



**Carrera de Administración**

**Título: Modelo CANVAS para una empresa de servicios  
turísticos en bicicleta en la parroquia de Conocoto**

**Trabajo de titulación, previo a la obtención del título de  
Tecnología Superior en Administración de Empresas**

**Autor:**

**Cárdenas Campaña, Andrés Sebastián**

**Tutor:**

**Dr. Juan Carlos Zambrano**

**Marzo, 2024**

## **Declaratoria de responsabilidad**

Yo, Andrés Sebastián Cárdenas Campaña con cédula de ciudadanía Nro. 1721430609 en calidad de autor del trabajo de grado descrito, cedo los derechos al Instituto Superior Tecnológico Honorable Consejo Provincial de Pichincha, para su publicación en el repositorio digital institucional, como apoyo a la educación, de acuerdo con la Ley de Educación Superior artículo 144.

Quito, 11 de marzo de 2024

Atentamente,

Cárdenas Campaña Andrés Sebastián

1721430609

0984948906

[andy\\_sebas.12@hotmail.com](mailto:andy_sebas.12@hotmail.com)

### **Constancia de aprobación del tutor**

En mi calidad de Tutor del Proyecto: **Modelo CANVAS para una empresa de servicios turísticos en bicicleta en la parroquia de Conocoto** presentado por el Sr. Andrés Sebastián Cárdenas Campaña para optar por el Título de Tecnólogo en Administración, considero que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Quito a los 11 días del mes de marzo del 2024.

Dr. Juan Carlos Zambrano

Cédula: 1708904287

## **Dedicatoria**

Este trabajo lo dedico a mi madre, quién siempre ha sido mi apoyo incondicional en todas las etapas de mi vida. A mi esposa, porque compartimos este logro y a través de este tuvimos la oportunidad de conocernos y formar un hogar. A mis hermanas y a mi hijo, a quienes quiero servir como motivación y ejemplo para que cumplan todo lo que se propongan. Todos tienen un lugar especial en mi corazón, los amo.

## **Agradecimiento**

Agradezco siempre a mi madre, por haberme criado con los mejores valores y poder ser la persona que soy.

A mi esposa, por brindarme siempre su apoyo y cariño de manera desinteresada.

## Resumen

El presente trabajo busca la aplicación del modelo Canvas para la creación de una empresa dedicada a ofrecer servicios turísticos utilizando como medio de transporte la bicicleta, esta iniciativa pretende brindar una opción diferente a la forma tradicional de realizar turismo en el país, proporcionando un espacio de recreación saludable que a su vez mejore prevenga de cualquier tipo de enfermedades ligadas al sedentarismo; de igual forma busca aprovechar los recursos naturales que el Ecuador posee gracias a su privilegiada situación geográfica, mismos que no han sido utilizados para este tipo de actividades.

En el capítulo I del proyecto de investigación, se presenta una introducción de la problemática generada a través del análisis basado en el tema propuesto. Además, se establecen los objetivos generales y específicos del proyecto, así como, se conceptualizan los términos que resultan importantes para el desarrollo del proyecto en el marco teórico.

En el capítulo II se describe el diseño metodológico utilizado para el desarrollo del trabajo de investigación propuesto. De tal forma que, se detalla la técnica utilizada para la recolección y análisis de datos, así como la obtención de resultados, mismos que sustentan la creación de la empresa de servicios turísticos en bicicleta en el sector de Conocoto.

En el capítulo III, se detalla la propuesta del proyecto a través de la utilización del modelo Canvas, en el mismo se presentan los nueve cuadrantes de contenido, lo que permitirá que la idea de empresa de servicios turísticos utilizando bicicleta sea contemplado como un modelo de negocio. Además, se puntualizan los beneficios económicos del proyecto, como una oferta de valor al plan inicial.

### ***Palabras Claves:***

Bicicleta, Modelo Canvas, Turismo en bicicleta, Modelo de negocio, Recreación.

## **Abstract**

This work seeks to apply the Canvas model for the creation of a company dedicated to offering tourist services using the bicycle as a means of transportation. This initiative aims to provide a different option to the traditional way of doing tourism in the country, providing a space for healthy recreation that in turn improves and prevents any type of diseases linked to a sedentary lifestyle; Likewise, it seeks to take advantage of the natural resources that Ecuador has thanks to its privileged geographical location, which have not been used for this type of activities.

In chapter I of the research project, an introduction to the problems generated through the analysis based on the proposed topic is presented. In addition, the general and specific objectives of the project are established, as well as the terms that are important for the development of the project in the theoretical framework are conceptualized.

Chapter II describes the methodological design used to develop the proposed research work. In such a way, the technique used for data collection and analysis is detailed, as well as obtaining results, which support the creation of the bicycle tourism services company in the Conocoto sector.

In chapter III, the project proposal is detailed through the use of the Canvas model, in which the nine quadrants of content are presented, which will allow the idea of a tourist services company using a bicycle to be considered as a model of business. In addition, the economic benefits of the project are pointed out as a value offer to the initial plan.

### ***Keywords:***

Bicycle, Canvas Model, Bicycle tourism, Business model, Recreation.

## Índice

Declaratoria de responsabilidad .....	2
Constancia de aprobación del tutor .....	3
Dedicatoria .....	4
Agradecimiento .....	5
Resumen .....	6
Abstract .....	7
Índice .....	8
Índice de figuras .....	12
Índice de tablas .....	13
Introducción .....	14
Tema .....	15
Planteamiento- Formulación del problema .....	15
Árbol de problemas .....	16
Justificación .....	16
Idea a defender .....	17
Objetivos .....	17
General .....	17
Específicos .....	18
Líneas y Sub líneas de Investigación .....	18
Materias integradoras .....	19
Capítulo I .....	20
Fundamentación Teórica .....	20
Marco teórico .....	20
Modelo de Negocio .....	20
Modelo Canvas .....	20

Componentes del Modelo Canvas .....	21
Segmentos del modelo Canvas .....	21
Segmento de clientes.....	21
Propuesta de valor.....	21
Canales.....	22
Relaciones con los clientes .....	22
Fuentes de ingresos .....	22
Recursos clave .....	23
Actividades clave.....	23
Asociaciones clave.....	24
Estructura de costos .....	24
Turismo.....	24
Características del turismo.....	25
Tipos de turismo .....	25
Turismo de esparcimiento.....	25
Turismo cultural.....	26
Turismo deportivo.....	26
Turismo natural.....	26
Turismo de reuniones.....	26
Turismo de salud.....	27
Cicloturismo.....	27
Ventajas del cicloturismo.....	27
Clasificación del cicloturismo.....	28
Marco Legal .....	29
Constitución de la República del Ecuador .....	29
Ley de Turismo .....	29
Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial.....	30

	10
Marco conceptual.....	31
Capital Humano .....	31
Capital Social .....	31
Ciclismo .....	31
Cicloturismo.....	31
Ecoturismo .....	31
Factibilidad .....	31
Itinerario.....	31
Presupuesto .....	32
Recreación.....	32
Turismo sostenible .....	32
Capítulo II.....	33
Diseño de la investigación .....	33
Enfoque cuantitativo .....	33
Método de investigación .....	33
Tipo de investigación.....	33
Nivel de investigación.....	34
Unidades de análisis.....	34
Población y Muestra .....	35
Técnicas de Investigación .....	36
Encuesta .....	36
Instrumento .....	36
Cuestionario .....	36
Análisis y resultados .....	37
Capítulo III.....	46
Propuesta.....	46
Segmentación del mercado .....	46

Propuesta de valor .....	48
Canales .....	51
Relación con el cliente .....	52
Fuentes de ingresos .....	53
Recursos claves .....	55
Recurso Humano .....	57
Recursos Físico .....	57
Actividades claves .....	59
Aliados clave.....	61
Estructura de costos .....	62
Conclusiones .....	65
Recomendaciones .....	66
Bibliografía .....	67
Anexos .....	69

## Índice de figuras

<b>Figura 1.</b> Árbol de problemas .....	16
<b>Figura 2.</b> Mapa de la parroquia de Conocoto.....	35
<b>Figura 3</b> Resultado pregunta 1 .....	37
<b>Figura 4.</b> Resultado pregunta 2 .....	38
<b>Figura 5.</b> Resultado pregunta 3 .....	39
<b>Figura 6.</b> Resultado pregunta 4 .....	40
<b>Figura 7.</b> Resultado pregunta 5 .....	41
<b>Figura 8.</b> Resultado pregunta 6.....	42
<b>Figura 9.</b> Resultado pregunta 7 .....	43
<b>Figura 10.</b> Resultado pregunta 8 .....	44
<b>Figura 11.</b> Organigrama de la empresa .....	57
<b>Figura 12.</b> Plano del local físico exterior .....	58
<b>Figura 13.</b> Plano del local físico interior.....	58
<b>Figura 14.</b> Flujograma del proceso de producción .....	59
<b>Figura 15.</b> Explicación del proceso de producción.....	60
<b>Figura 16.</b> Lienzo del Negocio Canvas.....	74

## Índice de tablas

<b>Tabla 1.</b> Líneas y Sub-Líneas de investigación.....	18
<b>Tabla 2</b> Materias integradoras .....	19
<b>Tabla 3.</b> Resultado pregunta 1.....	37
<b>Tabla 4.</b> Resultado pregunta 2.....	38
<b>Tabla 5.</b> Resultado pregunta 3.....	39
<b>Tabla 6.</b> Resultado pregunta 4.....	40
<b>Tabla 7.</b> Resultado pregunta 5.....	41
<b>Tabla 8.</b> Resultado pregunta 6.....	42
<b>Tabla 9.</b> Resultado pregunta 7.....	43
<b>Tabla 10.</b> Resultado pregunta 8.....	44
<b>Tabla 11.</b> Segmentación Geográfica .....	46
<b>Tabla 12.</b> Segmentación Demográfica .....	47
<b>Tabla 13.</b> Segmentación Psicográfica .....	48
<b>Tabla 14.</b> Matriz de Criterios y Respuestas .....	49
<b>Tabla 15.</b> Tipos de Canales .....	52
<b>Tabla 16.</b> Tipos de Relaciones con los clientes .....	53
<b>Tabla 17.</b> Fuentes de ingresos .....	54
<b>Tabla 18.</b> Precio de venta por servicio .....	54
<b>Tabla 19.</b> Presupuesto y Proyección de Ventas anual.....	55
<b>Tabla 20.</b> Recursos claves .....	56
<b>Tabla 21.</b> Actividades claves .....	60
<b>Tabla 22.</b> Accionistas y proveedores clave .....	62
<b>Tabla 23.</b> Estructura de costos .....	63
<b>Tabla 24.</b> Presupuesto de costos anual.....	63
<b>Tabla 25.</b> Presupuesto de gastos anual.....	64
<b>Tabla 26.</b> Valoración de la Inversión .....	70
<b>Tabla 27.</b> Simulación de crédito .....	70
<b>Tabla 28.</b> Depreciaciones y amortizaciones.....	71
<b>Tabla 29.</b> Presupuesto sueldos .....	71
<b>Tabla 30.</b> Presupuesto de Costos anual.....	72
<b>Tabla 31.</b> Presupuesto de Gastos.....	72
<b>Tabla 32.</b> Balance de Resultados .....	73

## **Introducción**

El modelo de negocio que se plantea en este trabajo es una propuesta innovadora y distinta en el ámbito de los negocios locales, principalmente porque permite el aprovechamiento de los diversos lugares turísticos y de aventura que forman parte de la geografía del Ecuador, brindando con aquello una alternativa de actividades que combinan el fortalecimiento del turismo a nivel nacional con la búsqueda de mantener un estado de salud óptimo en las personas que desean practicar ciclismo.

El inminente incremento de la cantidad de personas que padecen de algún tipo de enfermedad relacionada directamente con el sedentarismo y la obesidad en el país, así como las elevadas tasas de contaminación que se producen en diferentes ciudades del Ecuador han obligado a muchas personas a buscar una nueva forma de trasladarse hacia distintos lugares e inclusive buscar nuevas actividades que les permitan disfrutar de su tiempo de ocio o esparcimiento. Por lo tanto, las cifras de personas que utilizan la bicicleta como un medio de transporte y recreación han denotado un evidente crecimiento; por estos motivos se genera la posibilidad de reconocer al ciclo turismo como una nueva idea de negocio en la cual se pretende ofrecer rutas personalizadas y adaptadas de acuerdo con los requerimientos, necesidades, condiciones y situaciones específicas de cada cliente.

Además, en la actualidad, resulta común que las personas dediquen mucho tiempo al trabajo con el firme objetivo de realizarlo de forma eficaz, lo cual conlleva a que descuiden otros aspectos importantes para la calidad de vida; así, por ejemplo, la realización de actividades físicas o recreativas de manera individual o en familia.

El presente proyecto tiene como finalidad diseñar un modelo de negocio CANVA para una empresa de servicios turísticos utilizando como medio de transporte la bicicleta, de esta forma se pretende brindar una alternativa a las personas para que realicen actividades recreativas en búsqueda de mejorar su salud y calidad de vida. Considerando el argumento anteriormente expuesto es de vital importancia que se ejecute este proyecto a modo de que pueda ser replicado en otras partes del país.

**Tema**

Modelo CANVAS para una empresa de servicios turísticos en bicicleta en la parroquia de Conocoto

**Planteamiento- Formulación del problema**

En el mundo, el cicloturismo o turismo en bicicleta es una actividad de aventura que tiene muchos seguidores, especialmente en Estados Unidos y gran parte de Europa, lugares en los que esta actividad forma parte de la oferta turística para residentes y extranjeros; todos estos aficionados eligen esta actividad puesto que les permite disfrutar de los paisajes que ofrece la naturaleza, mantener un excelente estado de salud y conocer diversos lugares a través del recorrido.

Puntualmente el Ecuador, es un país conocido a nivel mundial por su gran potencial para desarrollar actividades turísticas de manera sostenible, lo cual lo convierte en un país bastante recurrido en la región. Además, posee una ventajosa ubicación geográfica llena de montañas, nevados, ríos, cascadas y valles; por lo tanto, favorece la práctica de actividades de cicloturismo, consiguiendo a través de esta la posibilidad de diversificar la oferta turística del país.

A pesar de que el país brinda la facilidad para la práctica de este tipo de actividades, son muy pocas las empresas turísticas que brindan este servicio entre sus clientes, además que no cumplen con los requisitos técnicos necesarios para estas actividades. En el sector de Conocoto no se han encontrado registros de empresas o negocios locales dedicados a ofertar actividades de cicloturismo, por eso este proyecto pretende implementar una empresa que brinde servicios de turismo en bicicleta a clientes con distintos estratos socioeconómicos que busquen alternativas distintas a las convencionales para disfrutar de su tiempo libre, cumpliendo con los estándares de seguridad para favorecer el bienestar y disfrute de los clientes.

Con los antecedentes expuestos, se propone la siguiente pregunta de investigación  
¿Es viable la implementación de una empresa de servicios turísticos en bicicleta en la parroquia de Conocoto, utilizando el modelo de negocio CANVA?

## Árbol de problemas

**Figura 1.** *Árbol de problemas*

<b>EFFECTOS</b>	Baja oferta de actividades de cicloturismo	Personas con enfermedades cardíacas y obesidad	Falta de servicios turísticos para aficionados a la bicicleta
<b>PROBLEMA CENTRAL</b>	<b>Carencia de empresas que ofrezcan servicios turísticos en bicicleta en la parroquia de Conocoto</b>		
<b>CAUSAS</b>	Falta de interés por parte de los emprendedores en este tipo de empresa	Alto índice de personas con sedentarismo	Poco conocimiento de actividades de cicloturismo

*Fuente:* Elaborado por el autor

## Justificación

La implementación de una empresa de servicios de cicloturismo se fundamenta a partir de los beneficios que brinda la práctica de este tipo de actividades en el mejoramiento de la calidad de vida de las personas, mismas que pretenden optimizar el rendimiento de las funciones orgánicas del ser humano, considerando que el ciclismo sea competitivo o no competitivo es una actividad de menor riesgo; de esta forma, proporciona bienestar físico y psicológico de manera progresiva.

Socialmente este proyecto de una empresa de servicios turísticos utilizando la bicicleta favorecerá la seguridad y accesibilidad para usuarios locales y extranjeros, ya que se cumplirán con todas las normas y requisitos establecidos por los organismos nacionales de regulación de este tipo de actividades, además que se establecerán costos accesibles que impulsen la práctica del cicloturismo en el país, fomentando cultura de cicloturismo y una alternativa turística sustentable.

Debido a la falta de empresas en el sector dedicadas a ofrecer actividades de turismo utilizando la bicicleta, este proyecto pretende impulsar la economía local y la diversificación

de la oferta actividades recreativas o turísticas de la parroquia, buscando ser un incentivo para otros emprendedores que tienen buenas ideas, pero por diversos factores no se cristalizan y se ponen en marcha.

El presente proyecto encuentra su justificación institucional puesto que, de acuerdo con las líneas de investigación y el eje de formación establecido por el Instituto Superior Universitario Tecnológico Pichincha para este tipo de propuestas, abarca y fortalece de manera práctica los conocimientos impartidos durante la etapa de formación académica, permitiendo al estudiante la aplicación de estos en una idea de negocio.

El cicloturismo se ofrece como una propuesta atractiva para turistas nacionales y extranjeros puesto que, al ser considerado una rama del turismo de aventura, combina a la perfección un espacio en el cual se favorece la práctica de actividad física con el aprovechamiento del tiempo libre; sin embargo, al ser una nueva propuesta existe cierta probabilidad de que no sea completamente aceptado por los usuarios a los que se pretende considerar como potenciales clientes.

### **Idea a defender**

La implementación de una empresa que brinda servicios turísticos mediante el uso de la bicicleta en el sector de Conocoto es una idea innovadora, que ofrece una opción diferente de turismo. Además, al cumplir con las normas de seguridad establecidas por los organismos de control, permite la tranquilidad de los usuarios y el mejoramiento de la salud física y psicológica mediante experiencias adquiridas en este tipo de actividades. Por último, beneficiará a la economía del sector puesto que no existe una empresa con la misma actividad económica y la misma pretende establecer alianzas con otras empresas en la parroquia.

### **Objetivos**

#### ***General***

Implementar el modelo de negocio Canvas para la creación de una empresa de servicios turísticos en bicicleta en la parroquia de Conocoto.

### *Específicos*

Fundamentar teóricamente la implementación del modelo de negocio Canvas para la creación de una empresa de turismo en bicicleta en el Sector de Conocoto.

Compilar información de fuentes de información secundaria respecto a la implementación del modelo de negocio Canvas para una empresa de servicios turísticos en bicicleta en la parroquia de Conocoto.

Desarrollar el modelo de negocio Canvas para la creación de una empresa de servicios turísticos en bicicleta en la parroquia de Conocoto.

### **Líneas y Sub líneas de Investigación**

**Tabla 1.** *Líneas y Sub-Líneas de investigación*

<b>TEMA DE INVESTIGACIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Modelo CANVAS para una empresa de servicios turísticos en bicicleta en la parroquia de Conocoto</li> </ul>
<b>LÍNEA DE INVESTIGACIÓN DE LA CARRERA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consolidar la sostenibilidad del sistema económico social y solidario.</li> <li>• Promover una sociedad participativa</li> </ul>
<b>SUBLÍNEAS DE INVESTIGACIÓN DE LA CARRERA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Emprendimiento e innovación</li> <li>• Administración y diseño de procesos de generación de empleos</li> <li>• Promoción de iniciativas de la economía popular y solidaria, micros empresas, talleres artesanales y pequeñas empresas.</li> </ul>

*Fuente:* Información proporcionada por ISTHCPP

## Materias integradoras

**Tabla 2** Materias integradoras

<b>MATERIAS INTEGRADORAS</b>	<b>RESULTADOS DE APRENDIZAJES</b>
Metodología de la investigación y desarrollo de emprendimiento	Analiza la utilidad del manejo de fuentes de información. Desarrolla la capacidad de análisis y síntesis para el tratamiento del conocimiento científico y aplica al a solución de un problema de investigación en el campo de la Administración.
Métodos de producción para economía popular y solidaria y talleres artesanales	Está en la capacidad de aplicar los conocimientos para la creación y gestión de la producción en empresas pequeñas y de economía popular y solidaria. Puede desarrollar sistemas de producción de bienes o generación de servicios.
Administración de presupuestos	Entiende la importancia de los presupuestos como reflejo cuantitativo de los objetivos y herramienta de evaluación del actuar empresarial, así como técnica de planeación financiera.
<b>Eje de formación</b>	Planea las actividades de la empresa de acuerdo con los objetivos propuestos, a través de la recolección de información financiera dependiendo del tipo de empresa.
Marketing para emprendedores	Elabora y aplica los elementos del marketing que se diseñan en los emprendimientos con el fin de proyectar una gestión de excelencia en la pyme. Aplica de manera práctica las estrategias genéricas y alternativas a fin de generar alternativas de competitividad en el mercado a cualquier tipo de organismo económico – social.
Gestión de la Calidad	Analiza, identifica y comprende problemas administrativos de manufactura y servicios locales para realizar investigaciones de nivel exploratorio, con enfoque prospectivo para el uso adecuado de métodos que conserven el ecosistema, a fin de promover el desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y Economía Popular y Solidaria.
Finanzas Corporativas	Aplica técnicas de análisis financiero y planeación para comprender la situación financiera actual de la organización y proyectarla a futuro de acuerdo con la capacidad y estructura. Calcula la viabilidad y rentabilidad de inversiones, mediante la valoración de diferentes indicadores que administran el riesgo y el rendimiento.

*Fuente:* Información proporcionada por ISTHCPP

## Capítulo I

### Fundamentación Teórica

#### Marco teórico

##### *Modelo de Negocio*

Existen un sinnúmero de definiciones de modelo de negocio, sin embargo, de manera concisa un modelo de negocio se puede definir como las acciones que explican cómo trabaja una empresa (Magretta, 2002). Bajo esta consigna, Herrera (2015) elabora una definición más completa en la que establece que las principales funciones de un modelo de negocio son: permitir el modelamiento de la propuesta de valor, determinar el segmento de mercado, estructurar la cadena de valor, calcular los costos y beneficios, detallar la postura de la empresa y plantear una estrategia competitiva.

##### *Modelo Canvas*

El modelo Canvas propuesto en el año 2010 por Alexander Osterwalder, resulta una excelente herramienta para la gestión estratégica empresarial; el mismo propone una matriz en la que se establece el modelo de negocio empresarial y ha sido utilizado de manera exitosa en empresas a nivel mundial, consolidándose como una herramienta estratégica a la que recurren los gerentes para el análisis situacional de la empresa que tienen a cargo (Cuzco, Erazo, Narváez, & Andrade, 2019).

El modelo Canvas o también conocido como *Business Model Canvas*, pretende determinar los aspectos más importantes relacionados a la empresa; por lo tanto, establece nueve bloques para el análisis del completo funcionamiento de la empresa. Gracias a los diferentes aspectos que se toman en cuenta en este modelo resulta una herramienta bastante útil y completamente versátil en comparación con otros métodos existentes (Cuzco, Erazo, Narváez, & Andrade, 2019).

Uno de los beneficios más atractivos del modelo Canvas es la simplicidad de interpretación, por lo tanto se puede aplicar en cualquier tipo de empresa independientemente del escenario debido a que el esquema del modelo muestra de manera organizada todos sus componentes; logrando con esto darse cuenta de manera fácil cualquier tipo de incongruencia

entre los aspectos de análisis, establecer diferentes propuestas o alternativas considerando los posibles efectos de estas y favorece el trabajo en equipo.

### ***Componentes del Modelo Canvas***

El modelo Canvas se compone de dos grandes esferas, la derecha, en donde se ubican las que se refieren a la creatividad y emociones, por lo tanto: la propuesta de valor, canales de comercialización, relación con los clientes, segmentos y fuentes de ingresos; la izquierda por su parte se conforma por el sentido racional de la empresa, de esta forma se establecen las actividades, socios, recursos y estructura de costos. Todos estos componentes forman el lienzo Canvas y determinan las relaciones existentes entre los mismos (Viciano, 2021).

### ***Segmentos del modelo Canvas***

El modelo Canvas es una herramienta de ayuda para el análisis de las ideas del negocio, este modelo está compuesto por nueve segmentos que a continuación se describen:

#### ***Segmento de clientes***

Alexander Osterwalder, propone que el primer punto que se debe analizar es el segmento de clientes, considerando que resulta de suma importancia conocer quiénes serán los principales clientes y cuáles son sus necesidades o demandas (Ballester, 2016). Por lo tanto, resulta necesario responder estas interrogantes ¿Para quién estamos creando valor? ¿Quiénes son nuestros consumidores más importantes?, responden estas interrogantes permite al negocio o empresa determinar con fundamentos los segmentos a los que direccionarán sus productos o servicios, y aquellos a los que no conviene considerar.

#### ***Propuesta de valor***

En este segmento del modelo Canvas se analiza que característica o componente extra se brinda al cliente para que este se decida por determinada empresa por encima de otras que ofrecen el mismo producto o servicio, generalmente se responden preguntas como: ¿Qué valor se entrega al cliente?, ¿Qué problema se está ayudando a resolver?, ¿Qué necesidades se están satisfaciendo? y ¿Qué productos o servicios se ofrece a cada segmento de clientes? (Barthus, 2012). Como fruto de estas interrogantes se plantea un conjunto de productos o

servicios diseñados en base a las necesidades de un segmento de mercado determinado, estableciendo algunas ventajas adicionales a otras empresas.

### ***Canales***

Los canales son los medios a través de los cuales se mantiene contacto con los clientes, por lo tanto, los canales de comunicación, venta y distribución se convierten en la cara visible al cliente (Barthus, 2012). Dicho en otras palabras, los canales son el modo mediante el cual una empresa se relaciona con los diferentes segmentos del mercado establecidos; para completar este cuadrante del modelo Canvas se responden interrogantes como: ¿Qué canales son los preferidos por los diferentes segmentos de mercado?, ¿Actualmente cómo se llega al cliente?, ¿Cómo se integran los canales que se están utilizando? y ¿Cuál es el mejor canal para la empresa?

### ***Relaciones con los clientes***

De acuerdo con la metodología Canvas, en esta sección se definen los tipos de relaciones que la empresa mantiene con los segmentos de mercado establecidos, de esta manera, se responden las siguientes preguntas: ¿Qué tipo de relación espera cada segmento de clientes?, ¿Cuáles relaciones ya se han establecido?, ¿Cuál es el costo de cada relación establecida?, ¿Cómo se integran estas relaciones con el resto del Modelo de Negocio? (Cáceres, 2020). Resulta importante considerar que la experiencia completa del cliente dependerá primordialmente del tipo de relación establecida en el modelo de negocio.

### ***Fuentes de ingresos***

Las fuentes de ingresos se relacionan con el flujo de caja de la empresa producido en los distintos segmentos de mercado. Estas fuentes de ingresos pueden adoptar mecanismos de fijación de precios fijos o dinámicos, cada uno influirá en la cantidad de ingresos generados. Para completar este cuadrante resulta necesario contestar a estas preguntas: ¿Qué precios están realmente dispuestos a pagar los clientes?, ¿Cuánto pagan actualmente?, ¿Cómo pagan?, ¿Cómo preferirían pagar? y ¿Cuánto contribuye cada fuente de ingreso a los ingresos totales de la empresa? (Barthus, 2012).

### ***Recursos clave***

Los recursos clave son el conjunto de activos necesarios para que el modelo de negocio establecido por la empresa funcione, permiten que las empresas creen una propuesta de valor, lleguen a los clientes, determinen las relaciones y generen ingresos; por lo tanto, cada modelo de negocio necesita recursos claves específicos. Los recursos claves se han clasificado en físicos, económicos, intelectuales y humanos, de manera general para completar este segmento se establece una gran interrogante ¿Qué recursos clave requieren la propuesta de valor, canales de distribución, relaciones con los clientes y fuentes de ingreso? (Cáceres, 2020)

### ***Actividades clave***

En esta sección del modelo Canvas, se analizan todas las actividades que resulten de importancia para el buen desempeño y éxito de la empresa, por lo tanto, estas deben ser tan importantes como los recursos clave ya que ambas son necesarias para la creación de la propuesta de valor (Ballester, 2016). Para detallar las actividades clave es importante responder a estas preguntas: ¿Qué actividades son importantes para la propuesta de valor? y ¿Cuáles son las actividades estrechas con la operación del negocio?

Las actividades clave pueden estar relacionadas con estos aspectos:

- a. Producción: son todas las actividades vinculadas al proceso de desarrollo, fabricación y entrega de productos en cantidad sustancial. En modelos de negocio manufactureros, estas actividades son más importantes.
- b. Resolución de problemas: estas actividades se enfocan en la búsqueda de nuevas soluciones a las necesidades específicas de cada cliente. Las operaciones de consultoría, hospitales y otras empresas dedicadas a la prestación de servicios suelen estar estrechamente vinculadas a la resolución de problemas.
- c. Plataforma/Red: existen modelos de negocio que usan las plataformas como recurso clave, ligados a actividades clave relacionadas con la plataforma o la red, gestión de plataformas y prestación de servicios y promoción de productos mediante medios electrónicos.

### ***Asociaciones clave***

Se denominan asociaciones clave a aquellas alianzas estratégicas que mantiene la empresa con otras empresas u organizaciones no competidoras para lograr un beneficio común, las mismas que contribuyen al correcto funcionamiento del modelo de negocio (Ballester, 2016). Para completar este componente del modelo de negocio es importante responder a estas interrogantes: ¿Quiénes son los principales socios de la empresa?, ¿Quién o quiénes son los principales proveedores?, ¿Qué recursos clave la empresa adquiere de los socios? y ¿Qué actividades clave realizan los socios?

En este apartado se pueden determinar 4 tipos de asociaciones:

- a. Alianza estratégica entre no competidores
- b. Coopetición, asociaciones estratégicas entre competidores
- c. *Joint Ventures*, empresas conjuntas para el desarrollo de nuevos negocios
- d. Relación comprador-vendedor, para garantizar suministros confiables

### ***Estructura de costos***

En el último cuadrante del modelo de negocio Canvas, se deben describir todos los costos que mantienen relación con el modelo de negocio elegido, todos los puntos anteriormente definidos en el modelo Canvas conllevan un costo, estos son fáciles de establecer cuando se han definido de manera correcta los recursos clave, las actividades clave y las asociaciones clave (Cáceres, 2020).

Según Barthus (2012) para completar esta sección es importante responder estas interrogantes: ¿Cuáles son los costos más importantes en el modelo de negocio establecido?, ¿Qué funciones principales son las más costosas? y ¿Qué actividades clave son las más caras?

### ***Turismo***

Considerando lo establecido por la Organización Mundial del Trabajo (2006) se denomina turismo a todas las actividades que las personas realizan en lugares distintos a los que componen su entorno habitual, estas actividades tienen un lapso inferior a 12 meses, se realizan principalmente por ocio.

Bajo la misma idea se puede considerar la definición establecida por Malqui (2022), lo presenta como un fenómeno social, cultural y económico en el que se encuentran involucrados sujetos denominados turistas, los mismos que realizan actividades de desplazamiento a lugares externos a su escenario cotidiano siguiendo motivos personales, profesionales o de negocio.

### ***Características del turismo***

Según Gusqui (2022) determina que algunas de las características que posee del turismo son:

- Las actividades turísticas tienen como duración máxima un año, periodo que al autor considera relativamente largo con relación al periodo de extensión de visas.
- Deben mostrar factores motivadores, los mismos que pueden ser ocio, trabajo, entretenimiento y diversión, entre otros.
- De manera general, se deben planificar las actividades que se realizarán antes y durante
- Las actividades turísticas se realizan fuera del contexto y situaciones a las que generalmente se presenta el sujeto

### ***Tipos de turismo***

Existen distintas formas de clasificación del turismo, en las que se puede considerar el tipo de actividades que se realizan, los implementos o instrumentos que se utilizan, la clase de lugares que se visitan, entre otras (Malqui, 2022). Sin embargo, se toma en consideración una clasificación bastante útil para este proyecto, misma que fue establecida en un estudio realizado por la Universidad Interamericana para el Desarrollo de México (UNID).

### ***Turismo de esparcimiento***

Denominado también turismo tradicional, representa la forma de turismo más sencilla, está destinado para personas con el objetivo de salir de la rutina cotidiana a través de actividades relajantes y entretenidas. Generalmente resulta una forma de turismo muy organizada.

### ***Turismo cultural***

El principal objetivo en este tipo de turismo es la búsqueda de lugares con gran patrimonio cultural, comúnmente es practicado por personas de nivel sociocultural alto, puesto que promueven el fortalecimiento del conocimiento cultural en entornos sociales diferentes al suyo. Algunas de las variantes que presente este tipo de negocio se encuentran el turismo gastronómico, estudiantil y religioso.

### ***Turismo deportivo***

Una de las principales características de este tipo de turismo son los beneficios que brinda con respecto a la salud y calidad de vida de los practicantes, siendo esta particularidad una de las más aceptadas a nivel mundial. Dentro de este tipo de turismo se establecen actividades deportivas convencionales y no tan comúnmente practicadas, sin embargo, algunas de estas actividades requieren de implementos, supervisión y asistencia para garantizar la seguridad de los turistas.

### ***Turismo natural***

En el turismo natural se encuentra considerados todos aquellos viajes que se realizan entorno al contacto con la naturaleza, además también forman parte de este las visitas organizadas a comunidades de ciertos lugares. Las actividades que forman parte del turismo natural buscan que el turista disfrute de los recursos naturales del entorno, adicionalmente, se beneficia la preservación del medio ambiente, así como el desarrollo económico del lugar visitado. Entre los subtipos de turismo que forman parte de este, se encuentra ecoturismo, turismo de aventura y turismo rural.

### ***Turismo de reuniones***

Una de las principales características de este tipo de turismo es que el tiempo es muy limitado, el mismo abarca el conjunto de actividades vinculadas con organización, promoción y distribución de eventos y reuniones, tanto en servicios como productos relacionados al ámbito laboral. Entre las variantes que se contemplan en este tipo de turismo se encuentran turismo de reuniones asociativo y corporativo.

### ***Turismo de salud***

El turismo de salud comprende aquellos viajes realizados con el objetivo de contribuir a la salud física, mental o espiritual de los individuos por medio de actividades médicas y de confort, con ello se pretende lograr la satisfacción de necesidades de las personas y fomentar la convivencia social en su entorno habitual. Se han determinado dos subcategorías el turismo medicinal y *wellness* (bienestar).

### ***Cicloturismo***

El cicloturismo es una actividad recreacional, a través de la cual se disfruta el esparcimiento y conocimiento de sitios nuevos utilizando el ciclismo (Valencia, 2009). Tomando en cuenta esta definición, se considera como cicloturismo a las actividades relacionadas al ciclismo que se realizan por ocio, en un tiempo desplazamiento menor a 24 horas entre el punto de partida y llegada (Torres, 2021).

De manera extensa la definición establecida por Aguilar (2011), quien establece que el cicloturismo es la actividad que combina la actividad física y turismo, radica en visitar, conocer y disfrutar lugares utilizando una bicicleta como medio de transporte. Generalmente estas actividades se realizan por causar placer por lo tanto no debe ser considerada una actividad deportiva, puesto que no involucra la competencia.

El cicloturismo se puede considerar como una forma de turismo alternativo y sostenible, a través del cual se disfrutan paisajes y permite el contacto con la naturaleza y el medio ambiente, característica que permite tener cada vez más seguidores en que buscan actividades recreativas y deportivas (Gusqui, 2022).

### ***Ventajas del cicloturismo***

- Proporciona beneficios a nivel cardiorrespiratorio, el cicloturismo proporciona la capacidad de mejorar la capacidad aeróbica del ser humano, de forma que el intercambio de gases en los pulmones es mucho más eficiente, a su vez, el corazón aumenta la capacidad de circulación de sangre.

- Mejora el sistema inmunológico, favorece la generación de células inmunológicas que combaten las células infecciosas y bacterias; por lo tanto, reduce la posibilidad de enfermarse.
- Favorece el cuidado del medio ambiente debido a que utiliza la bicicleta como medio de transporte, la cual no requiere de combustible para su movilización, por lo tanto, no es contaminante.
- La bicicleta cubre una gran cantidad de lugares a los cuales no es posible tener acceso con otro tipo de vehículo.

### *Clasificación del cicloturismo*

La presente clasificación se realiza en base al terreno en el cual se desarrollan las actividades de cicloturismo:

- a. **Cicloturismo de carretera:** Este tipo de cicloturismo utiliza carreteras asfaltadas, en buen estado y muy concurridas. Se utilizan bicicletas muy livianas y el equipamiento es ligero.
- b. **Cicloturismo en zonas remotas:** Es considerado una forma de cicloturismo extremo, de manera general, se realiza en senderos o inclusive en sitios sin un camino definido. Requiere de bicicletas más compactas y resistentes a las difíciles condiciones a las que se exponen.
- c. **Cicloturismo de expedición:** Es una especie de combinación del cicloturismo en carretera y en zonas remotas, es probable que existan tramos de ambos estilos; por lo tanto, es indispensable un equipamiento versátil y las practicantes con cierto grado de experiencia.

## **Marco Legal**

La fundamentación legal para el presente proyecto se encuentra contenida en la Constitución de la República del Ecuador, Ley de Turismo, Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial.

### ***Constitución de la República del Ecuador***

La Constitución de la República del Ecuador la principal ley que rige al Estado ecuatoriano, la misma contempla algunos artículos relacionados a los aspectos de salud, recreación, transporte y seguridad, importantes para este proyecto.

**Art. 24.-** Las personas tienen derecho a la recreación y al esparcimiento, a la práctica del deporte y al tiempo libre.

Puntualmente los artículos 24, 32 y 39 de la ley determinan que es responsabilidad del Estado favorecer el acceso a la recreación y esparcimiento de los ecuatorianos, así como el mantenimiento de buena salud y por último, promover políticas y programas que garanticen los derechos de los y las jóvenes.

**Art. 74.-** Las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades tendrán derecho a beneficiarse del ambiente y de las riquezas naturales que les permitan el buen vivir.

### ***Ley de Turismo***

La ley de Turismo es otra normativa que fundamenta el presente proyecto, en vista de que pretende establecer el marco legal para la promoción, desarrollo y regulación del sector turístico.

**Art.5.-** Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

**Literal d)** Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento.

El artículo 5 respalda la implementación de este proyecto ya que determina cuales serán consideradas actividades turísticas, así como, quienes están autorizados a realizar este tipo de actividades.

### ***Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial***

Es importante considerar esta normativa debido a que determina la reglamentación a seguir por parte de los Gobiernos Autónomos Descentralizados y todos aquellos sujetos que transitan por las vías del territorio nacional.

El artículo 204 es uno de los artículos más importantes de esta normativa, puesto que determina los derechos a los que deben tener acceso los ciclistas, entre los que establece el derecho a circular por todas las vías del país de manera segura, determinación de vías privilegiadas para ciclistas, acondicionamiento de espacios para aparcamiento de bicicletas, transportación de bicicletas en servicio público sin costo adicional y destinar días de circulación preferente.

**Art. 204.-** Los derechos de los ciclistas son:

- a) Circular por todas las vías públicas del país con respeto y seguridad, menos en aquellas infraestructuras en las cuales su seguridad corra riesgo como, por ejemplo: túneles y pasos a desnivel sin carril para ciclistas.
- b) Disponer de vías de circulación privilegiadas para ciclistas como por ejemplo ciclo vías o espacios similares en ciudades en carreteras.
- c) Disponer de adecuaciones para parqueo de bicicletas en terminales terrestres, estaciones de bus o espacios similares donde sea necesario un parqueo de bicicletas, en el cual el servicio sea gratuito y éstos estén libres de obstáculos para el ciclista.
- d) Derecho preferente de circulación en desvíos de avenidas y carreteras, cruce de caminos, intersecciones que no tengan señalización y ciclovías.
- e) Pueden transportar sus bicicletas en vehículos de transporte público de tipo cantonal e interprovincial sin costo adicional, para esto los transportistas deben dotar sus unidades de estructuras portabicicletas en sus partes anterior y superior.
- f) Tener días para la circulación de bicicletas en el área urbana, donde se determinen recorridos que favorezcan e impulse el desarrollo de los ciclopaseos.

## **Marco conceptual**

### ***Capital Humano***

“Conjunto de conocimientos, aptitudes y capacidades laborales que posee un grupo de personas para establecer estrategias en la búsqueda de los objetivos” (Requejo, 2015).

### ***Capital Social***

“Capacidad de un grupo de personas para brindar una respuesta eficiente a sus necesidades o adaptarse a la realidad a la que se enfrenta” (Torres, 2021).

### ***Ciclismo***

“Actividad deportiva que se realiza utilizando como medio de transporte un instrumento llamado bicicleta” (Torres, 2021)

### ***Cicloturismo***

“Son todas aquellas visitas que se realizan de forma recreativa en las que se involucra el ciclismo de ocio como una parte fundamental de la visita” (Ballester, 2016)

### ***Ecoturismo***

“Turismo alternativo en el que se realizan actividades recreativas en áreas naturales, de modo que permiten el conocimiento y apreciación de la naturaleza” (Torres, 2021)

### ***Factibilidad***

“Disponibilidad de recursos indispensables para la consecución de objetivos o metas propuestas, por lo general este parámetro se determina sobre un proyecto” (Hidrobo & Estrella, 2012).

### ***Itinerario***

Especificación de una ruta en la que se determinan todos los detalles que se visitan a lo largo del recorrido” (Hidrobo & Estrella, 2012).

***Presupuesto***

“Instrumento de tipo administrativo utilizado en la planeación y control financiero, en este se presentan de manera ordenada y en términos monetarios los resultados” (Correa, 2011)

***Recreación***

“Toda actividad que se realiza de forma voluntaria durante el tiempo libre, es decir, el tiempo restante al que se cumplen necesidades del ser humano” (Hidrobo & Estrella, 2012).

***Turismo sostenible***

“Actividades turísticas enfocadas en provocar el menor impacto posible al medio ambiente y la naturaleza local, a la vez genera ingresos y empleo para las personas” (Romero, 2022).

## Capítulo II

### Diseño de la investigación

#### *Enfoque cuantitativo*

De acuerdo con lo establecido por Cerón (2006) el enfoque metodológico cuantitativo tiene como principal característica la utilización de datos numéricos para el estudio de la realidad social de un acontecimiento, adicionalmente se plantea como una forma de investigación que establece ciertas propiedades a los sujetos de estudio de manera numérica, siendo estos, magnitudes, grados o tipos que los sujetos poseen. Este tipo de enfoque aprovecha procedimientos estadísticos para presentar, resumir y asociar los datos numéricos obtenidos.

Por lo tanto, el presente proyecto utiliza el enfoque cuantitativo de la investigación ya que permite la recopilación de de información a través de instrumentos como la encuesta aplicada a los habitantes del sector para conocer de manera específica la percepción respecto al modelo de negocio que se pretende aplicar.

#### *Método de investigación*

El método científico se caracteriza por ser un procedimiento el cual permite alcanzar un conocimiento objetivo de la realidad, el mismo que se consigue a través del intento por establecer respuestas a las interrogantes que se relacionan con el orden de la naturaleza (Castán, 2014). Bajo la misma idea, es importante mencionar que el método científico se fundamenta en dos pilares la reproducibilidad y la refutabilidad; todos los experimentos planteados pueden dar resultados distintos y negar las interrogantes que se prueban.

Para este proyecto se utiliza el método de investigación científico, que pretende resolver la viabilidad de una empresa dedicada a los servicios turísticos utilizando bicicleta en la parroquia de Conocoto.

#### *Tipo de investigación*

La investigación exploratoria de manera general consiste en establecer una referencia general del tema a tratar, que a menudo resulta desconocido. Tiene como finalidad formular

el problema, para a través de este recopilar datos y términos que permitan generar las preguntas de investigación (Morales, 2015). Para Nieto (2018), los estudios exploratorios simulan al hecho de realizar un viaje a un lugar desconocido, sin ningún tipo de información previa del mismo, simplemente se han escuchado ciertos comentarios breves del lugar, por lo tanto, se desconoce los lugares por visitar, restaurantes con buena comida o el comportamiento de la gente de ese lugar, en otras palabras, desconocimiento total del sitio.

Esta investigación es exploratoria porque recoge suficiente información para determinar la viabilidad del modelo de negocio para la empresa dedicada a actividades de cicloturismo en la parroquia de Conocoto.

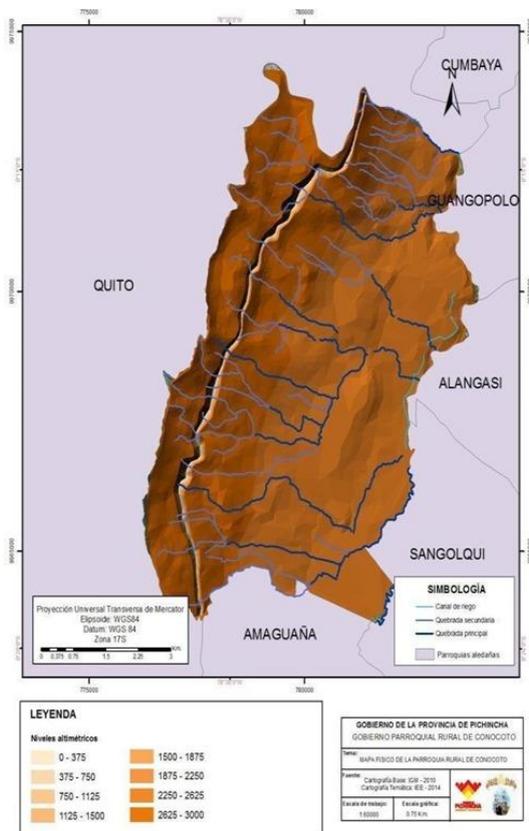
### ***Nivel de investigación***

La investigación de tipo descriptiva corresponde a una investigación de segundo nivel, cuya principal característica es recopilar datos e información sobre particularidades, propiedades, elementos o dimensiones de un grupo de personas, sujetos u organizaciones a nivel social. Este tipo de investigación también es conocida como investigación diagnóstica o de levantamiento de datos, de manera general es comúnmente utilizada en Instituciones Universitarias de pregrado e Institutos Tecnológicos de Educación Superior para la obtención de un título profesional, debido a que permite la formulación de propuestas de mejoramiento o decisiones de tipo correctivo a nivel institucional u organizacional (Nieto, 2018).

### ***Unidades de análisis***

La unidad de análisis determinada para el presente proyecto es la parroquia de Conocoto, se tomará en cuenta la población económicamente activa del sector, según datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadística y Censo (Inec), la PEA es de 39.957 personas.

**Figura 2. Mapa de la parroquia de Conocoto**



*Fuente: Tomado de (Instituto Geográfico Militar, 2013)*

### **Población y Muestra**

Según Cerón (2006) la construcción de la muestra se establece el conjunto de sujetos que, de acuerdo al principio de distribución estadística representan a la población de estudio. Conforme la aplicación de la fórmula establecida para el cálculo de la muestra, se determina que se debe aplicar un total de 96 encuestas a personas que habitan en la parroquia de Conocoto.

### **FÓRMULA**

$$n = \frac{N * Z^2 * pq}{e^2 * (N - 1) + Z^2 pq}$$

Datos	
z= Nivel de confianza	1,96
N= Población total	39.957
e= Margen de error	0,10
p= Probabilidad de éxito	0,5
q= Probabilidad de fracaso	0,5
Muestra	?

## CÁLCULO

$$n = \frac{39.957 * 1,96^2 * 0,5 * 0,5}{0,10^2 * (39.957 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{39.957 * 0,9604}{0,01 * (39.956) + 0,9604}$$

$$n = \frac{38.374,70}{400,52}$$

$$n = 95,81 \text{ (Muestra)}$$

### *Técnicas de Investigación*

#### *Encuesta*

Esta herramienta también conocida como cuestionario de selección de alternativas, permite recopilar información mediante el establecimiento de preguntas cerradas y la selección de respuestas, es una técnica muy aceptada debido a que facilita la obtención de información precisa de un gran grupo de personas. Además, permite al encuestador realizar cálculos con los resultados obtenidos y establecer porcentajes que favorecen el análisis de estos. Otro de los importantes beneficios que proporciona la encuesta, es la capacidad de aplicarla de manera masiva, puesto que no necesita obligatoriamente la presencia del encuestador y se puede realizar de manera electrónica (Caro, 2021).

#### *Instrumento*

##### *Cuestionario*

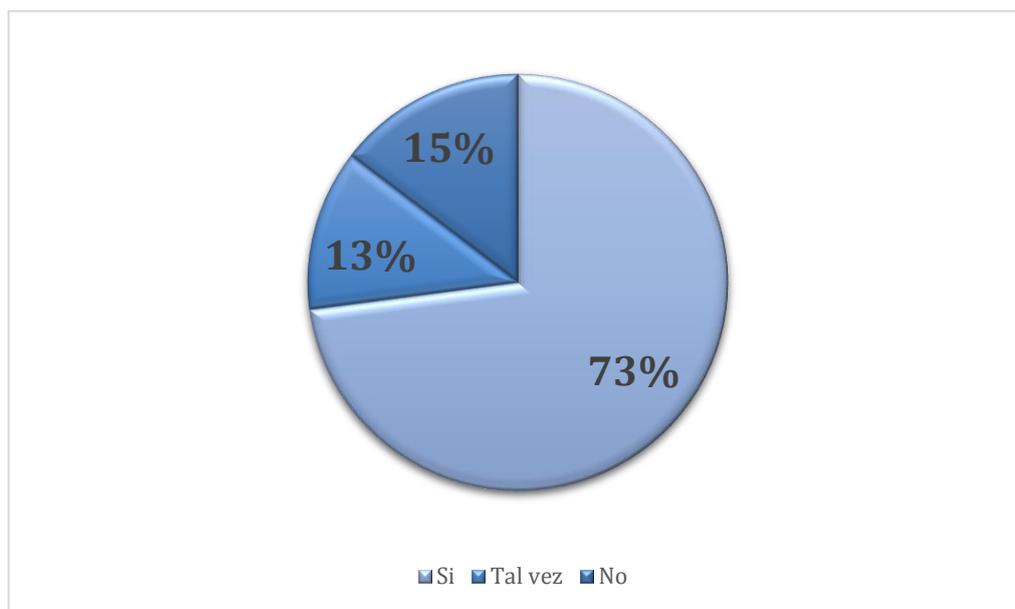
El cuestionario es un instrumento fundamental para la recolección de datos compuesto por un conjunto de preguntas seleccionadas de manera cuidadosa en base a los hechos o

aspectos importantes de los que se requiere conocer en una investigación, las mismas son contestadas por los encuestados. Las principales características de los cuestionarios son: permitir la facilidad en el procesamiento y tabulación, favorecer la recolección real de datos, contener preguntas concretas, breves y lógicas (Mariela, Federico, & Karim, 2019).

### Análisis y resultados

1. ¿Le gustaría realizar actividades recreativas y turísticas utilizando bicicleta?

**Figura 3** Resultado pregunta 1



Fuente: Elaboración propia

**Tabla 3.** Resultado pregunta 1

criterio	Frecuencia	Porcentaje
Si	70	73%
Tal vez	12	12%
No	14	15%
Total	96	100%

Fuente: Elaboración propia

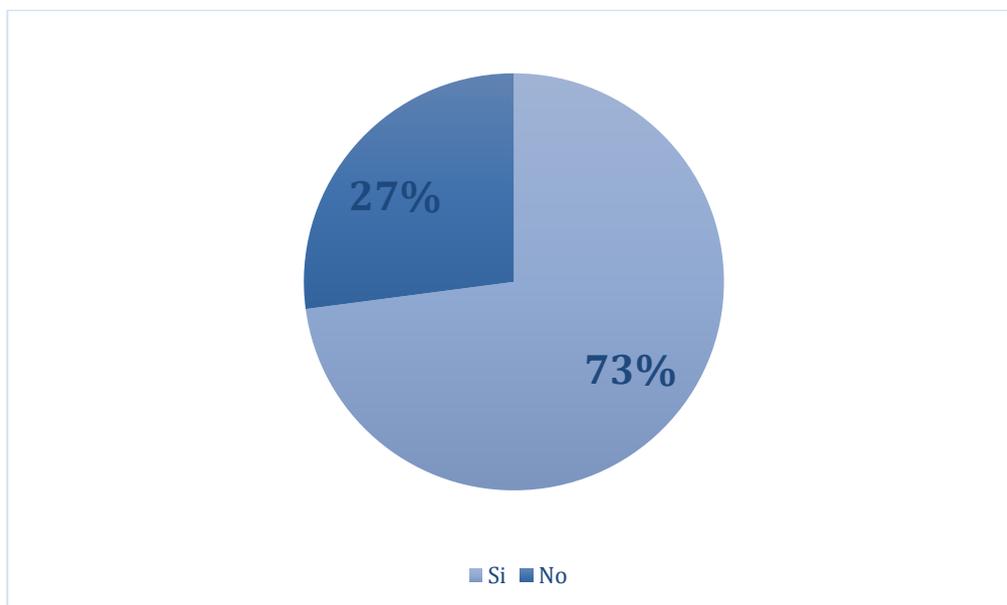
### Análisis

Con base en los resultados obtenidos, se puede determinar que al menos al 73 % de los sujetos encuestados les agrada la idea de realizar actividades turísticas utilizando la bicicleta como transporte, seguido del 12 % que indican que podrían estar interesados en realizar este tipo de actividades; mientras que el 15 % de los encuestados manifiestan que no

les gustaría realizar estas actividades; por lo tanto, es posible considerar que la mayoría de las personas del sector se interesan por las recreativas y turísticas en bicicleta.

## 2. ¿Puede usted andar en bicicleta sin dificultad?

**Figura 4.** Resultado pregunta 2



*Fuente: Elaboración propia*

**Tabla 4.** Resultado pregunta 2

criterio	Frecuencia	Porcentaje
Si	70	73%
No	26	27%
Total	96	100%

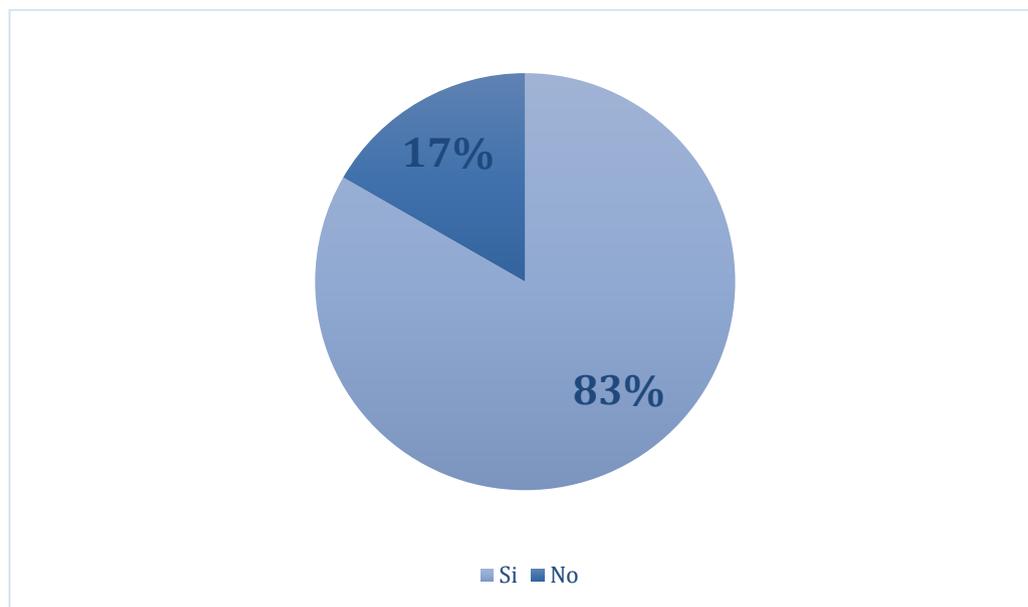
*Fuente: Elaboración propia*

### Análisis

Según los resultados obtenidos para esta pregunta, se puede evidenciar que el 73% de las personas del sector no tienen dificultades para usar la bicicleta, apenas el 27% de encuestados han manifestado tener dificultades para manejarla; estos resultados permiten tener un panorama de que en su mayoría los habitantes del sector no tienen dificultades para realizar las actividades que se pretenden en este proyecto, adicionalmente este proyecto también está destinado a ese 27% de personas que tienen dificultades para resolverlo.

3. ¿Cree que la utilización de bicicleta le proporciona beneficios a su salud?

**Figura 5.** Resultado pregunta 3



*Fuente: Elaboración propia*

**Tabla 5.** Resultado pregunta 3

<b>Criterio</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Si</b>	80	83%
<b>No</b>	16	17%
<b>Total</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

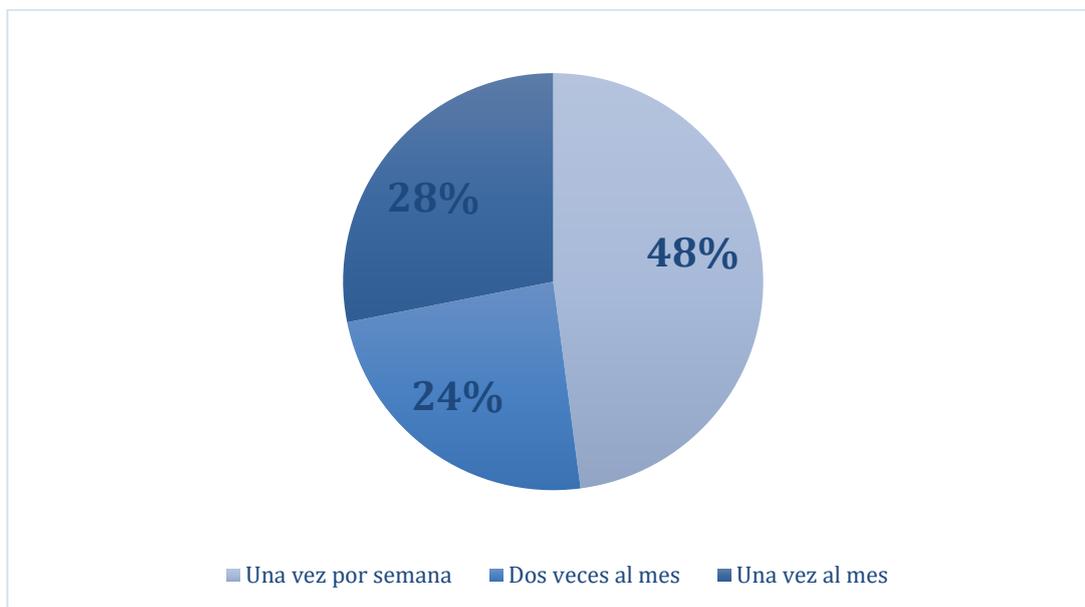
*Fuente: Elaboración propia*

### **Análisis**

Considerando los resultados, se puede afirmar que el 83% de los encuestados reconoce el beneficio de la bicicleta entorno al mejoramiento y mantención de la salud, mientras que el 17% de los sujetos no lo consideran así, principalmente por desconocimiento. Resulta importante el porcentaje de personas que consideran la opción de utilizar bicicleta para mejorar su salud física y mental.

4. ¿Por lo general, con qué frecuencia realiza actividades turísticas o recreativas?

**Figura 6.** Resultado pregunta 4



*Fuente: Elaboración propia*

**Tabla 6.** Resultado pregunta 4

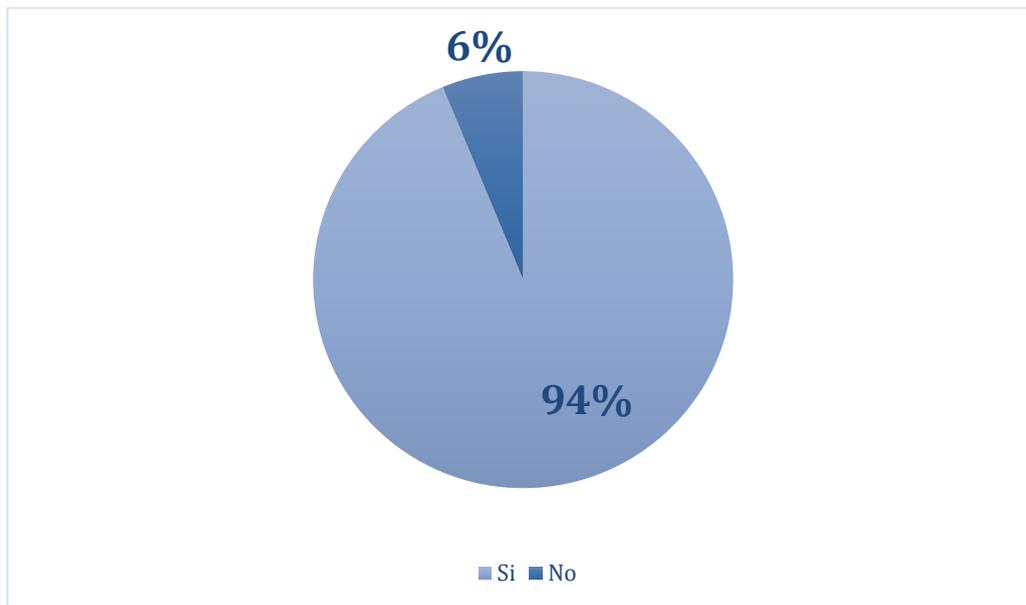
<b>Criterio</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Una vez por semana</b>	46	48%
<b>Dos veces al mes</b>	23	24%
<b>Una vez al mes</b>	27	28%
<b>Total</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Elaboración propia*

### **Análisis**

Los resultados obtenidos para esta pregunta arrojan que el 48% realiza actividades turísticas o recreativas al menos una vez por semana, el 28% hace actividades una vez al mes y solo el 24% ha manifestado dedicar dos veces al mes a actividades turísticas o recreativas. El panorama es favorable para este proyecto, ya que en el peor escenario los habitantes del sector dedicarían una vez al mes para realizar actividades relacionadas con el mismo.

## 5. ¿Le gustaría conocer lugares turísticos del Ecuador?

**Figura 7.** Resultado pregunta 5

*Fuente: Elaboración propia*

**Tabla 7.** Resultado pregunta 5

<b>Criterio</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Si</b>	90	94%
<b>No</b>	6	6%
<b>Total</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

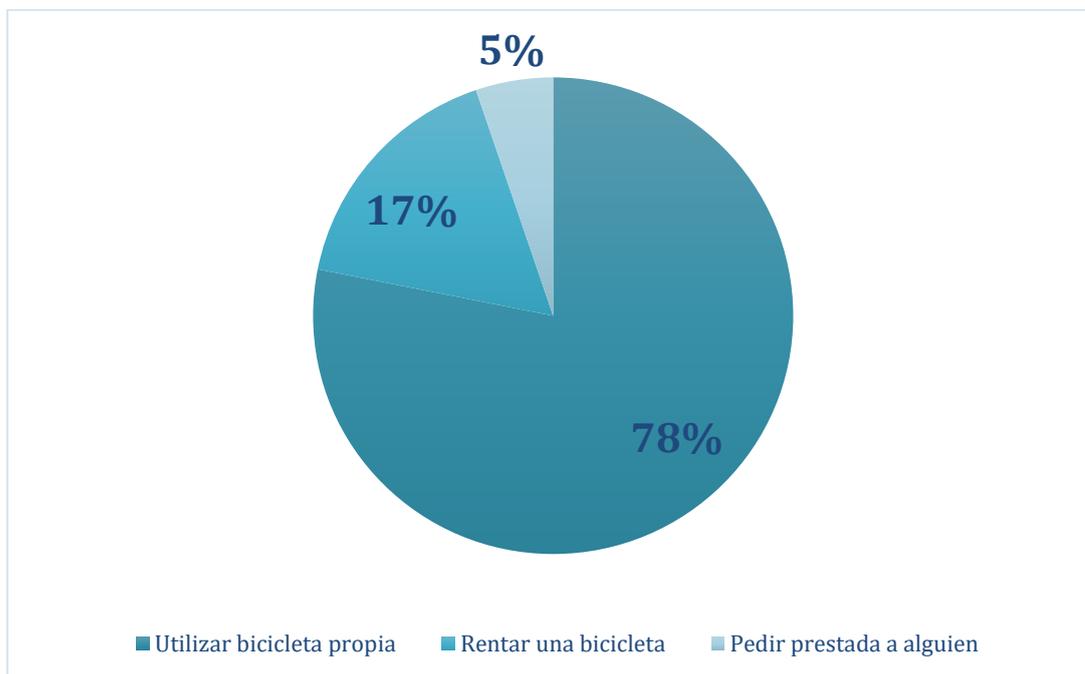
*Fuente: Elaboración propia*

**Análisis**

Con base en los resultados obtenidos se puede afirmar que, casi todos, los encuestados están interesados en conocer distintos lugares turísticos del país, de forma que el 94% respondió positivamente ante la interrogante, contra el 6% que ha manifestado no tener interés en conocer lugares turísticos; resultados importantes para este proyecto que pretende fomentar las actividades turísticas en el Ecuador.

6. ¿Para realizar una actividad de cicloturismo, usted prefiere?

**Figura 8.** Resultado pregunta 6



*Fuente: Elaboración propia*

**Tabla 8.** Resultado pregunta 6

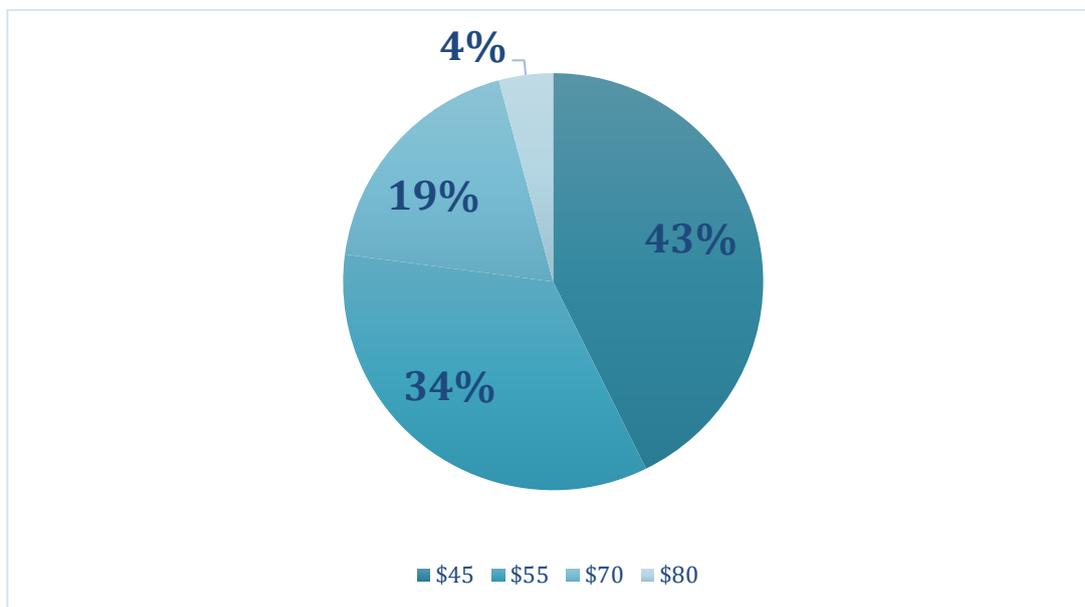
Criterio	Frecuencia	Porcentaje
<b>Utilizar bicicleta propia</b>	75	78%
<b>Rentar una bicicleta</b>	16	17%
<b>Pedir prestada a alguien</b>	5	5%
<b>Total</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Elaboración propia*

### **Análisis**

Considerando los resultados, se puede afirmar que el 78% de los encuestados muestra su preferencia por utilizar su bicicleta propia para actividades de cicloturismo, el 17% elige como opción rentar una bicicleta y el 5% se decanta por usar una prestada para este tipo de actividades. Estos resultados reflejan que en su mayoría las personas poseen en sus hogares al menos una bicicleta, la misma que puede ser utilizada para las actividades propuestas en este proyecto.

## 7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una actividad de cicloturismo?

**Figura 9.** Resultado pregunta 7

*Fuente: Elaboración propia*

**Tabla 9.** Resultado pregunta 7

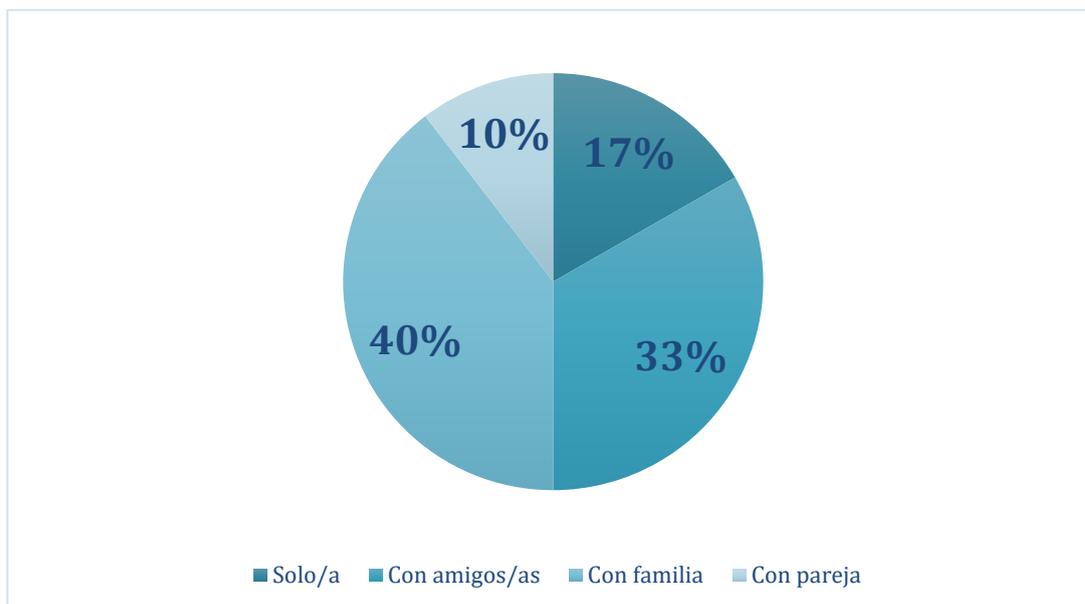
Criterio	Frecuencia	Porcentaje
\$45	41	43%
\$55	33	34%
\$70	18	19%
\$80	4	4%
<b>Total</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Elaboración propia*

**Análisis**

Respecto a la pregunta enfocada en el costo que los potenciales clientes estarían dispuestos a pagar por actividades relacionadas a cicloturismo los resultados obtenidos permiten destacar que el 43% está de acuerdo con que este tipo de actividades tengan un costo de \$40, el 34% por su parte concuerda con que el precio debe ser \$55, el 19% elige \$70 y únicamente el 4% acepta un costo de \$80. Estos resultados son muy útiles en el establecimiento del costo de las actividades y serán tomados muy en cuenta en este proyecto.

## 8. ¿Con quién le gustaría realizar actividades de cicloturismo?

**Figura 10.** Resultado pregunta 8

*Fuente: Elaboración propia*

**Tabla 10.** Resultado pregunta 8

<b>Criterio</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Solo/a</b>	16	17%
<b>Con amigos/as</b>	32	33%
<b>Con familia</b>	38	40%
<b>Con pareja</b>	10	10%
<b>Total</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Elaboración propia*

**Análisis**

Los resultados obtenidos respecto a la última pregunta de la encuesta arrojaron que el 40% de los sujetos encuestados prefieren realizar actividades de cicloturismo con familia, el 33% elige que estas actividades las realiza con amigos/as, el 17% elige ejecutar cicloturismo solo y únicamente el 10% escoge la posibilidad de desarrollar estas actividades con su pareja.

### **Conclusión del Diagnóstico Situacional**

Con base a los resultados obtenidos a través de la encuesta aplicada a los habitantes que componen la población económicamente activa de la parroquia de Conocoto, se evidencia un potencial interés en la realización de actividades turísticas utilizando la bicicleta, por lo tanto, se presenta un favorable escenario para la ejecución y puesta en marcha de este proyecto en este sector. Además, al no existir en el sector una empresa dedicada a ofrecer este tipo de servicio, la aplicación de la encuesta generó expectativa entre las personas y con ello la sensación de que el proyecto podría interesarse mucho en la parroquia.

### Capítulo III

#### Propuesta

En este apartado se desarrollan los 9 aspectos clave que se deben considerar en el Modelo de negocio Canvas, mismos que resultan de suma importancia para la implementación de una empresa o negocio.

#### *Segmentación del mercado*

Este componente del modelo Canvas pretende delimitar el lugar en donde se desarrollará e implementará el proyecto, utilizando el estudio geográfico, en el mismo se detallan algunas características propias de la parroquia de Conocoto.

**Tabla 11.** *Segmentación Geográfica*

<b>GEOGRÁFICA</b>		
<b>CIUDAD</b>	<b>PARROQUIA</b>	<b>CLIMA</b>
Quito	Conocoto	La parroquia de Conocoto posee una temperatura 17°C, por lo tanto, permiten la mayoría del año mantener un clima templado.
<b>CANTIDAD DE POBLACIÓN</b>		<b>ACCESO A TRANSPORTE</b>
Censo Poblacional parroquia de Conocoto (82.072 habitantes)		La parroquia cuenta con 2 cooperativas de transporte público que cubren las rutas hacia el Distrito Metropolitano de Quito. El tiempo de desplazamiento hacia Quito oscila entre 25 y 40 minutos en dependencia del tráfico.  Además, en la parroquia, ejercen funciones 5 Cooperativas de Taxis y 5 de Camionetas de alquiler, pero los barrios periféricos no tienen servicio de transporte público masivo.

*Fuente:* Elaboración propia

**Tabla 12. Segmentación Demográfica**

<b>DEMOGRÁFICA</b>			
<b>EDAD</b>	<b>SEXO</b>	<b>OCUPACIÓN</b>	<b>EDUCACIÓN</b>
Indistinto, es un servicio que se adapta a las características y necesidades del cliente	Hombres, mujeres y niños	Ninguna en particular, este servicio que se presta se encuentra al alcance de cualquier persona	Ninguna en particular, este servicio que se presta se encuentra al alcance de cualquier persona
<b>PROFESIÓN</b>	<b>NACIONALIDAD</b>	<b>ESTADO CIVIL</b>	<b>INGRESOS</b>
Indistinta, el servicio que se presta se encuentra al alcance de cualquier persona y no requiere de una profesión particular para el acceso.	Plurinacional - Multicultural Las nacionalidades de los clientes que accedan al servicio no son determinantes, puesto que todas las nacionalidades pueden ser consideradas importantes ya que aportaran sus costumbres y tradiciones mejorando la experiencia de los clientes.	Ninguno en particular, este servicio que se presta se encuentra al alcance de cualquier persona indistintamente del estado civil al que pertenezcan	No se podría establecer un monto específico de ingresos para los clientes potenciales, lo que si se debe considerar es que el cliente tenga la capacidad suficiente para disponer de al menos \$50 por servicio.

*Fuente:* Elaboración propia

**Tabla 13. Segmentación Psicográfica**

<b>PSICOGRÁFICAS</b>			
<b>ESTILO DE VIDA</b>	<b>PERSONALIDAD</b>	<b>BENEFICIOS PRODUCTO</b>	<b>USO DEL PRODUCTO</b>
<p>El emprendimiento pretende llegar a quienes deseen mejorar su estado de salud y la calidad de vida mediante actividades recreativas. Por lo tanto, resulta necesario que las mismas consideren mantener un estilo de vida saludable para el acceso a este servicio.</p>	<p>Resulta importante pero no indispensable que los clientes que deseen acceder al servicio sean amigables, extrovertidos y responsables con el ambiente; puesto que durante las actividades que se ejecutan estos valores se verán reflejados.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reducción del impacto medioambiental</li> <li>• Reutilización de viejas infraestructuras tales como líneas ferroviarias en desuso, senderos, pistas forestales, entre otras.</li> <li>• Estimulación del desarrollo económico y social de las zonas rurales</li> <li>• Contribución al fomento de hábitos de vida saludables permitiendo mejorar la calidad de vida</li> <li>• Fomento del conocimiento y contacto con el patrimonio histórico.</li> </ul>	<p>El turismo a través de la utilización de la bicicleta como medio de transporte se puede utilizar siempre y cuando el cliente requiera vivir una experiencia más dinámica donde se convierte en el protagonista</p>

*Fuente:* Elaboración propia

### ***Propuesta de valor***

La propuesta de valor detalla los aspectos más relevantes o beneficios que se entregarán a través de los productos o servicios a los consumidores con el objetivo de satisfacer sus necesidades. De tal forma, el presente proyecto se muestra como una importante alternativa a la ejecución de actividades turísticas y recreativas en la parroquia de Conocoto, además que garantiza la seguridad de las personas a través del cumplimiento de todas las normativas establecidas para este tipo de actividades.

La propuesta de valor está compuesta por estos aspectos:

- Garantía en el cumplimiento de normas establecidas para la seguridad del cliente.
- Recursos humanos con extensa experiencia y constante capacitación
- Póliza de accidentes personales para los clientes
- Servicio diferenciado y de alta calidad
- Traslado, alimentación e hidratación de los clientes durante las rutas determinadas
- Memorias fotográficas de todos momentos vividos durante las rutas

**Tabla 14.** *Matriz de Criterios y Respuestas*

<b>MATRIZ DE CRITERIOS Y RESPUESTAS</b>	
<b>CRITERIOS</b>	<b>RESPUESTAS</b>
Definir los precios de la competencia e identificar los precios fijos y variables	Se ha realizado el análisis e investigación de aquellas empresas o emprendimientos que se puedan considerar como competencia al emprendimiento que se pretende realizar y lo más cercano que se logró encontrar en la parroquia de Conocoto en base a turismo o recreación son algunos centros de Hospedaje de turistas; por lo cual, no se puede considerar a ningún otro competidor en este ámbito.
Identificar el tipo de Cliente que atendemos o queremos atender	Al ser un emprendimiento que involucra el ámbito Recreativo y Turístico se pueden involucrar muchos tipos de clientes, ya que estos servicios se adaptan o acoplan a las características de los clientes sin discriminación. Lo único que se debería considerar del cliente es que tenga la predisposición de tiempo y recursos por encima de los \$50.
Establecer siempre los medios de control para entregar calidad en productos y servicios, así como proceso de garantía de la calidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encuestas de satisfacción de clientes posteriormente a recibir los servicios.</li> <li>• Servicios de atención médica disponibles para todos los servicios.</li> <li>• Personal calificado, capacitado e idóneo para todos los servicios que se ofrecen.</li> <li>• Regalos y premios para los clientes que recomienden nuestros servicios.</li> <li>• Programas, eventos y rutas de prueba para nuevos clientes.</li> </ul>

<p>Identificar las frustraciones y trabajos que aliviamos del cliente en base al mapa del Perfil del cliente</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reducir los niveles de estrés y fatiga producidos por la rutina del cliente.</li> <li>• Servicio de transporte puerta a puerta.</li> <li>• Orientación y dirección adecuada del programa que se pretende seguir de acuerdo con lo planificado.</li> <li>• Programas y eventos exclusivos para grupos.</li> <li>• Contacto a través de redes sociales.</li> </ul>
<p>Identificar las alegrías que generamos al cliente en base al Mapa del Perfil del Cliente</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sensación de seguridad al realizar las rutas programadas</li> <li>• Disfrute a la medida en que el cliente se merece</li> <li>• Mejorar el estado Salud del cliente a través de la práctica de actividad física</li> <li>• Confianza de contar con personal idóneamente capacitado para las actividades realizadas.</li> <li>• Garantía de la vivencia de nuevas experiencias en cada servicio.</li> </ul> 
<p>Establecer un cuadro comparativo con ventajas respecto a 2 competidores</p>	<p>Para el desarrollo de este emprendimiento se dispone de la gran ventaja de que no existen competidores específicos en el área que se desempeñan las actividades o servicios, debido a que en la zona la mayoría de las actividades económicas se dedican a satisfacer otras necesidades.</p>
<p>Identificar cuáles son los Trabajos del cliente al adquirir el producto o servicio que nosotros vamos a aumentar para garantizar la satisfacción</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acompañamiento y seguimiento constante de los clientes durante los eventos que se organicen.</li> <li>• Evitar el gasto innecesario en movilización y compra de materiales necesarios para los eventos.</li> </ul>
<p>Verificar los procesos de producción o entrega de productos o servicios en busca de brindar un mejor valor. (Economías de escala o búsqueda de un mejor proveedor)</p>	<p>Tener los mejores equipos para minimizar accidentes, que serán certificados y homologados por las autoridades competentes.</p>

<p>Diseño de marca y empaque para generar mayor atracción al cliente en criterios de: Estatus, facilidad, diversión y simplicidad.</p>	
<p>Generar desagregación de productos y servicios para brindar al cliente la posibilidad de especialización.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alquiler de bicicletas (de paseo, plegables, eléctricas, híbridas, de carretera, de montaña).</li> <li>• Alquiler de sillines y remolques para niños.</li> <li>• Mapas y accesorios de bicicleta.</li> <li>• Rutas guiadas.</li> <li>• Fotografías y videos del tour.</li> <li>• Rutas panorámicas en bicicleta de montaña.</li> <li>• Traslado de bicicletas.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

### ***Canales***

Los canales son modo en el que la empresa establece comunicación con cada segmento de clientes propuestos, principalmente a través de estos canales les permiten conocer la propuesta de valor ofertada. Las principales funciones de los canales son:

- Informar a los clientes de productos o servicios de la empresa
- Permite que los clientes evalúen la propuesta de valor
- Facilita la compra de productos y servicios por parte de los clientes
- Brindar a los clientes un servicio de posventa

Tabla 15. Tipos de Canales

TIPOS DE CANALES			FASES DE CANALES				
			INFORMACIÓN	EVALUACIÓN	COMPRA	ENTREGA	POSVENTA
			<i>¿Cómo damos a conocer los productos y servicios de nuestra empresa?</i>	<i>¿Cómo ayudamos a los clientes a evaluar nuestra propuesta de valor?</i>	<i>¿Cómo pueden comprar los clientes nuestros productos y servicios?</i>	<i>¿Cómo entregamos a los clientes nuestra propuesta de valor?</i>	<i>¿Qué servicio de atención posventa ofrecemos?</i>
P R O P I O	DIRECTO	EQUIPO COMERCIAL	Volantes Anuncios publicitarios en Facebook	Atención al cliente	Visita la agencia	Proformas físicas	Soporte de tutorías
		VENTAS EN INTERNET	Redes sociales, videos, fotos, etc.	Suscripciones, información, interacciones del usuario	Transferencia bancaria	Proformas digitales	Reuniones por plataforma zoom, tutorías
	TIENDAS PROPIAS	Flyers, volantes	Atención al cliente	Visita a sucursales autorizadas	Proformas físicas	Soporte de tutorías	
S O C I O	INDIRECTO	TIENDAS DE SOCIOS	Paginas publicitarias relacionadas al emprendimiento	Información sobre el producto ofrecido	Descuentos especiales	Proformas físicas	Soporte de tutorías
		MAYORISTA	Publicidad masiva	Información masiva	Cuenta de depósito, incentivar a nuestros clientes mediante descuentos	Proformas masivas	Reuniones masivas con información y beneficios en donde ganar-ganar sea el objetivo a cumplir ambas partes

Fuente: Elaboración propia

### Relación con el cliente

La relación que la empresa mantiene con los clientes repercute de manera importante en la experiencia que el cliente obtiene a través de la adquisición de los productos o servicios

que la misma oferta. La relación puede ser automatizada o personal, sin embargo, se basan en los fundamentos de captación de clientes, fidelización de clientes y estimulación de las ventas.

**Tabla 16.** *Tipos de Relaciones con los clientes*

TIPO	DESCRIPCIÓN	EJEMPLIFICACIÓN
Relación Directa e Indirecta	<p><b>Relación directa</b> Es aquella en la que los clientes se contactan con el proveedor del servicio.</p> <p><b>Relación indirecta</b> Trata de todo aquello que puede sustituir nuestro producto o servicio o a la marca en un momento determinado.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uso de página web y página de Facebook para dar a conocer el negocio y los servicios del negocio, así como mantener promociones.</li> <li>• Participación en eventos, como ferias de turismo, o en empresas que sirvan también como medio informativo.</li> <li>• Uso de folletos que llegarán a los hoteles, puestos de información al turista y aeropuertos.</li> </ul>

*Fuente:* Elaboración propia

### ***Fuentes de ingresos***

Las fuentes de ingreso representan los recursos que la empresa percibe por la venta de un producto o prestación de servicios, es importante considerar que una empresa puede tener más de una fuente de ingresos, pero existen fuentes de ingreso principales ligadas estrechamente al giro de negocio, pero otras relacionadas con la actividad principal.

**Tabla 17.** *Fuentes de ingresos*

TIPO	DESCRIPCIÓN
Venta del servicio	Consiste en la actividad propia del emprendimiento que es brindar el servicio de turismo mediante el uso de la bicicleta como transporte, los tours se ofertan con alquiler de bicicleta y sin alquiler de bicicleta.
Otros ingresos adicionales	El emprendimiento brinda otros servicios que generan ingresos como, por ejemplo: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Alquiler de sillines y remolques para niños</li> <li>• Venta de accesorios de bicicleta</li> </ul>

*Fuente:* Elaboración propia

**Tabla 18.** *Precio de venta por servicio*

PRODUCTO	PRECIO
Tours sin bicicleta	\$ 45,00
Tours con bicicleta	\$ 65,00
Alquiler de sillines y remolques para niños	\$ 20,00
Venta de accesorios de bicicleta	\$ 15,00

*Fuente:* Elaboración propia

**Tabla 19. Presupuesto y Proyección de Ventas anual**

DETALLE	AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)	
<b>Ventas semanales rutas sin bicicleta</b>	30	45	45	45	60	
Ventas mensuales rutas sin bicicleta	120	180	180	180	240	
Ventas anuales rutas sin bicicleta	1.440	1.656	1.904	2.285	2.742	
PRECIO VENTA	\$45,00	\$45,63	\$46,27	\$46,92	\$47,57	
<b>TOTAL VENTA</b>	<b>\$64.800,00</b>	<b>\$75.563,28</b>	<b>\$88.114,34</b>	<b>\$107.217,53</b>	<b>\$130.462,29</b>	
<b>Ventas semanales rutas con bicicleta</b>	10	15	15	15	20	
Ventas mensuales rutas con bicicleta	40	60	60	60	80	
Ventas anuales rutas con bicicleta	480,00	552,00	634,80	761,76	914,11	
PRECIO VENTA	\$65,00	\$65,91	\$66,83	\$67,77	\$68,72	
<b>TOTAL VENTA</b>	<b>\$31.200,00</b>	<b>\$36.382,32</b>	<b>\$42.425,42</b>	<b>\$51.623,26</b>	<b>\$62.815,18</b>	
<b>Ingresos complementarios</b>	<b>\$6.000,00</b>	<b>\$6.084,00</b>	<b>\$6.169,18</b>	<b>\$6.255,54</b>	<b>\$6.343,12</b>	
<b>VENTAS TOTALES</b>	<b>\$102.000,00</b>	<b>\$118.029,60</b>	<b>\$136.708,94</b>	<b>\$165.096,33</b>	<b>\$199.620,59</b>	<b>\$721.455,46</b>

Fuente: Elaboración propia

### **Recursos claves**

En este apartado del Modelo de negocio Canvas se establecen todos aquellos aspectos necesarios para ofrecer y brindar los servicios de la empresa, en búsqueda de satisfacer las necesidades de los clientes. Para este proyecto uno de los principales recursos es el recurso humano, debido a que se prioriza el buen trato al cliente.

Tabla 20. Recursos claves

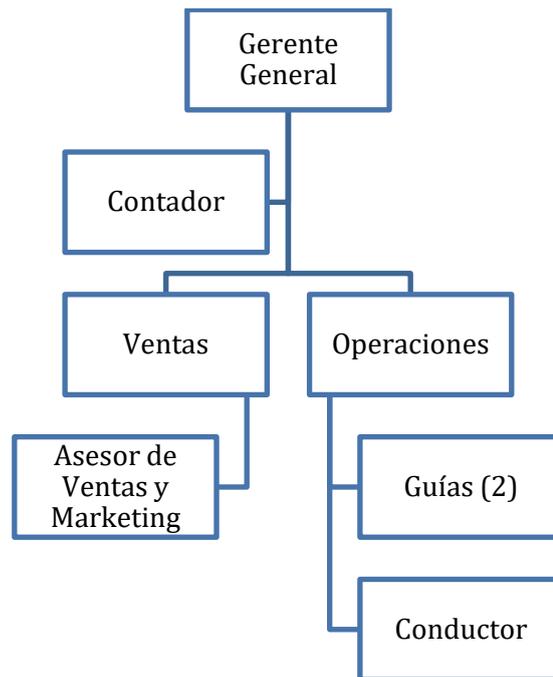
RECURSO	DESCRIPCIÓN
FINANCIEROS	<p>Para el presente proyecto se tomará en cuenta un valor de inversión inicial de \$25.000,00, los mismos que se obtendrán a través de financiamiento de una entidad bancaria.</p>
TECNOLÓGICOS	<p>En cuanto a este tipo de recursos, los que resultan de suma importancia son los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Página Web</li> <li>• Aplicativo Móvil</li> </ul> <p>Esos recursos se crearán para promocionar el emprendimiento y facilitar el acceso y ampliar el mercado de clientes.</p> <p>Adicionalmente se aplicará en la empresa un sistema de gestión contable (ERP) para administrar la economía de la empresa.</p>
INTELECTUALES	<p>Lo primordial en este emprendimiento será la seguridad del cliente durante las rutas guiadas, por lo tanto, como recurso intelectual se considera la capacitación constante del equipo de trabajo, en todas sus fases, de esta forma se garantiza la probabilidad mínima de riesgo de accidentes. Y, en caso de accidente, el equipo de trabajo tendrá las condiciones y conocimiento para aplicar los protocolos de emergencia correspondientes.</p>

Fuente: Elaboración propia

### ***Recurso Humano***

Este es uno de los aspectos relevantes de la empresa, ya que el equipo de colaboradores de esta será personal altamente calificado, capacitado e idóneo para todos los servicios ofrecidos. Por lo tanto, el proceso de selección de personal garantiza altos estándares de calidad en el servicio a los clientes.

**Figura 11.** Organigrama de la empresa



*Fuente:* Elaboración propia

### ***Recursos Físico***

Resulta necesario establecer un espacio físico para el establecimiento de la empresa, adicionalmente los recursos físicos que resultan necesarios para la puesta en marcha de este emprendimiento son:

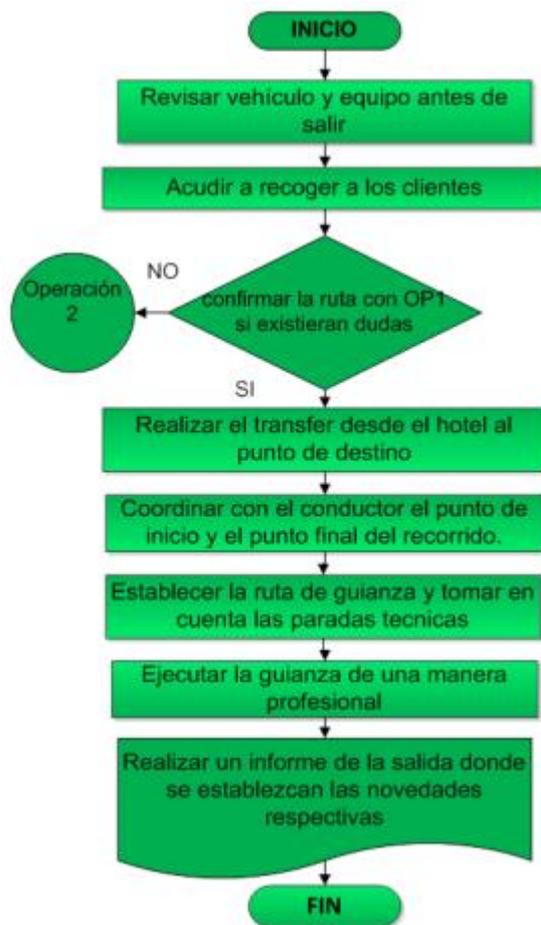
- Bicicletas
- Cascos de Seguridad
- Candados
- Chalecos de seguridad
- Instalaciones
- Vehículo
- Mobiliario y equipos



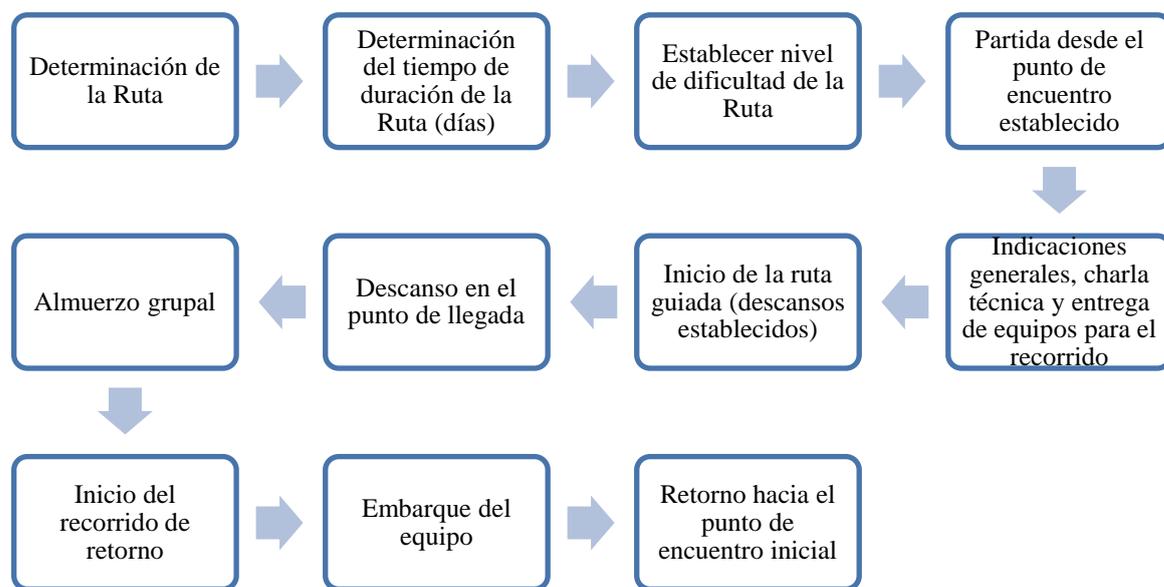
### Actividades claves

En este apartado del modelo de negocio Canvas, se determinan todas las actividades que se ejecutan en el desarrollo del negocio para conseguir el éxito de este. Para este proyecto, al tratarse de una empresa de servicios las actividades clave se enmarcan en satisfacer las necesidades del cliente y en reducir el potencial de errores que durante el servicio puedan ocurrir.

**Figura 14.** *Flujograma del proceso de producción*



*Fuente:* Elaboración propia

**Figura 15.** Explicación del proceso de producción

*Fuente:* Elaboración propia

Adicionalmente a la actividad propia del negocio, existen otras actividades complementarias que brindan valor agregado a la actividad principal propuesta, para este proyecto se establecen las siguientes:

**Tabla 21.** Actividades claves

ACCIÓN	DESCRIPCIÓN
Publicidad diversa	Uso de página web y página de Facebook para dar a conocer el negocio y los servicios del negocio, así como mantener promociones. Participación en eventos, como ferias de turismo, o en empresas que sirvan también como medio informativo. Uso de folletos que llegarán a los hoteles, puestos de información al turista y aeropuertos.

Establecer convenios	Realizar el acercamiento con diversas empresas y negocios del entorno de hospedaje y alimentación, de modo que se puedan realizar convenios que beneficien a ambas partes.
Personal altamente calificado	Este es uno de los aspectos relevantes de la empresa, ya que el equipo de colaboradores de esta será personal altamente calificado, capacitado e idóneo para todos los servicios ofrecidos. Por lo tanto, el proceso de selección de personal garantiza altos estándares de calidad en el servicio a los clientes.
Garantizar la seguridad del cliente	Brindar a todos los clientes la garantía en el cumplimiento de normas de seguridad establecidas y el personal altamente capacitado para afrontar situaciones adversas.

*Fuente:* Elaboración propia

### ***Aliados clave***

Las alianzas que la empresa debe tener tanto con colaboradores como con proveedores deben ser basadas en garantizar la calidad de los servicios o productos que se ofrecen al cliente, por lo tanto, la selección de aliados a la empresa debe ser un proceso muy riguroso y que debe ir más allá de lo económico, con esto se pretende alinear los objetivos de la empresa con todos los aliados internos y externos a la organización.

**Tabla 22. Accionistas y proveedores clave**

<b>ACCIONISTA CLAVE</b>				
<b>Nombre</b>	<b>Cédula</b>	<b>Correo</b>	<b>No. Telefónico</b>	<b>Dirección</b>
Andrés Cárdenas	1721430609	andy_sebas.12@hotmail.com	098948906	Conocoto
Marlene Calle	1715749105	jeanyce2590@gmail.com	0983297805	La Armenia
<b>PROVEEDORES CLAVE</b>				
<b>Nombre Comercial</b>	<b>Nombre Gerente</b>	<b>Dirección</b>	<b>No. Telefónico</b>	<b>Correo</b>
Bike América	Marlon Hidrobo	Av. de los Shyris y Gaspar de Villarroel	0984658231	mhidrobo@bamerica.com
JAC Motors Ecuador	Alex Amaya	Av. de Los Granados E14-215 y Eloy Alfaro	02 - 6051666	aamaya@jac.com.ec

*Fuente:* Elaboración propia

### ***Estructura de costos***

Para completar el último elemento del modelo de negocio Canvas, resulta necesario establecer los valores que conlleva la generación de la propuesta de valor a los clientes. Por lo tanto, se debe considerar si los costos son fijos, es decir no mantienen relación con la cantidad de productos o servicios producidos, o por su parte, son variables y varían en relación con el volumen de bienes o servicios.

**Tabla 23. Estructura de costos**

<b>TIPO</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
Costos Directos	Remuneración operativos Combustible Bebidas Alimentación
Costos Indirectos	Costo seguro vehicular Costo seguro accidentes (Clientes) Servicio de mantenimiento y reparación
Gastos de administración y ventas	Remuneración administrativos Arriendo Servicios básicos Publicidad Depreciación activos fijos

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 24. Presupuesto de costos anual**

<b>DETALLE</b>	<b>AÑO (1)</b>	<b>AÑO (2)</b>	<b>AÑO (3)</b>	<b>AÑO (4)</b>	<b>AÑO (5)</b>
<b>Costos Directos</b>	<b>\$38.382,00</b>	<b>\$ 38.919,35</b>	<b>\$ 39.464,22</b>	<b>\$ 40.016,72</b>	<b>\$ 40.576,95</b>
Remuneraciones Guía y Conductor	\$ 22.782,00	\$ 23.100,95	\$ 23.424,36	\$ 23.752,30	\$ 24.084,83
Combustible	\$ 1.920,00	\$ 1.946,88	\$ 1.974,14	\$ 2.001,77	\$ 2.029,80
Bebidas	\$ 2.160,00	\$ 2.190,24	\$ 2.220,90	\$ 2.252,00	\$ 2.283,52
Alimentación	\$ 11.520,00	\$ 11.681,28	\$ 11.844,82	\$ 12.010,65	\$ 12.178,79
<b>Costo Indirectos</b>	<b>\$ 9.558,00</b>	<b>\$ 9.691,81</b>	<b>\$ 9.827,50</b>	<b>\$ 9.965,08</b>	<b>\$ 10.104,59</b>
Costo seguro vehicular	\$ 750,00	\$ 760,50	\$ 771,15	\$ 781,94	\$ 792,89
Costo seguro accidentes	\$ 8.640,00	\$ 8.760,96	\$ 8.883,61	\$ 9.007,98	\$ 9.134,10
Servicio mantenimiento y reparación	\$ 168,00	\$ 170,35	\$ 172,74	\$ 175,16	\$ 177,61
<b>COSTO DE VENTAS</b>	<b>\$47.940,00</b>	<b>\$ 48.611,16</b>	<b>\$ 49.291,72</b>	<b>\$ 49.981,80</b>	<b>\$ 50.681,55</b>

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 25. Presupuesto de gastos anual**

<b>DETALLE</b>	<b>AÑO (1)</b>	<b>AÑO (2)</b>	<b>AÑO (3)</b>	<b>AÑO (4)</b>	<b>AÑO (5)</b>
<b>Gastos de Administración y Ventas</b>	<b>\$31.052,70</b>	<b>\$36.555,08</b>	<b>\$36.995,90</b>	<b>\$ 37.442,90</b>	<b>\$ 37.896,15</b>
Remuneración Gerente, Vendedor y Contador	\$ 24.932,70	\$ 25.281,76	\$ 25.635,70	\$ 25.994,60	\$ 26.358,53
Arriendo	\$ 4.200,00	\$ 4.258,80	\$ 4.318,42	\$ 4.378,88	\$ 4.440,19
Servicios básicos	\$ 480,00	\$ 486,72	\$ 493,53	\$ 500,44	\$ 507,45
Publicidad	\$ 1.440,00	\$ 1.460,16	\$ 1.480,60	\$ 1.501,33	\$ 1.522,35
Depreciación activos fijos	\$ 5.067,64	\$ 5.067,64	\$ 5.067,64	\$ 5.067,64	\$ 5.067,64
<b>Gastos No Operacionales</b>	<b>\$ 7.845,83</b>	<b>\$ 7.845,83</b>	<b>\$ 7.845,84</b>	<b>\$ 7.845,83</b>	<b>\$ -</b>
Capital	\$ 5.405,83	\$ 5.933,44	\$ 6.512,55	\$ 7.148,17	\$ -
Interés	\$ 2.440,00	\$ 1.912,39	\$ 1.333,29	\$ 697,66	\$ -
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>\$38.898,53</b>	<b>\$44.400,91</b>	<b>\$44.841,74</b>	<b>\$ 45.288,73</b>	<b>\$ 37.896,15</b>

Fuente: Elaboración propia

## Conclusiones

De acuerdo con la implementación del modelo de negocio Canvas en la creación de una empresa de servicios turísticos en bicicleta en la parroquia de Conocoto, se puede identificar una oportunidad real para la aplicación de este proyecto en el sector.

El cicloturismo es una alternativa con gran potencial en el catálogo de opciones de actividades turísticas y recreativas en el país, permitiendo fortalecer el turismo local, además, al ser una actividad física no competitiva, brinda beneficios para mejorar y mantener la salud física y mental de quienes lo practican.

En términos generales, los resultados obtenidos a través del instrumento de recolección de datos permiten establecer una importante aceptación e interés por parte de la población del sector en referencia a la creación de una empresa de servicio turísticos en la parroquia de Conocoto, por lo tanto, este proyecto pretende satisfacer esas necesidades generadas por los clientes y beneficiar el fortalecimiento económico de la parroquia.

La aplicación del modelo de negocio Canvas para el presente proyecto ha permitido dar una visión real para llevarlo a cabo de manera auténtica. Con este modelo se han establecido aspectos relevantes para implementar una empresa desde su origen, al ser un modelo aplicado con éxito durante años, se puede minimizar el cometimiento de errores y el favorecimiento en la búsqueda del éxito empresarial.

## **Recomendaciones**

Se recomienda realizar el acercamiento respectivo con otras empresas del sector con las que se pueda establecer convenios para el desarrollo económico y turístico del sector, de este modo se podrá lograr la masificación de este tipo de actividades a nivel cantonal, provincial e inclusive nacional, en beneficio de la satisfacción de las necesidades de los clientes.

Con base en los resultados obtenidos de la recopilación de datos, se recomienda realizar campañas informativas sobre los beneficios y requerimientos mínimos para la realización de actividades de cicloturismo en el sector, ya que a través de estos se puede lograr el desarrollo de la parroquia de Conocoto.

Se recomienda desarrollar todos los aspectos contemplados en el modelo de negocio Canvas de manera crítica, real y objetiva; ya que los mismos repercutirán de manera directa con el cumplimiento de los objetivos establecidos para la empresa y por lo tanto el éxito o fracaso de esta.

## Bibliografía

- Aguilar, F. (2011). Técnicas de levantamiento de Atractivos Turísticos para el desarrollo de la Actividad de Cicloturismo en la ciudad de Cuenca. *Repositorio Universidad del Azuay*.
- Ballester, A. (2016). Plan de negocio. El cicloturismo. *Repositorio Universitat de les Illes Balears*.
- Barthus, F. (2012). Aplicação do Modelo de Negócios Canvas na estruturação do E-commerce de turismo experiencial. *Repositorio Universidade Federal da Paraíba*.
- Cáceres, A. (2020). Modelo Canvas. Cartagena.
- Caro, L. (21 de 01 de 2021). *Técnicas e instrumentos para la recolección de datos*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/tecnicas-instrumentos-recoleccion-datos>.
- Castán, Y. (2014). Introducción al método científico y sus etapas. *Metodología en Salud Pública España*, 014.
- Cerón, M. (2006). *Metodologías de la investigación social*. Santiago: LOM ediciones.
- Correa, P. (2011). *Generalidades de los Presupuestos*. Obtenido de Aprende en línea.: [aprendeenlinea.udea.edu.co/lms/moodle/resource/view.php?](http://aprendeenlinea.udea.edu.co/lms/moodle/resource/view.php?)
- Cuzco, E., Erazo, J., Narváez, C., & Andrade, G. (2019). El modelo Canvas como fundamento del plan de negocios para empresas de servicios de software de la ciudad de Cuenca. *CIENCIAMATRIA*, 781-804.
- Gusqui, J. (2022). Diseño de una ruta de cicloturismo tramo Santa Lucia de Chuquipogio-Pulingui Centro, cantón Guano, provincia de Chimborazo. *Repositorio Escuela Superior Politécnica de Chimborazo*.
- Herrera, D. (2015). El modelo Canvas en la formulación de proyectos. *Cooperativismo & desarrollo*, 23(107).
- Hidrobo, S., & Estrella, N. (2012). Estudio de factibilidad para la creación de una empresa que ofrezca cicloturismo alrededor de los principales atractivos naturaleza de San Miguel de los Bancos . *Repositorio Universidad Politécnica Salesiana*.
- Magretta, J. (2002). Why business models matter. *Harvard Business Review*.
- Malqui, R. (2022). Estudio de prefactibilidad para la implementación de una empresa prestadora de servicios de cicloturismo cultural en Lima Metropolitana y turismo de aventura en Lima provincias. *Repositorio Pontifica Universidad Católica del Perú*.
- Mariela, T., Federico, S., & Karim, P. (2019). Métodos de recolección de datos para una investigación. *Repositorio Universidad Rafael Landívar*.

- Morales, N. (2015). *Investigación Exploratoria: Tipos, Metodología y Ejemplos*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/investigacion-exploratoria>.
- Nieto, E. (2018). Tipos de investigación. *Repositorio Institucional USDG*.
- Romero, R. (2022). Propuesta de promoción de cicloturismo como estrategia de turismo sostenible en el cantón Buena Fe, provincia de Los Ríos. *Repositorio Universidad Técnica Estatal de Quevedo*.
- Torres, K. (2021). Turismo alternativo como aporte al desarrollo local. Caso de estudio: cicloturismo en el cantón Tulcán. *Repositorio Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE*.
- Valencia, S. (2009). El cicloturismo y su aporte a la oferta turística de la ruta: Valdivia-Sinchal-Barcelona-Loma alta-Bambil collao-Colonche-Barbascal-Palmar. *Repositorio Escuela Superior Politécnica del Litoral*.
- Viciano, A. (2021). *Modelo Canvas para ABP y diseño de proyectos de innovación*. Andalucía.

## Anexos

### ENCUESTA



Introducción: Estamos interesados en conocer su opinión sobre el interés en la realización de actividades recreativas y turísticas a través del uso de la bicicleta como medio de transporte.

**1.- ¿Le gustaría realizar actividades recreativas y turísticas utilizando bicicleta?**

SÍ\_\_\_\_\_ TAL VEZ\_\_\_\_\_ NO\_\_\_\_\_

**2.- ¿Puede usted andar en bicicleta sin dificultad?**

SÍ\_\_\_\_\_ NO\_\_\_\_\_

**3.- ¿Cree que la utilización de bicicleta le proporciona beneficios a su salud?**

SÍ\_\_\_\_\_ NO\_\_\_\_\_

**4.- ¿Por lo general, con qué frecuencia realiza actividades turísticas o recreativas?**

Una vez por semana \_\_\_\_\_ Dos veces por semana \_\_\_\_\_ Cuatro veces al mes \_\_\_\_\_

**5.- ¿Le gustaría conocer lugares turísticos del Ecuador?**

SÍ\_\_\_\_\_ NO\_\_\_\_\_

**6.- ¿Para realizar una actividad de cicloturismo, usted prefiere?**

Utilizar bicicleta propia \_\_\_\_\_ Rentar bicicleta \_\_\_\_\_ Pedir prestada a alguien \_\_\_\_\_

**7.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una actividad de cicloturismo?**

\$45\_\_\_\_\_ \$55\_\_\_\_\_ \$70\_\_\_\_\_ \$80 \_\_\_\_\_

**8.- ¿Con quién le gustaría realizar actividades de cicloturismo?**

Solo/a \_\_\_\_\_ Con amigos/as \_\_\_\_\_ Con familiares \_\_\_\_\_ Con pareja \_\_\_\_\_

Agradecemos el tiempo destinado para responder nuestra encuesta

**Tabla 26. Valoración de la Inversión**

<b>ACTIVO</b>	<b>VALOR ORIGINAL</b>
Maquinaria y equipos	\$ 6.500,00
Vehículos	\$ 19.000,00
Equipos de computo	\$ 800,00
Equipo de oficina	\$ 220,00
Muebles y enseres	\$ 350,00
Suministros de oficina	\$ 70,00
Suministros de limpieza	\$ 100,00
Publicidad inicial	\$ 250,00
Garantía del local	\$ 600,00
Constitución y permisos	\$ 450,00
<b>TOTALES</b>	<b>\$ 28.340,00</b>
Gastos Imprevistos 5%	<b>\$ 1.417,00</b>
<b>TOTAL INVERSION</b>	<b>\$ 29.757,00</b>

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 27. Simulación de crédito**

*Detalle Simulación de Crédito*

<b>Tipo</b>	<i>PYME</i>		
<b>Destino</b>	<i>Activo Fijo</i>	<b>Tasa Nominal(%)</b>	9.76
<b>Sector Económico</b>		<b>Tasa Efectiva(%)</b>	9.76
<b>Facilidad</b>	<i>Pequeña y Mediana Empresa</i>	<b>Monto(USD)</b>	14,500.00
<b>Tipo Amortización</b>	<i>Cuota Fija</i>	<b>Plazo(Años)</b>	4
<b>Forma de Pago</b>	<i>Anual</i>	<b>Fecha Simulación</b>	15/02/2024

<b>Periodo</b>	<b>Saldo</b>	<b>Capital</b>	<b>Interés</b>	<b>Cuota</b>
0	\$ 25.000,00			
1	\$ 19.594,17	\$ 5.405,83	\$ 2.440,00	\$ 7.845,83
2	\$ 13.660,72	\$ 5.933,44	\$ 1.912,39	\$ 7.845,83
3	\$ 7.148,17	\$ 6.512,55	\$ 1.333,29	\$ 7.845,83
4	\$ -	\$ 7.148,17	\$ 697,66	\$ 7.845,83
	<b>Totales</b>	<b>\$24.999,99</b>	<b>\$ 6.383,34</b>	<b>\$31.383,32</b>

Fuente: BanEcuador

**Tabla 28. Depreciaciones y amortizaciones**

ACTIVO	VALOR ORIGINAL	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION PROYECTADA 5 años	SALDO EN LIBROS
Maquinaria y equipos	\$ 6.500,00	\$ 650,00	\$ 3.250,00	\$ 3.250,00
Vehículos	\$ 19.000,00	\$ 3.800,00	\$ 19.000,00	\$ -
Equipos de computo	\$ 800,00	\$ 266,64	\$ 799,92	\$ 0,08
Equipo de oficina	\$ 220,00	\$ 22,00	\$ 110,00	\$ 110,00
Muebles y enseres	\$ 350,00	\$ 35,00	\$ 175,00	\$ 175,00
Suministros de oficina	\$ 70,00	\$ 14,00	\$ 70,00	\$ -
Suministros de limpieza	\$ 100,00	\$ 20,00	\$ 100,00	\$ -
Publicidad inicial	\$ 250,00	\$ 50,00	\$ 250,00	\$ -
Garantía del local	\$ 600,00	\$ 120,00	\$ 600,00	\$ -
Constitución y permisos	\$ 450,00	\$ 90,00	\$ 450,00	\$ -
<b>TOTALES</b>	<b>\$ 28.340,00</b>	<b>\$ 5.067,64</b>	<b>\$24.804,92</b>	<b>\$ 3.535,08</b>
		<b>DEPRECIACIONES</b>	\$ 4.773,64	
		<b>AMORTIZACIONES</b>	\$ 294,00	

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 29. Presupuesto sueldos**

CARGO	PERSONAS	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	APORTE SEGURO	TOTAL
GERENTE	1	\$ 750,00	\$ 9.000,00	\$ 750,00	\$ 425,00	\$ 83,63	\$ 11.178,50
VENTA Y MARKETING	1	\$ 450,00	\$ 5.400,00	\$ 450,00	\$ 425,00	\$ 50,18	\$ 6.877,10
GUIAS	2	\$ 500,00	\$ 12.000,00	\$ 500,00	\$ 850,00	\$ 111,50	\$ 15.188,00
CONDUCTOR	1	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 500,00	\$ 425,00	\$ 55,75	\$ 7.594,00
CONTADOR	1	\$ 450,00	\$ 5.400,00	\$ 450,00	\$ 425,00	\$ 50,18	\$ 6.877,10
						<b>TOTAL</b>	<b>\$ 62.544,25</b>

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 30. Presupuesto de Costos anual**

DETALLE	AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)
<b>Costos Directos</b>	<b>\$38.382,00</b>	<b>\$ 38.919,35</b>	<b>\$ 39.464,22</b>	<b>\$ 40.016,72</b>	<b>\$ 40.576,95</b>
Remuneraciones Guía y Conductor	\$ 22.782,00	\$ 23.100,95	\$ 23.424,36	\$ 23.752,30	\$ 24.084,83
Combustible	\$ 1.920,00	\$ 1.946,88	\$ 1.974,14	\$ 2.001,77	\$ 2.029,80
Bebidas	\$ 2.160,00	\$ 2.190,24	\$ 2.220,90	\$ 2.252,00	\$ 2.283,52
Alimentación	\$ 11.520,00	\$ 11.681,28	\$ 11.844,82	\$ 12.010,65	\$ 12.178,79
<b>Costo Indirectos</b>	<b>\$ 9.558,00</b>	<b>\$ 9.691,81</b>	<b>\$ 9.827,50</b>	<b>\$ 9.965,08</b>	<b>\$ 10.104,59</b>
Costo seguro vehicular	\$ 750,00	\$ 760,50	\$ 771,15	\$ 781,94	\$ 792,89
Costo seguro accidentes	\$ 8.640,00	\$ 8.760,96	\$ 8.883,61	\$ 9.007,98	\$ 9.134,10
Servicio mantenimiento y reparación	\$ 168,00	\$ 170,35	\$ 172,74	\$ 175,16	\$ 177,61
<b>COSTO DE VENTAS</b>	<b>\$47.940,00</b>	<b>\$ 48.611,16</b>	<b>\$ 49.291,72</b>	<b>\$ 49.981,80</b>	<b>\$ 50.681,55</b>

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 31. Presupuesto de Gastos**

DETALLE	AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)
<b>Gastos de Administración y Ventas</b>	<b>\$31.052,70</b>	<b>\$36.555,08</b>	<b>\$36.995,90</b>	<b>\$ 37.442,90</b>	<b>\$ 37.896,15</b>
Remuneración Gerente, Vendedor y Contador	\$ 24.932,70	\$ 25.281,76	\$ 25.635,70	\$ 25.994,60	\$ 26.358,53
Arriendo	\$ 4.200,00	\$ 4.258,80	\$ 4.318,42	\$ 4.378,88	\$ 4.440,19
Servicios básicos	\$ 480,00	\$ 486,72	\$ 493,53	\$ 500,44	\$ 507,45
Publicidad	\$ 1.440,00	\$ 1.460,16	\$ 1.480,60	\$ 1.501,33	\$ 1.522,35
Depreciación activos fijos	\$ 5.067,64	\$ 5.067,64	\$ 5.067,64	\$ 5.067,64	\$ 5.067,64
<b>Gastos No Operacionales</b>	<b>\$ 7.845,83</b>	<b>\$ 7.845,83</b>	<b>\$ 7.845,84</b>	<b>\$ 7.845,83</b>	<b>\$ -</b>
Capital	\$ 5.405,83	\$ 5.933,44	\$ 6.512,55	\$ 7.148,17	\$ -
Interés	\$ 2.440,00	\$ 1.912,39	\$ 1.333,29	\$ 697,66	\$ -
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>\$38.898,53</b>	<b>\$44.400,91</b>	<b>\$44.841,74</b>	<b>\$ 45.288,73</b>	<b>\$ 37.896,15</b>

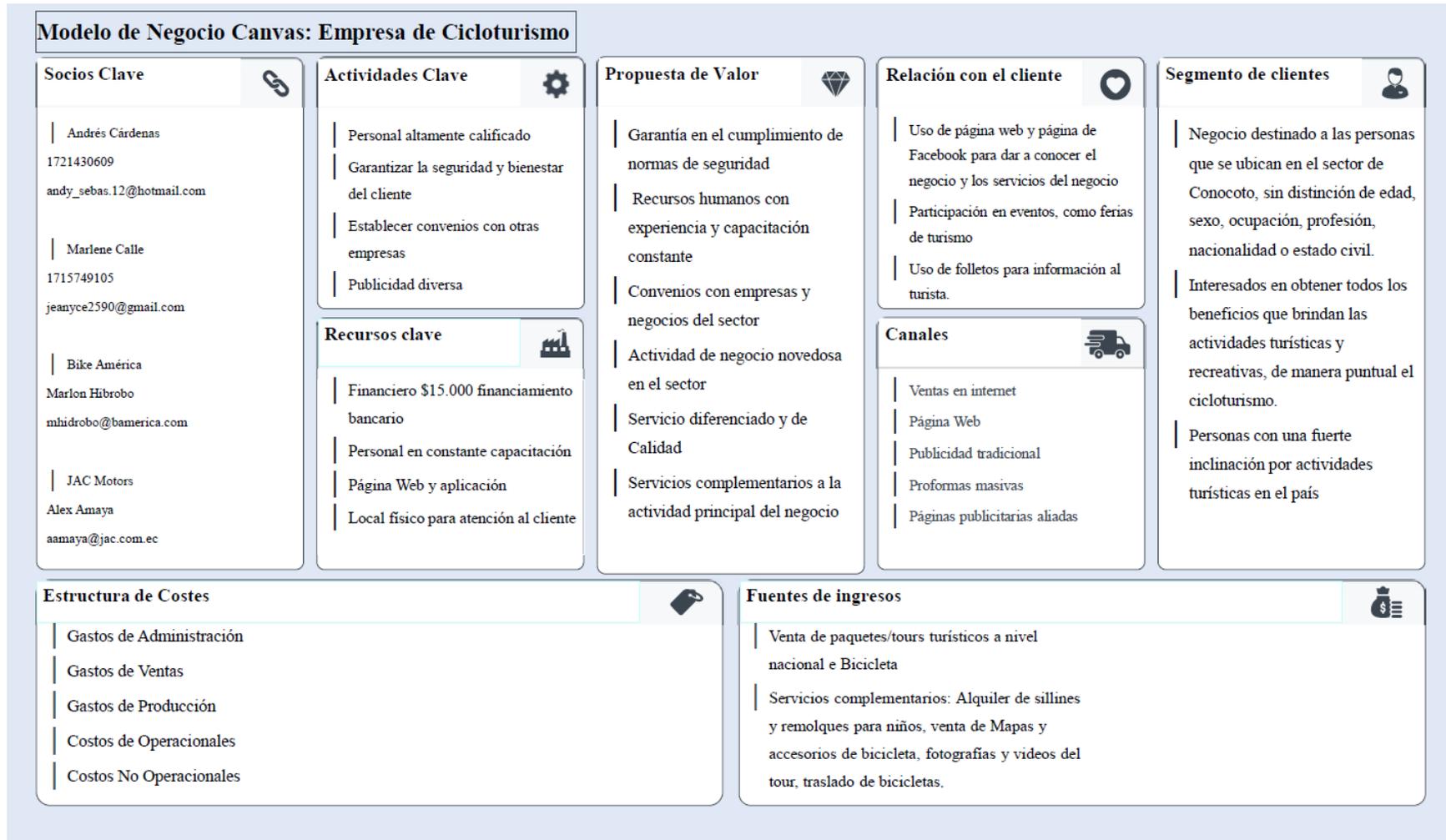
Fuente: Elaboración propia

Tabla 32. Balance de Resultados

CUENTAS	AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)
VENTAS	\$ 102.000,00	\$ 118.029,60	\$ 136.708,94	\$ 165.096,33	\$ 199.620,59
(-) COSTOS DE VENTAS	\$ 47.940,00	\$ 48.611,16	\$ 49.291,72	\$ 49.981,80	\$ 50.681,55
<b>(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>\$ 54.060,00</b>	<b>\$ 69.418,44</b>	<b>\$ 87.417,22</b>	<b>\$ 115.114,53</b>	<b>\$ 148.939,04</b>
<b>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS</b>	<b>\$ 36.120,34</b>	<b>\$ 36.555,08</b>	<b>\$ 36.995,90</b>	<b>\$ 37.442,90</b>	<b>\$ 37.896,15</b>
Remuneración Gerente, Vendedor y Contador	\$ 24.932,70	\$ 25.281,76	\$ 25.635,70	\$ 25.994,60	\$ 26.358,53
Arriendo	\$ 4.200,00	\$ 4.258,80	\$ 4.318,42	\$ 4.378,88	\$ 4.440,19
Servicios básicos	\$ 480,00	\$ 486,72	\$ 493,53	\$ 500,44	\$ 507,45
Publicidad	\$ 1.440,00	\$ 1.460,16	\$ 1.480,60	\$ 1.501,33	\$ 1.522,35
Depreciación activos fijos	\$ 5.067,64	\$ 5.067,64	\$ 5.067,64	\$ 5.067,64	\$ 5.067,64
<b>GASTOS NO OPERACIONALES</b>	<b>\$ 7.845,83</b>	<b>\$ 7.845,83</b>	<b>\$ 7.845,84</b>	<b>\$ 7.845,83</b>	<b>\$ -</b>
(-) Capital	\$ 5.405,83	\$ 5.933,44	\$ 6.512,55	\$ 7.148,17	\$ -
(-) Interés	\$ 2.440,00	\$ 1.912,39	\$ 1.333,29	\$ 697,66	\$ -
<b>(=) U.A.P</b>	<b>\$ 10.093,83</b>	<b>\$ 25.017,53</b>	<b>\$ 42.575,48</b>	<b>\$ 69.825,80</b>	<b>\$ 111.042,89</b>
(-) Participación Trabajadores 15%	\$ 1.514,07	\$ 3.752,63	\$ 6.386,32	\$ 10.473,87	\$ 16.656,43
<b>(=) U.A.I.R</b>	<b>\$ 8.579,76</b>	<b>\$ 21.264,90</b>	<b>\$ 36.189,16</b>	<b>\$ 59.351,93</b>	<b>\$ 94.386,46</b>
(-) Impuesto a la Renta 25%	\$ 2.144,94	\$ 5.316,23	\$ 9.047,29	\$ 14.837,98	\$ 23.596,61
<b>(=) UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO</b>	<b>\$ 6.434,82</b>	<b>\$ 15.948,68</b>	<b>\$ 27.141,87</b>	<b>\$ 44.513,95</b>	<b>\$ 70.789,84</b>
<b>% de utilidad neta</b>	6,31%	13,51%	19,85%	26,96%	35,46%

Fuente: Elaboración propia

**Figura 16.** Lienzo del Negocio Canvas



*Fuente:* Elaboración propia



# CARDENAS\_CAMPANA\_ANDRES\_SEBASTIA N\_2\_4\_TSADQ\_3\_ADM1\_JCZ



<b>Nombre del documento:</b> CARDENAS_CAMPANA_ANDRES_SEBASTIAN_2_4_TSADQ_3_ADM1_JCZ.pdf <b>ID del documento:</b> 1be90cf80c5cfbf5b8f9232558fb41b726bd939 <b>Tamaño del documento original:</b> 1,04 MB	<b>Depositante:</b> Evelyn Cadena <b>Fecha de depósito:</b> 6/2/2024 <b>Tipo de carga:</b> interface <b>fecha de fin de análisis:</b> 6/2/2024	<b>Número de palabras:</b> 13.853 <b>Número de caracteres:</b> 107.270
--	---	---

Ubicación de las similitudes en el documento:



## Fuentes principales detectadas

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	<a href="https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/23721/1/T-ESPE-044255.pdf">repositorio.espe.edu.ec</a> https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/23721/1/T-ESPE-044255.pdf 23 fuentes similares	1%		Palabras idénticas: 1% (237 palabras)
2	<a href="https://repositorio.tecnologicopichincha.edu.ec/bitstream/123456789/463/1/Apunte%20lv%C3%A1n.pdf">repositorio.tecnologicopichincha.edu.ec</a> https://repositorio.tecnologicopichincha.edu.ec/bitstream/123456789/463/1/Apunte lván.pdf 23 fuentes similares	1%		Palabras idénticas: 1% (209 palabras)
3	<b>PROYECTO FINAL ADRIANA CARDENAS.pdf</b>   <b>PROYECTO FINAL ADRIANA C...</b> #00ffc4 El documento proviene de mi grupo 9 fuentes similares	1%		Palabras idénticas: 1% (200 palabras)
4	<a href="https://pdfslide.net/documents/carrera-de-administracin-de-empresas-titulo-modelo-carrera-de-ad...">pdfslide.net</a>   (PDF) Carrera de Administración de Empresas Título: Modelo .....Car... https://pdfslide.net/documents/carrera-de-administracin-de-empresas-titulo-modelo-carrera-de-ad... 9 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (118 palabras)
5	<a href="https://repositorio.tecnologicopichincha.edu.ec/bitstream/123456789/421/1/VIZUETE%20CALDERON%20C...">repositorio.tecnologicopichincha.edu.ec</a> https://repositorio.tecnologicopichincha.edu.ec/bitstream/123456789/421/1/VIZUETE CALDERON C...	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (59 palabras)

## Fuentes con similitudes fortuitas

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	<a href="http://repositorio.espe.edu.ec:8080/bitstream/21000/36740/6/T-ESPE-052870.pdf">repositorio.espe.edu.ec</a> http://repositorio.espe.edu.ec:8080/bitstream/21000/36740/6/T-ESPE-052870.pdf	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (39 palabras)
2	<a href="https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/12544/5/T-ESPE-049799.pdf.txt">repositorio.espe.edu.ec</a> https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/12544/5/T-ESPE-049799.pdf.txt	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (38 palabras)
3	<a href="https://dspace.ucacue.edu.ec/bitstream/ucacue/10722/3/JULISSA%20MAITHE%20CORONEL%20ARGUDO%20-%20ORE...">dspace.ucacue.edu.ec</a> https://dspace.ucacue.edu.ec/bitstream/ucacue/10722/3/JULISSA MAITHE CORONEL ARGUDO - ORE...	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (39 palabras)
4	<b>Documento de otro usuario</b> #1d77f2 El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (16 palabras)
5	<a href="http://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/5426/1/08663.pdf">dspace.uazuay.edu.ec</a> http://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/5426/1/08663.pdf	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (19 palabras)

**Fuente mencionada (sin similitudes detectadas)** Estas fuentes han sido citadas en el documento sin encontrar similitudes.

1	<a href="https://www">https://www</a>
---	---------------------------------------