



Integrantes:

Betty Andrea Caicedo

Johana Carolina Tulcán Muñoz

Paola Andrea Sierra Narváez

Silvia Elisabeth Acosta Pinchao

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN

Facultad de Ciencias Administrativas X Semestre

Programa Administración de Empresas

Ipiales

2020

Contenido

Compromisos del autor	5
Introducción	6
Objetivos	7
Objetivo general.....	7
Objetivos específicos	7
Claves para el éxito.....	8
Temática 2 - Modelo de Negocio	10
Descripción de la idea de negocio	10
Idea de negocio a través de lienzo:	12
Modelo de negocio online.....	17
E-commerce	17
Temática 3 - Innovación Sostenible.....	29
Innovación Sostenible y Ecológica:.....	34
Temática 4 - Océano Azul y Fuerzas de Porter	36
Estrategia océano azul	36
Estrategias de las cinco fuerzas de Porter:	41
Temática 5 – Marketing mix.....	45
Estrategias de producto para clientes.....	45

Portafolio	47
Estrategia de precio.....	48
Estrategia de distribución.....	50
Estrategia de comunicación	50
Marketing mix.....	52
Temática 6 – Desarrollo de Marca.....	54
Matriz de desarrollo de la marca.....	54
Temática 7 – Marketing Digital.....	57
Página Web:	57
Redes sociales:	57
Correo electrónico:	57
Temática 8 – Estrategias Marketing Digital	58
Campaña:	58
Promociones y concursos:	59
Temática 9 – Métricas Clave	60
Datos métricas en la red social Facebook.....	60
Métrica Cave:.....	61
Resultados:.....	62
Análisis Métricas Clave	63
Temática 10 – Estudio Técnico I.....	64

Localización macrolocalización y microlocalización.....	64
Tabla requerimiento de operación	65
Plano	70
Temática 11 – Estudio Técnico II.....	71
Flujograma	71
Materia prima.....	72
Tabla de requerimiento de operaciones en el proceso de producción	73
Temática 12 – Estudio Técnico III	75
Fiche técnica	75
Temática 13 – Lanzamiento producto mínimo viable	80
Plantilla PMV	80
Conclusiones.....	81
Recomendaciones	83
Bibliografía.....	85

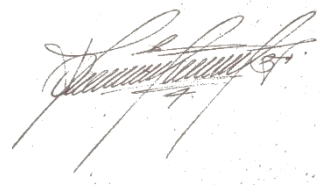
Compromisos del autor

Nosotras, Johana Carolina Tulcán Muñoz, identificada con cedula de ciudadanía No. 1.085.946472 expedida en Ipiales, Betty Andrea Caicedo Fuertes, identificada con cedula de ciudadanía No. 37.122.172 expedida en Ipiales, Paola Andrea Sierra Narváez, identificada con cedula de ciudadanía No. 27.254.287 expedida en Ipiales y Silvia Elisabeth Acosta Pinchao, identificada con cedula de ciudadanía No. 37.003.540 expedida en Ipiales, estudiantes de V semestre, del programa administración de empresas, declaro que:

El contenido del presente documento es un reflejo de nuestro trabajo personal y manifestamos que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, somos responsables directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado asumiendo la consecuencia derivadas de tales prácticas.



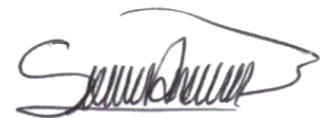
Johana Carolina Tulcán Muñoz



Betty Andrea Caicedo Fuertes



Paola Andrea Sierra Narváez



Silvia Elisabeth Acosta Pinchao

Introducción

Ecobike es una empresa que da la facilidad de practicar un deporte diferente a los habituales que se conocen, la idea es crear una empresa que preste el servicio de alquiler de bicicletas que pretende poner en valor la red ciclo turística, el patrimonio cultural y natural del municipio de Ipiales.

Esto beneficiara a los habitantes de nuestro municipio y también a los turistas que desean conocer la ciudad y sus alrededores, practicando esta actividad de fin de semana. Donde se combina deporte, salud, turismo, naturaleza y recreación para compartir en familia y amigos, para disfrutar de un buen paseo, una buena compañía y un buen ejercicio para el cuerpo a mente y el alma.

Si se considera una actividad deportiva y recreativa el ciclo turismo es una práctica lúdico-deportiva que mantiene un crecimiento sostenido a nivel nacional durante los últimos años, ello se debe a que la bicicleta se considera un medio de transporte económico y respetuoso con ambiente que puede ser utilizado por cualquier persona.

Objetivos

Objetivo general

Elaborar un Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de ciclo turismo alquiler de bicicletas Ecobike en el municipio de Ipiales vigencia 2019.

Objetivos específicos

Elaborar un estudio de mercado dirigido a análisis del grado de aceptación, demanda y oferta de la empresa Ecobike en el municipio de Ipiales vigencia 2019.

Realizar un estudio técnico por medio del cual se identifiquen las instalaciones, materiales y maquinaria necesarios para la puesta en marcha del proyecto.

Desarrollar un estudio administrativo que permita conocer la planta de personal necesaria, así como la constitución de la empresa.

Claves para el éxito

Ecobike se posicionará en el mercado por la amplitud de productos y servicios que ofrecerá en su establecimiento por la gran acogida al cicloturismo, el alquiler de las bicicletas y accesorios que tendrán disponibles, por la excelente relación calidad-precio que ofrecerán a sus clientes en las diferentes rutas y celebraciones de fechas especiales.

Para que nuestra empresa sea exitosa tiene como principal objetivo satisfacer cada una de las necesidades de los clientes, brindándoles el mejor servicio y aportar beneficios a su vida,

A través de un estudio de mercado se darán a conocer los recursos y capacidades que Ecobike si cumple con los requisitos necesarios para ser líder del mercado geográfico en el que opera y se detectan las debilidades que tiene que superar para mantenerse en esa posición sobre esta base se planteará un plan de marketing con una reformulación de su posicionamiento a fin de dotar de identidad y reconocimiento a este establecimiento entre su público objetivo.

Para Ecobike su principal fuente es el capital humano por lo tanto constantemente ofreceremos a nuestros empleados las oportunidades de desarrollo esquemas que los impulsan a colaborar y a tener un equilibrio en su vida personal técnica para mantenerlos motivados y compensaciones justas.

Ecobike se caracterizará por usar bien los recursos y proteger el medio ambiente ya que no generan toneladas de desperdicios, sino que utilizan de manera eficiente la energía y los recursos que tienen procurando el mejor y el mejor impacto posible en el ecosistema.

Para nuestra empresa sabemos que la clave es reducir costos y aumentar un buen servicio para ser competitivos y ofrecer precios justos en el mercado sin perder la calidad aprovechando

todas las oportunidades y convirtiéndolas en fortalezas para presentar un excelente servicio a todos nuestros ciclistas.

Queremos llegar hacer una empresa exitosa por lo tanto nuestros espacios de trabajo serán parte clave de una cultura empresarial es por esto que nuestras instalaciones estarán en buenas condiciones para brindar seguridad comodidad y sus bicicletas y equipos tendrán mantenimiento constante

Sin importar el giro o la industria las empresas más exitosas son las que buscan mejorar y buscar soluciones creativas a sus problemas, estar dispuesta a revolucionar modelos y retar el *Stato quo*, saber que las ideas son su mejor activo y que para estar adelante de la competencia es necesario la innovación.

En una empresa es muy importante el buen manejo del flujo de efectivo, el manejo incorrecto de flujo efectivo es una de las principales razones que llevan a las empresas al fracaso por eso Ecobike va a trascender en el tiempo cuidando siempre la caja chica para que en temporadas difíciles no se encuentre en riesgo la empresa ni pueda despedir gente ni cerrar operaciones.

Para Ecobike retribuir a la sociedad tiene un compromiso real con sus socios las empresas exitosas son las que cumplen con todos los públicos sus empleados ofreciéndoles desarrollo y capacitación; sus clientes entregándoles valor y calidad y con la sociedad brindando acciones laborales y comercio justo y con sus socios que más allá de recibir utilidades deben obtener valor que se incrementa en el tiempo y con esto lograr que la empresa perdure y logre alcanzar todas las metas propuestas.

Temática 2 - Modelo de Negocio

Descripción de la idea de negocio

Tabla1

Descripción de la idea de negocio	
¿Cuál es el producto o servicio?	Ecobike un servicio que da la facilidad de practicar un deporte diferente a los que comúnmente conocemos, cómo es el cicloturismo, que permite conocer nuevas experiencias sin tener que pagar más.
¿Quién es el cliente potencial?	Personas interesadas en el deporte y mejorar sus niveles de actividad física, que puede ser individual o en grupos ya conformados.
¿Cuál es la necesidad?	Satisfacer la necesidad de tener una vida saludable, experimentar y descubrir nuevas sensaciones disfrutando el entorno de la libertad.

¿Cómo?	<p>Antes de comenzar con la actividad, la empresa tomara medidas necesarias para garantizar al cliente de los riesgos y de las medidas de seguridad adoptadas. Se diseñarán mapas de rutas en los diferentes lugares de la región, se aran talleres útiles como mantenimiento de bicicletas, introducción geográfica de los sitios que se va a recorrer. Todo con el fin de brindar un servicio integral de calidad, ágil y oportuno a las personas que les guste el deporte compartiendo en familia, vinculándose con la naturaleza, desarrollando actividades de aventura e interacción personal.</p>
¿Por qué lo preferirán?	<p>Porque tienen muchas ventajas ambientales y también representa un habito saludable, además el sector turístico en bicicleta es uno de los más importantes en la economía regional y nacional, es un viaje menos costoso, que si no tienen una bicicleta hay la opción de alquilarla, para que no se limite a experimentar esta travesía</p>

Fuente: Propia descripción idea de negocio-2020

Idea de negocio a través de lienzo:

Tabla 2

Segmento	Propuesta de valor	Arquitectura del servicio
<p>Va dirigido a hombres y mujeres entre los 12 a 55 años, interesados en el deporte, en sus niveles de actividad física, personas que visitan nuestra región en busca de alternativas para salir los fines de semana sea en familia o individualmente.</p>	<p>Ecobike Turismo sobre ruedas, un viaje deportivo, ambiental y seguro sin necesidad de pagar más.</p>	<p>Descripción de todo el proceso desde el momento que se alquila la bicicleta hasta el momento de su devolución, se da el saludo muy cordial y bienvenida y se pasa informar que se alquila las bicicletas en el único punto ubicado en la calle novena número 724 cerca al parque 20 de Julio, se procede a registrarlo con la cédula con el fin de formalizar y como garantía; además Se informa de valores y obligaciones que adquiere con la empresa y al momento de hacer la devolución de la bicicleta se realiza la revisión correspondiente para verificar su estado y poder</p>

		ser reintegrada a la empresa se da la información de todas las rodadas y travesías que ofrecerán.
Costo y precio	Mecanismo de entrega	Ganancias esperadas
<p>Gastos fijos:</p> <p>Arrendamiento local, servicios públicos, impuestos, material de oficina y papelería, mantenimiento de bicicletas, equipamiento, mobiliario y decoración, stock inicial y material de consumo, indumentaria, equipo informativo, alquiler de bicicletas, Gastos de Constitución y puesta en marcha,</p> <p>Gastos variables</p>	<p>Se utiliza un canal directo, brindando asesoría personalizada, también se realiza divulgación de los servicios a través de medios de comunicación la radio, la televisión, las redes sociales.</p>	<p>Los ingresos serán obtenidos por el alquiler de bicicletas para cicloturismo con un costo de \$22.000 por día que incluye accesorios como casco, guantes, bebidas hidratantes, guías de calentamiento físico y mapas de rutas para el turista, El cobro será según el plan prediseñado, aprovechando las fechas especiales (día de la madre, del padre, amor y amistad, día del niño, etc.) para incentivar y atraer a los cicloturistas; cargo adicional por personalización, caminatas ecológicas, capacitación en mantenimiento de bicicletas de montaña.</p>

<p>Pago de publicidad, compra de bicicletas, pago de salarios, gastos inesperados, gastos operacionales, gastos no operacionales.</p>		<p>El sistema de pago puede ser en efectivo o utilizando los medios tecnológicos existentes.</p> <p>Pensando en el desarrollo del negocio y en ofrecer cada vez mejores opciones recursos enriquecidos a los usuarios, se espera que Ecobike desarrolle productos y servicios adicionales.</p>
<p>Recursos</p>	<p>Fidelidad</p>	<p>Cadena</p>
<p>Para la elaboración y estructuración de la empresa se plantea que los recursos clave son el recurso humano que está representado en las cuatro personas capitalistas y a quiénes les</p>	<p>Crear confianza, credibilidad y respeto, poder entablar un buen lazo de amistad, para que el cliente crea en la empresa y sea el vocero hacia otras personas, para poder</p>	<p>Son todos los proveedores que suministran productos y servicios de calidad, como aliado se tiene:</p>

<p>ha surgido la idea de poner en marcha este negocio, cada una estará capacitada en un área en especial. Primero y más importante el conocimiento ciclístico y de la zona. El recurso humano personas que se apasionan por el ciclismo y lo practican regularmente, adicionalmente se debe tener conocimiento de la zona, su historia, cultura y actualidad para brindar al ciclo turista.</p> <p>Este conocimiento permitirá vivir la cultura del ciclista local, es decir, poder experimentar un recorrido tal como lo hacen los locales, tomando un café en el lugar de moda y visitar sitios importantes para la historia y cultura ciclística de la región. La página web como medio promocional en la que se incluirán</p>	<p>expandirse hacia toda la comunidad que requieran el servicio, y brindando la asesoría personalizada para cada uno de los clientes, asegurando la comodidad y seguridad.</p>	<p>Tienda de bicicletas</p> <p>Bici Ipiales Especialice: ellos brindan servicio de compra de bicicletas a una tarifa especial.</p> <p>Talleres de mecánica de bicicletas</p> <p>Biciletería la Frontera: cuando se requiere invertir en algunas bicicletas con problemas.</p> <p>Tiendas de accesorios de bicicletas</p> <p>Ciclo Cadena: nos brinda accesorios como casco, guantes o cualquier implementó bicicletero.</p> <p>Pólizas de accidentes por alquiler de bicicletas a través de aseguradora Bici surá</p> <p>Agencias de publicidad Punto Gráfico: ayudan con el marketing</p>
---	--	--

<p>material fotográfico y audiovisual, es un recurso, ya que será el primer punto de contacto con los clientes, que además influirá significativamente en la toma de la decisión.</p> <p>Recursos financieros son el aporte propios de cada uno de las socias con un monto de \$5.000.000 para dar inicio a nuestro emprendimiento, que se utilizará para comprar bicicletas, para adecuación de local y gastos de funcionamiento.</p>		<p>Cruz roja unidad municipal de Ipiales:</p> <p>cuando se requiera que nos brinde primeros auxilios.</p> <p>Se buscará el apoyo de entidades públicas y privadas como la alcaldía, el gobierno, la Federación Colombiana del Ciclismo y de diferentes empresas que aporten a la planeación de formar muchos más ciclistas y así con ello que ayuden a fortalecer nuestro negocio.</p>
--	--	---

Fuente: Propia Idea de negocio a través de lienzo-2020

Modelo de negocio online

E-commerce

El modelo de negocio por internet que escogimos es E-commerce: también conocido como comercio electrónico es la compra en línea de bienes, productos y servicios con envío a domicilio.

El comercio electrónico se entiende como la actividad de compra de productos y servicios mediante el uso de medios electrónicos como el internet, aplicaciones móviles y otras redes informáticas. E-commerce ha demostrado ser una alternativa adecuada para las personas que desean comprar y realizar transacciones desde los confines de su hogar. Sin embargo, hay ciertos desafíos relacionados con la seguridad de la información confidencial de un cliente que deben ser atendidos. El rápido crecimiento del comercio electrónico ha invadido casi todos los aspectos de los negocios, como la gestión de la cadena de suministro, el procesamiento de transacciones, el marketing en Internet y la gestión de inventarios.

Pero como cualquier negocio convencional, el comercio electrónico también se caracteriza por algunas ventajas y desventajas inherentes. Echemos un vistazo a algunas de estas importantes ventajas y desventajas del comercio electrónico.

Ventajas

Alcance global: La mayor y más importante ventaja del comercio electrónico es que permite que una empresa o individuo llegue al mercado global. Satisface las demandas del mercado nacional e internacional, debido que sus actividades comerciales ya no están restringidas por límites geográficos.

Con la ayuda del comercio electrónico, incluso las pequeñas empresas pueden acceder al mercado global para vender y comprar productos y servicios.

Abierto las 24 horas:

Incluso las restricciones de tiempo son inexistentes mientras se llevan a cabo negocios, debido que el comercio electrónico le permite a uno realizar transacciones comerciales las 24 horas del día e incluso en días festivos y fines de semana. Esto a su vez aumenta significativamente las ventas y los beneficios.

Mejores ofertas para clientes:

El comercio electrónico brinda a los clientes la oportunidad de buscar productos más baratos y de calidad. Con la ayuda del comercio electrónico, los consumidores pueden investigar fácilmente en un producto específico y, a veces, incluso encontrar el fabricante original para comprar un producto a un precio mucho más barato que el que cobra el mayorista.

Sin problema de compras convencionales:

El comercio en línea también ofrece a los compradores una gama más amplia de productos y servicios para elegir, a diferencia de las compras convencionales, sin la molestia de cargar grandes bolsas de la compra y atascarse en embotellamientos desordenados, lo que resulta más conveniente y ahorra tiempo. Además de esto, las personas también encuentran reseñas publicadas por otros clientes sobre los productos comprados en un sitio de comercio electrónico en particular, que pueden ayudar a tomar decisiones de compra.

Costos más bajos para el negocio:

Para las empresas, el comercio electrónico reduce significativamente los costos asociados con la comercialización, la atención al cliente, el procesamiento, el almacenamiento de información y la administración de inventarios.

Desventajas

Autenticidad y seguridad:

Debido a la falta de confianza, un gran número de personas no utiliza Internet para ningún tipo de transacción financiera.

Muchas personas tienen reservas con respecto al requisito de divulgar información personal y privada por cuestiones de seguridad. Algunas personas simplemente se niegan a confiar en la autenticidad de transacciones comerciales completamente impersonales, como en el caso del comercio electrónico.

Pérdida de tiempo:

El período de tiempo requerido para entregar productos físicos también puede ser bastante significativo en el caso del comercio electrónico. Por lo tanto, no es adecuado para productos perecederos como alimentos. Es posible que se requieran muchas llamadas telefónicas y correos electrónicos hasta que obtenga los productos que desea.

Inconveniente:

La gente prefiere comprar de forma convencional que utilizar el comercio electrónico para comprar productos alimenticios y objetos que deben sentirse y tocarse antes de realizar la compra. Por lo tanto, el comercio electrónico no es adecuado para tales sectores comerciales. Sin embargo, devolver el producto y obtener un reembolso puede ser aún más problemático y requerir más tiempo que comprar, en caso de que no esté satisfecho con un producto en particular. Por lo tanto, al evaluar los diversos pros y contras del comercio electrónico, podemos decir que las ventajas del comercio electrónico tienen el potencial de superar las desventajas. Una estrategia adecuada para abordar los problemas técnicos y aumentar la confianza de los clientes en el sistema puede cambiar el escenario actual y ayudar al comercio electrónico a adaptarse a las necesidades cambiantes del mundo.

¿Cómo captar sus clientes según el modelo de ventas por internet escogido?

Para que un E-commerce capte clientes y funcione a la perfección tiene que haber un equilibrio entre los múltiples factores que influyen en la tienda. La calidad de los productos, la atención al cliente, envío del pedido, diseño, usabilidad, y navegación de la tienda, entre otros. Si uno de estos factores falla, la tienda falla, pero, aunque todos funcionen a la perfección, si no llegan clientes a la web, esta seguirá sin funcionar al máximo. Para ello a continuación menciono 10 consejos para atraer más clientes.

Crear una oferta:

Aunque es obvio, no deja de ser efectivo. Una oferta le permite por una parte conseguir captar la atención de nuevos clientes y de los que ya tiene. También puede intentar crear una sensación de exclusividad y de urgencia, incluyendo límites de tiempo o unidades limitadas. Tenga en cuenta que hay consumidores a los que les encanta estar atentos a las ofertas que comienzan a primera hora de la mañana, y que están disponibles sólo hasta fin de existencias. Para ellos es como una competición, un impulso casi compulsivo ante lo efímero de la oferta, una oportunidad que no pueden dejar escapar.

Cree un concurso:

A la hora de crear un concurso debe estar seguro de que este es relevante para su marca y su mercado, si vende cortacéspedes, no haga un concurso en el que el premio sea una cesta para bebés. Si puede, utilice una mecánica de votación que permita que los usuarios ganen gracias a los votos de sus amigos. Obtendrá mayor visibilidad, pero debe tener cuidado ante fraudes debido a votaciones desde perfiles falsos.

Muestras gratuitas:

No se puede aplicar ni a todos los productos ni a todos los E-commerce, pero enviar muestras gratuitas a un grupo aleatorio de suscriptores o clientes, harán que esos clientes se sientan tenidos en cuenta por la marca, y en la mayoría de los casos recomendarán y respaldarán la tienda. Considere el hecho de enviar algunas de estas muestras a un grupo no tan aleatorio,

pero si más influyente, como blogger del sector, para que evalúen y compartan su opinión sobre el producto.

La unión hace la fuerza:

No dude en asociarse con otras marcas del mismo sector, pero no competidoras, que dispongan de productos de calidad que puedan interesar a sus clientes, y que sean complementarias a sus propios productos. Actuar de esta forma transmite a los clientes la sensación de ser una marca dinámica, en movimiento, con afán de ofrecer lo mejor a sus clientes.

No desatienda su blog:

Mantener actualizado su blog beneficia mucho. Los usuarios que llegan al blog a través de una búsqueda orgánica, ya se encontrarán en su web, y mediante alguna llamada a la acción pueden ser dirigidos a la tienda, alguna oferta o página de producto en concreto. Por supuesto aún puede ir un paso más allá facilitando a los visitantes la opción de compartir el contenido del artículo del blog a través de los medios sociales.

Lo atractivo de la novedad:

La novedad es un éxito seguro a la hora de llamar la atención de los consumidores. No hace falta que se saque un nuevo producto de la chistera, bastaría con un sencillo cambio de packaging, un cambio de precio en un producto existente, o en la creación de un pack de productos a un precio mejorado.

Aproveche sus anuncios:

Experimente con las diferentes palabras clave en los anuncios de Google AdWords para refinar su público objetivo. Recuerde utilizar landing pages únicas y relevantes que incluyan las palabras clave. Realice test A/B para comprobar que combinación de anuncios y landing pages funcionan mejor.

Participe en las redes sociales:

No dude en aportar su opinión en aquellos lugares donde su público objetivo se encuentra prestando atención, aportando información útil y de interés, hasta tal punto que consideren que merezca la pena compartirla.

Incentive las valoraciones de clientes:

Utilice una herramienta como Barilliance para generar emails personalizados, dirigidos a invitar a los compradores a valorar su compra en la página de producto, puede premiar a aquellos compradores que dejen su comentario en el mismo día que reciben el email, entregándoles un cupón descuento para la siguiente compra, incluyendo un periodo de caducidad del cupón, por ejemplo, de un mes. De este modo, el cliente votará a fin de conseguir un cupón, que finalmente puede hacerlo volver antes de que acabe el mes para una nueva compra.

Propiciar una primera compra:

Atraer a nuevos clientes está muy bien, pero de nada sirve si no se consigue la primera compra. Plántese en ofrecer un pequeño descuento, para la primera compra, aplicable de forma inmediata si realiza en el momento, sugiriendo quizás que, de ser en otro instante, se entregaría en forma de cupón descuento para una segunda compra.

¿Cómo y que alternativa ofrecerá a los clientes según el modelo de venta por internet escogido?

La empatía es la intención de ponerse en el lugar del otro y entender lo que piensa y desea. A veces, sucede que las marcas hacen a un lado la empatía hacia el consumidor, sin darse cuenta que este requisito es fundamental para fortalecer lazos, generar alternativas y conseguir ventas.

Conocer las necesidades y el comportamiento de los usuarios es esencial a la hora de crear cualquier acción de marketing, desde una publicidad online hasta el traslado de un producto a su destino. En este aspecto, se vuelve esencial tomar en cuenta lo que los usuarios quieren que tu marca haga, lo que te obliga a evaluar el alcance de tus recursos para jugar el juego ganar-ganar.

Todo consumidor siempre está esperando recibir un beneficio extra aunado a su compra, bien sea un descuento o promoción. En este caso, el comercio electrónico que ofrece algo que el cliente no consigue en otros E-commerce, será el que se quede con la ganancia.

Por eso, para que tus usuarios tengan en cuenta tu marca y le den una valoración positiva a tu producto o servicio antes que al de tu competencia, toma nota de estas 7 alternativas que puedes implementar en tu tienda online.

Costes de envío gratis:

Hasta un 80% de las personas que adquieren productos a través de Internet destacan el envío gratuito como uno de los requisitos más deseados. En general, los clientes son reacios a pagar un monto extra por recibir su pedido. Por eso, se recomienda incluir el gasto de envío en el monto del producto o cubrir dicho gasto y ofrecer envíos gratuitos en las compras a partir de un valor determinado.

Alternativas de pago y sencillez en el proceso:

Ofrecer diversas modalidades de pago al usuario es una de las cosas que no deben faltar en una tienda online. Hasta un 54% de los compradores online lo consideran decisivo. Además, el cliente prefiere un proceso de compra sencillo y de pocos pasos, en el que la información aportada sea clara. De esta manera sentirá confianza a la hora de pagar por este medio y verá valorado su tiempo.

Histórico de productos adquiridos:

Una herramienta destacada de valoración por parte de los usuarios es el histórico de productos comprados en la tienda virtual. Hasta un 50% de los usuarios habituales de E-commerce lo ven como muy importante.

Información y facilidad de devolución:

Al ser un medio visual, en el que el usuario, a menos que ya lo conozca, se ve imposibilitado de probar el producto, es necesario que la página contenga toda la información necesaria y lo más clara posible acerca de la posibilidad de devolución o cambio, en caso de que el producto no cumpla con las expectativas del cliente.

Actualización continúa:

La tienda online debe estar continuamente actualizada con nuevos productos y más opciones. Los productos deben estar descritos en detalle e incluidas todas las formas de adquisición.

Funciones intuitivas y fácil navegación:

Cuando conoces cómo los usuarios se comportan dentro de tu tienda, puedes estructurar la plataforma de modo tal que le sea intuitiva y sencilla para la búsqueda. Las secciones deben estar pensadas y planificadas teniendo en cuenta la usabilidad real. Una web lenta, con muchas secciones, confusa para la búsqueda, tendrá como resultado sesiones cortas y el abandono de la misma.

Tener comentarios, opiniones y valoración visibles:

Así como los clientes valoran la boca oreja y pueden considerar un producto por la recomendación de un conocido, en Internet influye positivamente la aparición de comentarios y opiniones de otros usuarios. Esto le da credibilidad a los productos y confianza al consumidor

¿Cómo cerrara la venta por internet y cuáles podrían ser los métodos de pago utilizados acorde al modelo e-commerce?

Para que un negocio online E-commerce tenga éxito es necesario planear cada uno de los detalles, desde el diseño de la página hasta los modelos de email que enviaremos para confirmar los pedidos. Una de las cosas que debemos tener en cuenta también en nuestro E commerce, como parte de la estrategia de marketing, es la forma de pago que ofreceremos a nuestros clientes.

Existen muchos métodos de pago diferentes, cada uno de ellos con sus características y beneficios. Cuando integramos una plataforma de pago concreta en nuestro E commerce debemos tener claro qué beneficio representa para el usuario o cliente. Por ejemplo, podemos optar por la comúnmente conocida forma de pago mediante tarjeta o por el tradicional pago contra reembolso. Pero a menudo la clave reside en innovar con otros sistemas, como las plataformas de financiación online para clientes, ideales para E-commerce con productos caros.

Los métodos de pago que puedes integrar en tu negocio online y sus beneficios:

Tarjetas:

La forma de pago más común y extendida hoy en día es mediante tarjeta, por tanto, es indispensable para tu negocio online. Es aconsejable disponer de una pasarela de pago por tarjeta extremadamente segura y fiable, garantizando la privacidad de los datos de los usuarios. Añade un TPV virtual con autenticación, para que la entidad bancaria verifique la autenticidad de la tarjeta.

Plataformas de pago online

Para aquellos usuarios que prefieren no dar los datos de su tarjeta, la alternativa más extendida son las plataformas de pago online. Se trata de servicios vinculados directamente a la tarjeta que permiten pagar por Internet de forma mucho más rápida. Así, la ventaja principal es la economía de tiempo y esfuerzo, ya que evitas rellenar todos los campos del formulario con tus datos de la tarjeta. Solo es necesario introducir el usuario y la clave.

La plataforma de pago online más famosa y extendida hoy en día es Paypla, que permite al usuario enviar y recibir dinero y es muy fácil de integrar en nuestro comercio electrónico. No obstante, también hay otras alternativas interesantes como Paymill, Payoneer o Google Wallet.

Pago contra-reembolso

Este tradicional método ya conocido por todos es la modalidad más segura de pago. El cliente paga el producto directamente al transportista, cuando le entrega el paquete, con lo que sus datos bancarios están siempre a salvo. Con este sistema de pago captarás la atención de los compradores de mayor edad, que muestran mayor reticencia a comprar online.

Temática 3 - Innovación Sostenible

1. ¿De qué manera se puede promover políticas empresariales, encaminadas a la construcción de un ecosistema de innovación?

Estas políticas empresariales van encaminadas en el aire que respiramos, a esa contaminación que estamos viviendo día a día, que producen los transportes como autos, motos etc. Esta es la principal fuente de contaminación del aire en las ciudades y esto impacta directamente en la salud y bienestar.

La región necesita un cambio acerca del transporte y es ahí donde se debe potencializar el uso de la bicicleta para que favorezca la movilidad, y concientizar a los ciudadanos que el uso de este medio que va encaminado a un aire libre de contaminación. La innovación está en crear cultura de la bicicleta y abrir paso más allá de su uso recreativo y deportivo, y sea utilizado más como para ir al trabajo o universidad y además es un transporte económico que reduce las emisiones el consumo de energía y a la contaminación atmosférica.

2. ¿De qué manera se pueden promover políticas empresariales, encaminadas a la construcción de un ecosistema de innovación?

Para promover las políticas empresariales es necesario un trabajo conjunto entre todos los sectores productivos, tanto de la parte privada como son las empresas, los gremios como de la parte pública en la que el estado facilita normas y leyes que garanticen el camino a la innovación, lo mismo desde la universidad. Todos los sectores deben aportar algo para construir así una política, porque, si queremos innovar en una empresa, pero si no están las políticas, si tenemos muchos impuestos, muchas trabas se puede decir de alguna forma no va a ser posible, o

queremos innovar, pero no tenemos el apoyo de la ciencia de las universidades, entonces cada sector debe aportar su parte y a sí se consolidaría una política. Entonces que las leyes favorezcan a las empresas y a la innovación que allí incentivos, premios a las empresas que deciden innovar, desde la universidad formación en liderazgo, todo un trabajo conjunto para tomar unas medidas que faciliten llegar a ese ecosistema de la innovación, un trabajo conjunto entre todos los sectores que participan en la producción con innovación.

3. ¿Es posible el progreso económico respetando los derechos ambientales que buscan la disminución de la producción y el consumo?

A veces se nos olvida: dónde vivimos. El cómo y el dónde están estrechamente relacionados, dependen el uno del otro, y afectan el uno al otro.

El cómo hace referencia a las actividades o formas de actuar y el dónde señala el espacio físico donde tienen lugar esas actividades. En el caso que nos ocupa, este espacio es la superficie terrestre, y el medio ambiente como representación del escenario donde tienen lugar las actividades humanas.

Como hemos dicho, desde hace varias décadas las actividades humanas tienen que ver con fomentar el desarrollo económico, y eso tiene un efecto concreto en el medio ambiente: lo transforma.

Aunque no se debe generalizar, lo cierto es que el paso del tiempo ha demostrado que el modelo económico vigente se caracteriza por una explotación excesiva de los recursos naturales y por generar altos niveles de contaminación al medio ambiente, por lo tanto, el hombre transforma el medio de una manera negativa. Se destruyen montañas para extraer minerales, se

talan bosques para conseguir madera, se sobreexplotan los acuíferos, se extinguen especies animales, se llena el aire de gases tóxicos.

Paradójicamente, estamos contaminando y dañando nuestro propio hogar. El medio ambiente es el lugar donde vivimos. Si el medio ambiente está contaminado, nuestras vidas también. Por ello conviene divulgar un mensaje que alimente la conciencia crítica de las personas, no ya solo por preservar el medio desde una posición ecologista, sino para salvaguardar nuestro propio bienestar. Quizás transmitiendo esta idea, que parte de una base egoísta, cada vez más gente se apunte a la idea de preservar el medio ambiente.

Detener el modelo de crecimiento para salvar un puñado de árboles o a unos animales no parece estar teniendo mucho éxito entre la gente. Ha llegado la hora de aumentar el nivel de la amenaza lo que está en juego es nuestra propia existencia.

Ecobike quiere brindar una experiencia saludable tomando a las bicicletas como la alternativa para mejorar la calidad de vida en cuanto a salud, físico y estado de ánimo de todos los usuarios y a la vez buscar el progreso económico de la empresa captando cada día más adeptos y seguidores por el buen servicio y la innovación al presentar diversidad de opciones en tiempos y fechas especiales.

Se puede contribuir a mejorar el medio ambiente concientizando e invitando a los usuarios a respetarlo, cuidándolo y promoviendo el medir, limitar, minimizar o corregir daños medio ambientales en las rodadas.

La ONU ha promovido una idea de desarrollo para los que siguen marginados a través de una estrategia conocida como los objetivos de desarrollo del milenio en un desarrollo sustentable.

Para hacer de Ecobike una empresa que progrese cuidando el medio ambiente se puede buscar la estrategia de presentar proyectos para implementar un impuesto ambiental el cual puede ser diferente al resto de los impuestos para ser reinvertido en mejoramiento del medio ambiente.

4. ¿Qué características de funcionalidad diseño y presentación de su producto o servicio, contribuyen positivamente a l disminución del impacto ambiental?

Una ciudad con alta circulación de bicicletas es una ciudad amigable con el medio ambiente, pues ayuda a reducir los niveles de contaminación ambiental y sus niveles de monóxido y dióxido de carbono, hidrocarburos y otras partículas que favorecen la contaminación del aire.

Por lo tanto, entre los principales beneficios de andar en bicicleta para el medio ambiente y la salud humana son: Es amigable con el medio ambiente porque no contamina, no emite gases de efecto invernadero, solo consume energía humana, poco espacio y no genera ruido, mejora la salud física y mental.

Aportaciones del uso de la bicicleta a la protección medioambiental

- Sostenibilidad y transporte
- Impactos de la movilidad
- La bicicleta como medio de transporte
- Beneficios colectivos e individuales del uso de la bicicleta
- Más bicicletas no es necesariamente movilidad sostenible

En ese sentido, la sociedad y el hombre deben conocer los beneficios que aporta el uso de la bicicleta para el medio ambiente y la salud humana, ya que ésta no debe ser vista solo como un deporte o un simple medio para transportarse de un lugar a otro, la bicicleta es más que eso, es la mejor alternativa y movilidad sostenible para detener la contaminación del dióxido de carbono que generan todos los automóviles del mundo.

Por todo lo anterior, es que se debe fomentar el uso de la bicicleta para combatir con la contaminación de los autos en las ciudades, el congestionamiento y así como también con el sedentarismo.

5. ¿Qué actividades de carácter administrativo u operacional va a integrar en su empresa para fortalecer la conciencia ambiental?

- Las actividades que se integran en nuestra empresa
- Mejorar la gestión de materiales y residuos peligrosos
- Concientizar en el cuidado del medio ambiente, implementando sistemas de gestión medioambientales y responsabilidad social empresarial
- Disminución de papel, o cualquier soporte físico, cambiarlo de manera electrónica
- Desenchufar las tomas corrientes donde estén conectados los equipos electrónicos cuando no se estén utilizando y todos después de la jornada de trabajo.
- Concientizar los beneficios de la bicicleta y la utilicen en el desplazamiento de trabajo a casa, evitando utilizar otros transportes que emiten gases contaminantes.

Innovación Sostenible y Ecológica:

Tabla 3

	AGUA	ENERGIA	MATERIAS PRIMAS	EMISIONES	RESIDUOS
<p>¿El producto tiene un eco diseño?</p> <p>Nuestro servicio tiene eco diseño en el turismo en bicicleta ya que está diseñado para contribuir con el medio ambiente, porque el uso de la bicicleta no emite gases contaminantes y esto permite cuidar la capa de ozono, evita la contaminación auditiva.</p>	<p>¿Usa eficientemente el agua? ¿Cómo?</p> <p>Utilizamos el sistema de recolección de agua de lluvia, utilizando un sistema de llave de pie, que permite ahorrar, utilizando el agua necesaria, en el momento de lavado de las bicicletas.</p>	<p>¿Reduce el consumo de energía? ¿Cómo? ¿Qué equipos utiliza?</p> <p>El ahorro se hace desenchufando las tomas corrientes donde estén conectados los equipos electrónicos cuando no se estén utilizando y al finalizar la jornada, también utilizando bombillos ahorradores.</p>	<p>¿Reduce los insumos? ¿Cómo? ¿Utiliza químicos? ¿Cuáles? ¿Qué empaque y embalaje utiliza?</p> <p>No aplica materia prima porque lo que ofrecemos un servicio.</p>	<p>¿Ha medido su huella de carbono? ¿Cuál es el resultado?</p> <p>Incentivar al equipo de trabajo el uso de la bicicleta y su importancia, para evitar emisiones de gases contaminantes.</p>	<p>¿Qué residuos recicla?</p> <p>Se recicla botellas plásticas, empaques de mecatro, se recicle el papel que se utiliza en la oficina, se utiliza recipientes adecuados (punto ecológico) para realizar un correcto reciclaje de la basura</p>
<p>Marketing ¿Realiza algún tipo de campaña</p>	<p>Se busca un transporte limpio, asequible y</p>	<p>¿Qué medios de transporte utiliza?</p>	<p>¿Qué materiales utiliza para las</p>	<p>La campaña para reducir las emisiones contaminantes de</p>	<p>¿Necitas una bolsa? Campaña para fomentar</p>

<p>que favorezca al medio ambiente? La campaña: “menos carros más bicicletas ese es el camino, cuida tu planeta”</p>	<p>seguro además que esto promueve mayores niveles de actividad física</p>	<p>El medio de transporte que utilizamos La bicicleta y esta son impulsadas por la energía del ser humano.</p>	<p>actividades de marketing? El material que se utiliza es el tecnológico como las redes sociales, pagina web.</p>	<p>los vehículos, denominada “La salud de nuestra ciudad necesita un escape al humo negro” Se presenta como alternativa el servicio público de bicicletas para disminuir la emisión de Co2 procedente de los automóviles.</p>	<p>el uso responsable de las bolsas</p>
---	--	--	--	---	---

Fuente: Propia Innovación sostenible - 2020

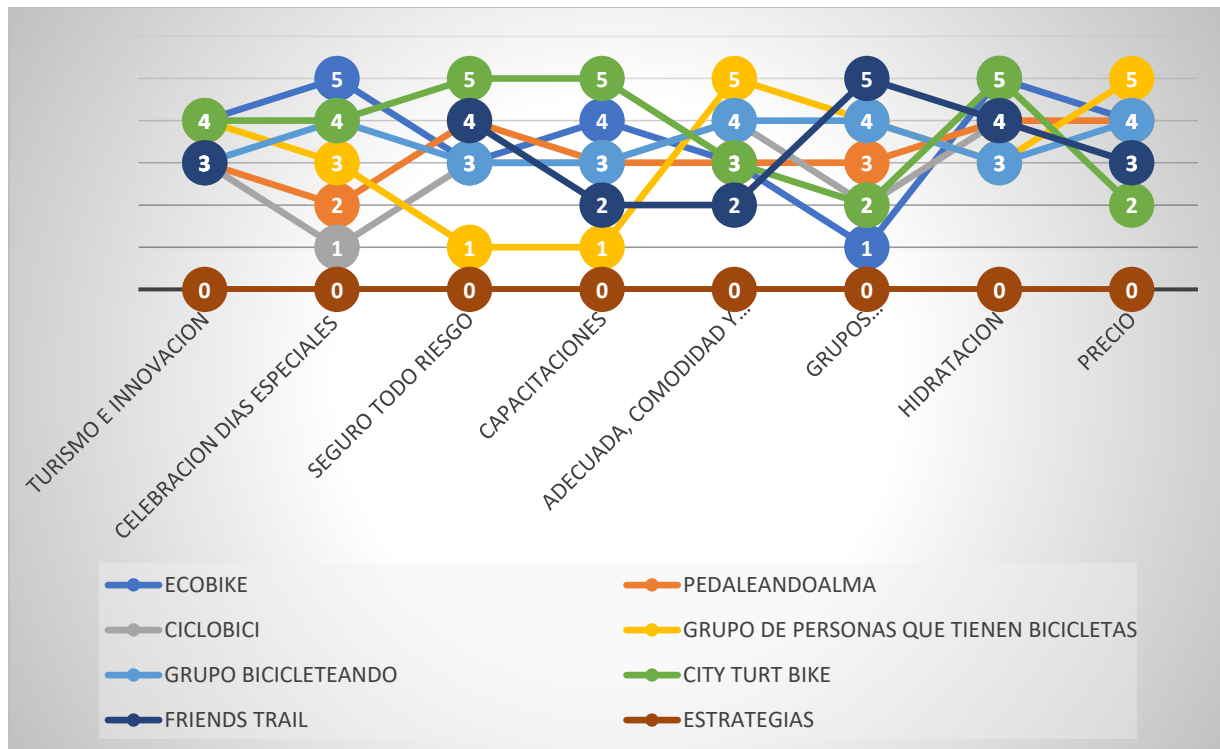
Temática 4 - Océano Azul y Fuerzas de Porter

Estrategia océano azul

Tabla 4

VARIABLES	TURISMO E INNOVACION	CELEBRACION DIAS ESPECIALES	SEGURO TODO RIESGO	CAPACITACIONES	ADECUADA, COMODIDAD Y TAMAÑO	GRUPOS CERRADOS(DIFERENTE NIVELES)	HIDRATACION	PRECIO
Ecobike	4	5	3	4	3	1	5	4
Pedaleandoalma	3	2	4	3	3	3	4	4
Ciclobici	3	1	3	3	4	2	4	3
Grupo de personas que tienen bicicletas	4	3	1	1	5	4	3	5
Grupo bicicleteando	3	4	3	3	4	4	3	4
City Turt Bike	4	4	5	5	3	2	5	2
Friends Trail	3		4	2	2	5	4	3
Estrategias	INCREMENTA	INCREMENTAR	INCREMENTA	INCREMENTA	ELIMINAR	CREAR	IMPLEMENTAR	REDUCIR

Fuente: Propia Estrategia océano azul- 2020



Variables:

Innovación y turismo: Estrategia - incremento Ecobike

Tiene como objetivo convertir este servicio, turístico e innovador nuevas experiencias ecológicas con su bicicleta de montaña, y si no cuenta con una de ellas, tenemos la opción de alquilarla, ofreciendo bicicletas ecológicas que son fabricadas con fibra de carbono además de ser ergonómicas, resistentes. También ofrecemos descuento y promociones en días especiales como el día de la madre, del padre, día del niño etc., para incentivar a los clientes. La innovación está en contribuir con el medio ambiente, en reducir la problemática ambiental de la contaminación, evitando las cero emisiones toxicas.

Celebración días especiales: Estrategia – incrementar

Ecobike ofrecerá en estas fechas (días de amor y amistad, día de la madre, día del padre, día del niño etc.) descuentos, nuevas rutas con sorpresas, para incentivar a nuestro ciclista.

Seguro todo riesgo: Estrategia – incrementar

En Ecobike en la actualidad no contamos con todos los recursos para poder brindar la seguridad que nuestros clientes se merecen, tenemos la posibilidad de contratar un Seguro de bicicletas, pero nuestro deseo es poder pagar un plan que incluya GPS para mayor seguridad de nuestra clientela y la de nuestro capital representado en las bicicletas.

Para el uso de la bicicleta se requiere que se establezcan aspectos esenciales que preserven la vida de la bici-usuario, espacios adecuados, completa señalización en la circulación de la vía y señales del tráfico. Se puede concluir que la mejor manera de asegurar que la seguridad de los usuarios funcione correctamente es a través del sistema para rastrear y hacer seguimiento a los desplazamientos de las bicicletas con el fin de evitar el hurto y buscando establecer trayectos Multimodal o Multimodalidad que consiste en un proceso en el cual diversos dispositivos y personas son capaces de llevar a cabo una interacción (auditiva, visual, táctil y gestual) conjunta desde cualquier sitio, en cualquier momento, utilizando cualquier dispositivo y de forma accesible.

Capacitaciones: Estrategia – incrementar

Se ofrece clínicas de capacitación sobre ciclismo, el objetivo es que el alumno obtenga conocimientos básicos de subir, bajar, frenar, cambiar velocidades y mantener el equilibrio en terrenos complicados, también brindar nociones de mecánica de emergencia, los cursos se imparten a mayores de 12 años, la duración es de 2 días.

Adecuada, comodidad y tamaño: Estrategia – eliminar

No contamos con los recursos económicos para adquirir las bicicletas en todos los tamaños, categorías y modalidades, para poder cumplir con todas las necesidades de los clientes.

Grupos cerrados diferentes niveles: Estrategia – crear:

Para Ecobike es importante llegar a todos los espacios de nuestro municipio, especialmente a urbanizaciones y conjuntos cerrados, para organizar eventos de cicloturismo únicamente con habitantes exclusivos de los conjuntos para la integración de vecinos del sector.

Hidratación Estrategia – incrementar

En Ecobike ofreceremos la hidratación consistente en agua, bocadillo y banano, antes durante y después de cada recorrido, porque la hidratación es importante porque nos ayuda a prevenir posibles niveles de deshidratación, el bajón de rendimiento e incluso la aparición de fatiga

La hidratación antes de una rodada es ideal para preparar el cuerpo para el desgaste que se avecina.

Precio estrategia: Estrategia – reducción

En Ecobike se ofrecerá un precio al alcance del bolsillo del cliente, donde se incluirá la dotación de implementos deportivos e hidratación, haciendo que el precio sea asequible y podamos mantener satisfecha a toda nuestra clientela y sean los voceros para poder captar más clientela. A demás en los eventos especiales se realizará descuentos exclusivos y también incentivos a grupos de trabajo y familias que hagan parte de nuestro ciclo paseos. Como empresarios nos unimos para fomentar el mensaje de que vivir con la bicicleta es un gran placer y los usuarios de esta nueva alternativa de transporte también disfrutan de sus ventajas, se busca proponer una alternativa económica cómoda ágil y de fácil acceso para las personas que diariamente transitan por la localidad de Ipiales, asimismo reducir los gastos en tiempo y dinero debido a los grandes problemas de movilidad. "Te activa, te mantiene en movimiento y te funciona en tus trabajos rutinarios y para los trancones es muy beneficioso porque te puedes mover fácilmente".

Estrategias de las cinco fuerzas de Porter:

Análisis de Porter

Poder de negociación con los clientes:

En Ecobike la negociación se debe ejercer y conservar brindando un excelente servicio, variado, innovador que se pueda concluir en que los clientes se encuentren felices y satisfechos del servicio recibido de acuerdo con las 5 fuerzas de Porter, que dan forma a la estructura competitiva de una industria.

La idea principal es que el poder de negociación de los clientes en una industria afecta el entorno competitivo para el proveedor e influye en la capacidad de este para alcanzar la rentabilidad. Los clientes fuertes pueden presionar a los prestadores del servicio a bajar los precios y disminuir el potencial de ganancias, mejorar la calidad de los productos, y solicitar que ofrezcan más y mejores servicios. Todas estas cosas representan disminución de ingresos para la empresa. El concepto de poder de compras que Porter creó ha tenido un efecto duradero en la teoría del mercado y trabajaremos para que ese efecto duradero haga parte de Ecobike.

Poder del cliente – factores determinantes en Ecobike:

Existen varios factores que determinan el poder de negociación del cliente para Ecobike, Si se concentran los clientes en comparar a los proveedores y se produce el escenario en el cual hay pocos clientes y muchos prestadores de servicios de alquiler de bicicletas y ciclo turismo, poder de negociación alto. Si el costo de cambiar un producto de un vendedor por el producto de otro

vendedor es bajo, el poder de negociación de los clientes es alto. Si los clientes pueden fácilmente integrar hacia atrás o comenzar a producir el producto por si mismos el poder de negociación de los clientes es alto. Si el consumidor es sensible al precio el poder de compra es alto.

Si el cliente compra grandes volúmenes de productos estandarizados por parte del vendedor, el poder de negociación del cliente es alto. Si los productos de sustitución están disponibles en el mercado, el poder de compra es alto también. Y por supuesto, si ocurre lo contrario para cualquiera de estos factores, el poder de negociación del cliente es bajo.

- **Poder de negociación con los proveedores:**

Nuestros proveedores son esenciales para nuestro negocio y entre los más importes:

- . Tiendas de bicicleta: Bicipiales Para la compra de bicicletas
- . Taller de mecánica: Bicicleteria la frontera, para bicicletas en problema.
- . Tiendas de accesorios de bicicletas: Ciclocadena donde encontramos cascos, guantes o implementos bicicleteros
- . Pólizas de accidentes: Seguros Biczura
- . Punto gráfico: Publicidad y marketing

Lo que buscamos de nuestros proveedores que sean distribuidores que vendan por mayor, ofreciendo ofertas, descuentos, rebajas, cupones, muestra de productos. Esto nos ayuda a fortalecer el negocio y con esas ofertas les damos incentivos a los clientes como la hidratación gratis por cada rodada y entre otras cosas.

También nos fidelizamos con proveedores que buscan alianzas para poder hacer negociación como ofrecer, recomendar marcas de los proveedores y así mismo ellos nos ayudan con la publicidad de nuestro servicio.

- **Amenaza de productos sustitutos:**

Como producto sustituto se ofrece el alquiler de las bicicletas para que clientes que no tienen una, no pierda la oportunidad de experimentar esa travesía. Ecobike busca alternativas con productos sustitutos como también remplazar las botellas de plástico y vidrio con caramañolas hechas de material reciclable todo con la idea de cuidar el medio ambiente.

- **Amenaza de productos entrantes:**

Ecobike tiene la iniciativa de ofrecer a nuestros clientes opciones diferentes a la de montar en bicicleta para que puedan participar en los ciclo paseos realizando caminatas o trotando de acuerdo a la modalidad de actividad física las personas, se realizara el acompañamiento personalizado.

- **Rivalidad entre los competidores**

Ecobike es un aliado de los proyectos de conservación de lugares ecológicos y naturales de nuestra región, contribuyendo con la concientización y la implementación de programas que nos

permitan rescatar y mantener estas reservas naturales, esto sería el valor agregado por el cual nuestros clientes utilizan nuestro servicio y hace la diferencia.

Temática 5 – Marketing mix

Estrategias de producto para clientes

Núcleo:

El núcleo del servicio de cicloturismo Ecobike es realizar viajes diferentes a los tradicionales y disfrutar de las rodadas en bicicleta para contemplar sitios representativos de la región y con el ingrediente adicional del deporte, compartiendo momentos en familia o amigos y salir de la rutina diaria.

Calidad:

La atención es especial basada en las preferencias de cada persona para que se sienta satisfechos; Las instalaciones, bicicletas y accesorios se encuentran en buen estado.

La seguridad para los clientes como optar con una póliza de seguro, para que confíen en el servicio

Se brindara capacitación sobre el ciclismo para que los clientes obtengan conocimientos para frenar, subir y bajar, caminos velocidades, equilibrio, y entre otras como el cuidado del medio ambiente.

Envase:

Se diseñó un portafolio donde se muestra la calidad de servicio, dando a conocer los diferentes planes de rutas, con el único objetivo de cumplir con las necesidades de cada uno de los clientes, para que conozcan todas las opciones de cicloturismo para compartir en familia.

Diseño:

Como diseño, el logotipo es lo que nos identifica como la empresa Ecobike.

El logotipo se identifica con una bicicleta que simboliza una vida activa y saludable con el cicloturismo, y con una combinación de colores que lo hace ver más divertido, como es el azul representando confianza en el servicio, teniendo un efecto de tranquilidad, y el rosado trasmite felicidad y diversión para las rodadas.

Servicio:

Se hace una logística bien planteada para que el turista no tenga que preocuparse por nada, con el acompañamiento de personas conocedoras y capacitadas en ciclismo y en las rutas contando, con la alimentación e hidratación adecuada y con la exclusividad que el cliente quiera experimentar y a que costo se acomode mejor, si lo prefiere en grupo o individual.

Diseño de rutas adecuadas con objetivos específicos del entrenador

Que los clientes no se preocupen de nada como el equipaje, alimentación entre otros.

- Contar con mecánicos en bicicletas.

- Alimentación especializada
- Ofreciendo planes creativos para niños
- Diversas rutas
- Atención personalizada

Portafolio

Figura 1.



Fuente: propia - 2020

Estrategia de precio

Costos mensuales por la empresa

Arrendamiento:	\$ 1.000.000
Mantenimiento de bicicletas:	\$ 300.000
Alimentación e hidratación:	\$ 2.000.000
Mano de obra- capacitación de ciclismo y mecánica:	\$600.000
Servicios públicos:	<u>\$ 150.000</u>
Total:	\$ 3.950.000

Tabla 5

1 día o medio día	Medio día	Día completo
Básico + alquiler 1 persona	5 personas + alquiler	5 personas + alquiler
Alquiler de bicicleta	Alquiler de bicicleta	Alquiler de bicicleta
Alquiler de accesorios	Alquiler de accesorios	Alquiler de accesorios
Hidratación	Hidratación	Hidratación
Alimentación	Alimentación	Alimentación
Guía turística	Guía turística	Guía turística
Carro escoba	Carro escoba	Carro escoba

Asistencia médica y mecánica	Asistencia médica y mecánica	Asistencia médica y mecánica
\$ 30.000	\$ 120.000	\$ 140.000
Básico 1 persona	5 personas	5 personas
Hidratación	Hidratación	Hidratación
Alimentación	Alimentación	Alimentación
Guía turística	Guía turística	Guía turística
Carro escoba	Carro escoba	Carro escoba
Asistencia médica y mecánica	Asistencia médica y mecánica	Asistencia médica y mecánica
\$ 20.000	\$90.0000	\$110.000

Fuente: propia - 2020

Estrategia de distribución

Canal de marketing directo:

La distribución del servicio es de forma directa en el punto donde se prestara la atención de la inscripción para las rutas programadas.

Este canal de distribución se centra en la satisfacción del cliente, dentro de un costo razonable y de calidad. Este canal se maneja con una logística adecuada entre otras opciones como usar una plataforma que es la página web y redes sociales en este medio se encontrara toda la información, con material fotográfico, que permite escoger su plan de rutas que mejor se acomode, reservando y hacer su respectiva inscripción.

Ecobike también se enfocara en crear canales institucionales donde se crearan alianzas con diferentes entidades privadas y públicas como universidades, empresas, grupos de ciclistas, para que disfruten de los paquetes que se ofrece.

Estrategia de comunicación

Entre las opciones de conectarnos con los clientes es abrir canales de comunicación con una forma más directa de cubrir las necesidades que son las redes sociales que se ejerce una labor más inmediata de atención al cliente entre ellas tenemos:

Canales online

Email: Donde se despejaren dudas, inquietudes, gustos, con los cuales diseñaremos base de datos para conocer cada una de las necesidades de los clientes.

Redes sociales: Instagram, Facebook, Se hará registro fotográfico, donde se evidenciara rutas, testimonio de personas que han disfrutado del servicio Ecobike.

Contactos: WhatsApp, Se realizaran inscripciones y reservaciones de paquetes en familia etc.

Páginas web: Encontraran toda la información acerca de Ecobike y de lo que estamos dispuestos a ofrecer en calidad.

Marketing mix

Tabla 6

Estrategia	Smart	Como	Quien	Cuando	Donde	Valor
Servicio	Aumentar rutas de cicloturismo a nivel nacional en el 2025, para el crecimiento de la empresa, para que aumente el porcentaje en ventas, para los próximos 5 años	Con la ayuda de alianzas	Empresas privadas y públicas, como alianzas de la gobernación, la federación colombiana del ciclismo, para que aporten al deporte	2025	En las diferentes regiones.	\$50.000.000
Precio	Aumentar precio en cuanto a la capacidad en un 20%, mejorando la calidad en el servicio, para satisfacer las necesidades de cada uno de los usuarios, para dentro de un año	Reunir recursos necesario	Accionistas de la empresa	2021	Instalaciones de la empresa	\$20.000.000
Distribución	Aumentar la logística en un 80%, conformando alianzas con proveedores, para mejorar el servicio directo, dentro de 6 meses	Calificar y reconocer la responsabilidad de cada rol desempeñando en la empresa , con capacitaciones	Del personas capacitadas y especializadas en el cicloturismo	Marzo del 2021	En las diferentes regiones.	\$5.000.000
	Incursionar en las ventas on-line en un 50% para duplicar las inscripciones de	recursos	Profesionales en la publicidad	Diciembre del 2020	En las agencia de publicidad.	

Promoción y comunicación	cicloturismo, para ser reconocida a nivel nacional, para el final del último trimestre del año.					\$ 5.000.000
---------------------------------	---	--	--	--	--	--------------

Fuente: marketing mix - 2020

Temática 6 – Desarrollo de Marca

Matriz de desarrollo de la marca

Nombre de la idea: Ecobike

Tabla 7

Pasos	Objetivos	Resultado
Primer paso: Diagnóstico del Mercado	a. Identificación del sector	Ciclistas, deportistas, Grupos de trabajo, Grupos Familiares y Turistas
	b. Identificar marcas en competencia	Ciclobici, Grupo Bicicleando, Friends Trail, Pedaleando Alma, City Turt Bike y Grupo de personas que tienen bicicletas
	c. Soluciones principales y alternativas	Espacio ganados, rutas programadas y seguridad tecnológica
	d. Tendencias del mercado	Ciclo paseos selectos, largos y completos (hospedaje, hidratación y alimentación)
	e. Arquetipo de marca	Exploradores y creadores
Segundo paso:	a. Percepción de la marca de la competencia	Aventureros

Realidad psicológica marca		
	b. Identificar variables de neuromarketing	Sonidos y aroma (color, aroma y sonido)
Tercer paso: Posicionamiento	a. Identificar Top f mit	Precios y variedad
	b. Identificar Top of heart	Aprecian y siguen
Cuarto paso: Realidad material de la marca	Traducir nuestra propuesta de valor en la marca	Se presta un servicio, filiación ecológica, innovación, emociones, interacción con el cliente, salud física y mental, flexibilidad en horarios y con grupos, buenos precios
Quinto paso: Estrategia de comunicación	Desarrollar acciones continuas para la introducción de la marca en el mercado, que estén ligadas a la mediación tecnológica y de redes sociales	<p>Algunas herramientas digitales</p> <p>Banners-Tipos: trampa, impulso y retención.</p> <p>Sponsor: O patrocinio que permite relacionar una marca con los contenidos.</p> <p>Pop-Up: Ventana pequeña que aparece súbitamente al frente de la interfaz.</p> <p>Rascacielos: Ubicados en la parte lateral en la página de información.</p> <p>Layer: Elemento que aparece en movimiento en toda la página.</p> <p>Cortinilla: aparece cuando se hace click, aprovechando el tiempo de carga.</p>

		<p>Videos: Anuncios idénticos a los de la TV. En webs o pequeños anuncios de 10 segundos.</p> <p>Roba páginas: Formato estándar, aparece en el centro de la página web.</p> <p>Y si aprovechamos las</p> <p>Estrategias de Marketing Digital como Instagram, Pagina Web, Facebook, y Wasap lograremos colocar nuestra empresa en los primeros lugares.</p>
--	--	--

Fuente: Matriz desarrollo de la marca - 2020

Link logo: <https://www.wix.com/logo/maker/esh/zoe-editor?logoId=3abefb81-1bc2-4919-83e0-e75f91204781&referralAdditionalInfo=arenaSplitPage>

Temática 7 – Marketing Digital

Página Web: <https://ecobikecicloturismo.wixsite.com/ecobike>

En la página web daremos a conocer los diferentes recorridos que hemos aventurado además de dar a conocer las redes sociales como Facebook e Instagram, herramientas han sido la más adecuada y de gran utilidad para que nuestra marca sea reconocida.

Redes sociales:

Instagram: Nos encuentran como ecobike_cicloturismo

Link Instagram: https://www.instagram.com/ecobike_cicloturismo/

Facebook: Nos encuentran como: Ecobike

Link Facebook: https://www.facebook.com/Ecobike-112384597299294/?modal=admin_todo_tour

Correo electrónico:

ecobikesa@gmail.com

Estas herramientas son con el fin de dar a conocer a los usuarios nuevas experiencias y de momentos que se han vivido en las travesías, además se ofrecer descuentos y que sean partícipes de campañas alusivas al medio ambiente y otras actividades.

Temática 8 – Estrategias Marketing Digital

Hemos creado campañas motivando a las personas a que utilicen la bicicleta, de ver todos los beneficios y como se contribuye con el medio ambiente:

Campaña:

Figura 2



Únete y participa
En la campaña
"Mas bicis
menos
autos"

ECOBIKE

Esta campaña es con el fin de hacer el uso de las bicicletas y con ello cuidar el medio ambiente. La bicicleta es el mejor medio de transporte, permitiendo mejorar el estado fisico; Con la facilidad de desplazarse de forma agil y rapida.

Fuente: propia Campaña más bicis menos autos - 2020

Promociones y concursos:

Ecobike ofrece promociones, para realizar planes en familia, con diferentes rutas donde se encuentren nuevas aventuras con paisajes de nuestra región.

Figura 3

La ruta del Terror en bici

25 KM **Sabado 17 DE OCTUBRE**
18 HORAS HASTA LAS 22

LUGAR DE ENCUENTRO
PARQUE SANTANDER HASTA LA CASCADA DE CHIMANGUAL

RECOMENDACIONES:
USO OBLIGATORIO DE CASCO
LUCES EN LA BICI
SEGUIR INDICACIONES DEL MONITOR

No te lo pierdas te esperamos

Inscríbete:
Tel: 3174320424

Concurso Premio al mejor disfras y originalidad con su bici

ECOBIKE

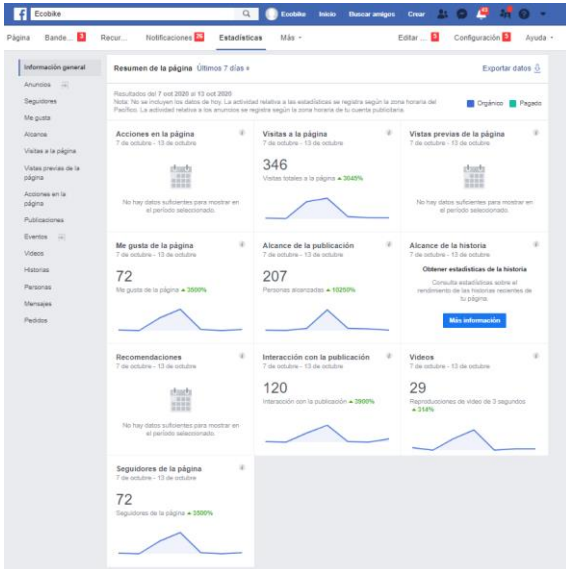
Fuente: propia La ruta del terror - 2020

Estas campañas y promociones se encuentran en la página web vinculadas a las redes sociales como Instagram y Facebook, además se encontrara la historia de cómo surgió la idea de cicloturismo Ecobike.

Temática 9 – Métricas Clave

Datos métricas en la red social Facebook

Figura 4



Fuente: estadísticas Ecobike en Facebook - 2020

Figura 5



Fuente: estadísticas Ecobike en Facebook - 2020

Métrica Cave:

Gasto total en capital / # Clientes captados

Cav: Total de capital que se invirtió por un día de promoción de publicidad de la ruta del terror

\$20.000

Figura 6

The screenshot shows the 'Promocionar publicación' (Promote post) interface in Facebook Ads Manager. The budget is set to \$20,000. The estimated reach is 4,000 - 12,000 people per day. A calendar shows the end date as October 17, 2020. A preview of the promoted post is visible, featuring a bicycle route advertisement for 'ruta del terror en bici' on Saturday, October 17, 2020. The interface includes a 'PAGO' (Payment) section at the bottom with a 'Promocionar' button.

Fuente: Promoción publicidad Facebook – 2020

Figura 7

The screenshot shows the 'Selecciona un método de pago' (Select a payment method) screen in Facebook. The user is prompted to add a new payment method to their Facebook advertising account. The country is set to Colombia. Three payment methods are listed: 'Tarjeta de crédito o débito' (Credit or debit card), 'Efecty', and 'Cuenta de banco'. The 'Tarjeta de crédito o débito' option is selected. The card details shown are: Name: SILVIA ELISABETH ACOSTA PINCHAO; Card number: 4894450051269726; Expiry: 03/24; Security code: 399. A red arrow points to the 'Efecty' option. The 'Continuar' (Continue) button is highlighted.

Fuente: Pago de publicidad de promoción Facebook – 2020

Resultados:

El valor de la inscripción de la ruta del terror cuesta \$10.000

Se inscribieron 8 clientes - Se ganó: \$ 60.000

Figura 8



Fuente: Personas inscritas Facebook – 2020

Análisis Métricas Clave

Como estrategia principal optamos para las ventas en internet la red social Facebook empresarial, esta herramienta nos dio la facilidad de que más personas conozcan nuestro servicio de una manera rápida y segura, dándoles la facilidad de inscribirse por este medio, además nos ha dado la facilidad de conseguir más clientes interesados en este deporte que es el cicloturismo y verlo de la manera que es sano y cuida el medio ambiente.

Por medio de esta herramienta podemos analizar que por el método Cav la cantidad que se invirtió fue \$20.000 por la promoción de la publicación de la ruta del terror, por lo tanto el valor de la inscripción tenía un costo de \$10.000 y obtuvimos a 8 personas que decidieron inscribirse, por lo tanto podemos darnos cuenta que se ganó \$60.000.

Temática 10 – Estudio Técnico I

Localización macrolocalización y microlocalización

Es necesario que el funcionamiento se haga en un lugar físico para el alquiler de implementos ciclistas para las rutas, este será ubicado en un punto estratégico, De concentración en el departamento de Nariño específicamente en el centro del municipio de Ipiales, parque 20 de julio, Cra 5 N 12 a 74, es uno de los parques principales y zona comercial, Ipiales es uno de los municipios más importantes de la región ya que se caracteriza por el turismo de personas del extranjero, por la frontera con Ecuador. Además que Ipiales ha sido reconocido por el desarrollo social y el deporte.

El local tiene como opción de estacionar las bicicletas, Este lugar lo transita mucha gente y personas del extranjero, que buscan alternativas de salir los fines de semana con su familia, además el punto cuenta con vías de acceso en automóvil, a pie, y por supuesto en bici, es un lugar donde llegaran fácilmente proveedores o clientes. A sus alrededores disponibilidad de restaurantes, tiendas deportivas; El punto cuenta con acceso de energía, agua, con las suficientes adecuaciones además es un sitio amplio donde se harán las inscripciones de las rutas y alquiler de accesorios ciclistas.

Tabla requerimiento de operación

Tabla 8

ESTIMACION DEL TAMAÑO OPTIMO				
Requerimiento Técnico				
Tipo de Activo	Descripción	Cantidad	Valor unitario	Requisitos técnicos
Infraestructura – Adecuaciones	Arrendamiento del local	1	2000000	Local de 9.16m a 7.04m, construida de forma rectangular, iluminación y ventilación, para que ayuda a facilitar la remisión de calor, una de las paredes es hecha a base de hierro reforzada con cemento para el mostrador de exhibir las bicicletas y accesorios, espacio suficiente para un taller y almacenamiento y cuenta con una puerta grande en la entrada hecha en vidrio para mayor visualización de los productos que se alquilan.
		Servicios públicos, seguridad,	1000000	Local cuenta con un taller de reparaciones y almacenamiento, con las siguientes Instalaciones: agua, luz, ventilación, telefonía, comunicaciones, servicio de internet, sistema de seguridad,

	Adecuación del local	teléfono, otros		
Maquinaria y Equipo	Alquiler de bicicletas	20	500000	Se requiere que la bicicleta este en óptimas condiciones mecánicas para trayectos cortos o largos, tiene una vida útil de 5 años debido al desgaste de las piezas en general, es muy importante la talla de la bicicleta que se ajuste perfectamente al cliente, Las bicicletas serán provenientes de Quindío donde serán hechas con marco resistente con asientos tt Estándar, cadena para cambios, el marco tiene tubo superior, inferior, de asiento con frenos B- V Zippo, llantas 26 x 2.30 pulgadas TT, Manubrio TT ergonómico en aluminio, Pedales 9/16 pasta, radios 26TT , Rines Aluminio aerodinámico, poste de asiento TT estándar
	Accesorios	50	30000	Su requerimiento técnico contiene: guantes para Mtb cuentan con una placa protectora en los nudillos o cerca del meñique y con almohadillas en las palmas, hechas en gel, mantiene las manos calientes a pesar de cualquier clima, también están los lentes de armazón plástico, están diseñadas para desarmarse ante cierta presión, Rodillera para probables caídas raspones e

			incluso fracturas , Mochila de hidratación importante para la hidratación además de los bocadoillos para mantenerse activo y aumentar azúcar durante la rodada.	
	Casco	50	30000	hecho con forro de espuma de poli estireno, el revestimiento disipa la fuerza del impacto para proteger la cabeza, carcasa es de plástico sujeta al casco como una unidad en caso de golpe, ventilación esto mejora el flujo de aire sobre su cabeza y las correas se ajusta de acuerdo a su comodidad
	Repuestos y herramientas de bicicleta	20	50000	Juego de llaves Allen, son más utilizadas en las bicicletas un juego de 2 a 10 mm, llaves fijas para ajustar tuercas con juego de 6 a 17 mm, Boba de aire mantener la llantas en una presión adecuada, Herramienta corta cadena conocida como troncha cadenas esta empuja el perno que conecta las placas de la cadena, llave para pedales, estas herramientas permiten dar mantenimiento para ajustes rutinarios de las bicicletas.
	Póliza de accidentes	1	10000	Esta póliza contiene seguro contra accidentes en caso de sufrir alguno en medio de la travesía

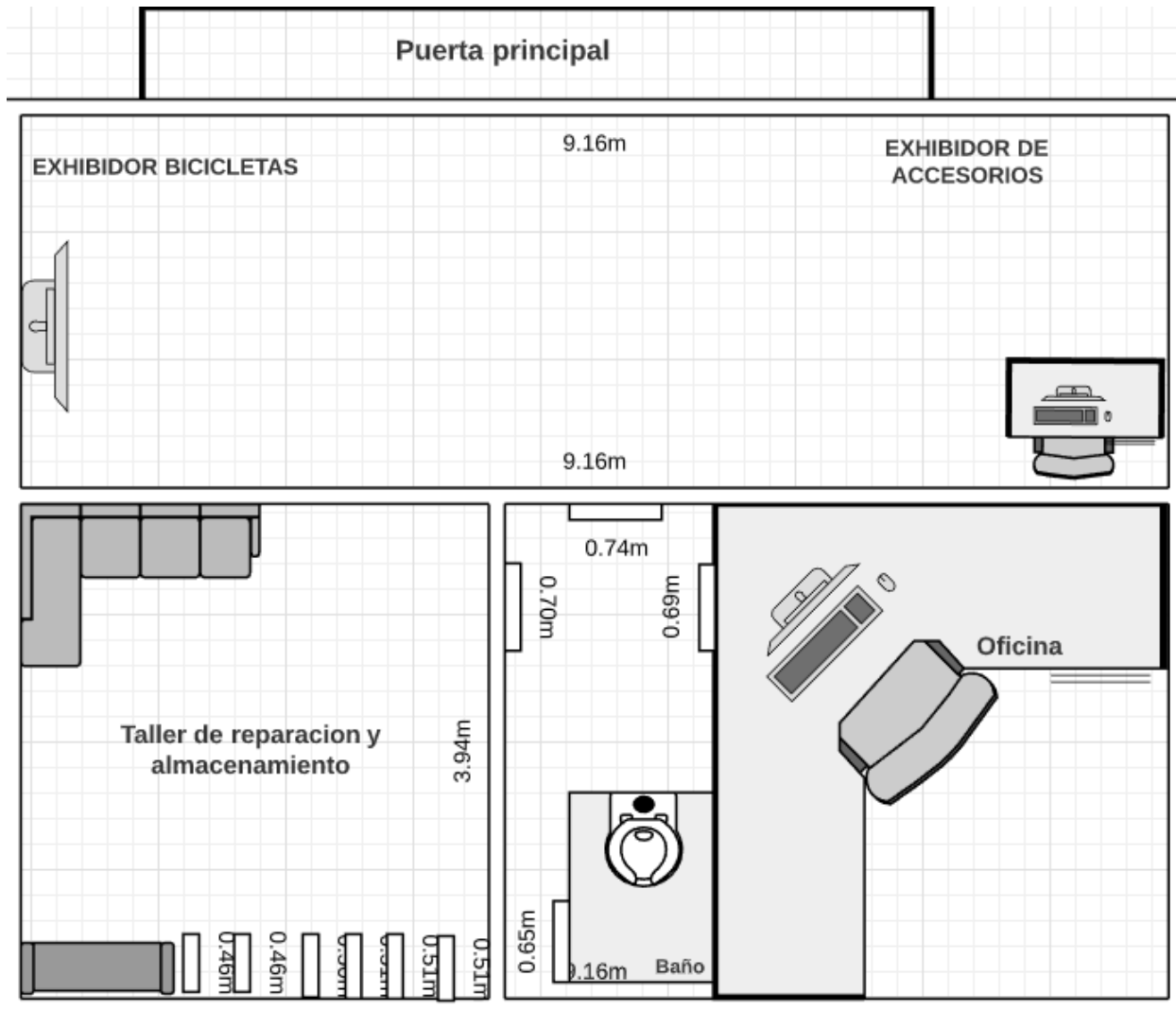
	Mapa de rutas	2	10000	Estos mapas contarán iniciando con dos rutas para el cicloturismo donde se recorrerá diferentes lugares turísticos de la región de Nariño conociendo el Santuario de las Lajas, aeropuerto, y diferentes pueblos de sus alrededores
	Software de administración y manejo de la página web	1		Es muy importante la utilización de la página web ya que por medio de ella se inscriben a las travesías
Equipo de comunicación y computación	Computador de mesa	2	1500000	Windows 7, 5gm de RAM, Procesador de 32 bits o 64 bits, Dual Core 2 GHz, tarjeta de sonido y altavoces, Resolución de pantalla, de 1024 x 768
	Impresora	1	600000	Velocidad de impresora 20 ppm, Impresión blanco y negro, Bandeja 250 hojas, Reduce 50%, Amplia 200%, Resolución 600DPI, Formato A4 - oficio, escanear full color.
	Celular corporativo	2	500000	Pantalla 6,4 HD, Cámara dual 13MP + 5MP, almacenamiento 32GB RAM36B, Batería 4000 MAH, Cámara frontal 8mp. Un plan de minutos ilimitados

Muebles y Enseres y otros	Escritorio	2	300000	Cajones con ruedas para facilidad de su movilidad a un lado de la mesa, diseño compatible par el uso de equipos informáticos y de comunicación, espacio para las piernas de 60cm al nivel de las rodillas y de 80 cm al nivel de los pies. Anchura recomendada de 160 a 180cm.
	Silla tipo escritorio	2	200000	Hecho en hierro, con capacidad de soportar el peso de las bicicletas, con seguros para las bicicletas y accesorios
	Mostrador para exhibir bicicletas, gandolas para accesorio	3		Hecho en hierro, con capacidad de soportar el peso de las bicicletas, con seguros para las bicicletas y accesorios
	Ventilador	1	150000	Axial donde el flujo del aire entra y sale en dirección del eje, categoría SFP2
	Apertura	1	120000	Declaración de apertura para dar aviso que se va iniciar el negocio, licencia de apertura la licencia indica que el local está en buenas condiciones para abrir el negocio, licencia de obras Permiso para remodelación del local.
	Registro	1	1500000	registro mercantil para dar de alta del negocio en el registro de empresas

Fuente: Propia Estimación del tamaño óptimo- 2020

Plano

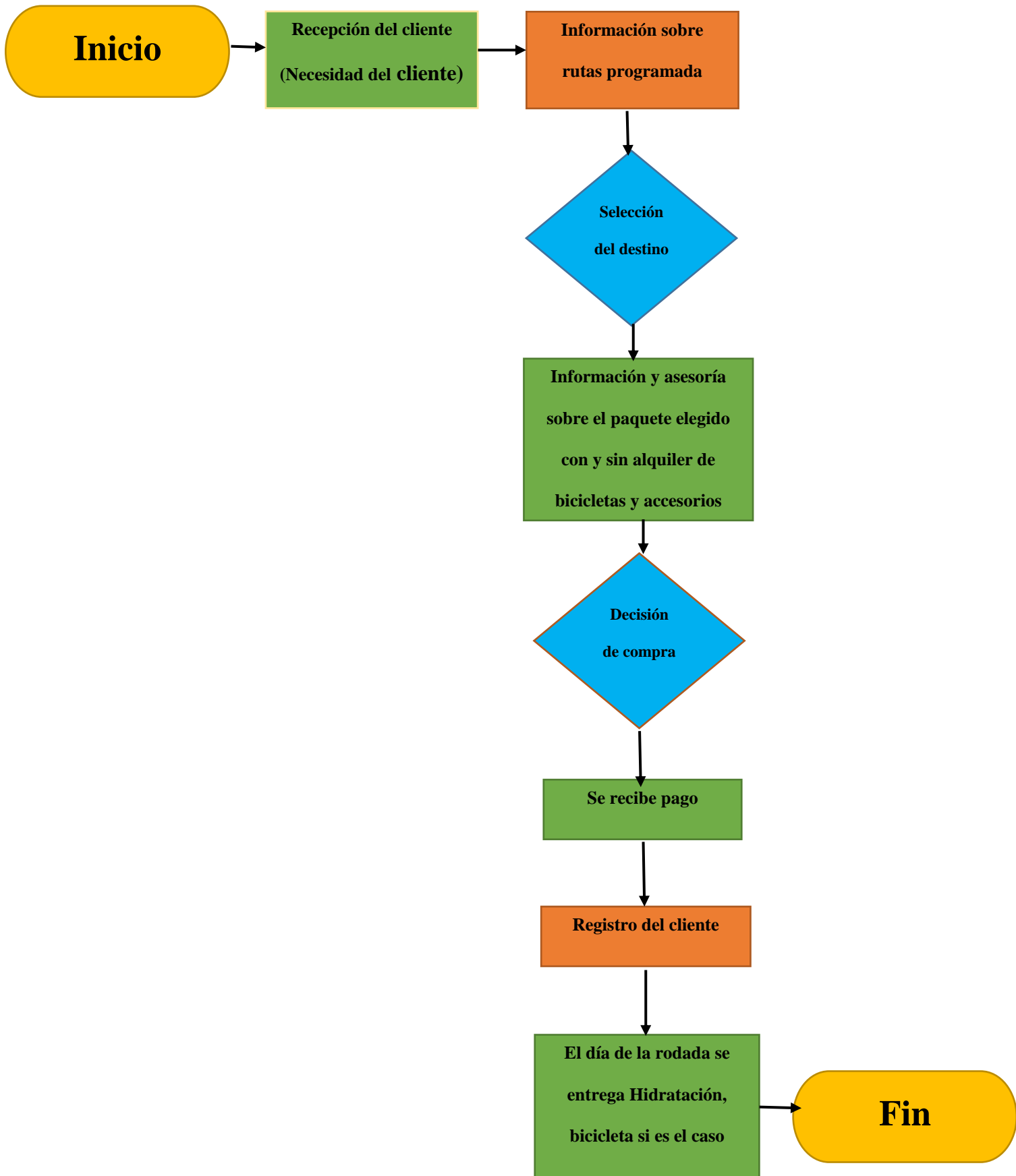
Figura 9



Fuente: Propia plano local- 2020

Temática 11 – Estudio Técnico II

Flujograma



Materia prima

Tabla 9

MATERIA PRIMA	CANTIDAD	COSTO
Computador	2	1500000
Impresora	1	600000
Celular corporativo	1	500000
Escritorio	2	300000
Silla tipo escritorio	2	200000
mostrador de exhibidor bicicletas, gandolas para accesorios	3	500000
Ventilados	1	150000
Software para página web	1	1000000
Bicicletas para alquiler	20	500.000
Accesorios para alquiler	50	30000

Fuente: Propia Materia prima - 2020

Tabla de requerimiento de operaciones en el proceso de producción

Tabla 10

Servicio: Ecobike				
Unidades a producir:				
Actividad del proceso	Tiempo estimado de realización (minutos/horas)	Cargos que participan en la actividad	Número de personas que intervienen por cargo	Equipos y maquinas que se utilizan. Capacidad de producción por maquina(cantidad de producto/unidad de tiempo)
Solicitud con proveedores de las bicicletas y accesorios para alquilar	60 minutos/1 hora	Operarios Asesor comercial	1 1	Computado teléfono Impresora 10 horas de trabajo y 3 maquinas 10 x 3=30 Horas Empleado tarda 2 horas en la contratación de alquiler de bicicletas con el cliente 30 /2=15 productos alquilados
Diseño de rutas	120 minutos /2 horas		1	Impresora Internet 10 horas de trabajo y 2 maquinas

		Diseñador de rutas Guía turista	1	10 x 2=20 horas Empleados tarda 3 horas en diseñar las rutas 20/3=7 Inscripciones de rutas programadas
Total	3 horas	5	5	50 horas-22 alquiler y rutas

Fuente: Propia requerimiento de operaciones en el proceso de producción- 2020

Temática 12 – Estudio Técnico III

Fiche técnica



ECOBIKE		
CODIGO	VERSIÓN	FECHA

FICHA TECNICA DEL SERVICIO

A. NOMBRE DEL SERVICIO (Defina el nombre del servicio)

Cicloturismo en la región de Nariño

B. OBJETIVO

Vivir nuevas experiencia, aventuras, conociendo lugares turísticos de la región de Nariño en bicicleta, si no cuenta con una se alquilan incluyendo accesorios bicicleteros.

C. METODOLOGIA

En las páginas y redes sociales se publicaran las rutas que hay para cada fin de semana, donde el cliente puede realizar la inscripción por medio de ellas o directamente en el local. Después de la inscripción se acercan al local para su respectivo pago y si es necesario alquilar una bicicleta o algún accesorio. Seguido de esto se le informa más detalladamente de cómo será la travesía y que procedimiento de seguridad se brinda. El día del cicloturismo se hará acompañamiento de un guía turístico, carro escoba, asistencia mecánica, cruz roja para mayor seguridad y se brindara refrigerio e hidratación.

D. DESCRIPCIÓN GENERAL

- 1- Pago
- 2- rutas.
- 3- Alquiler.
- 4- Encuesta
- 5- Paquetes en grupos, familia o individual
- 6- Paquete 1 a laguna verde, recorrido Carmelo- Playa alta- El troje- Laguna Verde,
- 7- Paquete 2 Paisajes de Guitarrilla, recorrido Santuario de las lajas- las cruces- Yacuanquer- Ospina- Tuquerres- Guitarrilla.

D. DURACION

Paquetes: son programados de un día completo o medio día

E. ENTREGABLES

- 1 Póliza de seguro
- 2 Jersey
- 3 Bicicleta o accesorios si hay alquiler
- 4 Hidratación
- 5 Refrigerio

G. PERFIL DEL CLIENTE

Personas interesadas en el deporte y mejorar sus niveles de actividad física, que puede ser individual o en grupos ya conformados. Pueden ser hombres, mujeres estudiantes universitarios, personas del extranjero que visitan el municipio de Ipiales en busca de alternativas de salir los fines de semana en familia

G. PERFIL DE QUIEN ENTREGA EL SERVICIO

1- Asesor comercial:

Estudios: técnico en ventas

Experiencia: 1 año en ventas, Manejo de redes sociales, páginas web, atención al cliente.

Tipo de contrato: tiempo parcial

Salario: MMSLV + comisión

2- Guía turístico:

Estudios: Técnico en turismo

Experiencia: Habilidad para dominar 2 idiomas, saber montar bicicleta

Tipo de contrato: Tiempo parcial

Salario: pago por horas+ comisiones

3- Contador:

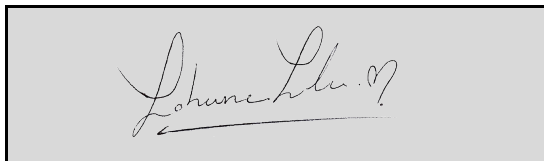
Estudios: Tecnólogo en contabilidad

Experiencia: 1 año de experiencia en el campo de la contabilidad, interpretar resultados financieros

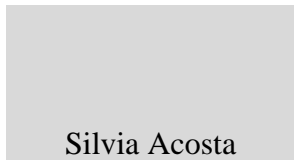
Tipo de contrato: tiempo parcial

Salario: \$1.500.000

**Firma del responsable
del servicio:**

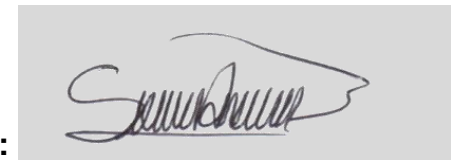
A rectangular grey box containing a handwritten signature in black ink. The signature appears to be 'Lohane Llu. 07'.

Nombre del Responsable del servicio

A rectangular grey box containing the name 'Silvia Acosta' in black text.

Silvia Acosta

Firma:

A rectangular grey box containing a handwritten signature in black ink. The signature is stylized and appears to be 'Silvia Acosta'.

Temática 13 – Lanzamiento producto mínimo viable

Plantilla PMV

Figura 10

¿Que problema estas tratando de resolver?	¿Quién es tu público objetivo?	¿Cómo resolverás este problema?	Cuál es el primer paso?
 <p>Tenemos muy pocos me gusta, hay que buscar una estrategia</p>	 <p>Enfoquemonos en nuestro publico objetivo</p>	 <p>esta bien y también diseñemos campañas llamativas</p>	 <p>Subamos fotografías de la ultima travesía en la Laguna Verde</p> <p>Genial</p>
<p>Llamar la atención</p>	<p>Hombres, mujeres, estudiantes, Personas interesadas en el deporte y mejorar sus niveles de actividad fisica y personas del extranjero</p>	<p>Atraer a los clientes con publicaciones como campañas y experiencias</p>	<p>1 Subir fotografías de momentos y experiencias de la ultima rodada 2 Campaña diseñada con el fin de cuidar el medio ambiente</p>

Fuente: plantilla PMV- 2020

Conclusiones

Este trabajo nos ha permitido evidenciar que el servicio de ciclo turismo y alquiler de bicicletas que presta Ecobike tiene como finalidad fomentar el deporte del ciclismo, cuidar el medio ambiente, ayudar a conservar la salud y el bienestar de nuestra clientela y de los ciclistas que quieren cambiar el toxico de los vehículos por el aire puro que se puede conseguir pedaleando y ayudando al medio ambiente a su entorno y procurando que cada vez las personas sean más aficionadas y quieran más practicar el hermoso deporte del ciclismo.

Para Ecobike considera la congestión vehicular como una situación problemática, debido a la pérdida de tiempo para transitar, ocupación de espacio por fuera de los parqueaderos y contaminación atmosférica y acústica.

Queda demostrada la eficiencia de la bicicleta respecto al peatón, para desplazarse entre los lugares más distantes de la ciudad, gastando menos tiempo al hacer los mismos recorridos por la comodidad de la bicicleta.

El número de ciclistas de la ciudad están aumentando, pues día a día hay más personas que quieren practicar el ciclismo como medio de transporte.

Ipiales cuenta con los recursos necesarios para desarrollar un producto turístico basado en el cicloturismo, se ha estudiado que la provincia reúne una serie de factores que son favorables a su impulso, como el hecho de contar con unos hermosos paisajes, la gastronomía,

los recursos patrimoniales y culturales, así como una buena oferta hotelera y servicios complementarios, etc.

El turismo en bicicleta es un sector que está en crecimiento. Así pues, apostar por el cicloturismo en el municipio de Ipiales y sus alrededores puede convertirse en una buena oportunidad de negocio, ya que se trata de un mercado poco desarrollado y con una demanda creciente. No obstante, para que se convierta en una modalidad de turismo totalmente viable, será necesario que las entidades públicas y privadas trabajen conjuntamente para mejorar las redes cicloturistas

Recomendaciones

Se recomienda que en el proceso de ejecución del proyecto exista una política de capacitación constante al personal que interviene en los procesos de servicio al cliente, seguridad turística, primeros auxilios y manejo de situaciones de emergencia, además de promover la concientización ambiental y la actualización de los temas de interés del municipio, cabe resaltar que sería importante que todo el personal contará con material que le permita orientar a las personas que asistan a cada actividad de las características culturales y ambientales de la zona con el objetivo de mantener el enfoque de turismo sobre la naturaleza.

Durante la puesta en marcha del proyecto y su posicionamiento se podrá realizar todos los requisitos y cumplir con los trámites que correspondan para colocar en funcionamiento el proyecto, con el fin de demostrar a la clientela los destinos turísticos de Ipiales y la ex provincia de Obando para brindar una herramienta de promoción y reconocimiento.

Otro aspecto importante va dirigido a futuros investigadores quienes estén interesados en profundizar el impacto social que podría llegar a tener la implementación del proyecto en el municipio de Ipiales-Nariño-Colombia.

Se recomienda que la Gobernación de Nariño y el municipio de Ipiales inicien procesos de actualización de datos con relación a la cantidad y características de los visitantes de cada uno de sus municipios, ya que al realizar esta investigación No se encontraron estadísticas que facilitarán el proceso de recolección de datos. El tener conocimiento de esta información

permitirá que iniciativas como la planteada en ese proyecto sean presentadas para su fase de implementación a la Alcaldía Municipal de Ipiales

Bibliografía

- ✓ El ciclismo y su evolución tecnológica (2018). <http://blogs.eltiempo.com/hablemos-sobre-ciclismo/2018/03/16/ciclismo-evolucion-tecnologica-viernesdeblog/#:~:text=El%20ciclismo%20es%20un%20deporte,m%C3%A1s%20tarde%20preceder%C3%ADa%20a%20la>
- ✓ 10 negocios en el boom de las bicis (2013). <https://www.entrepreneur.com/article/265679>
- ✓ Vanessa Garces Lopez; 2017. plan de empresas para la creación de rent a bike
- ✓ Cicloturismo: satisfacción en cada pedalada (2017). <https://conbici.org/cicloturismo>
- ✓ Cicloturismo: un estilo de viajar diferente para toda la familia (2017).
https://as.com/deporteyvida/2019/05/05/portada/1557045524_554258.html
- ✓ Marketing digital de tiendas de bicicletas (2018).<https://www.pymeson.com/estrategia-digital-para-un-vendedor-de-bicicletas/>
- ✓ Macro Localizacion y Microlocalizacion.(2012)
<http://garduno-elaboracion-de-proyectos.blogspot.com/2012/01/macro-localizacion-y-micro-localizacion.html>
- ✓ Ficha técnica de un producto o servicio. (2018)
<https://aplicaciones2.ecuadorenconfiras.gob.ec/SIN/metodologias/FICHAS.pdf>