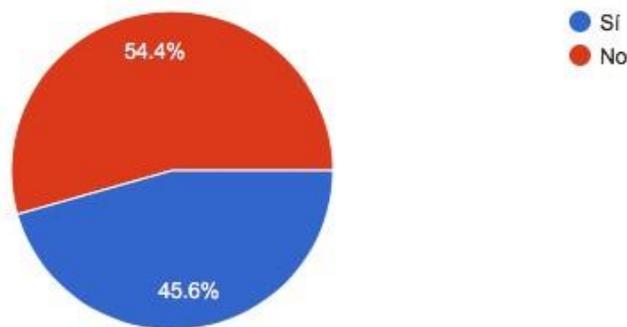


**Elaborado por:** El autor **Fuente:**  
Encuestas

Según los resultados de las encuestas. El 90% de los encuestados les gustaría tener el sistema de bicicletas compartidas cerca de su casa.

¿Existen ciclovías cerca de tu casa?

**Gráfico 14:** Ciclovías

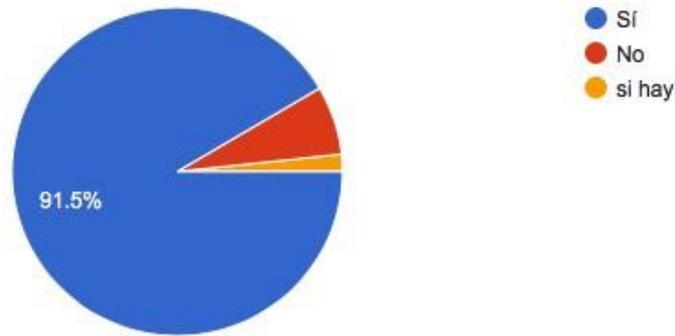


**Elaborado por:** El autor  
**Fuente:** Encuestas

Según los resultados de las encuestas. El 54.4% de los encuestadores no tienen ciclovía cerca de sus casa.

En caso "No", ¿Te gustaría tener ciclovía cerca de tu casa?

**Gráfico 15:** Interés en ciclovía

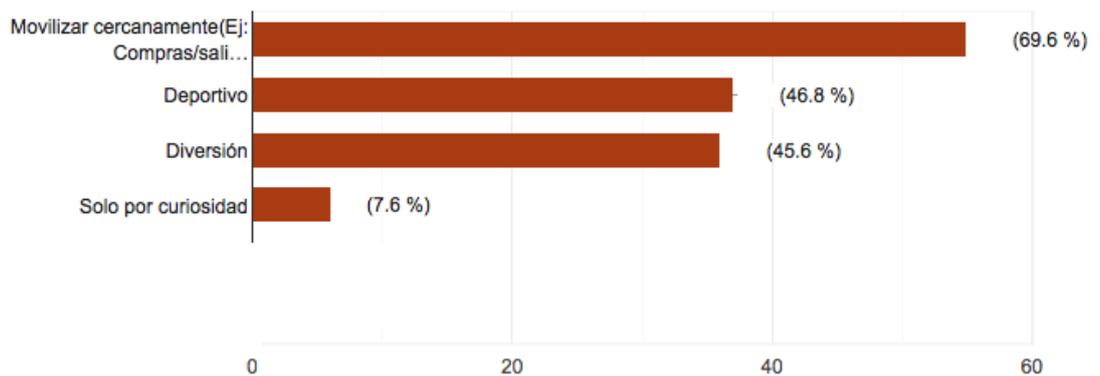


**Elaborado por:** El autor **Fuente:**  
Encuestas

Según los resultados de las encuestas. El 91.5% demuestra interés en tener ciclovía cerca de sus casas.

¿Cuáles serían tus usos principales con el sistema de bicicletas compartidas?

**Gráfico 16:** Uso de bicicletas



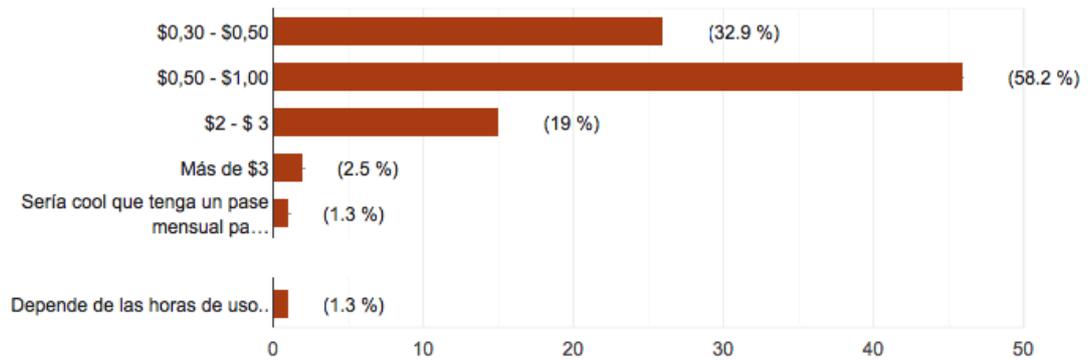
**Elaborado por:** El autor  
**Fuente:** Encuestas

Según los resultados de las encuestas. El 69.6% utilizarían el sistema de bicicletas para movilizar cercanamente, el 46.8% de forma deportiva y el 45.6% de forma diversión.

Si tuvieras que usarlo, ¿Cuál de los siguientes precios estás dispuesto a pagar por Fracción/ Hora?

**Gráfico 17:** Precio referente

**Elaborado por:** El autor

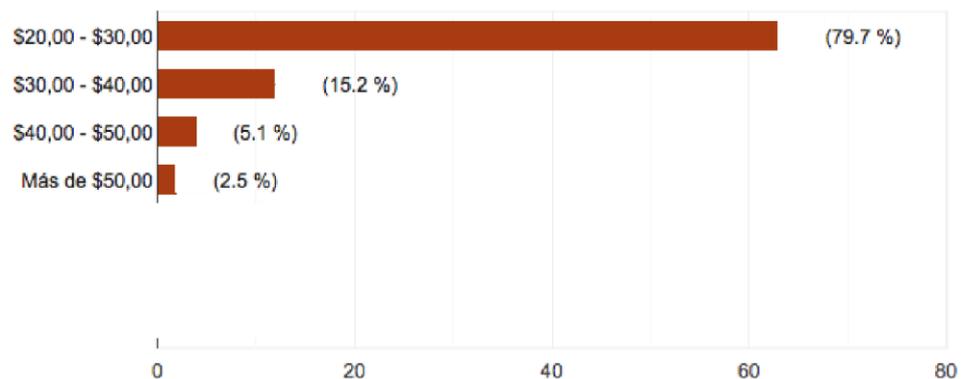


**Fuente:** Encuestas

Según los resultados de las encuestas. El 32.9% están dispuestos a pagar entre \$0,30 a \$0,50, el 58.2% están dispuestos a pagar entre \$0,50 a \$1,00, y el 19% están dispuestos a pagar entre \$2 a \$3 por Fracción/ Hora.

Y, ¿Cuál de los siguientes precios estás dispuesto a pagar por la garantía al momento de inscribirse como usuario?

**Gráfico 18:** Precio



**Elaborado por:** El autor

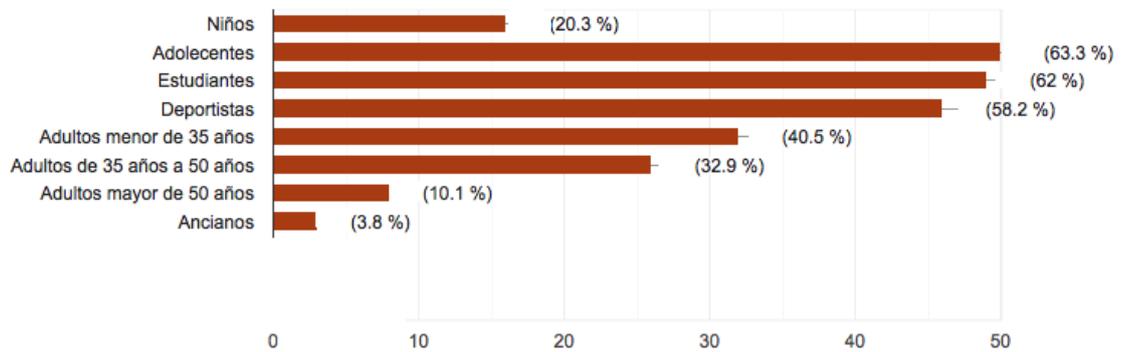
**Fuente:** Encuestas

Según los resultados de las encuestas. El 79.7% están dispuestos a pagar entre \$20,00 a \$30,00, el 15.2% están dispuestos a pagar entre \$30,00 a \$40,00,

el 5.1% están dispuestos a pagar entre \$40 a \$50, y el 2.5% están dispuestos a pagar más de \$50,00.

En tu opinión, ¿Cuál de los siguientes grupos serían los principales usuarios del sistema de bicicletas compartidas?

**Gráfico 19:** Principales usuarios de bicicletas compartidas



Según los resultados de las encuestas, entre los adolescentes (63.3%), estudiantes (62%) y deportistas (28.2%) son los más elegidos como grupo principal de usuarios.

**Elaborado por:** El autor **Fuente:**

Encuestas

#### 4.8.2.5 Resumen e interpretación de resultados

En investigación realizada que consiste 65% de mujeres y 35% de hombres demuestra que en los posibles usuarios de la ciudad Guayaquil existen un 42% de personas que desconocen el funcionamiento del negocio que maneja el presente proyecto, sin embargo, entre ellos hubo una gran aceptación de 92% en los resultados, incluyendo las personas que no han tenido experiencia con el funcionamiento del negocio, manifiestan que están dispuestos a conocer y experimentar, mientras los posibles usuarios que ya han experimentado el servicios de este tipo de negocios, manifiestan que del 1 al 5, calificarían un 4 a la experiencia que han tenido en distintas ciudades como en: Madrid, Nueva York, Shanghái, México entre otras ciudades turísticamente conocidas. El 60% de los posibles usuarios eligieron un rango

de precio por uso entre \$0,50 a \$1,00 y el 80% eligieron entre \$20,00 a \$30,00 como el precio de la garantía. En las 300 encuestas realizadas, los posibles usuarios eligieron a niños adolescentes, estudiantes y deportistas como los grupos principales que usarían el sistema de bicicleta compartida.

#### **4.8.3 Conclusiones de la Investigación de Mercado**

La investigación del mercado demuestra que los posibles usuarios tienen gran interés en utilizar el servicio de bicicletas compartidas del presente proyecto, por parte de las personas que ya han experimentado servicios parecido en otros países, manifiestan que les han gustado bastante la experiencia como tal, tanto como los que desconocían, después de una breve explicación, también mostraron interés en experimentar este dicho servicio. Por otro lado, quizá por la falta de negocios parecidos en la ciudad, es una razón para creer que engancharía una gran curiosidad a los posibles usuarios si se promociona suficientemente.

Sin embargo, la duda mayor aún sigue siendo que existe mucho desconocimiento, por parte de los posibles usuarios en la función de la app, debido a que no han experimentado experiencia parecida alguna, lo cual para solucionar, se propuso que en el lanzamiento de la app se debe ofrecer breve presentación explicativo, es decir, incluir tutorial de uso en el momento de la inscripción, también se podría agregar un icono de tutorial en el menu principal de la app, lo cual permite el usuario leer y revisar las veces que desea, y tener un completo conocimiento en el uso y la operación sobre el sistema de bicicletas compartidas de Guaya-Bike.

#### **4.8.4 Recomendaciones de la Investigación de Mercado**

Según la investigación y los datos obtenidos, se recomienda:

- Posicionar la marca en relación con términos como “fácil de usar”, “ecológico al medioambiente”.
- Participar en los eventos realizados por organizaciones relacionados al medioambiente, ciclismo para aumentar el reconocimiento y la reputación de la marca.

- Realizar activaciones online/offline para regalar tiempo de uso a los nuevos usuarios, eso permite que puedan conocer y experimentar el sistema de bicicletas compartidas.
- Elaborar estrategias de fidelización a través actividades y misiones de ciclismo para mantener el número de usuarios activos.
- Aplicar precios ligeramente alto que el promedio de los transportes públicos
- Mantener una innovación continua del servicio tanto como las funciones de la app móvil.

# CAPÍTULO 5

## **PLAN DE MARKETING**

## CAPÍTULO 5

### 5. PLAN DE MARKETING

#### 5.1. Objetivos: General y Específicos

##### Objetivo General:

Introducir la empresa de servicios de sistema de bicicletas compartidas al mercado de la ciudad de Guayaquil.

##### Objetivo Específicos:

- Posicionarse en el mercado existente como la primera empresa en sistema de bicicletas compartidas.
- Crear una imagen de una empresa ecológica, amigable al medio ambiente que se preocupa por la salud de las personas y por lo tanto incentiva a las personas que se ejerciten.
- Implementar estrategias efectivas para potenciar más números de usuarios frecuentes posibles.
- Analizar estrategias para la realización del retorno de capital y así poder iniciar con la segunda fase del proyecto.

##### **5.1.1. Mercado Meta**

El mercado meta del presente proyecto está dirigida a los hombres y mujeres entre 16 a 50 años, de estrato social media-alta que residen o visitan con frecuencia la zona de vía a la costa de Guayaquil, tienen insatisfacción al entorno de transportes de la zona y que tienen inclinación sobre el deporte o el medioambiente.

##### **5.1.1.1. Tipo y Estrategias de Penetración**

Las estrategias de penetración para este proyecto son:

- Posicionamiento del mercado: Utilizar el medio de la publicidad para lograr popularizar la idea del modelo B2C y el enfoque de la empresa del presente proyecto que a la vez crea una buena imagen de una empresa confiable para el público.
- Captación de clientes: Lanzar eventos y actividades online/offline relacionado con el ciclismo, ofrecer promociones como regalar

tiempo de uso por inscripción, por cumplir retos, actividades parecidas para incentivar más la frecuencia del uso por los clientes.

#### **5.1.1.2 Cobertura**

El presente proyecto tendrá una cobertura a nivel zona vía a la costa de la ciudad de Guayaquil, ya que es el sector más estratégico debido a las ciclovías y la cantidad de ciudadelas privadas, centros comerciales del sector.

La activación del servicio en la app móvil también es parte del requerimiento para la función del servicio de este proyecto.

### **5.2. Posicionamiento**

Para el posicionamiento de la marca Guaya-Bike, requiere ayuda de estrategias comerciales en el aspecto marketing, Ya que Guaya-Bike es la primera empresa en la industria del mercado local debido a su función y tipo de negocio, y para poder tener un buen posicionamiento, los aspectos claves son:

- Amigable al medioambiente
- Incentivar el entusiasmo de las personas
- Demostrar la potencia publicitaria que contiene Guaya-Bike desde la etapa inicial
- Vinculación con plataformas comunes
- Recopilación de datos para la big data

### **5.3. Marketing Mix**

#### **5.3.1. Estrategia de Producto o Servicios**

Las estrategias del servicio que ofrece el presente proyecto serán desarrolladas en función al posicionamiento del mercado;

- Amigable al medioambiente, convertir la palabra “ecológico” en la etiqueta de Guaya-Bike
- Incentivar el entusiasmo de las personas aplicando promociones, sorteos, regalos como pases mensuales, etc... Por un lado, expande el posicionamiento de la marca en el mercado, y por el otro lado aumenta la fidelidad de los usuarios existentes, usando el método de ganarse pases mensuales, temporales por invitar amigos inscribirse a la aplicación, etc...

- Activar vinculación de la app móvil de Guaya-Bike con plataformas comunes como Google, Facebook al momento de la inscripción del usuario, para realizar funciones como añadir amigos y competir en la lista de “Distancia recorrida Semanal” con Guaya-Bike, y esto facilita al proceso de la recopilación de datos para la big data.
- Aprovechar la plataforma de la app móvil en el aspecto publicitario, para demostrar la potencia publicitaria que contiene Guaya-Bike desde la etapa inicial.

**Gráfico 20:**App publicitario

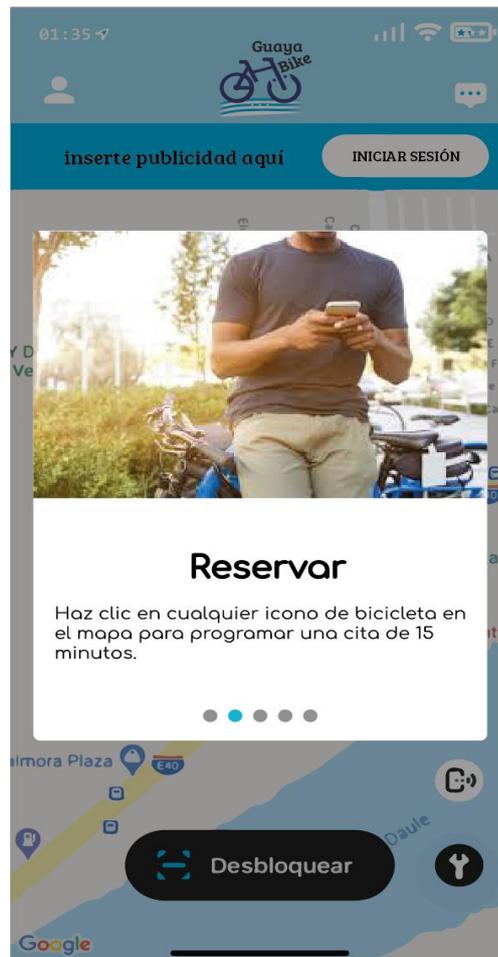


**Elaborado por:** El autor

### 5.3.1.1. Empaque: Reglamento del Mercado y Etiquetado

La presentación de Guaya-Bike; La plataforma app móvil y en el físico de la biciclet estarán apegados con la tematica del color de la bandera de Guayaquil; Azul y blanco, lo cual es fácil de relacionar con el mar (Guayaquil es costa), la ecología, y transmitir el positivismo sobre la protección al medioambiente, de buen salud, y de vida.

**Gráfico 21** :App Móvil



**Elaborado por:** El autor

### 5.3.1.2. Amplitud y Profundidad de Línea

La propuesta del presente proyecto Guaya-Bike se dedicará solamente en ofrecer el servicio de bicicletas compartidas a través la app móvil.

El usuario podrá encontrar en el GPS de la app, una bicicletas GuayaBike de diselo sencillo y ligero, con tematica de color azul y blanco para resaltar los colores de la bandera de Guayaquil.

### 5.3.1.3. Marcas y Submarcas

En el nombre y la marca para el presente proyecto como trabajo de titulación y para dicha empresa legalmente constituida poseerá una sola marca con el fin de identificar con más facilidad por su presentación, será “Guaya-Bike”.

**Gráfico 22: Marca Guaya-Bike**



**Elaborado por:** El autor

## 5.3.2. Estrategia de Precios

### 5.3.2.1. Precios de la Competencia

Por el medio de la observación directa e indirecta, se analiza que en el mercado existente de esta industria no cuenta con competidores directo, sin embargo por la particularidad del negocio, todos los medios de transporte en la zona objetiva son vistos como competidores indirectos, y sus precios son:

**Tabla 19:** Precios competencia

Empresa	Clase de competencia	Liderazgo	Antigüedad	Ubicación	Servicios principales	Tarifa
---------	----------------------	-----------	------------	-----------	-----------------------	--------

iLEMENTAL	Inirecta	Medio	2019	Quito y Guayaquil	USD 1,00 Monopatines los primeros tres minutos y compartidas a partir del cuarto es de USD 0,17 por cada minuto recorrido Tarifa inicial:\$ 0.60 Costo por Transporte - \$ taxi 0.10 Costo por km: \$ 0.30
Uber	Indirecta	Alto	2017	Nacionalmente	Promedio un 20% más bajos que el de los principales competidores
Indriver	Indirecta	Alto	2017	Nacionalmente	Adultos: \$0.3 - \$0.35
Empresas de Buses Públicos	Indirecta	Bajo	Tradicional	Nacionalmente	Transporte - bus Estudiantes: \$0.15 - \$0.17

**Elaborado por:** El autor

Según el gráfico expuesto, la única empresa que tiene similitud en el atributo del negocio es iLEMENTAL, sin embargo en la fijación de precios, la estrategia aplicada por iLEMENTAL no obtuvo buena aceptación en el mercado Guayaquileño, y dicho factor justamente es la ventaja favorable de Guaya-Bike.

### 5.3.2.2. Poder Adquisitivo del Mercado Meta

El mercado meta del presente proyecto Guaya-Bike está ubicada en la zona residencial Vía a la costa de la ciudad de Guayaquil, donde regula habitantes de clase solvencia económica medio-alto, lo cual encajan

perfectamente con el perfil de usuarios que forman el objetivo principal de la primera fase.

### **5.3.2.3. Políticas de Precio**

Guaya-Bike está comprometida con el desarrollo e innovación sustentable del país, por lo tanto, las estrategias de precios a aplicar están relacionadas con el objetivo de la fase del proyecto; En la fase de la etapa inicial para penetrar atractivamente al mercado, se manejará precios más bajos que el mercado promedio de la regularidad hasta la siguiente fase ;

Con dicho antecedente, la política de precios se establecerá enfocando a los siguientes aspectos:

- La descarga de la app móvil es completamente gratis

#### **Para la función del servicio:**

- El registro del usuario a nombre real es requerida.
- La cancelación del valor de la garantía es requerida.

#### **Costos por uso del servicio:**

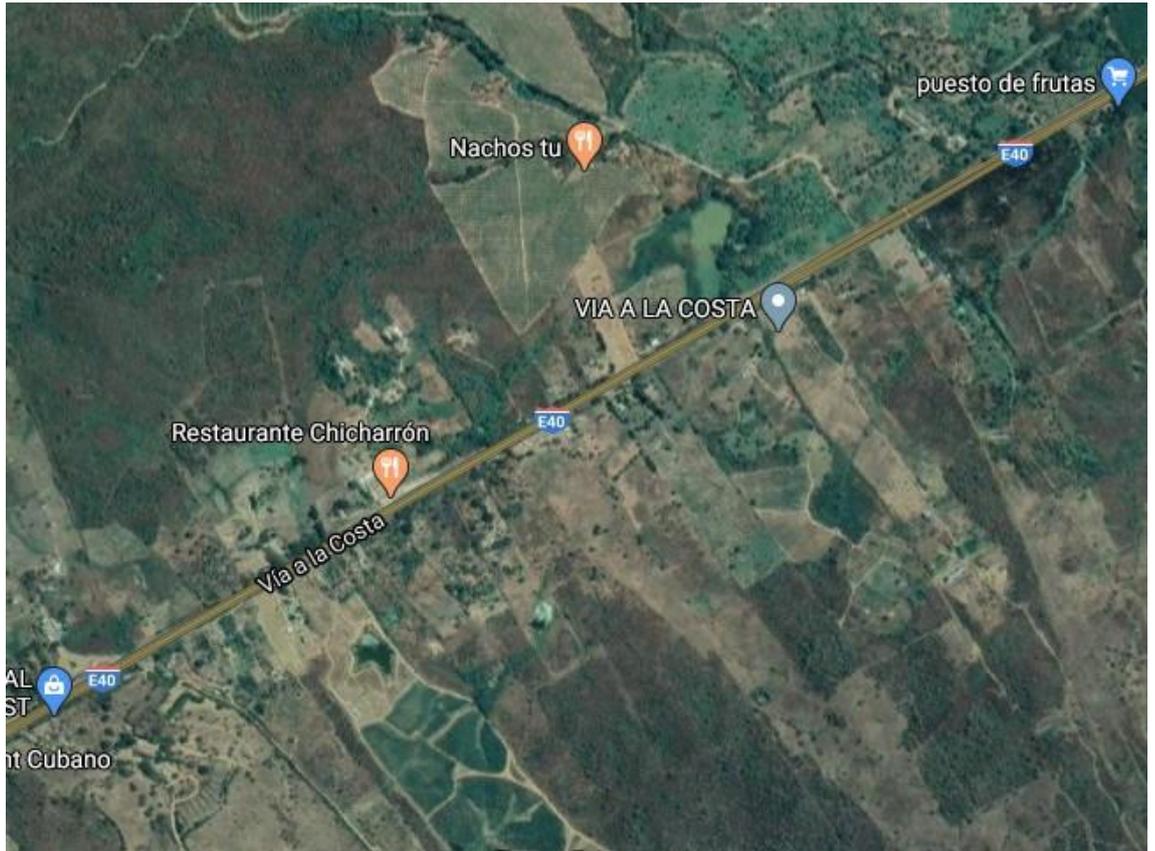
- **Por Hora/ Fracción** Según el feedback de los usuarios potenciales, en rango de precio para ésta categoría: Entre \$0,50 a \$1,00 es el más apropiado a aplicar.
- **Por Día/Semana** Esta categoría en la etapa inicial funciona para incentivar los usuarios la iniciativa y sensación por obtener Pases Diarios, Semanales a través cumplir actividades, desafíos entre otras, por lo tanto se establecerá una categoría superior que el rango de precio promedio del feedback: Entre \$5 - \$8 y \$17 - \$22

### **5.3.3. Estrategia de Plaza**

#### **5.3.3.1. Localización de Puntos de Venta**

La propuesta del presente proyecto Guaya-Bike tiene distribuido 2 puntos de establecimientos colocados cada uno en el interior y el exterior de las primeras 30 ciudadelas más habitadas de la zona objetiva Vía a la costa de la ciudad de Guayaquil

**Gráfico 23:** Mapa Vía a la Costa



**Elaborado por:** Google

**Fuente:** (Google earth, 2020)

#### **5.3.3.1.1. Distribución del Espacio**

De acuerdo en los 4 años de aprendizaje y conocimiento en la Carrera de Emprendimiento, las investigaciones realizadas y los métodos implementados, se ha podido determinar una necesidad mutua de ambas partes en estos modelos de negocio B2C, lo cual ha permitido distribuir el espacio acuerdo a la estructura de la presente propuesta Guaya-Bike.

Las oficinas de Guaya-Bike serán distribuidas de la siguiente forma:

- Oficina del Gerente General
- Oficina de Departamento Contable
- Oficina de Departamento Informático
- Oficina de Departamento Administración
- Sala de reunión
- Sala de espera
- Baño

- Áreas verdes

#### **5.3.3.1.2. Merchandising**

Guaya-Bike implementará las estrategias de merchandising para poder promocionarse y posicionarse rápidamente en el mercado.

Los objetivos centrales son:

- Garantizar el uso del servicio
- Captar más clientes a la marca

Para impulsar la aceptación del público fuera del punto de venta, se considera:

- Asociaciones con identidades que le otorga confianza al público, como la Alcandía de Guayaquil, participar o realizar actividades, eventos de ciclismo personas conocidas y así acelerar el proceso de la aceptación con el público rápidamente.
- Asociaciones con marcas conocidas para salir en la impresión de los empaques.

Para impulsar la aceptación del público dentro del punto de venta, se considera:

- Funciones que permite el usuario ganarse tiempo gratis de uso por distancia avanzado.
- Funciones que permite el usuario ganarse tiempo gratis de uso por invitar a más amigos inscribirse en la app.
- Realizar eventos específicos con temática a los feriados de Ecuador, y así promover el uso de la app.

#### **5.3.3.2. Sistema de Distribución Comercial**

##### **5.3.3.2.1. Canales de Distribución: Minoristas, Mayoristas, Agentes, Depósitos y Almacenes.**

Guaya-Bike es una empresa dedicada a ofrecer servicios de sistema de bicicletas compartidas, aplicando la idea de I+S, con el fin de maximizar la facilidad de aplicar los servicios en sus vidas a través de los canales tecnológicas avanzadas.

Guaya-Bike aplica el modelo B2C, es decir en este caso no aplica los canales como: mayorista, minoristas, agentes, etc...

#### **5.3.3.2.2. Logística**

La logística de la propuesta del presente proyecto consiste en el traslado de las bicicletas entre la bodega-taller a las estaciones de las biciletas.

#### **5.3.3.2.3. Políticas de Servicio al Cliente: Pre-venta y Post-venta, Quejas, Reclamaciones, Devoluciones**

##### **Pre-venta**

Las políticas del servicio al cliente pueden efectuar directamente en la calidad del servicio, y es por eso, las condiciones del servicio para los usuarios serán expuestas al momento de inscribirse en la app.

##### **Post-venta**

Una vez finalizado el uso del servicio, Guaya-Bike podrá tener un feedback de la experiencia del usuario a través del sistema de calificación, y así poder aplicar mejoras en el servicio en base a la necesidad de los usuarios.

##### **Quejas, Reclamaciones, Devoluciones**

Dentro de la aplicación móvil, el usuario podrá encontrar la opción para realizar quejas, reclamaciones y devoluciones, y para dicha función los procedimientos son los siguientes:

1. Envío del reclamo.
2. Un oficial del servicio al cliente receptorá el caso y se pondrá en contacto con el usuario durante las próximas 24 horas.
3. Se realizará una investigación y una vez verificado si fue por causa de Guaya-Bike, el usuario recibirá su devolución y una compensación por parte de Guaya-Bike.

#### **5.3.4. Estrategias de Promoción**

##### **5.3.4.1. Promoción de Ventas**

La promoción de ventas se realizará las estrategias mencionadas a través del medio publicitario, campañas físicas y electrónicas entre otras, con el enfoque de obsequiar servicios/experiencia gratuitos para incentivar el público. Para causar el impacto ideal, se necesita aprovechar la satisfacción psicológica de las personas sobre las cosas “gratuitas”, y eso convierte las ofertas gratuitas de los pases y eventos de promoción en una parte infaltable para el lanzamiento:

- Obtener Horas de Uso gratis por invitar amigos a inscribirse en Guaya-Bike

- Obtener Horas de Uso gratis por Km Recorridos (Aportación al medioambiente)
- Obtener Pases Diario por posicionarse número 1 en la lista de “Distancia Recorrida Semanal”
- Obtener Pases Semanal por acumulación 5 veces posicionarse número 1 en la lista de “Distancia Recorrida Semanal”

#### **5.3.4.2. Venta Personal**

La propuesta del presente proyecto no incluye ventas personal, en caso requiera , los administrativos de Guaya-Bike estarán a cargo de las negociaciones.

#### **5.3.4.3. Publicidad**

##### **5.3.4.3.1. Elaboración de Diseño y Propuesta Publicitaria: Concepto, Mensaje**

###### **Concepto**

El concepto publicitario de Guaya-Bike se enfocará en incentivar al público sentir la responsabilidad con el medioambiente, ofrecer una razón positiva para realizar el servicio, facilitó a sí mismo y a la vez ayudó al medioambiente.

###### **Mensaje:**

El mensaje publicitario de Guaya-Bike se enfocará en que GuayaBike es una empresa ecológica que incentiva la conciencia de proteger el medioambiente a través de ofrecer un servicio que facilita a sus vidas.

#### **5.3.4.3.2. Estrategias ATL y BTL**

##### **Estrategia ATL**

La empresa de Guaya-Bike aprovechará los espacios publicitarios públicos y en redes sociales como Revistas de la zona vía a la costa, publicidad en Facebook, Instagram para lograr mayor alcance, recordación y mejor apreciación del servicio.

##### **Estrategia BTL**

Guaya-Bike realizará activación en puntos estratégicos de la zona objetiva, ofrecer beneficios únicos para los habitantes del sector y lograr aumentar el interés y la frecuencia del servicio.

#### **5.3.4.3.3. Estrategia de Lanzamiento**

Para una empresa comp Guaya-Bike, el lanzamiento requiere un gran impacto en los medios, y para lograr dicho efecto, se realizará un evento de apertura los cuales se invitará a la alcaldía, marcas sugestivas en el mercado y los medios de telecomunicaciones

Plan de Medios: Tipos, Costos, Rating, Agencias de Publicidad.

#### **5.3.4.4. Relaciones Públicas**

Guaya-Bike proyectará una buena imagen eco-amigable, comprometido con el medioambiente, manteniendo una buena retroalimentación continua con los usuarios, y buscar asociación con marcas reconocidas en el mercado para crear buena impresión desde toda industria.

#### **5.3.4.5. Marketing Relacional**

El maketing relacional se realizará a través de las redes sociales y campañas.

#### **5.3.4.6. Gestión de Promoción Electrónica del Proyecto**

##### **5.3.4.6.1. Estrategias de E-Commerce**

Las estrategias de Guaya-Bike en E-Commerce son:

- La app móvil contará con funciones de pagos virtuales como Paypal, tarjeta de crédito, transferencia entre otras para adquirir recargas del servicio.
- Adquirir servicio publicitario de Google y Facebook

##### **5.3.4.6.2. Análisis de la Promoción Digital de los Competidores: Web y Redes Sociales**

En la actualidad Guaya-Bike no cuenta con competidores directos en el mercado, por lo tanto, no aplica.

##### **5.3.4.6.3. Estrategia de Marketing Digital: Implementación del sitio web y redes sociales**

Marketing digital es un factor importante para los negocios de I+S, para el desarrollo del sitio web y redes sociales se contratará especialistas outsourcing para complementar con las estrategias de marketing, campañas entre otras.

#### 5.3.4.7. Cronograma de Actividades de Promoción

El cronograma de las actividades de promoción serán decididas por la empresa especialista Outsourcing y la gerencia de Guaya-Bike.

**Tabla 20:** Cronograma Marketing

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>PUBLICIDAD</b>	2,400.00	2,640.00	2,904.00	3,194.40	3,513.84
Revista/Actividad en el sector	2,400.00	2,640.00	2,904.00	3,194.40	3,513.84
<b>REDES SOCIALES</b>	3,600.00	3,960.00	4,356.00	4,791.60	5,270.76
Instagram	1,800.00	1,980.00	2,178.00	2,395.80	2,635.38
Facebook	1,800.00	1,980.00	2,178.00	2,395.80	2,635.38
<b>TOTAL PUBLICIDAD</b>	6,000.00	6,600.00	7,260.00	7,986.00	8,784.60

**Elaborado por:** El autor

#### 5.4. Presupuesto de Marketing

El presupuesto de marketing del presente proyecto entre publicidad tradicional y digital, para el primer año es de \$6,000.00.

# CAPÍTULO 6

## PLAN OPERATIVO

## CAPÍTULO 6

### 6. PLAN OPERATIVO

#### 6.1. Producción

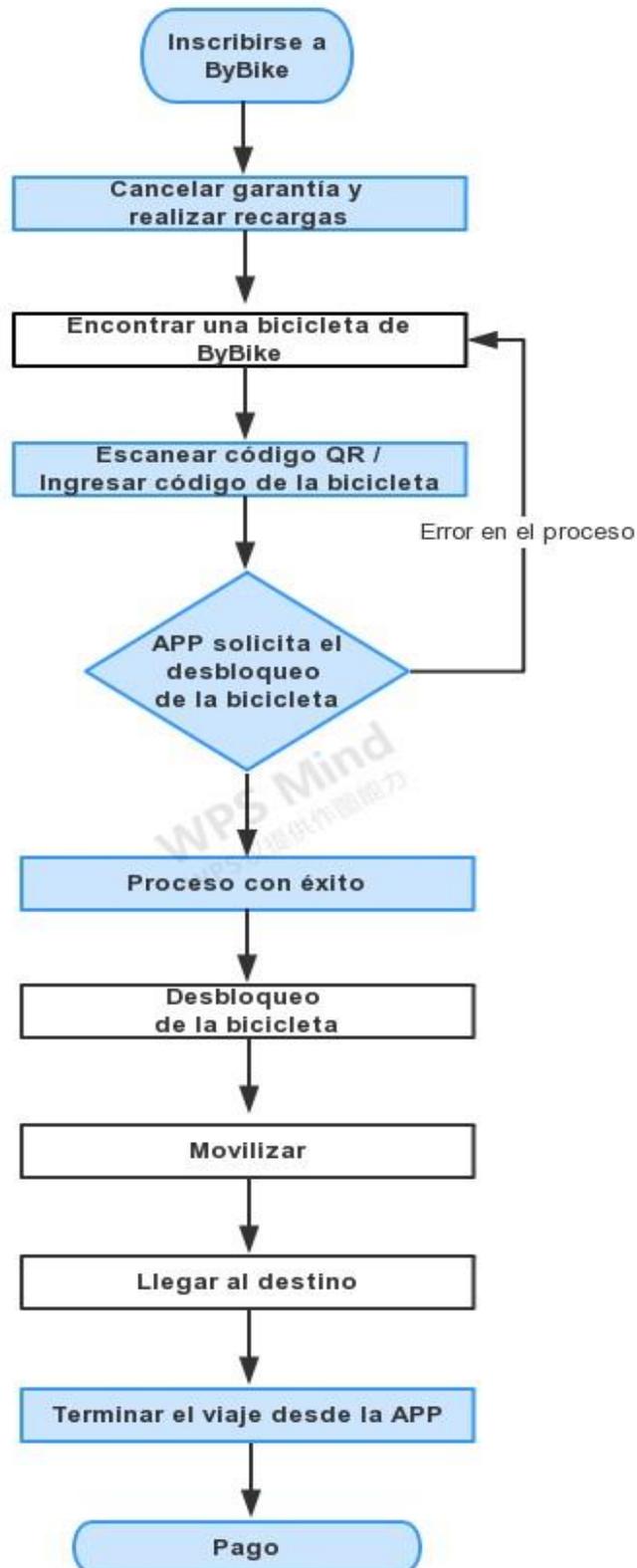
##### 6.1.1. Proceso Productivo

El proceso productivo de la propuesta Guaya-Bike seguirá con la idea de modelos I+S, conectando la APP móvil y el uso de las bicicletas, y así convertir el sistema de bicicletas compartidas. Por lo tanto, el proceso productivo de Guaya-Bike a continuación.

- Descargar la App móvil de Guaya-Bike
- Inscribirse una cuenta a nombre real
- Cancelar garantías y realizar recargas a su cuenta
- Encontrar una bicicleta de Guaya-Bike
- Escanear el código QR que se encuentra en la bicicleta para el desbloqueo
- Terminar viaje desde la App móvil una vez que llegado al destino.
- Pago por tiempo de viaje
- Fin del servicio.

##### 6.1.2. Flujogramas de procesos

**Tabla 21:** Flujograma



### 6.1.3. Infraestructura

La propuesta del presente proyecto Guaya-Bike alquilará una oficina en la zona vía a la costa con una infraestructura de 13x16m<sup>2</sup>, lo cual contará las siguientes instalaciones:

- Recepción
- Sala de espera
- Oficina de departamento administración
- Oficina de departamento contabilidad
- Oficina de departamento Informática
- Oficina del Gerente
- Baño
- Áreas verdes

**Gráfico 24:** Infraestructura



**Elaborado por:** El autor

### 6.1.4. Mano de Obra

(NO APLICA)

### 6.1.5. Capacidad Instalada

La propuesta del presente proyecto Guaya-Bike contará con colaboradores que corresponde a los siguientes puestos;

- Gerente general
- Contador
- Programador
- Recepcionista
- Servicio al cliente
- Administrativo

#### **6.1.6. Presupuesto**

El presupuesto para el personal de Guaya-Bike lleva un monto de \$24,496.80 en el primer año de operación.

### **6.2. Gestión de Calidad**

#### **6.2.1. Políticas de calidad**

Las políticas de calidad de la propuesta Guaya-Bike estarán enfocadas en el desarrollo y la innovación continua del servicio, en mejorar la experiencia de los usuarios cada vez más, por lo cual es fundamental registrar los siguientes factores:

- Realizar preguntas de satisfacción a los usuarios para mantener una buena retroalimentación.
- Realizar inspección diariamente a las estaciones de las bicicletas para detectar daños o fallos a tiempo y brindar una mejor calidad de experiencia a los usuarios.
- Estimular los colaboradores de Guaya-Bike cumplan con el código de ética y normas de calidad.

#### **6.2.2. Procesos de control de calidad**

El proceso de control de calidad de Guaya-Bike se dividirá en 2 partes; Las inspecciones a las estaciones del servicio que será diariamente, y por la otra parte son las evaluaciones para el control de calidad que se realizará 2 veces al mes en los primeros 6 meses desde el lanzamiento, y 1 vez al mes después del dicho periodo.

Las evaluaciones estarán establecidas a base los siguientes objetivos:

1. **Identificar** Observar y analizar la situación de la empresa en el mercado, factores más bajos que el promedio de la industria, preferencias de usuarios, la oferta y demanda de Guaya-Bike sus competidores.

2. **Proponer** Ofrecer ideas o mejoras basando en la información con el fin de mejorar la calidad del servicio y la experiencia del usuario.
3. **Ejercer** Diseñar las propuestas de mejorar seleccionadas y aplicarlo en la práctica para ofrecer cada día un servicio de mejor calidad.

### **6.2.3. Presupuesto**

Debido a que el enfoque de las políticas mencionadas será desarrollado por los colaboradores dentro de la empresa como una actividad rutinaria, por lo tanto, el presupuesto para esta categoría estará incluido en el sueldo de los colaboradores.

## **6.3. Gestión Ambiental**

### **6.3.1. Políticas de protección ambiental**

La propuesta del presente proyecto Guaya-Bike está comprometido con el medioambiente, ya que es un servicio que, por su característica ayuda al medio ambiente, por lo tanto, es fundamental que los colaboradores de Guaya-Bike asuman la responsabilidad ambiental;

- Estar siempre pendiente de las nuevas leyes o políticas relacionado al medioambiente
- Garantizar la sostenibilidad tanto en el desarrollo social como en el desarrollo económico, que las futuras generaciones no vean comprometidos sus recursos.
- Disminuir la cantidad de residuos generados
- Identificar, gestionar y prevenir acciones que la empresa pudiera causar un impacto negativo al medioambiente

### **6.3.2. Procesos de control ambiental**

El control ambiental será manejado por la administración o los colaboradores asignados.

### **6.3.3. Presupuesto**

Se ubicará tachos de basura ecológicos, uno por cada estación de las primeras treinta ciudadelas del sector vía a la costa.

**Gráfico 25:** Presupuesto

Objeto	Precio Unitario	Cantidad	Precio Total
	\$145	30	\$4350
TOTAL			\$4350

**Elaborado por:** El autor

## **6.4. Gestión de Responsabilidad Social**

### **6.4.1. Políticas de protección social**

La responsabilidad social cada día se está convirtiendo en la palabra etiqueta de las grandes empresas del mundo, debido a que en ese ámbito, la empresa debe ocuparse de realizar operaciones sustentables en el aspecto económico tanto como en lo ambiental, para el desarrollo y la formación de Guaya-Bike, se debe tener en claro que, la responsabilidad social no solo es de Guaya-Bike, sino de todos los colaboradores de Guaya-Bike;

- Desarrollar las actividades de forma responsable.
- Prevenir los posibles impactos negativos a la sociedad.
- Responsabilidad social con los colaboradores: Cada colaborador debe estar afiliado al IEES y recibir sus beneficios sociales que pertenezca.
- Responsabilidad en el ambiente organizacional, mantener un espacio laboral sano y limpio, para poder trabajar de forma óptima.

### **6.4.2. Presupuesto**

No se considera presupuesto para la responsabilidad social, sin embargo en caso que se requiera presupuesto para realizar alguna actividad, los colaboradores podrán solicitar aprobación hacia la gerencia.

## **6.5. Estructura Organizacional**

### **6.5.1. Organigrama**

**Gráfico 26:** Organigrama



**Elaborado por:** El autor

### 6.5.1. Desarrollo de Cargos y Perfiles por Competencias

**Tabla 22:** Desarrollo de cargos y perfiles

Cargo	Número de personas	Requerimiento	
		Edad	Profesión Experiencia
Gerente General	1	- 23 a 30 años	- Administrativo - 1 a 3 años
Jefa Administrativa	1	- Mayor a 30 años	- Administración - Mayor a 3 años
Asistente Administrativo	2	- 23 a 30 años	- Administrativo - 1 a 3 años
Contador	1	- Mayor a 30 años	- Contabilidad - Mayor a 3 años
Jefe informático	1	- Mayor a 30 años	- Informático - Mayor a 3 años

Programadores	2	Edad	- 23 a 30 años
		Profesión	- Programación
		Experiencia	- 1 a 3 años

**Elaborado por:** El autor

### 6.5.3. Manual de Funciones: Niveles, Interacciones, Responsabilidades, y Derechos

**Tabla 23:** Manual de Funciones

Posición	Reporta a:	Función
Gerente General	/	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Liderar el personal</li> <li>• Revisar estados financieros de la empresa</li> <li>• Elaborar estrategias para el funcionamiento de las empresas</li> </ul>
Jefa Administrativa	Gerente	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Liderar equipo administrativo</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Llevar registro RRHH</li> <li>• Tratar temas legales</li> <li>• Mantener la organización dentro de la empresa</li> </ul>
Recepcionista	Jefa Administrativa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recibir y guiar las visitas</li> <li>• Control de la entrada y salida de visitas, empleados.</li> </ul>
Asistente Administrativo	Jefa Administrativa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asistir a la jefa de administración cumplir su requerimiento</li> </ul>

Contador	Gerente	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaborar estados financieros</li> <li>Declaración de impuestos</li> <li>•</li> <li>• Realizar facturas y retenciones</li> </ul>
Jefe Informático	Gerente	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Liderar equipo informático</li> <li>Revisión del desarrollo</li> <li>•</li> <li>• Elaborar estrategias digitales</li> </ul>
Programador	Jefe Informático	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollo digital y pruebas de funcionamiento</li> <li>Mantenimiento de los medios digitales</li> <li>•</li> </ul>

**Elaborado por:** El autor

# CAPÍTULO 7

## ESTUDIO ECONÓMICO- FINANCIERO TRIBUTARIO

## CAPÍTULO 7

### ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO-TRIBUTARIO

#### 7.1. Inversión Inicial

Para el estudio económico y tributario, la inversión inicial es considerada por tres partes; La inversión fija, la inversión diferida y la inversión corriente, los cuales da una suma de \$60,196.63. Valor cual será obtenido por accionistas.

**Tabla 24:** Inversión Inicial

Inverion Fija	\$	26,281.21
Inverion Diferida	\$	9,300.00
Inverion Corriente	\$	24,615.42
Invserion Total	\$	60,196.63

**Elaborado por:** El autor

#### 7.1.1. Tipo de Inversión

##### 7.1.1.1. Fija

La inversión fija del presente proyecto Guaya-Bike corresponde a la parte activos fijos de la empresa que permite el desarrollo de las actividades y la administración correspondiente, principalmente equipos que forman conjunto de oficina, el valor total por el activo de las partes mencionadas es \$22,630.00.

**Tabla 25:** Activos Fijos

EQUIPOS DE OFICINA			
Cantidad	Descripción	C. Unitario	Costo Total
5	Aire central 18000 btu	\$ 1,350.00	\$ 6,750.00
1	Kit 4 camaras	\$ 265.60	\$ 265.60
1	Alarma WF	\$ 262.76	\$ 262.76
180	Bicicletas	\$ 80.00	\$ 14,400.00
EQUIPOS DE COMPUTO			
Cantidad	Descripción	C. Unitario	Costo Total
3	Desktop computer	\$ 630.45	\$ 1,891.35
1	Impresora	\$ 337.50	\$ 337.50
			\$ 2,228.85

Gastos Constitución			
1	Constitución de ka empresa	\$ 500.00	\$ 500.00
1	Registro de Marca	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00
1	Permisos Municipales	\$ 120.00	\$ 120.00
1	Bomberos	\$ 50.00	\$ 50.00

**Elaborado por:** El autor

### 7.1.1.2. Diferida

Se considera Guaya-Bike requiere inversión en el desarrollo de la aplicación y las instalaciones necesarias que la empresa necesitará obtener para cumplir sus funciones conforma a la ley, la cual da una suma de \$9,300.00.

**Tabla 26:** Diferida

GASTOS PREOPERACIONALES			
1	Desarrollo de aplicación		\$ 9,000.00
1	Medidor de luz		\$ 150.00
1	Medidor de agua		\$ 150.00

**Elaborado por:** El autor

### 7.1.1.3. Corriente

Para la inversión corriente al Capital de Trabajo, el valor de los gastos por los seis primeros meses de inicio del presente proyecto suma un total de \$ 24.615,42.

**Tabla 27:** Corrientes

	Mensual
Alquiler	\$ 500.00
Servicios Básicos	\$ 150.00
Sueldos y Salarios	\$ 2,041.40
Marketing	\$ 700.00
Otros Gastos	\$ 711.17
Total	\$ 4,102.57

**Elaborado por:** El autor

## 7.1.2. Financiamiento de la Inversión

### 7.1.2.1. Fuentes de Financiamiento

El valor de \$60,196.63 que corresponde a la inversión inicial del presente proyecto Guaya-Bike, el 70% será por préstamos bancarios y 30% como capital propio dividida en 2 accionistas.

**Tabla 28:** Fuentes de Financiamiento

Fuente	Valor	Peso %
PRESTAMO	42,137.64	70.0%
ACCIONISTA 1	9,029.49	15.0%
ACCIONISTA 2	9,029.49	15.0%
Total	<b>60,196.63</b>	<b>100.0%</b>

**Elaborado por:** El autor

### 7.1.2.2. Tabla de Amortización

La tabla de amortización de la propuesta del presente proyecto a continuación;

**Tabla 29:** Tabla de amortización

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
PAGO DE CAPITAL	\$ 6,118.07	\$ 7,101.58	\$ 8,243.19	\$ 9,568.32	\$ 11,106.47	\$ 42,137.64
PAGO DE INTERES	\$ 5,539.44	\$ 3,856.61	\$ 2,287.81	\$ 984.91	\$ 170.64	\$ 12,839.42
TOTAL GOS PA	<b>\$ 11,657.51</b>	<b>\$ 10,958.19</b>	<b>\$ 10,531.00</b>	<b>\$ 10,553.24</b>	<b>\$ 11,277.12</b>	<b>\$ 54,977.06</b>

**Elaborado por:** El autor

### 7.1.3. Cronograma de Inversiones

**Tabla 30:** Cronograma de inversiones

CALENDARIO DE INVERSIONES	Mes 0	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Total
Inversión fija							
Pre Operacionales							
Capital de trabajo		\$ 4,800.00	\$ 4,800.00	\$ 4,800.00	\$ 4,800.00	\$ 4,800.00	\$ 4,800.00
Total Inversión inicial	\$ 35,581.21	\$ 4,800.00	\$ 4,800.00	\$ 4,800.00	\$ 4,800.00	\$ 4,800.00	\$ 60,196.63

**Elaborado por:** El autor

## 7.2. Análisis de Costos

### 7.2.1. Costos Fijos

Los costos fijos del presente proyecto Guaya-Bike están basado en los costos de alquiler, servicios básicos, sueldo del personal, costo publicitario entre otras, con una proyección de cinco años.

**Tabla 31:** Costos Fijos

Años	1		2
	Valor		Valor
	Mensual	Anual	Anual
Alquiler	\$ 500.00	\$ 6,000.00	\$ 6,300.00
Servicios Básicos	\$ 150.00	\$ 1,800.00	\$ 1,890.00
Sueldos y Salarios	\$ 2,041.40	\$ 24,496.80	\$ 51,413.19
Marketing	\$ 700.00	\$ 6,000.00	\$ 6,600.00
Otros Gastos	\$ 711.17	\$ 8,534.04	\$ 8,960.74
<b>Total</b>	\$ 4,102.57	\$ 46,830.84	\$ 75,163.93
	3	4	5
	Valor	Valor	Valor
	Anual	Anual	Anual
	\$ 6,615.00	\$ 6,945.75	\$ 7,293.04
	\$ 1,984.50	\$ 2,083.73	\$ 2,187.91
	\$ 26,408.57	\$ 26,956.02	\$ 27,514.82
	\$ 7,260.00	\$ 7,986.00	\$ 8,784.60
	\$ 9,408.78	\$ 9,879.22	\$ 10,373.18
	\$ 51,676.85	\$ 53,850.71	\$ 56,153.55

**Elaborado por:** El autor

### 7.2.2. Costos Variables

Debido a que la propuesta del presente proyecto Guaya-Bike se opera a través de la aplicación móvil, no considera costos variables tradicionales por la producción, Sin embargo, el posible costo variable puede incurrir por el arreglo de las bicicletas, pero el dicho valor depende el daño causado en por el uso de situación real, por lo tanto no se lo considera en esta fase.

### 7.3. Capital de Trabajo

#### 7.3.1. Gastos de Operación

Los gastos de operación de Guaya-Bike cubren los valores generados por los servicios básicos, capacitación del personal, suministros, enseres de oficina entre otros rubros que relaciona con la operación de la empresa.

**Tabla 32:** Gastos de operación

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos de mantenimiento	\$ 1,800.00	\$ 1,800.00	\$ 1,800.00	\$ 1,800.00	\$ 1,800.00
Otros gastos	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 4,800.00</b>				

**Elaborado por:** El autor

#### 7.3.2. Gastos Administrativos

Los gastos administrativos generados de Guaya-Bike son aquellos gastos generados por alquiler de la oficina, por los servicios básicos, salario del personal entre otras, como la siguiente tabla lo demuestra a cinco años de proyección.

**Tabla 33:** Gastos de administración

Años	1		2	3	4	5
	Mensual	Anual	Anual	Anual	Anual	Anual
Alquiler	\$ 500.00	\$ 6,000.00	\$ 6,300.00	\$ 6,615.00	\$ 6,945.75	\$ 7,293.04
Servicios Básicos	\$ 150.00	\$ 1,800.00	\$ 1,890.00	\$ 1,984.50	\$ 2,083.73	\$ 2,187.91
Sueldos y Salarios	\$ 2,041.40	\$ 24,496.80	\$ 51,413.19	\$ 26,408.57	\$ 26,956.02	\$ 27,514.82
Marketing	\$ 700.00	\$ 6,000.00	\$ 6,600.00	\$ 7,260.00	\$ 7,986.00	\$ 8,784.60
Otros Gastos	\$ 711.17	\$ 8,534.04	\$ 8,960.74	\$ 9,408.78	\$ 9,879.22	\$ 10,373.18
Total	\$ 4,102.57	\$ 46,830.84	\$ 75,163.93	\$ 51,676.85	\$ 53,850.71	\$ 56,153.55
Total						\$ 283,675.88

**Elaborado por:** El autor

#### 7.3.3. Gastos de Ventas

La propuesta del presente proyecto Guaya-Bike genera gastos de ventas en el marketing y la publicidad, en ambos medios; digitales y tradicionales, publicitar en

plataformas reconocidas y usuales por los posibles usuarios como Facebook, Instagram para aumentar el reconocimiento de la marca y el número de usuarios.

**Tabla 34:** Gastos de ventas

PRESUPUESTO DE MARKETING					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>PUBLICIDAD</b>					
REVISTA	2,400.00	2,640.00	2,904.00	3,194.40	3,513.84
REVISTA DE MODA	2,400.00	2,640.00	2,904.00	3,194.40	3,513.84
<b>REDES SOCIALES</b>					
Instagram	1,800.00	1,980.00	2,178.00	2,395.80	2,635.38
Facebook	1,800.00	1,980.00	2,178.00	2,395.80	2,635.38
<b>TOTAL PUBLICIDAD</b>	<b>6,000.00</b>	<b>6,600.00</b>	<b>7,260.00</b>	<b>7,986.00</b>	<b>8,784.60</b>

**Elaborado por:** El autor

#### 7.3.4. Gastos Financieros

NO APLICAR.

#### 7.4. Análisis de Variables Críticas

##### 7.4.1. Determinación del Precio: Mark Up y Márgenes.

La propuesta del presente proyecto Guaya-Bike estima obtener el 35% de los 40,000 habitantes del sector en el primer año.

**Tabla 35:** Precio

	Ventas	Gastos	Margen
Guaya-Bike	\$ 68,775.00	\$ 45,786.99	33%

**Elaborado por:** El autor

##### 7.4.2. Proyección de Costos e Ingresos en función de la proyección de Ventas

Las proyecciones de ventas del presente proyecto Guaya-Bike para cada uno de los cinco años fueron calculado con un porcentaje inicial de 35% del mercado meta, 45% en el siguiente año, y mantener un incremento de 5% anual hasta fin del periodo año 5, datos tomados en referencia a un escenario realista, sin ser optimista ya que es un porcentaje apropiado para un emprendimiento nuevo.

**Tabla 36:** Proyección de costos e ingresos

	1	2	3	4	5
Ventas	\$ 68,775.00	\$ 89,100.00	\$ 93,555.00	\$ 98,232.75	\$ 103,144.39
Utilidad Bruta	\$ 68,775.00	\$ 89,100.00	\$ 93,555.00	\$ 98,232.75	\$ 103,144.39

**Elaborado por:** El autor**7.4.3. Análisis de Punto de Equilibrio**

Se detalla el punto de equilibrio del presente proyecto Guaya-Bike para la función de cinco años;

**Tabla 37:** Análisis de Punto de equilibrio

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos Fijos			\$	\$\$ \$	
P.E. Unidades			\$ \$		\$

**Elaborado por:** El autor**7.5. Entorno Fiscal de la Empresa**

La empresa del presente proyecto Guaya-Bike contará con servicios de asesoría legal para cumplir las normativas y las leyes en los aspectos correspondientes a la actividad económica y tributaria del país a su totalidad, respetar y mantener buena relación con las instituciones, autoridades encargadas como SRI, Superintendencia de Compañías, Ministerio de trabajo entre otras instituciones competentes que involucran.

**7.6. Estados Financieros proyectados****7.6.1. Balance General**

La siguiente tabla representa el balance general del presente proyecto GuayaBike en relación a un horizonte de proyección de cinco años.

**Tabla 38: Balance General**

AÑO	0	1	2	3	4	5
<b>ACTIVOS</b>						
Corriente						
Caja - Bancos	\$ 24,615.42	\$ 38,959.78	\$ 68,048.82	\$ 91,104.24	\$ 113,831.82	\$ 137,369.76
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>\$ 24,615.42</b>	<b>\$ 38,959.78</b>	<b>\$ 68,048.82</b>	<b>\$ 91,104.24</b>	<b>\$ 113,831.82</b>	<b>\$ 137,369.76</b>
Fijo						
Muebles de Oficina	\$ 704.00	\$ 704.00	\$ 704.00	\$ 704.00	\$ 704.00	\$ 704.00
Equipos de oficina	\$ 21,678.36	\$ 21,678.36	\$ 21,678.36	\$ 21,678.36	\$ 21,678.36	\$ 21,678.36
Equipo de Computo	\$ 2,228.85	\$ 2,228.85	\$ 2,228.85	\$ 2,228.85	\$ 2,228.85	\$ 2,228.85
	\$ 24,611.21	\$ 24,611.21	\$ 24,611.21	\$ 24,611.21	\$ 24,611.21	\$ 24,611.21
(-) Depreciación		\$ 3,013.85	\$ 6,027.71	\$ 9,041.56	\$ 11,212.96	\$ 13,384.36
<b>Total Activo Fijo</b>	<b>\$ 24,611.21</b>	<b>\$ 21,597.36</b>	<b>\$ 18,583.50</b>	<b>\$ 15,569.65</b>	<b>\$ 13,398.25</b>	<b>\$ 11,226.85</b>
Diferidos						
Gastos de constitución y preoperacionales	\$ 10,970.00	\$ 10,970.00	\$ 10,970.00	\$ 10,970.00	\$ 10,970.00	\$ 10,970.00
<b>Total Activos Diferidos</b>	<b>\$ 10,970.00</b>	<b>\$ 10,970.00</b>	<b>\$ 10,970.00</b>	<b>\$ 10,970.00</b>	<b>\$ 10,970.00</b>	<b>\$ 10,970.00</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 60,196.63</b>	<b>\$ 71,527.13</b>	<b>\$ 97,602.32</b>	<b>\$ 117,643.89</b>	<b>\$ 138,200.07</b>	<b>\$ 159,566.61</b>
<b>PASIVO</b>						
Corriente						
IESS por pagar		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Porción de la deuda	\$ 6,118.07	\$ 7,101.58	\$ 8,243.19	\$ 9,568.32	\$ 11,106.47	
Impuesto a la Renta por pagar		\$ 3,707.82	\$ 8,394.15	\$ 9,053.39	\$ 9,683.31	\$ 10,410.71
Participación de trabajadores por pagar		\$ 2,617.29	\$ 5,925.28	\$ 6,390.63	\$ 6,835.28	\$ 7,348.74
<b>Total Pasivo Corriente</b>	<b>\$ 6,118.07</b>	<b>\$ 13,426.69</b>	<b>\$ 22,562.62</b>	<b>\$ 25,012.34</b>	<b>\$ 27,625.06</b>	<b>\$ 17,759.45</b>
Deuda a LP	\$ 36,019.57	\$ 28,917.99	\$ 20,674.80	\$ 11,106.47	\$ -	\$ -
<b>Total Pasivo Largo Plazo</b>	<b>\$ 36,019.57</b>	<b>\$ 28,917.99</b>	<b>\$ 20,674.80</b>	<b>\$ 11,106.47</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>\$ 42,137.64</b>	<b>\$ 42,344.68</b>	<b>\$ 43,237.42</b>	<b>\$ 36,118.82</b>	<b>\$ 27,625.06</b>	<b>\$ 17,759.45</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
Capital social	\$ 18,058.99	\$ 18,058.99	\$ 18,058.99	\$ 18,058.99	\$ 18,058.99	\$ 18,058.99
Utilidad/Pérdida del Ejercicio		\$ 11,123.47	\$ 25,182.45	\$ 27,160.17	\$ 29,049.93	\$ 31,232.14
Utilidades Retenidas		\$ -	\$ 11,123.47	\$ 36,305.92	\$ 63,466.09	\$ 92,516.02
<b>Total Patrimonio</b>	<b>\$ 18,058.99</b>	<b>\$ 29,182.46</b>	<b>\$ 54,364.90</b>	<b>\$ 81,525.08</b>	<b>\$ 110,575.01</b>	<b>\$ 141,807.15</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 60,196.63</b>	<b>\$ 71,527.13</b>	<b>\$ 97,602.32</b>	<b>\$ 117,643.89</b>	<b>\$ 138,200.07</b>	<b>\$ 159,566.61</b>

**Elaborado por:** El autor

**7.6.2. Estado de Pérdidas y Ganancias**

**Tabla 39: Estado PyG**

	1	2	3	4	5
Ventas	\$ 68,775.00	\$ 89,100.00	\$ 93,555.00	\$ 98,232.75	\$ 103,144.39
Utilidad Bruta	\$ 68,775.00	\$ 89,100.00	\$ 93,555.00	\$ 98,232.75	\$ 103,144.39
<b>Gastos adm</b>	<b>\$ 38,296.80</b>	<b>\$ 39,794.62</b>	<b>\$ 42,268.07</b>	<b>\$ 43,971.50</b>	<b>\$ 45,780.37</b>
Alquiler	\$ 6,000.00	\$ 6,300.00	\$ 6,615.00	\$ 6,945.75	\$ 7,293.04
Servicios Básicos	\$ 1,800.00	\$ 1,890.00	\$ 1,984.50	\$ 2,083.73	\$ 2,187.91
Suedos y Salarios	\$ 24,496.80	\$ 25,004.62	\$ 26,408.57	\$ 26,956.02	\$ 27,514.82
Marketing	\$ 6,000.00	\$ 6,600.00	\$ 7,260.00	\$ 7,986.00	\$ 8,784.60
<b>Gastos preperativos</b>	<b>\$ 1,970.00</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>
Otros Gastos	\$ 8,534.04	\$ 8,960.74	\$ 9,408.78	\$ 9,879.22	\$ 10,373.18
Depreciación(-)	\$ (3,013.85)	\$ (3,013.85)	\$ (3,013.85)	\$ (2,171.40)	\$ (2,171.40)
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>\$ 22,988.01</b>	<b>\$ 43,358.49</b>	<b>\$ 44,892.00</b>	<b>\$ 46,553.44</b>	<b>\$ 49,162.24</b>
<b>MARGEN OPERATIVO</b>	<b>33%</b>	<b>49%</b>	<b>48%</b>	<b>47%</b>	<b>48%</b>
Gastos financieros (int)	\$ 5,539.44	\$ 3,856.61	\$ 2,287.81	\$ 984.91	\$ 170.64
U. antes de Impuestos	\$ 17,448.58	\$ 39,501.88	\$ 42,604.20	\$ 45,568.52	\$ 48,991.60
Part. Trabajadores	\$ 2,617.29	\$ 5,925.28	\$ 6,390.63	\$ 6,835.28	\$ 7,348.74
(15%)	\$ 14,831.29	\$ 33,576.60	\$ 36,213.57	\$ 38,733.24	\$ 41,642.86
Ut. Antes IR	\$ 3,707.82	\$ 8,394.15	\$ 9,053.39	\$ 9,683.31	\$ 10,410.71
Impuesto (25%)					
<b>Utilidad Neta</b>	<b>\$ 11,123.47</b>	<b>\$ 25,182.45</b>	<b>\$ 27,160.17</b>	<b>\$ 29,049.93</b>	<b>\$ 31,232.14</b>
<b>MARGEN NETO</b>	<b>16%</b>	<b>28%</b>	<b>29%</b>	<b>30%</b>	<b>30%</b>

El estado de resultado del presente proyecto Guaya-Bike detalla las actividades de ventas de la empresa a la proyección de cinco años y la pérdida/ganancia de cada año.

### 7.6.2.1. Flujo de Caja Projectado

Flujo de caja proyectado del presente proyecto Guaya-Bike a continuación.

**Tabla 40:** Flujo de caja

FLUJO DE CAJA	0	1	2	3	4	5
Utilidad Antes de impuestos		17,448.58	39,501.88	42,604.20	45,568.52	48,991.60
+ Depreciacion		3,013.85	3,013.85	3,013.85	2,171.40	2,171.40
- Amortizacion de la deuda		6,118.07	7,101.58	8,243.19	9,568.32	11,106.47
- Pagos de impuestos			6,325.11	14,319.43	15,444.02	16,518.59
<b>Flujo neto anual</b>	<b>(60,196.63)</b>	<b>14,344.36</b>	<b>29,089.04</b>	<b>23,055.43</b>	<b>22,727.58</b>	<b>23,537.93</b>

**Elaborado por:** El autor

### 7.6.2.2. Indicadores de Rentabilidad y Costo del Capital

#### 7.6.2.2.1. TMAR

El presente proyecto Guaya-Bike aplica el modelo CAPM para determinar la TMAR, cuales consideran tasas de riesgo mercado, del país, etc... Según los cálculos, el resultado de la TMAR del presente proyecto es 19,6%.

**Tabla 41:** TMAR

<b>TMAR</b>	<b>12.6%</b>
-------------	--------------

**Elaborado por:** El autor

#### 7.6.2.2.2. VAN

El valor actual neto del presente proyecto Guaya-Bike es \$ 18.861,63.

**Tabla 42:** VAN

<b>VAN</b>	<b>\$18,861.37</b>
------------	--------------------

**Elaborado por:** El autor

#### 7.6.2.2.3. TIR

La TIR del presente proyecto Guaya-Bike en función de los cálculos a cinco años de operación proyectados es del 24,09%

**Tabla 43:** TIR

<b>TIR</b>	<b>24.02%</b>
------------	---------------

**Elaborado por:** El autor

#### 7.6.2.2.4. PAYBACK

El PAYBACK o el Periodo de Recuperación del presente proyecto GuayaBike de la inversión inicial es de 1 año.

**Tabla 44:** Payback

PAYBACK	1 año
---------	-------

**Elaborado por:** El autor

### 7.7. Análisis de Sensibilidad Multivariable o de Escenarios Múltiples

El análisis de sensibilidad multivariable del presente proyecto Guaya-Bike se realizó con una cifra de 5% en sentido positivo tanto como negativo, detalle a continuación.

**Tabla 45:** Análisis de sensibilidad

	Valor actual	Positivo 5%	Negativo -5%
VAN	\$18,861.37	\$18,861.42	\$18,861.32
TIR	24.02%	29.02%	19.02%

**Elaborado por:** El autor

### 7.8. Razones Financieras

#### 7.8.1. Liquidez

La ratio de liquidez demuestra la habilidad de una empresa para afrontar a compromisos financieros a corto plazo, y la ratio de liquidez del presente proyecto Guaya-Bike a continuación.

**Tabla 46:** Liquidez

Ratio de liquidez	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
AC/PC	2.90	3.02	3.64	4.12	7.74

**Elaborado por:** El autor

#### 7.8.2. Gestión

La ratio de gestión esta basado en función al capital de trabajo, demuestra la eficiencia de los activos de la empresa del presente proyecto Guaya-Bike.

**Tabla 47:** Gestión

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>GESTIÓN</b>					
<b>ROTACIÓN ACTIVO FIJO</b>	3.18	4.79	6.01	7.33	9.19
<b>ROTACIÓN VENTAS</b>	0.96	0.91	0.80	0.71	0.65

**Elaborado por:** El autor

### 7.8.3. Endeudamiento

Las ratios financieras del presente proyecto Guaya-Bike se encontrarán en cifras bajas debido a que no realiza préstamos con los bancos.

**Tabla 48:** Endeudamiento

RATIO DE ENDEUDAMIENTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>ENDEUDAMIENTO DEL ACTIVO</b>	0.59	0.44	0.31	0.20	0.11
<b>ENDEUDAMIENTO PATRIMONIAL</b>	1.45	0.80	0.44	0.25	0.13
<b>APALANCAMIENTO</b>	2.45	1.80	1.44	1.25	1.13
<b>APALANCAMIENTO FINANCIERO</b>	3.27	2.39	1.92	1.67	1.50
<b>COBERTURA GASTOS FINANCIEROS</b>	4.15	11.24	19.62	47.27	288.10

**Elaborado por:** El autor

### 7.8.4. Rentabilidad

Los beneficios y la rentabilidad del presente proyecto Guaya-Bike se refleja a través las ratios correspondientes

**Tabla 49:** Rentabilidad

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>RENTABILIDAD</b>					
<b>RENTABILIDAD NETA DEL ACTIVO</b>	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
<b>MARGEN OPERACIONAL</b>	0.33	0.49	0.48	0.47	0.48
<b>MARGEN NETO</b>	0.16	0.28	0.29	0.30	0.30

**Elaborado por:** El autor

## 7.9. Conclusión del Estudio Financiero

Después de realizar el análisis económico, tributario y financiero, se finalizó que la propuesta del presente proyecto Guaya-Bike es rentable;

- La inversión para desarrollar la propuesta es de \$50,396.50.
- La inversión inicial será aportada por dos inversionistas cuales sus porcentajes se distribuirán en 51% y 49%.
- El VAN del proyecto es \$ \$541,392.83 y la TIR es de 24,02%.

- El PAYBACK del presente proyecto es de 1 años lo cual se considera un periodo atractivo.
- Debido al tipo de negocio, las ganancias al largo plazo serán muchos más en lo que se puede proyectar a plazo de cinco años.
- La propuesta de negocio es un nuevo mercado para el sector, existen muchos factores que se deben considerar una vez desarrollada la propuesta y dependiendo la reacción del mercado tomar medidas.

# CAPÍTULO 8

## PLAN DE CONTINGENCIA

## CAPÍTULO 8

### 8. PLAN DE CONTINGENCIA

#### 8.1. Principales riesgos

- Riesgo legal: Principalmente por incumplimiento con posibles socios o usuarios, puede generar una demanda hacia la empresa.
- Riesgo de venta: Daños causados por el mal uso de los clientes, para evitar este problema se establecerá reglas para regir el cuidado de las bicicletas.
- Riesgo virus o hackeo: Los operadores internos pueden estar expuestos al virus o hackers, lo cual perjudica el uso de la aplicación, robo de información y causar lag en el servidor.

#### 8.2. Monitoreo y control del riesgo

Los directivos de la empresa estarán a cargo de llevar las reuniones de forma mensual para poder tener una comunicación cercana y analizar los factores como monitoreo, control de riesgo y encontrar mejores estrategias.

#### 8.3. Acciones Correctivas

Un respectivo plan de contingencia es necesario para una empresa como la del presente proyecto Guaya-Bike lograr a resolver los posibles riesgos.

A continuación, se detallan las acciones correctivas para esos posibles riesgos descritos:

- Riesgos Operativos: Se efectuarán constantes procesos de monitoreo para prevenir fallas dentro de la app en su funcionamiento.
- Riesgos de Insatisfacción de clientes: Se instalará sistema de calificación del servicio y actualizaciones frecuentes en la app de acuerdo a las necesidades y sugerencias de los clientes.
- Riesgos de Seguridad: Se ejecutará la encriptación de información personal de los usuarios que están registrados dentro de la big data Guaya-Bike.

# CAPÍTULO 9

## CONCLUSIONES

## CAPÍTULO 9

### 9. CONCLUSIONES

Después de las investigaciones, análisis sobre el presente proyecto, las conclusiones a continuación:

- La integración del sistema de bicicletas compartidas Guaya-Bike en la zona Vía a la costa de la ciudad de Guayaquil es viable, direccionando a los residentes de las urbanizaciones encontradas de dicha zona, que a través del sistema de bicicletas compartidas pueden encontrar la Guaya-Bike más cercano y usarlo para llegar a su destino.
- Se realizó un estudio jurídico con el fin de determinar el monto para constituir la empresa de sistema de bicicletas compartidas “GuayaBike”, y los resultados demuestran que requerirá una estimación de \$61. 000.
- Según la evaluación, la tasa de aceptación de los posibles clientes al sistema de bicicletas compartidas Guaya-Bike es de 90%.
- Se pudo determinar un plan operativo de acuerdo las necesidades e la inclinación del mercado actual, en la zona Vía a la costa de la ciudad de Guayaquil, lo cual principalmente será operado a través de la app móvil Guaya-Bike.
- Se planificó estrategias de marketing tanto online y offline como: Publicidad pagada en Facebook, Instagram; Invitación de revistas conocidas de la zona Vía a la costa; Eventos, activaciones con marcas conocidas en Vía a la costa para promover el reconocimiento de marca.
- La investigación permitió definir la cantidad, rango de edad y preferencias de los posibles usuarios y demostró el interés de los posibles usuarios en cuanto protección al medio ambiente atreves de usar Guaya-Bike.
- 
- Se pudo determinar que la propuesta del sistema de bicicletas compartidas financieramente es viable, y la estimación por el ingreso del primer año es de \$90,000.

- Se diseñaron estrategias en ingresos para mantener un retorno de flujo estable y así poder crear una estabilidad en el desarrollo.
- Se demostró la rentabilidad de la empresa con un Van de \$18,861.37 y una TIR de 24.02%.
- Se pudo determinar que la propuesta de sistema de bicicletas compartidas Guaya-Bike es un nuevo modelo de negocio atractivo, factible, sostenible para el mercado.

# CAPÍTULO 10

## RECOMENDACIONES

## CAPÍTULO 10

### 10. RECOMENDACIONES

- Asegurar el 100% funcionamiento de la app móvil, en caso llegue a pasar algún incidente, se recomienda ofrecer beneficios para los usuarios afectados y así no perder su fidelidad y la vez pueda sentir la responsabilidad que Guaya-Bike tiene con sus usuarios.
- Garantizar la seguridad de los datos personales que los usuarios registran al momento de inscribir, ya que hoy en día las personas reciben llamadas desconocidas por la oferta de algún servicio o producto por el escape de información, y eso posiblemente puede generar desconfianza por parte del usuario.
- Establecer alianzas estratégicas con la alcaldía y empresas de marca conocidas por los ciudadanos de Guayaquil para aumentar rápidamente el reconocimiento de marca y obtener la confianza del público.
- Destacar en los procesos de marketing la diferenciación y los beneficios que ofrece el sistema de bicicletas compartidas Guaya-Bike, Por otro lado, destacar por cada viaje que cantidad de CO2 se ha reducido y como eso ayuda al medioambiente da la ciudad de Guayaquil.
- Desarrollar diseños tecnológicos y modernos para las bicicletas de Guaya-Bike, lo cual permitirá solucionar los posibles daños causados por la cadena, llantas, el seguro, entre otras, y así ahorrar una proporción en los gastos de mantenimiento.
- Priorizar la experiencia en el uso y postventa de los usuarios para obtener su confianza y fidelidad, al mismo destacar su ayuda al medioambiente para motivar los clientes usar Guaya-Bike con más frecuencia.
- Implementar un plan de contingencia, y considerar la opción de suscripción mensual o suscripción anual, y así obtener un número de clientes fieles que ayudará en el desarrollo económico y la influencia a lo largo de este proyecto Guaya-Bike.

# CAPÍTULO 11

## REFERENCIAS

## CAPÍTULO 11

### 11. REFERENCIAS

- Aguilar. (2006). Obtenido de [https://www.academia.edu/8996401/5\\_FUERZAS\\_DE\\_PORTER\\_TERMINADO\\_](https://www.academia.edu/8996401/5_FUERZAS_DE_PORTER_TERMINADO_)
- Angulo, S. (2020). Obtenido de <https://www.expreso.ec/actualidad/economia/banco-mundialestima-economia-ecuatoriana-crecera-0-2-2020-2981.html>
- Apparel, K. S. (2012). *Repositorio UCSG*. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/1500/1/T-UCSGPRE-ECO-ADM-25.pdf>
- Apple. (2011). Obtenido de <https://www.apple.com/la/newsroom/2011/03/02Apple-IntroducesiOS-4-3/>
- ARCOTEL. (2017). Obtenido de <https://www.arcotel.gob.ec/464-deusuarios-del-servicio-movil-avanzado-poseen-un-smartphone/>
- Bastos Afranio de Andrade . (2005). Obtenido de [https://www.researchgate.net/publication/264850835\\_OBESIDAD\\_NUTRICION\\_Y\\_ACTIVIDAD\\_FISICA\\_OBESITY\\_NUTRITION\\_AND\\_PHYSICAL\\_ACTIVITY](https://www.researchgate.net/publication/264850835_OBESIDAD_NUTRICION_Y_ACTIVIDAD_FISICA_OBESITY_NUTRITION_AND_PHYSICAL_ACTIVITY)
- BCE. (17 de enero de 2020). Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensaarchivo/item/1348-la-econom%C3%ADa-ecuatoriana-serecuperar%C3%A1-07-durante-el-2020>
- Benítez, L. F. (2019). *EUMED*. Obtenido de <https://www.eumed.net/libros-gratis/2016/1539/aplicacion.htm>
- Bici Cuenca. (2018). *BiciPública Cuenca*. Obtenido de <https://www.bicicuenca.com/sobre.aspx>
- Código Civil. (1861). *DerechoEcuador*. Obtenido de <https://www.derechoecuador.com/personalidad-y-personeriajuridica>
- Calderón, D. (2020). Ordenanza que regula el uso de la bicicleta. *SMG-2020-02828*, (pág. 19). Guayaquil. Obtenido de <https://guayaquil.gob.ec/OrdenesDia/2020/Marzo/2020-03-12%20Orden%20del%20d%C3%ADa%20sesi%C3%B3n%20ordinaria/2020-03-12%20PUNTO%205%20DAJ-IJ-2020-3236.pdf>
- Cazau, P. (2006). *Introducción a la Investigación en Ciencias Sociales*. Buenos Aires: Tercera Edición.
- CEPAL. (2016). Obtenido de <https://www.cepal.org/es/publicaciones/6381-la-congestiontransito-urbano-causas-consecuencias-economicas-sociales>

- Cheme, E. (2016). *International Conference on Chemical Engineering*.
- CIIU. (2012). Obtenido de [http://recursos.ccb.org.co/ccb/flipbook/2012/cartilla\\_DANE\\_ciiu/files/assets/downloads/page0414.pdf](http://recursos.ccb.org.co/ccb/flipbook/2012/cartilla_DANE_ciiu/files/assets/downloads/page0414.pdf)
- Comindwork. (2019). Obtenido de <https://www.comindwork.com/weekly/2019-06-10/productivity/product-life-cycle-sales-vs-profit>
- Contaminación Mundial. (octubre de 2014). Obtenido de <https://contaminacionmundial.wordpress.com/>
- EcoBici. (2018). *Ecobici*. Obtenido de <https://www.ecobici.cdmx.gob.mx/es/informacion-del-servicio/quees-ecobici#:~:text=Qu%C3%A9%20es%20ECOBICI%3F,%C2%BFQu%C3%A9%20es%20ECOBICI%3F,sus%20alrededor%20y%20a%20los%20turistas>.
- Ecuador en Cifras. (2015). Obtenido de [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/webinec/Estadisticas\\_Economicas/Tecnologia\\_Inform\\_Comun\\_Empresas/2015/2015\\_TICEMPRESAS\\_PRESENTACION.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/webinec/Estadisticas_Economicas/Tecnologia_Inform_Comun_Empresas/2015/2015_TICEMPRESAS_PRESENTACION.pdf)
- Ecuador en Directo. (julio de 2019). Obtenido de <https://ecuadorendirecto.com/2019/07/12/via-a-la-costa-nuevopolo-de-desarrollo-de-los-guayaquilenos/>
- El Comercio. (2018). Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/guayaquil-crecimientourbanizaciones-ciudad-movilidad.html>
- El Comercio. (2019). Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/urbanizaciones-costapiden-soluciones-guayaquil.html>
- El Universo. (2019). *Scooters en Guayaquil*.
- El Universo. (febrero de 2020). Obtenido de <https://www.eluniverso.com/guayaquil/2020/02/18/nota/7745433/ci-clopaseo-carnaval-se-hara-guayaquil>
- El Universo. (enero de 2020). Obtenido de <https://www.eluniverso.com/guayaquil/2020/01/28/nota/7713027/atm-inauguro-cicloparqueos-guayaquil>
- Flores, R., Taddia, Pardo, & Lleras. (2015). *Science Direct*. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0121438115000363>

- Glass, G., & Hopkins, K. (1984). *Statistical methods in education and psychology*. Prentice-Hall: Englewood Cliffs. Obtenido de [http://www.spentamexico.org/v7-n2/7\(2\)187-197.pdf](http://www.spentamexico.org/v7-n2/7(2)187-197.pdf)
- Google earth. (2020). Obtenido de <https://www.google.com/earth/>
- Guzmán, J. (22 de enero de 2020). *El Universo*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/guayaquil/2020/01/22/nota/7701795/guayaquil-firman-acuerdo-innovacion-empresas>
- INECEM. (2013). Obtenido de <https://www.ucsg.edu.ec/investigacion/inecem/>
- Jakovcevic, A. (2013). *Elsevier*. Obtenido de <https://www.elsevier.es/esrevista-suma-psicologica-207-articulo-percepcion-los-beneficiosindividuales-del-S0121438115000363>
- Ley de Compañías. (1999). *Capital Social a nivel Sudamericano*. Obtenido de <https://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/derecho/dere6/DEFINITIVA/TESIS16.pdf>
- Ley de compañías. (1999). *DerechoEcuador.com*. Obtenido de [https://www.derechoecuador.com/la-sociedad-o-compania-anonima#:~:text=La%20Compa%C3%B1a%20An%C3%B3nima%20es%20una,de%20la%20Ley%20de%20Compa%C3%B1as.&text=\(Actual%20art%C3%ADculo%20143%20de%20la%20Ley%20de%20Compa%C3%B1as\)](https://www.derechoecuador.com/la-sociedad-o-compania-anonima#:~:text=La%20Compa%C3%B1a%20An%C3%B3nima%20es%20una,de%20la%20Ley%20de%20Compa%C3%B1as.&text=(Actual%20art%C3%ADculo%20143%20de%20la%20Ley%20de%20Compa%C3%B1as)).
- Ley de compañías. (2014). *SuperCías*. Obtenido de <https://portal.supercias.gob.ec/wps/wcm/connect/77091929-52ad-4c36-9b16-64c2d8dc1318/LEY+DE+COMPA%C3%91IAS+act.+Mayo+20+2014.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=77091929-52ad-4c36-9b16-64c2d8dc1318>
- Maldonado, J. (2017). Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/comercioelectronico-ideas-fundamentales/>
- Marketing Digital. (2020). Obtenido de <https://marketingdigitalconsulting.com/las-cinco-fuerzas-de-lacompetencia-de-porter/>
- Martinez, D., & Milla, A. (2012).
- Mobike. (2016). Obtenido de [https://www.enlacebiobio.cl/blog/IdentidadLocal/empresa-de-uso-compartido-de-bicicletas-anuncia-llegada-achillan#:~:text=Mobike%20se%20define%20como%20E2%80%9Cun,de%20las%20cosas%20\(IoT\)](https://www.enlacebiobio.cl/blog/IdentidadLocal/empresa-de-uso-compartido-de-bicicletas-anuncia-llegada-achillan#:~:text=Mobike%20se%20define%20como%20E2%80%9Cun,de%20las%20cosas%20(IoT)).

- Navarro, P., & Rui-Wamba, J. (2010). *LA INGENIERÍA DE LA BICICLETA*. Madrid: Fundación Esteyco. Obtenido de [https://www.esteyco.com/wpcontent/uploads/2017/02/r2010\\_IngBici.pdf](https://www.esteyco.com/wpcontent/uploads/2017/02/r2010_IngBici.pdf)
- Observatorio Social Guayaquil. (2019). Obtenido de <https://observatoriosocial.ec/2018/09/guayaquil-crece-hacia-el-este-con-urbanizaciones/>
- Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021*. (2017). Quito: SENPLADES.
- Referencia, A. (noviembre de 2000). Diccionario de geografía urbana, urbanismo y ordenación de territorio. Barcelona: Ariel S.A. Obtenido de <https://leerlaciudadblog.files.wordpress.com/2018/05/grupo-audardiccionario-de-geografia-urbana-urbanismo-y-ordenacion-del-territorio.pdf>
- Sandhusen, R. L. (2016). Obtenido de <https://www.promonegocios.net/producto/ciclo-vidaproducto.html#:~:text=Sandhusen%2C%20el%20ciclo%20de%20vida,cada%20etapa%20plantea%20riesgos%20y>
- SENPLADES. (2017). Obtenido de [https://www.planificacion.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCTFINAL\\_0K.compressed1.pdf](https://www.planificacion.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCTFINAL_0K.compressed1.pdf)
- SENPLADES. (2017). Plan Toda una Vida.
- Servicio Nacional de Derechos Intelectuales*. (2018).
- Shaheen, Guzmán, & Zhang. (2010). *Science Direct*. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0121438115000363>
- SINDE. (2013). Obtenido de <https://www.ucsg.edu.ec/wpcontent/uploads/pdf/sinde/DOMINIOS-LINEAS-DEINVESTIGACION.pdf>
- Técnicos DIEA. (2009). *ENCUESTA DE GASTO E INVERSIÓN EN PROTECCIÓN AMBIENTAL*. INEC.
- Tránsito. (2018). *Biciquito*. Obtenido de <http://www.biciquito.gob.ec/>
- U.S. Mobile App Report. (2017). Obtenido de <https://www.comscore.com/Insights/Presentations-andWhitepapers/2017/The-2017-US-Mobile-App-Report#:~:text=The%202017%20U.S.%20Mobile%20App%20Report%20explores%20the%20dynamics%20of,and%20advertisers%20can%20take%20advantage.>

Vargas, I. V. (diciembre de 2018). Obtenido de  
<https://todossomosotros.wordpress.com/2018/12/19/la-bicicleta-enla-vida-cotidiana/>

Wei, Q. (2017). Obtenido de  
<http://spanish.peopledaily.com.cn/n3/2017/0303/c31620-9185263.html>

# CAPÍTULO 12

## ANEXOS

## CAPÍTULO 12

### 12. ANEXOS

#### Encuestas:

1. ¿Cuál es tu género?
2. ¿Cuál es tu edad?
3. ¿Cuál es tu profesión?
4. ¿Has escuchado sobre el sistema de bicicletas compartidas?
5. En caso "No", ¿Te interesaría conocerlo?
6. ¿Cómo te enteraste del sistema de bicicletas compartidas?
7. En caso experiencia propia, ¿Dónde lo utilizaste? (Ej: país; ciudad...)
8. Si tuvieras que calificar esa experiencia del 1 al 5, ¿Cuánto la calificarías?
9. ¿Existen bicicletas compartidas cerca de tu casa?
10. ¿Existen ciclovías cerca de tu casa?
11. En caso "No", ¿Te gustaría tener ciclovía cerca de tu casa?
12. ¿Cuáles serían tus usos principales con el sistema de bicicletas compartidas?
13. Si tuvieras que usarlo, ¿Cuál de los siguientes precios estás dispuesto a pagar por Fracción/ Hora?
14. Y, ¿Cuál de los siguientes precios estás dispuesto a pagar por la garantía al momento de inscribirse como usuario?
15. En tu opinión, ¿Cuál de los siguientes grupos serían los principales usuarios del sistema de bicicletas compartidas?

#### Grupo Focal:

1. ¿Qué opciones tiene al momento de querer movilizar en la zona de vía a la costa?
2. ¿Por qué elije esa opción? ¿Y está satisfecho?
3. ¿Cuánto le cuesta en salir con esa opción?
4. ¿Ha considerado las bicicletas como una opción de salida? ¿Por qué?
5. ¿Ha escuchado sobre el sistema de bicicletas compartidas?

6. ¿Le interesaría usar el sistema de bicicletas compartidas como opción de salida?
7. ¿Para que ocasión usted eligiera el sistema de bicicletas compartidas?
8. ¿Cuánto usted pagaría por el uso del sistema de bicicletas compartidas?  
¿Por qué?
9. ¿Le gusta la idea de bicicletas compartidas? ¿Por qué?
10. ¿Si le pudiera hacer mejoramiento, en que lo mejoraría usted?

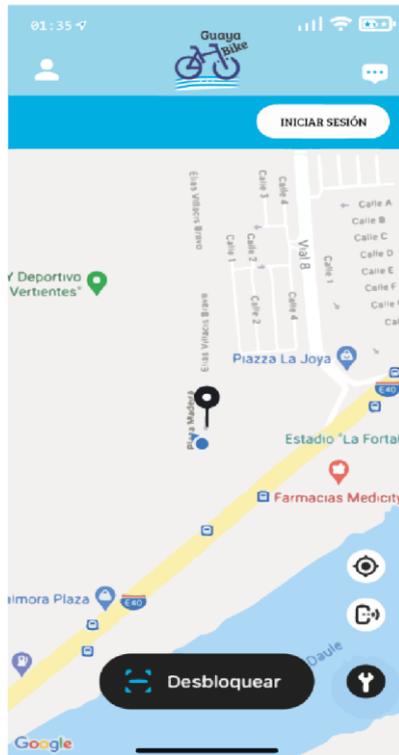
# CAPÍTULO 13

## MATERIAL COMPLEMENTARIO

# CAPÍTULO 13

## 13. MATERIAL COMPLEMENTARIO

Gráfico 27: App map



Elaborado por: El autor

Gráfico 28: App Scan



**Elaborado por:** El autor

**Gráfico 29:** App cerradura



**Elaborado por:** El autor

**Gráfico 30:** App Servicio al cliente



**Elaborado por:** El autor



**Presidencia  
de la República  
del Ecuador**



## **DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN**

Yo, **Jhon Hao Dong Pilay**, con C.C: # **0920452810** autor/a del trabajo de titulación: **Propuesta de sistema de bicicletas compartidas para el uso en las zonas residenciales en la ciudad de Guayaquil** previo a la obtención del título de **Licenciado en Desarrollo de Negocios Bilingüe** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, **15 de Octubre** de 2020

f.  \_\_\_\_\_

**Jhon Hao Dong Pilay**

**C.C: 0920452810**



## REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

### FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

<b>TEMA Y SUBTEMA:</b>	Propuesta de sistema de bicicletas compartidas para el uso en las zonas residenciales en la ciudad de Guayaquil		
<b>AUTOR(ES)</b>	Jhon Hao Dong Pilay		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b>	Andrés Antonio Navarro Orellana		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
<b>FACULTAD:</b>	Facultad de Especialidades Empresariales		
<b>CARRERA:</b>	Emprendimiento e Innovación Social		
<b>TITULO OBTENIDO:</b>	Licenciado en Desarrollo de Negocios Bilingüe		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	15 de octubre de 2020	<b>No. DE PÁGINAS:</b>	125
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	Emprendimiento, cultura social		
<b>PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:</b>	Ecología, Bicicletas, Sistema de bicicletas compartidas, aplicación móvil, saludable, deportivo.		
<b>RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):</b>			
<p>La propuesta se centra en un sistema que se maneja a través de una aplicación móvil la cual servirá para la función y el uso de las bicicletas compartidas a su vez que ayudará resolver el problema existente de movilización para los ciudadanos los cuales viven en zonas residenciales de Guayaquil que efectivamente si cuentan con una vía ciclista. Al mismo tiempo con esto se busca una nueva tendencia lo cual pueda afectar positivamente la sociedad e incentivar esta actividad ecológica y saludable que a la vez de cuidar el medio ambiente, fortalezca a las personas tanto físicamente como mentalmente.</p>			
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>Teléfono:</b> +593-968964060	<b>E-mail:</b> donghao802392@gmail.com	
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::</b>	<b>Nombre:</b> Rosa Margarita Zumba Córdova		
	<b>Teléfono:</b> +593-994131446		
	<b>E-mail:</b> mr_zumba@yahoo.com		
<b>SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA</b>			
<b>Nº. DE REGISTRO (en base a datos):</b>			
<b>Nº. DE CLASIFICACIÓN:</b>			
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web)</b>			