

## **Proyecto: BiciSupport\***

### **Integrantes:**

- Miguel Ángel Gutiérrez Ibagué
- John Stiven García Vargas
- Andrés Leonardo Medina Quijano
- Juan Sebastián Barreto Mora

### **1. ¿POR QUÉ ESTE NEGOCIO / PRODUCTO / SERVICIO?**

- Por la dificultad de encontrar talleres de servicio técnico de ciclismo, en ciertos lugares y en ciertos horarios cuando se tiene alguna novedad con la bicicleta.
- Por la inexistencia de un servicio que conecte directamente biciusuarios con aliados.
- Crecimiento importante de los biciusuarios como actores viales en la ciudad de Bogotá. (poner referencia)
- Existencia de servicios de seguro y asistencia ofrecidos por canales cerrados y poco conocidos y/o difundidos.
- La inseguridad y hurto de bicicletas exacerbada en la ciudad de Bogotá.

### **2. PROPUESTA DE VALOR**

- **Términos clave**

A lo largo del documento se encuentran una serie de términos clave con el fin de resumir y aclarar la lectura del documento, se presentan a continuación:

#### **1. Asistencia**

- Servicio que se presta al biciusuario para atender una novedad
  - Grúa o vehículo de carga: Con destino al taller del aliado que preste la asistencia o al lugar indicado por el biciusuario (Debe estar en el área de cobertura)
  - Reparación en vía

#### **2. Biciusuario**

- Persona que usa de manera frecuente y/o rutinaria la bicicleta como medio de transporte primario, herramienta de trabajo o implemento deportivo.

### 3. Novedad:

- Falla mecánica o accidente personal
  - Falla mecánica: Cualquier tipo de novedad o avería que impida el normal desarrollo de la actividad de montar en bicicleta
  - Accidente personal: Cualquier tipo de accidente que haya sufrido un biciusuarios sin involucrar a un tercero

### 4. Aliados:

- Compañías, organizaciones u entidades que pueden verse involucrados por el uso de la aplicación al ser socios activos de esta.
- Tipos de aliados:
  - Aseguradoras que cuenten en su portafolio de servicios con seguros para bicicletas y/o biciusuarios
  - Talleres y tiendas de ciclismo
  - Empresas de acompañamiento en vía
  - Empresas deportivas con interés en publicidad

## • Descripción del producto/servicio

- ✓ Una aplicación para smartphone con sistema operativo Android que permite solicitar **asistencia (1)** para **novedades (3)** que presenten los **biciusuarios (2)** durante sus trayectos en áreas metropolitanas de la ciudad de Bogotá

## • ¿Qué no ofreceré?

- ✓ Solicitud de **asistencia (1)** mientras el dispositivo se encuentre fuera de línea (offline)
- ✓ Solicitud de **asistencia (1)** a usuarios no registrados
- ✓ Solicitud de **asistencia (1)** por fuera del área de cobertura
- ✓ Servicio en dispositivos diferentes a smartphone con sistema operativo Android (inicialmente)

## • ¿Qué lo hace único?

- ✓ No existe otra aplicación en Bogotá que actúe como intermediaria entre **biciusuarios (2)** y **aliados (4)** de asistencia, cuyo objetivo sea realizar una comunicación rápida y fácil para solicitar **asistencia (1)** y obtener una resolución efectiva de las **novedades (3)**.

- **Estudio del mercado**

- ✓ Se realizarán encuestas en redes sociales, preferiblemente en grupos de biciusuarios para conocer sus preferencias, así como también las posibilidades de que el servicio penetre efectivamente en el mercado. También se intentará establecer rangos de costos para tener una imagen más precisa del mercado.
- ✓ Uso del estudio “Caracterización de la economía de la bicicleta en Bogotá” realizado por Ignacio Gallo y Katalina Muñoz en el año 2019.

- **Distribución**

- ✓ Mediante la Google Play Store inicialmente. A largo plazo se planea el desarrollo en iOS e incluir la App Store de Apple.

- **Cobertura**

- ✓ En áreas metropolitanas (Bogotá)
- ✓ En las tiendas de aplicaciones solo Colombia

- **Aceptación**

- ✓ Se espera una buena recepción por parte de los **biciusuarios (2)** que cuenten con un smartphone y se encuentren dentro del área de cobertura, ya que se prestarán diferentes servicios aparte de la solicitud de **asistencia (1)**

- **Casos de éxito**

Se realiza un análisis y al no haber un antecedente que ofrezca el mismo producto y servicio, se encontró que indirectamente existen ciertos casos de éxito

- ✓ SURA: Servicio de seguros para bicicleta, quien esté interesado en adquirir un servicio debe proveer información de la bicicleta que desea asegurar, así como documentación de apoyo, y, por último, esperar que un asesor lo contacte. (Seguros SURA, n.d.)
  - Wesura: Cubre robo y daño total y accidental para bicicletas y monopatines nuevos o usados, ofrecen diferentes precios dependiendo del producto, su antigüedad, y precio de compra. (Seguro Bicicletas Wesura, n.d.)

- ✓ SBSeguros: Servicio de seguros y asistencia para bicicletas, se debe llenar un formulario de información de contacto y esperar a ser contactado por un asesor. (Seguro de Bicicletas SBSeguros, n.d.)

- **Productos de referencia**

- ✓ Bikemap: Aplicación para buscar y planear recorridos en bicicleta a través del uso de mapas y localización en tiempo real, también permite compartir localización con otros usuarios y solicitar ayuda o reportar obstáculos, peligros en la vía, u otros.
- ✓ Safety364 (Durcal): Aplicación de emergencias para comunicación rápida con contactos en caso de una emergencia, incluye funcionalidad para wearables, seguimiento en tiempo real, e información de la persona como pulso y oxigenación, así como detección de caídas para accidentes (con un smart watch)
- ✓ Strava: Aplicación enfocada a deportistas y ciclistas, con funcionalidades incorporadas de redes sociales (compartir rutinas y rutas, comentar posts, compartir localización, etc), así como mapas y localización GPS para rastreo de rutas.
- ✓ Relive: Aplicación funcionalmente similar a Strava, incluye funcionalidades de redes sociales y localización y rutas para diferentes tipos de ejercicio, adicional permite la creación de videos en 3D de las rutas realizadas.

- **Productos sustitutos**

- ✓ Seguros para biciusuarios
  - Ofrecidos por bancos y aseguradoras por canales tradicionales
    - Seguro Wesura: Cubre robo y daño total y accidental para bicicletas y monopatines nuevos o usados, ofrecen diferentes precios dependiendo del producto, su antigüedad, y precio de compra. (Seguro Bicicletas Wesura, n.d.), quien esté interesado debe llenar un formulario con la información de la bicicleta y se le provee un valor de cotización inicial.
    - SURA: Servicio de seguros para bicicleta, quien esté interesado en adquirir un servicio debe proveer información de la bicicleta que desea asegurar, así como documentación de apoyo, y, por último, esperar que un asesor lo contacte. (Seguros SURA, n.d.)
    - Promotec: Servicio de seguros para bicicleta, quien esté interesado en adquirir un seguro debe proveer información en varios formularios, incluyendo datos personales, información de la bicicleta que se quiere asegurar, y el paquete coberturas y asistencias que quiere adquirir. (Seguro para Bicicleta. Promotec, n.d.).
    - SBSeguros: Servicio de seguros y asistencia para bicicletas, se debe llenar un formulario de información de contacto y esperar a ser contactado por un asesor. (Seguro de Bicicletas SBSeguros, n.d.).

✓ Aplicaciones para situaciones de emergencia

- Aplicaciones con funcionalidad de botón de pánico, envío de localización en tiempo real, datos importantes de identificación y accidente.
  - Whatsapp: Whatsapp permite compartir la ubicación de un usuario durante un plazo de tiempo específico en un chat o un grupo. (Cómo usar la ubicación en tiempo real. Whatsapp, n.d.)

✓ Aplicaciones de solicitud de transporte individual

- Uber: Una App que media el servicio de transporte entre conductores y usuarios. Marcando en el mapa un punto de partida, así como también el destino, se pacta una tarifa y se pide el servicio, posteriormente conductor acepta la prestar el servicio y al llegar al destino se puede hacer pago en efectivo o por medio de tarjetas bancarias. (Esto mismo aplica para otras aplicaciones de mediación de transporte como Beat y Didi). (Guía para usar Uber. Uber, n.d.)

• **Productos complementarios**

- ✓ API Google Maps: Es posible mostrar un mapa del área de cobertura que muestre al usuario la ubicación de **aliados (4)** (talleres y otros establecimientos relacionados con la **asistencia (1)** requerida). También se pueden presentar mapas de rutas de ciclovías y bicicarriles o mapas de marcadores de utilidad para biciusuarios (CAIs de la policía, parqueaderos, talleres no **aliados (4)**).
- ✓ API Open Street Maps: Es posible mostrar un mapa del área de cobertura que muestre al usuario la ubicación de **aliados (4)** (talleres y otros establecimientos relacionados con la **asistencia (1)** requerida). También se pueden presentar mapas de rutas de ciclovías y bicicarriles o mapas de marcadores de utilidad para biciusuarios (CAIs de la policía, parqueaderos, talleres no **aliados (4)**).
- ✓ SDK de mensajería: A través de un SDK para servicios de mensajería instantánea, es posible conectar a los usuarios de nuestra aplicación con **aliados (4)**

• **Estrategia de Precios**

- ✓ El uso base de la aplicación es gratuito
- ✓ Comisión por referidos de seguros de bicicleta vendidos
- ✓ Comisiones por referir aplicaciones complementarias para los biciusuarios

- ✓ Comisión de los aliados por cada servicio tomado por la aplicación

- **Publicidad**

- ✓ Publicidad en redes sociales
- ✓ Alianzas con tiendas y talleres **aliados (4)** y no aliados
- ✓ Redes con grupos organizados de **biciusuarios (2)** en el área de cobertura (Voz a voz)

- **El usuario / consumidor**

- ✓ **Biciusuarios (2)** que transiten habitualmente por el área de cobertura
- ✓ **Aliados (4)**
  - Aseguradoras que estén interesadas en alcanzar una mayor base de usuarios para ofrecer sus servicios
  - Agencias de acompañamiento a biciusuarios
  - Tiendas o talleres de ciclismo
  - Tiendas deportivas

- **Motivaciones de consumo**

- ✓ Necesidad de **asistencia (1)** en caso de una **novedad (3)**
- ✓ El auge y crecimiento del uso de la bicicleta en la ciudad de Bogotá en los últimos años y acentuado por la pandemia hace que los **biciusuarios (2)** vean necesario utilizar herramientas de apoyo a esta actividad física (Registrar rutas, compartir recorridos, consultar mapas especializados)
  - En abril de 2020 se registraban **360.000 viajes diarios** en bici y a diciembre del mismo año, ya la cifra aumentaba a **650.000**, lo que significó un incremento del **80%** según datos de la Secretaría de Movilidad. (Ramírez, 2021)
- ✓ Necesidad de seguridad y acompañamiento a biciusuarios, que se caracteriza por ser una ciudad con un alto número de biciusuarios, así como elevados índices de accidentalidad y robos contra ellos (Se reportaron 8200 bicicletas robadas desde enero hasta noviembre de 2021 (Esguerra Vargas, 2021)). Dado este contexto de ciudad y los diferentes tipos de riesgo que enfrentan los ciudadanos que usan bicicleta, existe una motivación para el consumo o utilización de una solución que les ayude a sentirse más acompañados y con respaldos

- **Hábitos de compra**

- ✓ Buscaremos realizar encuestas en grupos de biciusuarios para conocer con qué frecuencia hacen uso de los servicios ofrecidos por talleres o seguros.
- ✓ A partir de las alianzas que se puedan establecer con otras instituciones, buscaremos establecer que los premios por puntos o beneficios por suscripción sean asociados con los servicios que puedan ser más atractivos para los biciusuarios. Esta información puede ser obtenida a partir de encuestas, o, de los datos que nos puedan proveer las entidades aliadas.

- **Preferencias y aceptación (precio, calidad, facilidad de uso)**

- ✓ Parte de nuestra oferta diferencial, es la facilidad de uso para los usuarios. Puesto que, contarían con la aplicación en su celular. Adicionalmente, con la búsqueda de alianzas, se busca que los precios se asemejen a partir de lo que hay en el mercado para servicios similares.
- ✓ Garantizar que los aliados sean competitivos en términos de precio y calidad
- ✓ Garantizar que la aplicación sea de uso intuitivo. En otras palabras, que permita acceder a los servicios ofrecidos de manera ágil y sencilla.
- ✓ Garantizar que, tanto los usuarios inscritos como los comercios aliados tengan verificada su identidad, con el fin de añadir un nivel de seguridad para biciusuarios y aliados.

# Modelo Lean Canvas

Problema	Solución	Propuesta de Valor *	Ventaja especial	Segmentos de clientes
<p><b>Problema o necesidad del cliente / grupo objetivo</b></p> <p>Los <b>biciusuarios (2)</b> pueden tener en cualquier momento y a cualquier hora una <b>novedad (3)</b> y los servicios de asistencia en vía ofrecidos por canales tradicionales son lentos para contactar y usar, razón por la que este tipo de personas necesitan una solución mucho más eficiente para contactar y recibir ayuda</p> <p><b>Plantear 3 principales problemas / necesidades de sus clientes / usuarios</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Contactar de manera rápida un servicio de asistencia (1) inmediatamente después de una novedad (3).</li> <li>2. Dar información con precisión, detalle y exactitud de una novedad a través de mensajería instantánea, envío de fotos y/o videos a un tercero que le pueda ayudar a solucionar su <b>novedad (3)</b></li> </ol>	<p><b>Características tangibles del producto / servicio</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Opción para solicitar asistencia en caso de alguna novedad a través de algún aliado con la opción de tomar fotos y compartir la ubicación en tiempo real</li> <li>2. Mapas clave para biciusuarios (CAI, Centros comerciales, Ciclorrutas, Bicicarriles, Talleres o Parqueaderos)</li> </ol> <p><b>Definir 3 características de su producto o servicio que le permitan a sus clientes / usuarios satisfacer sus necesidades</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pedir asistencia con la precisión que da el GPS para su localización, por medio de la aplicación a cualquier hora del día.</li> <li>2. Posibilidad de enviar fotografías de la novedad para que puedan resolver la en el menor tiempo posible.</li> </ol>	<p><b>¿Qué problema resolvemos?</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. La dificultad de obtener asistencia en caso de una novedad</li> <li>2. La demora en contactar a un aliado que asista novedades</li> </ol> <p><b>¿Qué valor ofrecemos con el producto / servicio?</b></p> <p>Ofrecemos la posibilidad de solucionar una problemática común a partir de una aplicación móvil. Pues, pese a que existen otras alternativas, no hay ninguna que lo integre de manera móvil.</p> <p><b>Metodologías, reducción de costos, ofertas diferenciales, diseño, calidad, estatus, desempeño</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Reducción de costos logísticos de contacto a los aliados que presten asistencias</li> </ol>	<p><b>¿Qué lo hace diferente al resto de competidores / mercado?</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. El uso de una aplicación móvil con conexión directa a un aliado que pueda asistir en la novedad</li> <li>2. Diferentes alternativas de solución o asistencia según el tipo de novedad presentada y según el aliado elegido para la asistencia</li> <li>3. Mapas exclusivos para biciusuarios</li> <li>4. Publicidad no disruptiva de aliados relacionados con el ciclismo y con el deporte en general</li> </ol>	<p><b>Perfil de usuarios</b></p> <p>Personas que usan de manera frecuente y/o rutinaria la bicicleta como medio de transporte primario, herramienta de trabajo o implemento deportivo. (Biciusuarios)</p> <p><b>Segmentación del grupo objetivo (edad, sector económico, estrato, personas naturales, empresas, etc.)</b></p> <p>Biciusuarios (personas naturales) de estratos socioeconómicos 3,4 y 5 del área metropolitana de Bogotá, mayores de edad y con capacidad adquisitiva estable diaria de al menos el servicio más económico ofertado en la aplicación</p> <p><b>¿Para quién creamos valor?</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Biciusuarios</li> <li>2. Aliados (Publicidad, reconocimientos, otros ingresos, nuevos clientes, fidelización)</li> </ol> <p><b>¿A quién dirijo mi producto / servicio?</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Biciusuarios (Solicitud de asistencias, visualización de mapas clave)</li> </ol>



<p>3. No encontrar fácilmente talleres o lugares de asistencia cercanos a la ubicación del usuario. (En parte muchos de estos lugares no tienen actualizada su información de contacto y horarios en aplicaciones de mapas)</p> <p><b>Identificar cuáles son las soluciones o alternativas a su producto / servicios usados por sus clientes para resolverlo</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Seguros para bicisuarios</li> <li>2. Aplicaciones para situaciones de emergencia</li> <li>3. Aplicaciones de solicitud de transporte individual</li> </ol>	<p>3. Posibilidad de hablar directamente con un asesor, por medio de mensajería instantánea</p> <p><b>Métricas clave *</b></p> <p><b>Actividades clave que deben ser medidas durante el proyecto</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cumplimiento de actividades a tiempo versus actividades planeadas por sprint</li> <li>2. Ejecución presupuestal proyecto (Planeado versus ejecutado)</li> <li>3. Pruebas de calidad de software (Efectividad en pruebas unitarias, pruebas de carga, pruebas de conectividad)</li> <li>4. Ganancias (Ingresos planeados versus ingresos reales) * (post implementación)</li> </ol> <p><b>¿Qué actividades y procesos se deben realizar para el diseño de la oferta de valor?</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Estudio de mercado</li> <li>2. Entrevistas con aliados</li> <li>3. Diseño de modelo de seguridad de la aplicación</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>2. Mapas claros y fáciles de entender en el mapa</li> <li>3. Diseño intuitivo que facilite el uso de la aplicación</li> <li>4. Recompensas atractivas a los usuarios por el uso de la aplicación. Redimibles mediante el sistema de puntos.</li> <li>5. Posibilidad de buscar aliados disponibles 24/7 (No garantiza al 100% la disponibilidad).</li> <li>6. Ideación, elaboración y evaluación del modelo de negocio.</li> <li>7. Diseño y elaboración de UX y UI con mockups y prototipos</li> <li>8. Proceso de desarrollo e implementación de aplicación.</li> </ol>	<p><b>Canales</b></p> <p><b>¿A través de qué canales se llega al grupo objetivo / clientes / usuarios?</b></p> <p>Por medio de Google Play Store. También con ayuda de las referencias que nuestros aliados dispongan en sus plataformas sobre nuestra aplicación, sus servicios y sus beneficios.</p> <p><b>¿A través de qué herramientas se establecen relaciones con el grupo objetivo / clientes / usuarios?</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. A través de los aliados en primera instancia, quienes pueden darnos a conocer con sus clientes</li> <li>2. Mediante voz a voz, teniendo en cuenta las comunidades existentes de bicisuarios a día de hoy.</li> </ol> <p><b>Tipos de canales (propio o externo), fases (Percepción, evaluación, compra, entrega y postventa) y espacios de interacción</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Externos (Google Play Store y canales de aliados)</li> </ol>	<p>2. Aliados (Gestión de la atención de asistencias)</p> <p><b>¿Quién se beneficia / afecta directa e indirectamente?</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Biciusuarios</li> <li>2. Aliados</li> <li>3. Equipo de proyecto</li> <li>4. Equipo de soporte post implementación</li> </ol>
---	--	---	---	---

	<p>(roles, usuarios, perfiles y permisos)</p> <p><b>¿Qué actividades y procesos se deben realizar para la construcción de la actividad / producto / servicio?</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Estudios de mercado y factibilidad</li> <li>2. Selección y definición de metodología de trabajo para el proyecto</li> <li>3. Planeación de proyecto (sprints, actividades, responsables, tiempos, costos, logística)</li> <li>4. Asesoría legal</li> <li>5. Diseño de software (Arquitectura, UI)</li> <li>6. Desarrollo de software</li> <li>7. Pruebas</li> </ol>		<p>2. Propios (Redes sociales y soporte dentro de la aplicación)</p> <p><b>¿Cómo se integran el cliente y socios clave con el modelo de negocio?</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Comunicación directa entre clientes y aliados</li> <li>2. Nosotros solo actuamos como intermediarios y medio de soporte</li> </ol> <p><b>Fidelización</b></p> <p>Es posible fidelizar a los clientes mediante varias metodologías:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sistema de referidos para usar la aplicación</li> <li>2. Sistema de puntos por uso de aplicación que sean canjeables por descuentos, productos o servicios de aliados</li> <li>3. Ofrecimiento de suscripciones a los usuarios. (Más adelante)</li> </ol>	
<p><b>Estructura de costos</b></p> <p><b>Costos asociados (directos e indirectos) para el desarrollo de la actividad / producto / servicio</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Directos</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Infraestructura para el despliegue de la aplicación</li> <li>2. Desarrollo (desarrolladores, QA, etc)</li> <li>3. Búsqueda de aliados iniciales</li> <li>4. Estudio de mercado</li> <li>5. Asesoría legal</li> <li>6. Gastos de operación y soporte.</li> <li>7. Actualización de aplicación.</li> <li>8. Imprevistos/emergencias.</li> </ol> </li> </ul>		<p><b>Fuentes de Ingreso</b></p> <p><b>Ingresos, apalancamientos, alianzas estratégicas, financiación y sociedades.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ingresos por comisión de seguros vendidos</li> <li>2. Comisiones por referir aplicaciones complementarias para los ciclistas (publicidad)</li> <li>3. Comisión a los aliados por cada asistencia tomado por la aplicación</li> <li>4. Suscripción premium (Más adelante)</li> <li>5. Inversión por empresas privadas</li> <li>6. Financiación por minTIC, SENA, Colombia Productiva, etc.</li> </ol>		

<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Indirectos</b></li> </ul> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Servicios públicos</li> </ol> <p><b>Costo asociado al diseño, desarrollo y producción de la propuesta de valor.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Asesoría legal para el desarrollo de los términos y condiciones del servicio.</li> <li>2. Desarrolladores de la aplicación</li> <li>3. Arquitecto de software</li> <li>4. Los costos de infraestructura para el despliegue de la aplicación.</li> </ol>	
---	--

## Bibliografía

*Cómo usar la ubicación en tiempo real. Whatsapp.* (s.f.). Obtenido de Whatsapp: <https://faq.whatsapp.com/android/chats/how-to-use-live-location/?lang=es>

Esguerra Vargas, J. (10 de Noviembre de 2021). *El Espectador*. Obtenido de <https://www.elespectador.com/bogota/en-lo-corrido-del-ano-mas-de-8200-ciclas-han-sido-hurtadas-en-bogota/>

*Guia para usar Uber. Uber.* (s.f.). Obtenido de Uber: <https://www.uber.com/co/es/ride/how-it-works/>

Ramírez, L. J. (6 de Marzo de 2021). *Bogotá*. Obtenido de <https://bogota.gov.co/mi-ciudad/movilidad/el-uso-de-la-bicicleta-durante-la-pandemia>

*Seguro Bicicletas Wesura.* (s.f.). Obtenido de Wesura: <https://www.wesura.com/seguro-bicicletas>

*Seguro de Bicicletas SBSeguros.* (s.f.). Obtenido de SBSeguros: [https://bicicleta.sbseguros.co/datacrm/sbsseguros/landing/public/campaigns/eleads-bicicletas?&utm\\_campaign=&utm\\_term=seguro%20para%20bicicletas&utm\\_source=adwords&utm\\_medium=ppc&ctf\\_src=g&ctf\\_net=adwords&ctf\\_mt=b&ctf\\_grp=125546318102&ctf\\_ver=1&ctf\\_cam=148](https://bicicleta.sbseguros.co/datacrm/sbsseguros/landing/public/campaigns/eleads-bicicletas?&utm_campaign=&utm_term=seguro%20para%20bicicletas&utm_source=adwords&utm_medium=ppc&ctf_src=g&ctf_net=adwords&ctf_mt=b&ctf_grp=125546318102&ctf_ver=1&ctf_cam=148)

*Seguro para Bicicleta. Promotec.* (s.f.). Obtenido de Promotec Agencia de : <https://www.promotec.com.co/cotizadorweb/funcionarios/formularios/cotizarweb/cotizadorbici.aspx>

*Seguros SURA.* (s.f.). Obtenido de SURA: <https://www.suraenlinea.com/bicicletas>