



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA
ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**COMPONENTE PRÁCTICO DE EXAMEN COMPLEXIVO
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

ENSAYO:

**RECURSOS CLAVES Y ACTIVIDADES CLAVES PARA LA IDEA DE
NEGOCIO BIKE AND COMFORT PROVINCIA DE SANTA ELENA,
CANTÓN SANTA ELENA, AÑO 2021.**

AUTOR:

ALEJANDRO MAGALLANES ARIEL ANTONIO

TUTOR:

ING MANUEL SERRANO LUYO, MSC.

**La Libertad, Ecuador
2021**

APROBACIÓN DEL PROFESOR TUTOR

En mi calidad de Profesor Tutor del Ensayo titulado, “Recursos Claves Y Actividades Claves Para La Idea De Negocio Bike And Comfort Provincia De Santa Elena, Cantón Santa Elena. Elaborado por el señor ARIEL ANTONIO ALEJANDRO MAGALLANES , de la Carrera Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Licenciado en Administración de Empresas, con la modalidad Trabajo de Integración Curricular, me permito declarar que luego de haber dirigido científicamente y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, éste cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente



Ing. Manuel Serrano Luyo, MSc.

PROFESOR TUTOR

AUTORÍA DEL TRABAJO

El presente Trabajo de Titulación constituye un requisito previo a la obtención del título de Licenciado en Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Yo, **ARIEL ANTONIO ALEJANDRO MAGALLANES** con cédula de identidad 2450104712 declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad; el patrimonio intelectual del mismo pertenece a la Universidad Estatal Península de Santa Elena.



ARIEL ANTONIO ALEJANDRO MAGALLANES

DEDICATORIA

Esta tesis esta dedicada a:

A Dios quien ha sido mi guía y quien ha fortalecido todos mis pasos y ha permitido cumplir esta meta

A mis padres Antonio y Carmen quienes con su amor, paciencia y esfuerzo me han permitido llegar a cumplir hoy un sueño más, gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y valentía

A mis hermanos por su cariño y apoyo incondicional, durante todo este proceso, por estar conmigo en todo momento gracias. A toda mi familia porque con sus oraciones, consejos y palabras de aliento hicieron de mí una mejor persona y de una u otra forma me acompañan en todos mis sueños y metas.

A mi esposa que permaneció a mi lado en malos y buenos momento quien siempre estuvo conmigo sin importar cualquier adversidad que sucediera que nunca dejo de creer en mí y en mis capacidades que podría lograr esta meta propuesta gracias.

Finalmente quiero dedicar esta tesis a todos mis amigos, por apoyarme cuando más lo necesitaba, por extender su mano en momentos difíciles y por el amor brindado cada día gracias

Ariel Antonio Alejandro Magallanes

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, quiero agradecer a Dios, por fortalecerme y llenarme de mucha sabiduría y guiarme por el camino correcto.

Y quiero demostrar mi más gratitud aquellas personas que siempre permanecieron en esta meta, agradezco a toda su colaboración, a sus palabra motivadora y conocimiento brindado

A mis compañeros, quienes a través con el tiempo fuimos fortaleciendo una amistad y creando una familia, muchas gracias por toda su colaboración, por convivir todo este tiempo conmigo, por compartir experiencias, alegrías, celebraciones y múltiples factores que ayudaron a que hoy seamos como una familia, por aportarme confianza y por crecer juntos, muchas gracias.

A los docentes que cada día fueron fortaleciendo los conocimientos en las aulas de clases y en especial al tutor de tesis que con la ayuda brindada hoy es posible presentar el trabajo de titulación a las autoridades.

Por último, quiero agradecer a la base de todo, a mi familia, en especial a mis padres, que quienes con sus consejos fueron el motor de arranque y mi constante motivación, muchas gracias por su paciencia y comprensión, y sobre todo por su amor.

¡Muchas gracias por todo!

TRIBUNAL DE GRADO



Ing. Libi Caamaño López, MSc.

**DELEGADO DEL DIRECTOR (E) DE
LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN
EMPRESA**



Ing Manuel Serrano Luyo, MSc.

**DOCENTE TUTOE DE LA
CARREA ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESA**



Ing. Divar Castro Loor., MSC.

**DOCENTE ESPECIALISTA DE LA
CARRERA ADMINISTRACIÓN
DE EMPRESA**



Ing. Sabina Villón Perero Mgt.

**DOCENTE GUÍA DE LA CARRERA
ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESA**



ARIEL ANTONIO ALEJANDRO MAGALLANES

**ESTUDIANTE DE LA CARRERA
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA**

INDICE

RESUMEN	8
ABSTRACT	9
INTRODUCCIÓN	10
DESARROLLO	11
CONCLUSIONES	20
RECOMENDACIONES	20
REFERENCIAS	21

RECURSOS CLAVES Y ACTIVIDADES CLAVES PARA LA IDEA DE NEGOCIO BIKE AND COMFORT PROVINCIA DE SANTA ELENA, CANTÓN SANTA ELENA, AÑO 2021.

RESUMEN

En la actualidad el mercado tiene mucha competencia de diferentes campos empresariales y es así que para poder ingresar al mercado no solo se debe de contar con el capital, por consiguiente, el tener un modelo de negocio permite a la empresa sobresalir de la competencia. El ensayo es una investigación descriptiva que busca determinar cuáles son las actividades claves y recursos claves del modelo de canvas para la idea de negocio Bike And Comfort. La identificación de las actividades claves y recursos claves permiten a la idea de negocio tener una clara ventaja sobre su competencia debido a que parte bien organizada por ende prioriza las actividades que generan valor a la empresa y dejan a un lado las actividades innecesarias que no contribuyen al desarrollo de la organización, así evita estar saturados por actividades y tener recursos en exceso. Las actividades claves como la identificación de proveedores, la selección de las materias primas y el seguimiento son actividades que generan valor para la idea de negocio Bike and Comfort

palabra claves: modelo canvas, recursos claves, actividades claves.

TOPIC: KEY RESOURCES AND KEY ACTIVITIES FOR THE BUSINESS IDEA BIKE AND COMFORT PROVINCE OF SANTA ELENA, CANTÓN SANTA ELENA, YEAR 2021.

ABSTRACT

At present, the market has a lot of competition from different natures and it is thus that in order to enter the market not only must have capital, therefore, having a business model allows the company to stand out from the competition.

The essay is a descriptive investigation that seeks to determine what are the key activities and key resources of the canvas model for the Bike and Comfort business idea.

The identification of the key activities and key resources allow the business idea to have a clear advantage over its competition due to the well-organized part therefore prioritizing the activities that generate value for the company and leaving aside unnecessary activities that it does not use. to the development of the organization, thus avoiding being saturated by activities and having excess resources.

Key activities such as supplier identification, selection of raw materials and monitoring are activities that generate value for the Bike and Comfort business idea.

keywords: canvas model, key resources, key activities.

INTRODUCCIÓN

Este ensayo se enfoca en dos componentes del lienzo del modelo canvas tales como, recursos claves, actividades claves que son elementos fundamentales para la puesta en marcha de un proyecto, en donde se debe identificar las actividades principales de la empresa y con ello poder asignar los recursos necesarios para el desarrollo de las actividades ya establecidas.

El objetivo del ensayo es determinar cuáles son las actividades y recursos claves necesarios para el desarrollo de la idea de negocio BIKE AND COMFORT que puedan garantizar una rentabilidad positiva.

La idea de negocio Bike and Comfort propone la venta de bicicletas para determinado segmento de mercado en la provincia de Santa Elena dentro de sus servicios estará el mantenimiento de las bicicletas, la idea de negocio complementa sus servicios a través de una tienda virtual, donde los clientes podrán acceder a una bicicleta acorde a sus expectativas y sin necesidad de visitar la tienda física.

Para que este emprendimiento se lleve a cabo se necesita recursos tales como, el préstamo bancario que es fundamental para el negocio ya que con él se podrá adquirir activos que necesita la empresa, otros de los recursos son los proveedores quienes nos facilitaran las bicicletas; entre los componentes del modelo canvas encontramos las actividades claves como el servicio de postventa debido a que conoceremos sí que el cliente está satisfecho con nuestro servicio.

Así mismo, el ensayo pretende responder a la siguiente incógnita, ¿cómo contribuyen las actividades y recursos claves a la idea de negocio de Bike and Comfort?

El ensayo es una investigación descriptiva con un enfoque cualitativo, se utilizó técnicas de investigación documentales utilizando una encuesta a una muestra determinada.

DESARROLLO

El progreso de los recursos y actividades, consiste en implantar acciones para las mejoras en cuanto a las tareas que forman parte de la producción y comercialización de los productos que ofrece Bike and Comfort, siendo necesario partir desde una apropiada integración de todos los recursos, asegurando que cada una de las actividades o métodos, que forman parte de la organización, se puedan fusionar de manera apropiada. Esto se genera a partir de un conocimiento amplio de los patrimonios, proporcionando la capacidad de aprovechar los recursos y el nexo en la adquisición de socios potenciales.

Los recursos claves consisten en los activos o materiales que permiten a Bike and Comfort, desenvolverse y alcanzar los objetivos propuestos, logrando así adquirir un posicionamiento en el mercado. Estos también permiten generar una buena relación con el segmento de clientes, el cual se encuentra dividido en cesiones como son intelectuales, financiero, humano y físico.

Las actividades claves hacen referencia a todo lo que es necesario utilizar, para armar una propuesta de valor y acceder a información sobre las ofertas que se pueden aplicar. También es necesario las actividades clave a la hora de elaborar el producto, otro de los puntos necesarios que se debe considerar son las actividades que se requieren para la propuesta de valor, como cuales serían nuestro posibles canales y fuentes de ingresos

Los modelos de negocio, requieren recursos claves, que permitan a las empresas crear y ofrecer una propuesta de valor diferenciadora, mediante el cual se pretende entregar un producto o servicio, con un desenvolvimiento superior al de la competencia y que a su vez, les genere la facilidad de llegar a más clientes, establecer relaciones con los diferentes segmentos de mercado y percibir ingresos (Osterwalder & Pigneur, 2013).

Debido a que el modelo de negocio, es la forma en que una persona u organización genera, obtiene y entrega valor al cliente, se torna indispensable para la empresa, destacar de entre la competencia con ideas innovadoras, resultando más

interesante para el cliente y a su vez, conseguir llegar a un mercado mucho más amplio y posicionarse como líder del mismo.

Los recursos claves son todos aquellos elementos fundamentales a la hora de la creación de una propuesta de valor y a su vez, para la implementación de un negocio, estos pueden ser: capital, marcas e instalaciones, las misma que permiten el correcto funcionamiento a futuro, siendo parte del lienzo del modelo canvas. Todo negocio requiere de activos y bienes que permitan un funcionamiento óptimo. Los recursos clave pueden ser de muchos tipos dependiendo del negocio que se esté desarrollando. (Catalina Valencia , 2019)

Al momento de implementar una empresa, se debe conocer a profundidad, cada uno de los elementos que resultan indispensables en la ejecución de la misma, debido a que, de estas depende el éxito o fracaso de la organización, teniendo definido cada uno de estos elementos resulta más fácil tener un mejor control y una correcta organización.

Los recursos son activos necesarios que producen beneficios y esto permite a la organización crear su propia propuesta de valor, las cuales dividen en físico, económico, intelectual y humano, siendo estos de suma importancia para el modelo canvas y así poder lograr los objetivos propuestos. Cada uno de los modelos de negocios, requieren de recursos claves, que permitan a las empresas llegar a los diferentes tipos de mercados, estableciendo relaciones y percibiendo ingresos (Segura Salvador , 2016).

Los beneficios que una empresa logra, ya sean estos, físicos, económicos, intelectuales o humanos, le permite generar una propuesta de valor lo suficientemente definida, para poder lograr los objetivos y abarcar un mercado mucho más amplio con riesgos mínimos.

El recurso humano, dentro de la organización es de total importancia, por lo cual es necesario capacitar a los trabajadores en el área que corresponda, la empresa estudiara a cada uno de sus colaboradores para desarrollar al máximo su potencial y generar un buen desenvolvimiento y un mayor existo en la organización. Su principal finalidad es el mantenimiento y mejora de las relaciones personales entre los directivos y colaboradores en todas las áreas (Oscar Pérez, 2016).

El talento humano dentro de toda empresa, resulta un recurso indispensable, debido a que esta es parte fundamental del correcto funcionamiento de la misma, por ende, es necesario la constante actualización de conocimiento mediante capacitaciones o cursos, en el área que corresponda, para aprovechar al máximo el potencial de cada uno de los trabajadores.

Para toda organización es importante que el cliente se sienta satisfecho a la hora de realizar alguna compra, lo cual conlleva a establecer, que un buen Servicio al cliente, debe ir encaminado a mejorar la experiencia que genera cada vez que se relacionan a una actividad comercial. Por tanto, en un primer momento las empresas deben concentrar sus esfuerzos en conocer las necesidades, expectativas y percepciones que tienen sus clientes antes, durante y después de la compra de su producto o la utilización de su servicio. (ESIC, 2018)

A lo largo del tiempo, el cliente se ha tornado más juicioso en cuanto a lo que consume día a día, demandando más atención, calidad y precio. Para compensar sus necesidades y exigencias, la empresa se ve en la obligación de mejorar cada día la relación directa con el cliente, siendo este, la razón de ser de la organización.

Se denomina equipo tecnológico a los recursos tecnológicos que pueden ser; tangibles (computadora, impresora, fax, entre otros) o intangibles (un sistema, aplicación virtual y demás). Es un medio que se vale de la tecnología para cumplir con los propósitos y alcanzar el éxito de la empresa. La tecnología siempre está evolucionando y si la empresa quiere ser líder en el mercado, tiene que sobresalir de los diferentes competidores dominando este ámbito tecnológico. (Pérez Porto & Merino, 2010)

La tecnología es un recurso, que con el tiempo se convirtió en una herramienta fundamental dentro de las empresas, desde su implementación ha generado cambios en la estructura de las organizaciones empresariales, requiriendo que cada organización tenga que estar en constante adaptación a las nuevas herramientas para poder sobresalir, debido a que una empresa que no se adapta es una empresa orientada al fracaso.

Al momento de generar las actividades claves, se presentan varias preguntas tales como: ¿Qué actividades clave requiere tu propuesta de valor? ¿Qué actividades son más importantes en los canales de distribución, relaciones con los clientes, flujo de ingresos? Dichas interrogantes facilitan conocer las actividades que ayudan a la empresa en el cumplimiento de la propuesta de valor (Santiago Mendoza , 2020).

Al momento de que la empresa define y genera sus actividades claves, debe formar varias interrogantes, que le permita adelantarse a ciertas situaciones y estar preparados para sobrellevaras de la mejor manera posible, sin generar inconvenientes en torno a los objetivos de la organización.

Las actividades claves están directamente conectadas a los canales de distribución, estas son definidas como el conjunto de actuaciones que se lleva a cabo a partir de la finalización de la fabricación del bien, hasta el instante que dicho bien es adquirido por el consumidor final. La cadena de distribución está ligada como pieza clave dentro de la comunicación ejercida por las empresas y los consumidores (CEPAL, 1991).

Se conoce como un canal de distribución al recorrido que el producto persigue, desde el momento de su fabricación hasta llegar al consumidor final. Definir los canales de distribución de la empresa, es un punto de suma importancia, debido a que facilita el control de calidad del mismo.

Para la creación y oferta de propuestas de valor, es de suma importancia comprender de manera satisfactoria los patrones de creación de valor, potenciar las habilidades y experiencias del equipo de trabajo, evitando perder tiempo y a su vez reducir el riesgo que se presenta, al momento de aplicar de manera sistemática las herramientas y procesos (Osterwalder, Pigneur, Smith, Bernarda, & Papadacos, 2015).

La propuesta de valor consiste en hacer apreciar a los clientes cada uno de los privilegios que alcanzará al adquirir el producto, lo primordial es conseguir que se incline por cualquier producto de la empresa y no por el de la competencia. Hay que generarle la fidelidad y que conozca los beneficios que obtendrá con la empresa y que no encontrara con la competencia.

Una correcta administración debe tener identificadas las actividades claves que intervienen en el proceso de construcción de la propuesta de valor, las mismas que son necesarias para que sea implementada y resulte atractiva a los clientes, posicionando a la empresa o producto como primera opción y así poder vender, fidelizar y generar ingresos. (Nantik lum , 2018)

Identificar cada una de las actividades claves de la organización, es un punto vitalicio al momento de mantener la correcta administración de la empresa y el control total sobre cada una de ellas, logrando así conseguir alternativas muy llamativas para el mercado.

Es de suma necesidad la implementación de actividades claves que ayuden en la creación de la propuesta de valor, teniendo como primera actividad, la identificación de los proveedores, para delimitar el traslado de los artículos. Se cataloga como proveedor tanto a una persona o una empresa, la misma que se encarga de abastecer a otras organizaciones con existencias de los productos (Finanza Corporativa, 2016).

La propuesta de valor, necesita de actividades que le ayuden en la consolidación de la misma, para poseer un mayor control y cerciorarse de que los productos cumplan con los estándares de calidad, desde el momento en que los proveedores abastecen a la organización.

La selección de materia prima es otro punto clave para la fidelización del cliente, debido a que la empresa debe entregar un producto de calidad que cumpla con sus estándares y requisitos de los consumidores, por lo que se debe verificar en los almacenes, si el producto o los repuestos se encuentran en las condiciones idóneas para ser ofertados. El objetivo de la selección de materia prima se fundamenta en el control de manera eficiente y eficaz de un bien, para cumplir las expectativas del consumidor, este efecto será a largo plazo y está encaminado a la eficiencia de la organización (Gonzalez Gómez & Carro Paz, 2017)

Los proveedores son pieza fundamental dentro de la empresa, por lo que se debe escoger a los mejores, debido a que esto influye de manera directa con el logro de los objetivos y el cumplimiento de las expectativas del cliente. Es necesario, una buena comunicación entre la empresa y los distribuidores, cuidando los intereses mutuos.

El servicio posventa consiste en realizar un seguimiento de las compras efectuadas por el cliente en la empresa, siendo una estrategia que sirve para fidelizar a los consumidores y crear una relación más estrecha entre la empresa y sus clientes. El servicio post venta involucra, continuar ofreciendo una buena atención en la etapa que el cliente usa el producto, consiguiendo información que permita a la empresa mejorar y destacar (Laura molera , 2019).

Conforme crece la competencia, las empresas se ven en la obligación de implementar nuevas estrategias de venta que le permita destacar en el mercado tan saturado en el que se desarrolle. A partir de esta situación nace el servicio posventa, encargado de hacer un seguimiento al cliente y conocer si el producto, es de su agrado y conocer en que se puede mejorar.

Para poder detectar a los potenciales socios claves de una empresa, es de total relevancia contar con una planificación estratégica del negocio, siendo el Canvas un modelo útil y sencillo. Los socios clave son asociaciones transcendentales que influyen en gran magnitud en el crecimiento y funcionamiento óptimo de la empresa (Francisco J., 2013).

Existe un amplio mercado de personas que buscan empresas en las que puedan invertir y formar una sociedad de intereses comunes, pero no todos comparten los mismos intereses, por lo que se debe estudiar y analizar muy bien a los prospectos a inversionistas de la empresa y así alcanzar un crecimiento y el logro de los objetivos comunes.

La organización debe generar asociaciones, con personas o empresas que aporten con recursos financieros, con el fin de funcionar correctamente y generar mayor circulación de efectivo e inversiones que lleven a la organización a la cima de sus objetivos. Las empresas también se deben de encargar de cuidar los intereses

de sus socios para mantener una estrecha comunicación y duradera aportación de dichos recursos (Remolins, 2017).

Los recursos financieros son muy relevantes para la empresa debido a que constituye el medio primordial al momento de realizar inversiones, que permiten alcanzar los objetivos planteados de la organización, financiando nuevas estrategias para el crecimiento de la misma.

Las alianzas comerciales es una herramienta de mucha utilidad, para las pequeñas o medianas empresas que tiene como objetivo expandir su empresa o actividad comercial al exterior, generando que se abran puertas en los mercado de otros países, en los que primero deben realizar un estudio de mercado para cerciorarse si resulta optimo, determinando la posibilidad de hacer prosperar la empresa. (Sainz de Vicuña Ancín, 2014)

Toda empresa con deseos de crecer de manera nacional o internacional, debe considerar y trabajar arduamente en fortalecer las alianzas estratégicas, estas son la relación entre dos o más personas o empresas, que pactan compartir recursos para alcanzar un objetivo y beneficio mutuo.

Dentro del modelo canvas existe 9 componentes y en este apartado hablaremos de los socios claves que son fundamentales debido a que de esta depende de la subsistencia de la empresa. En el Modelo Canvas estos son detallados como los aliados que permiten alcanzar los objetivos y que la empresa tenga éxito. El bloque de socios clave el modelo canvas permite detectar a las personas, organizaciones y empresas que estén relacionadas con las actividades de tu negocio. (Zambrano Carlos, 2018).

Los socios dentro de una organización son aliados que ayudarán a conseguir los objetivos y trabajarán a la par, para que la empresa tenga éxito, por lo que se torna fundamental, analizar a los postulantes a socios, debido a que no todos van encaminados a los objetivos de la organización.

Para las organizaciones los socios o las alianzas estrategias son fundamentales para alcanzar el éxito de la misma. En muchas ocasiones, al iniciar el recorrido de establecer una empresa, requiere del apoyo y colaboración de terceros para que su idea tenga éxito. Los socios son piezas fundamentales en las organizaciones aportando de manera contundente el alcance de los objetivos propuesto. (Antonio Losada , 2017)

Toda empresa, se plantea como uno de sus objetivos primordiales, el éxito de la organización, para esto requiere de un apoyo externo, este comúnmente consiste en una inyección de capital, que aporte en el desarrollo de nuevas estrategias.

Una medida clave en la gestión de abastecimiento es la selección adecuada de socios, que permita establecer una relación duradera y mutuamente beneficiosa donde se cuiden los intereses comunes de parte y parte. Cualquier negocio, sea de la índole o sector que sea, necesita de asistencia externa para conseguir sus objetivos (Philip Kotler, 2017).

Para llevar a cabo una buena relación entre socios, es necesario compartir los mismos intereses y a su vez encaminar a la organización al éxito, debido a que, si cada una de las partes solo trabaja por sus intereses propios, encaminarán al fracaso de la organización y no obtendrán sus beneficios.

En los nuevos emprendimientos, es necesario realizar alianzas estratégicas con sumo cuidado, debido a que de estas depende las sostenibilidades en el tiempo y situaciones inesperadas que se pueden presentar en cualquier instancia del negocio y así abarcar nuevos mercados o ahondar el mercado en el que se trabaja desde el inicio (Txema Sánchez , 2016).

Al momento de implementar un negocio, se debe ser meticuloso al instante de realizar alianzas estratégicas, ya que estas son de suma necesidad en el transcurso de diferentes situaciones, por las que deberá pasar el negocio, siendo estas el sustento más significativo, para afrontarlas sin mayores riesgos de fracaso.

En las diversas condiciones de coacción cultural, las estrategias inciden inevitablemente en el consumo de varios productos en cuestión: la compra de ropa,

automóviles, etc. Cada una de estas se realiza utilizando medidas necesarias. El tema consumo se ha considerado durante un prolongado tiempo, como un objetivo secundario en muchas organizaciones, sin tomar en cuenta que esta, repercute de manera significativa en la misma (Desbordes, Ohl, & Tribou, 2001).

Todas las organizaciones deben poner más énfasis en el nivel de consumo, para poder tener un mejor análisis respecto a el desenvolvimiento que va a tener la empresa y como satisfacer de manera adecuada las necesidades de los consumidores.

El surgimiento de nuevos competidores, genera que las empresas tengan que adaptarse constantemente, mediante las alianzas se podrá afrontar esta situación y lograr objetivos con una minimización considerable de los riesgos que se presenta en el futuro cambiante de las organizaciones. Una alianza es catalogada como un compromiso de apoyo mutuo entre la empresa y los socios, para lograr un fin determinado, con beneficios similares (ENTREPRENEUR, 2020).

Las organizaciones, desde su implementación, se enfrentan constantemente a cambios y situaciones que pueden poner en riesgo a estabilidad de la misma, por lo que, contar con alianzas estratégicas bien establecidas le facilitará hacer frente a dichas situaciones.

Bike and Comfort tendrá como aliado estratégico a la empresa Servientrega, esta organización se encarga de trasportar por un costo adicional, el cual pagará el cliente, todo los repuestos y bicicletas que el consumidor necesite, con esta estrategia la empresa se evitará gastos innecesarios como la compra o alquiler de vehículos para la entrega de los productos (Gumaro Bracho, 2016).

Los gastos innecesarios se presentan en cualquier instancia de la empresa y las estrategias para minimizarlas siempre serán de mucha utilidad, en este caso se enfoca en el transporte de producto, dicho costo será asumido por el cliente y el servicio de entrega será por medio de Servientrega, agencia que brinda el servicio de Courier nacional.

CONCLUSIONES

- Las actividades claves de la idea de negocio Bike And Comfort son: la identificación de proveedores que puedan brindar a la empresa las bicicletas requeridas por los clientes, la selección de las bicicletas es otra actividad clave debido a que se debe de identificar cuáles son las bicicletas que prefiere el cliente adquirir y por el ultimo el seguimiento para poder fidelizar al cliente a través de un servicio personalizado.
- La identificación de las actividades claves y recursos claves permiten a la idea de negocio tener una clara ventaja sobre su competencia debido a que parte bien organizada por ende prioriza las actividades que generan valor a la empresa y dejan a un lado las actividades innecesarias que no contribuyen al desarrollo de la organización, así evita estar saturados por actividades y tener recursos en exceso.

RECOMENDACIONES

- La tienda virtual debe ser fácil de manejar y de igual forma atractiva para que el cliente pueda consultar de manera rápida las bicicletas de su preferencia; así mismo para aumentar las visitas a la tienda online se debe tener al usuario informado, por ende, es necesario que la empresa brinde información en plataformas como son Facebook, Instagram y otras redes sociales.

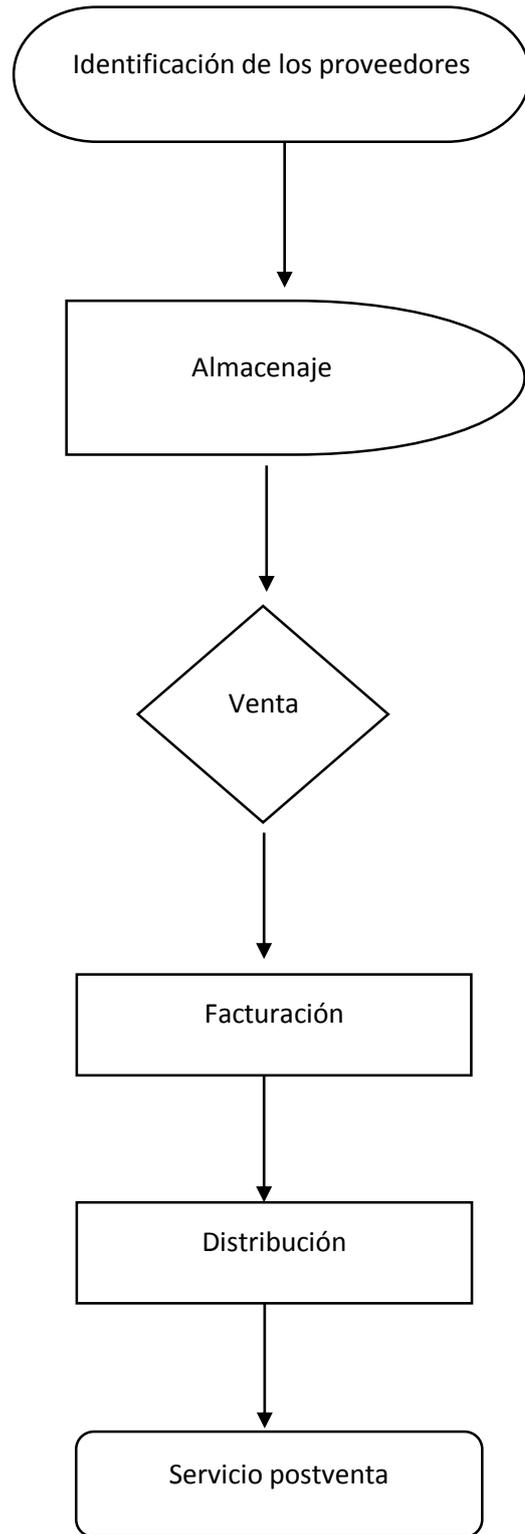
REFERENCIAS

- Sainz de Vicuña Ancín, J. (2014). *Alianzas estratégicas en la práctica*.
- 50Minutos. (2017). *El modelo Canvas: Analice su modelo de negocio de forma eficaz*.
Cork : Primento Digital.
- Alexander Osterwalder e Yves Pigneur. (2013). Obtenido de
<http://www.convergenciamultimedial.com/landau/documentos/bibliografia-2016/osterwalder.pdf>
- Ana Cabezas . (31 de 08 de 2017). Obtenido de <https://blogs.imf-formacion.com/blog/mba/financiar-proyecto-empresa-banco/>
- Anibal . (07 de 2020). Obtenido de <https://www.entrepreneur.com/article/257300>
- Antonio Losada . (14 de 09 de 2017). Obtenido de <https://www.escoem.com/blog/la-importancia-del-pacto-de-socios-en-las-empresas/>
- Borja. (25 de 07 de 2013). *Emprendices* . Obtenido de Emprendices :
<https://www.emprendices.co/las-actividades-clave-de-tu-modelo-de-negocios/>
- Carlos José Carvajal Cajas . (2018). Obtenido de
<http://repositorionew.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6393/1/T2735-MBA-Carvajal-Implementacion.pdf>
- Catalina Valencia . (24 de 07 de 2019). Obtenido de <https://catalinaenlinea.com/los-recursos-clave-de-tu-negocio/>
- censo . (2010). Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/santa_elena.pdf
- CEPAL, N. (1991). *La Cadena de distribución y la competitividad de las exportaciones latinoamericanas: las exportaciones de manzanas y peras del Alto Valle del Río Negro, Argentina*.
- Corporativa, F. (24 de 10 de 2016). *Finanza Corporativa*. Obtenido de Finanza Corporativa: <https://circulante.com/finanzas-corporativas/que-es-un-proveedor/>
- Desbordes, M., Ohl, F., & Tribou, G. (2001). *ESTRATEGIAS DEL MARKETING DEPORTIVO. Análisis del consumo deportivo*.
- Diana Carolina Ferreira Herrera . (22 de 03 de 2015). Obtenido de
[file:///C:/Users/Alejandro/Downloads/Dialnet-ElModeloCANVASEnLaFormulacionDeProyectos-5352671%20\(5\).pdf](file:///C:/Users/Alejandro/Downloads/Dialnet-ElModeloCANVASEnLaFormulacionDeProyectos-5352671%20(5).pdf)
- Eduardo . (24 de 10 de 2016). *Finanza Corporativa* . Obtenido de Finanza Corporativa :
<https://circulante.com/finanzas-corporativas/que-es-un-proveedor/>
- ENTREPRENEUR. (07 de 2020). Obtenido de
<https://www.entrepreneur.com/article/257300>

- ESIC. (01 de 2018). *BUINESS&MARKETINGSCHOOL*. Obtenido de <https://www.esic.edu/rethink/comercial-y-ventas/atencion-y-servicio-al-cliente-diferencias>
- expertemprende. (09 de 2012). *Cultura Emprendedora*. Obtenido de http://culturaemprendedora.extremaduraempresarial.es/wp-content/uploads/2012/09/Guia-Did%C3%A1ctica_Modelo-Canvas-1.pdf
- Fernando . (09 de 2012). *expertemprende* . Obtenido de http://culturaemprendedora.extremaduraempresarial.es/wp-content/uploads/2012/09/Guia-Did%C3%A1ctica_Modelo-Canvas-1.pdf
- Francisco J., E. (2013). *Claves para identificar al socio ideal*. ESIC Editorial, 2013.
- GÓMEZ, R. C. (2017). Obtenido de http://nulan.mdp.edu.ar/1613/1/08_diseno_procesos.pdf
- Gonzalez Gómez, D., & Carro Paz, R. (2017). Obtenido de http://nulan.mdp.edu.ar/1613/1/08_diseno_procesos.pdf
- Gumaro Bracho. (2016). *¿Cómo emprender sin dinero?*
- Jorgen . (6 de 12 de 2006). *Marketing4food* . Obtenido de Marketing4food : <https://marketing4food.com/glosario/cadena-de-distribucion/>
- Jorgue . (2019). Obtenido de <https://mentorday.es/wikitips/actividades-clave/>
- Laura molera . (29 de 10 de 2019). Obtenido de <https://blog.hubspot.es/service/servicio-post-venta>
- Maria. (2020). *Proveedores. com* . Obtenido de Proveedores. com: https://www.proveedores.com/exportadores_t/bicicletas
- Merino, J. P. (2010). Obtenido de <https://definicion.de/recursos-tecnologicos/>
- Mireia more . (2019). Obtenido de <https://www.iebschool.com/blog/que-es-el-modelo-canvas-y-como-aplicarlo-a-tu-negocio-agile-scrum/>
- Nantik lum . (03 de 05 de 2018). Obtenido de https://emprendimientoymicrofinanzas.com/wp-content/uploads/2018/05/3_Mi_modelo_de_negocio_canvas_y_plan_de_empresa.pdf
- OSCAR PÉREZ . (23 de 04 de 2016). Obtenido de <https://blog.peoplenext.com.mx/gestion-del-talento-humano-en-la-empresa-y-su-importancia>
- Oscar Pérez. (23 de 04 de 2016). Obtenido de <https://blog.peoplenext.com.mx/gestion-del-talento-humano-en-la-empresa-y-su-importancia>
- Osterwalder , A., & Pigneur, Y. (2013). *convergencia Mundial*. Obtenido de <http://www.convergenciamultimedial.com/landau/documentos/bibliografia-2016/osterwalder.pdf>

- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Smith, A., Bernarda, G., & Papadakis, P. (2015). *Diseñando la propuesta de valor: Cómo crear los productos y servicios que tus clientes están esperando*.
- Pérez Porto, J., & Merino, M. (2010). Obtenido de <https://definicion.de/recursos-tecnologicos/>
- Philip Kotler. (27 de 06 de 2017). Obtenido de <http://bbmadvance.com/wp/blog/2017/06/27/la-importancia-conocer-definir-tus-socios-clave/>
- Remolins, E. (2017). *Manual de supervivencia para dinosaurios empresariales*.
- Santiago Mendoza . (29 de 04 de 2020). *Por Emprenovador* . Obtenido de Por Emprenovador : <https://emprenovador.com/2020/04/29/preguntas-clave-para-hacer-un-modelo-de-negocios-canvas/>
- SCHOOL, E. B. (01 de 2018). Obtenido de <https://www.esic.edu/rethink/comercial-y-ventas/atencion-y-servicio-al-cliente-diferencias>
- Segura Salvador, M. (2016). Obtenido de <https://silo.tips/download/trabajo-de-seminario>
- Segura, S. M. (2016). Obtenido de <https://silo.tips/download/trabajo-de-seminario>
- Txema Sánchez . (22 de 03 de 2016). Obtenido de <https://marketing.go2jump.com/alianzas-estrategicas-empresariales-clave-del-%C3%A9xito-o-fracaso>
- Universidad de Texas . (1981). *Estudio de mercado para productos cárnicos envasados en la República Federal de Alemania*. Ministerio de Economía y Finanzas, Dirección General de Comercio Exterior, Departamento Económico-Comercial en Bonn,.
- Zambrano Carlos. (2018). Obtenido de <https://modelocanvas.net/socios-clave/>
- Zambrano, C. (2018). Obtenido de <https://modelocanvas.net/socios-clave/>

ANEXO



PRINCIPALES ACTIVIDADES

	Actividad	Descripción	Tiempo estimado en horas	Predecesores
A	Identificación de proveedores	Se presenta la bicicleta estándar de costo medio, en caso de que solicite algo más especializado, se analiza las exigencias del cliente respecto a las prestaciones que requiere para su producto, se presenta un amplio catálogo con los modelos más semejantes y se brinda un estimado del costo final.	6 hora	A
B	Selección de materia prima	Se evalúa el desempeño de los componentes tales como; llantas, cuadro, frenos, discos, radio, cubierta, suspensión, potencia, pedales, platos, sillín, cadenas; de las distintas marcas según el capital del cliente, entre las marcas más reconocidas como lo son; Specialized, Scott, Trek, Giant, Canyon.	1 hora	B
C	Entrega al cliente	Respecto al protocolo de entrega, se verificará la calidad del producto si así lo requiere el cliente.	2 horas	A B
D	Seguimiento	La post venta es un elemento importante para nuestra empresa, por lo mismo se realizará un seguimiento de la satisfacción del producto en las siguientes 48 horas. Se realizará por medios virtuales o llamadas telefónicas.	48 horas	C

ESTRUCTURA DE MODELO CANVAS.

SOCIOS CLAVE	ACTIVIDADES CLAVE	PROPUESTA DE VALOR	RELACIONES CON CLIENTES	SEGMENTO DE CLIENTES
 <ul style="list-style-type: none"> ✓ Alianza estratégica con empresa transportadora (Servientrega) 	 <ul style="list-style-type: none"> ✓ Identificación de proveedores ✓ Selección de materia prima ✓ Seguimiento 	 <ul style="list-style-type: none"> ✓ Novedad en el mercado local. ✓ Estimula el deporte ✓ Especialización en los colaboradores. ✓ Reparación en tiempos mínimos. ✓ Amigables con el medio ambiente. ✓ Economización en los gastos de transporte. ✓ Contribuye a la salud de los usuarios 	 <ul style="list-style-type: none"> ✓ Población en conjunto con los 3 cantones. ✓ Encuestas a personas que usen el medio de transporte de la bicicleta. ✓ Conocer la satisfacción a través de la aplicación. 	 <ul style="list-style-type: none"> ✓ Población de la provincia de Santa Elena que usa la bicicleta como medio de transporte convencional. ✓ Ciclistas en proceso que se inclinan por modelos mas especializados. ✓ Población nacional que necesita
	<p>RECURSOS CLAVE</p> 		<p>CANALES</p> 	

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Recurso humano 2 ✓ Equipo tecnológico ✓ Préstamo bancario ✓ Estrategia de poco proveedor 		<ul style="list-style-type: none"> ✓ Plataforma digital. ✓ Redes sociales. ✓ Plataformas externas. ✓ Servicio postventa. 	<p>componentes de calidad.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Personas que buscan reemplazar vehículos de motor para recorrer distancias cortas.
<p>ESTRUCTURA DE COSTOS</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ proveedores ✓ Sueldos ✓ Sitio web ✓ Impuestos ✓ Préstamo bancario 		<p>FUENTES DE INGRESOS</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Venta de bicicletas ✓ Venta de repuestos 		

