



UNIDAD DE PROFESIONALIZANTES

UNIVERSIDAD CASA GRANDE
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS

MODELO DE NEGOCIO

“TRIBUX”

**GERENCIA ADMINISTRATIVA Y DE
RESPONSABILIDAD SOCIAL**

Elaborado por:

Marilyn Guadalupe Bucheli Muñoz

Tutoría por:

María Fernanda Vidal

GRADO

Trabajo previo a la obtención del Título de:

Licenciado en Administración de Empresas

Guayaquil, Ecuador
Marzo, 2024

2. CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, **Marilyn Guadalupe Bucheli Muñoz**, declaro libre y voluntariamente lo siguiente:

1. Que soy la autora del trabajo de titulación: **Gerencia de Estudio Administrativo y de Responsabilidad Social**, el cual forma parte del proyecto Modelo de Negocio “**Tribux**”.
2. Que el trabajo de titulación contenido en el documento de titulación es una creación de mi autoría por lo que sus contenidos son originales, de exclusiva responsabilidad de su autor y no infringen derechos de autor de terceras personas.
3. Que el trabajo de titulación fue realizado bajo modalidad de aprendizaje colaborativo junto con los estudiantes Vicente Luis Abarca Jalón, Silvia Verónica Magallanes Villao, Flavio Alfredo Campaña Sánchez y Mayra Liliana Valderrama Guzmán.

En virtud de lo antes declarado, asumo de forma exclusiva la responsabilidad por los contenidos del trabajo de titulación, su originalidad y pertinencia y exonero a la Universidad Casa Grande de toda responsabilidad civil, penal o de cualquier otro carácter por los contenidos desarrollados en dicho trabajo.



Marilyn Guadalupe Bucheli Muñoz
C.I 0950502740

Declaro que:

Yo, Marilyn Guadalupe Bucheli Muñoz en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación **“Tribux: Gerencia de Estudio Administrativo y de Responsabilidad Social Empresarial”** de la modalidad Modelos de Negocio, autorizo a la Universidad Casa Grande para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en su Repositorio Virtual, con fines estrictamente académicos, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Asimismo, autorizo a la Universidad Casa Grande a reproducir, distribuir, comunicar y poner a disposición del público mi documento de trabajo de titulación en formato físico o digital y en cualquier medio sin modificar su contenido, sin perjuicio del reconocimiento que deba hacer la Universidad sobre la autoría de dichos trabajos.



Marilyn Guadalupe Bucheli Muñoz
C.I 0950502740

3. RESUMEN EJECUTIVO

Tribux es una aplicación móvil interactiva diseñada para ciclistas de nivel intermedio o aficionados que desean crear experiencias únicas y conectar con otros entusiastas de este deporte para que expandan su comunidad y promuevan un estilo de vida activo. Nuestra propuesta de valor se centra en la creación de experiencias únicas, mediante la combinación de ciclismo, comunidad y tecnología para ofrecer una plataforma intuitiva y enriquecedora.

La posición estratégica de Tribux es de enfoque y diferenciación, nos dirigimos a la comunidad ciclista, promoviendo un ambiente amigable y de apoyo para todos los niveles de ciclistas. Nuestra aplicación ofrece una intuitiva experiencia de usuario; en la integración de la tecnología y los datos de los usuarios como el uso del GPS y análisis de rendimiento; en el marketing y posicionamiento de marca; y finalmente, en una monetización sostenible. La marca se posicionaría como la compañía que entiende y valora las necesidades de los ciclistas, promoviendo la seguridad, la comunidad y el disfrute del ciclismo.

Este proyecto tiene su mercado potencial dividido en dos perfiles de usuarios: principiantes y profesionales del ciclismo. En base a una investigación mixta que incluyó entrevistas y encuestas, identificamos como público objetivo a ciudadanos de Guayaquil, Daule y Samborondón, de entre 28 y 39 años, interesados en el ciclismo y familiarizados con el uso de aplicaciones móviles.

El ciclismo ha experimentado un crecimiento significativo en términos de popularidad y aceptación como una forma de ejercicio, recreación y medio de transporte sostenible (Gutiérrez, 2022). Aunque la violencia y la inseguridad que se viven actualmente en el país son preocupaciones, planeamos mitigar estos riesgos creando alianzas estratégicas con organizaciones de ciclistas y autoridades locales necesarias.

Tribux se diferencia de la competencia ya que tiene todas las funcionalidades en un mismo lugar, además que se basa en datos precisos de las ciudades de Guayaquil, Daule y Samborondón. La aplicación incluye dos versiones, una gratuita con funciones básicas y una versión premium con características adicionales como eventos, chats ilimitados con la comunidad, tienda virtual de market place, controles policiales e información sobre nuevas ciclovías/ reglas o leyes actualizadas en cuanto al ciclismo.

La aplicación estará disponible para su descarga en las tiendas de App Store y Google Play y también en alianzas con tiendas de bicicletas. La estrategia de comunicación se enfocará en redes sociales, influencers de ciclismo y actividades especiales al aire libre para vincular a nuestros usuarios, sus familias y la aplicación.

El estudio financiero destaca la viabilidad del proyecto, con una inversión de \$33.642,81 y proyección de ventas anuales de \$101.389,08. Se espera una rentabilidad al tercer año de \$40.690,23, con un TIR de 25,20%, un VAN de \$50.742,76 y un período de recuperación proyectado de tres años.

Tribux se concibe como una plataforma rentable, diseñada para promover la comunidad ciclista y fomentar la movilidad sostenible. Desde una perspectiva de responsabilidad social y sostenibilidad, la aplicación busca impulsar un cambio positivo en la sociedad y el medio ambiente.

Este documento es el resultado del trabajo colaborativo de Vicente Luis Abarca Jalón, Flavio Alfredo Campaña Sánchez, Mayra Liliana Valderrama Guzmán, Silvia Verónica Magallanes Villao y explica el plan de negocios del proyecto denominado “Tribux”; por tal razón los contenidos están relacionados con los otros documentos que complementan el trabajo general, existiendo la posibilidad que ciertos datos se repitan, sin que esto implique plagio.

4. PALABRAS CLAVE

Comunidad ciclista, experiencias únicas, aplicación móvil, conectividad ciclista.

5. CONSIDERACIONES ÉTICAS

La propuesta de modelo de negocio "Tribux" ha sido desarrollada tomando en cuenta una serie de aspectos éticos para asegurar que se respeten los derechos de todas las partes interesadas y se fomente un comportamiento ético a lo largo del proceso de desarrollo de la aplicación. Las ideas y conceptos empleados en este proyecto no infringen patentes, marcas registradas o derechos de autor existentes. Se realizó una investigación exhaustiva para evitar plagios accidentales. En el desarrollo de la aplicación se consideran las regulaciones vigentes para la privacidad y protección de datos de los usuarios.

La aplicación promueve prácticas sostenibles, ayudando a los ciclistas a reducir su huella de carbono y a fomentar la sensibilización ecológica.

Al abordar estas consideraciones éticas, estamos construyendo una aplicación móvil para ciclistas que cumple con los estándares legales y éticos, y que también fomenta una imagen positiva para la empresa y contribuye al bienestar de la comunidad ciclista.

6. ÍNDICE

1. PORTADA	I
2. CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN	II
3. RESUMEN EJECUTIVO	III
4. PALABRAS CLAVE	VI
5. CONSIDERACIONES ÉTICAS	VII
6. ÍNDICE	VIII
7. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN	1
8. OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICO DEL PROYECTO	5
8.1. Objetivo General	5
8.2. Objetivos Específicos	5
9. Descripción del modelo de negocio	9
Tabla 1	9
<i>Servicios de versión gratuita y premium del producto</i>	9
10. Gerencia: Estudio Administrativo y de Responsabilidad Social Empresarial	12
10.1. Planeación estratégica y del Recurso Humano	12
10.1.1. Definición de Misión, Visión y valores	12
10.1.2. Organigrama de la organización	13
<i>Figura 1. Organigrama de Tribux</i>	13
10.2. Necesidades de Recursos Humanos	14
10.2.1. Análisis y diseños de puestos del negocio	14
10.2.2. Procedimientos de selección de personal a implementar	15
10.3. Compensaciones	18
10.3.1. Descripción de las compensaciones del personal del negocio	18
Tabla 2	20
<i>Compensaciones a los colaboradores de planta de la organización</i>	20
10.4. Indicadores Claves de Gestión (KPI's)	21
10.4.1. Fijación de principales KPI's del negocio	21
10.5. Estrategia y Acciones de Responsabilidad Social Empresarial	23
10.5.1. Estrategia	23
10.5.2. Proyectos	24
11. Conclusiones y recomendaciones	26

<i>12. Referencias bibliográficas</i>	28
<i>13. Anexos</i>	30

7. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN

Las comunidades deportivas tienen un impacto significativo en la sociedad, ya que fomentan un estilo de vida activo, promueven la salud y el bienestar, y contribuyen al desarrollo de habilidades sociales, trabajo en equipo y superación personal. En el caso específico de la comunidad de ciclistas en Ecuador, su crecimiento ha sido notable en los últimos años, generando un impacto positivo en la sociedad a nivel local y nacional (Ministerio de Turismo, 2018).

En el ámbito social, la comunidad de ciclistas ha promovido la inclusión de diversas personas en la práctica de este deporte, fomentando la igualdad de género, la inclusión de personas con discapacidad y la integración de diferentes grupos etarios. Asimismo, se ha fortalecido el sentido de pertenencia y camaradería entre los miembros de esta comunidad, generando espacios de encuentro, intercambio de experiencias y colaboración en proyectos relacionados con el ciclismo (Buehler, R., & Pucher, J., 2021).

Estas comunidades ciclistas han tenido un crecimiento exponencial, según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), el uso de la bicicleta experimentó un aumento del 83% en el año 2020. Ante este escenario hemos decidido enfocarnos en esta comunidad, ya que, a pesar de su significativo desarrollo poblacional, hemos identificado una falta de herramientas tecnológicas integrales y específicas que permitan conectar a los ciclistas, compartir rutas, eventos y experiencias de manera efectiva.

Es importante destacar que los dispositivos móviles, especialmente los teléfonos celulares, se han vuelto indispensables en nuestra vida cotidiana y en el proceso de toma de decisiones. De acuerdo con estudios realizados por Logan, se estima que las personas en

América Latina dedican en promedio cinco horas diarias a sus dispositivos móviles, y que el 91% de este tiempo lo destinan al uso de aplicaciones móviles (Faneli, 2019).

Es en este contexto que surge la propuesta de Tribux, una aplicación móvil diseñada exclusivamente para la comunidad ciclista de Guayaquil, Daule y Samborondón. Tribux se concibe como una solución integral que aborda las necesidades prácticas y sociales de los ciclistas, al tiempo que promueve la seguridad, la comunidad y la sostenibilidad.

La aplicación Tribux ofrece una amplia gama de características y servicios, desde la creación de perfiles individuales, la planificación y seguimiento de rutas, la participación en grupos de interés y la promoción de eventos y noticias relevantes para la comunidad. El producto también incluirá funciones que promueven la seguridad del ciclismo, como compartición de la ubicación en tiempo real con contactos de confianza, alertas de vialidad, y consejos prácticos de seguridad vial. Al mismo tiempo, la aplicación servirá como un recurso educativo para los ciclistas, proporcionando consejos de entrenamiento, recomendaciones de equipamiento y contenido inspirador relacionado con el ciclismo. Por último, la aplicación ofrecerá herramientas para la organización y promoción de eventos locales, tales como paseos en grupo, carreras benéficas y actividades de recaudación de fondos, permitiendo a los usuarios descubrir, unirse, y participar en eventos relevantes.

En el contexto ecuatoriano, el ciclismo ha experimentado un crecimiento significativo en términos de popularidad y aceptación como una forma de ejercicio, recreación y medio de transporte sostenible. Las tendencias y valores culturales han evolucionado en respuesta a diversas influencias, incluyendo factores sociales, ambientales y de salud. Cada vez más ecuatorianos están adoptando la bicicleta como medio de transporte en las ciudades, lo que refleja una creciente conciencia sobre la importancia de reducir la contaminación del aire y fomentar la movilidad sostenible. Además, el ciclismo también se ha convertido en una

forma popular de ejercitarse y mantenerse activo, en línea con la creciente preocupación por la salud y el bienestar. En el país hay un incremento en la participación de eventos y competencias relacionadas con el ciclismo, lo que evidencia este cambio cultural. Tribux se preocupa por el interés de los ciclistas y les ayuda a promover este estilo de vida saludable en comunidad.

La estructura empresarial de Tribux está establecida como Sociedad Anónima S.A, con valores corporativos claros y un equipo clave de profesionales, la compañía se compromete a proporcionar una solución integral y de alta calidad para la comunidad ciclista, enfocada en la seguridad, la comunidad y la sostenibilidad.

El mercado objetivo de Tribux son los ciclistas de nivel medio y amateur en Guayaquil, Daule y Samborondón, quienes buscan una plataforma integral para conectar, compartir y explorar experiencias ciclistas. Estos clientes potenciales son personas comprometidas con un estilo de vida activo y saludable, interesados en la comunidad y la seguridad en sus actividades ciclistas.

Tribux compite en un mercado donde coexisten redes sociales como Facebook y Whatsapp, así como aplicaciones de seguimiento de actividades como Strava Gps Correr Ciclismo, Komoot - senderismo y ciclismo y Relive: Corre, Pedalea y más. Sin embargo, se destaca por ofrecer una experiencia integral y única a un precio asequible, con funciones diseñadas específicamente para satisfacer las necesidades de la comunidad ciclista de Guayaquil, Daule y Samborondón.

Tribux es una oportunidad para conectar y fortalecer la comunidad ciclista en Guayaquil, Daule y Samborondón, ya que es un App que fomenta la comunidad, seguridad y bienestar, asegurándonos de convertirnos en la App líder de ciclistas de estas comunidades.

Con un enfoque claro en la seguridad, comunidad y sostenibilidad, Tribux busca no solo unir a los ciclistas, sino también promover un estilo de vida activo y saludable.

8. OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICO DEL PROYECTO

8.1. Objetivo General

El objetivo general de Tribux es promover el deporte, la comunidad, la conexión y la sostenibilidad para contribuir positivamente a la práctica de una vida saludable y activa por parte de los ciclistas de las ciudades de Guayaquil, Daule y Samborondón.

8.2. Objetivos Específicos.

1. Identificar las necesidades de la comunidad ciclista y analizar el grado de aceptación del proyecto Tribux.
2. Desarrollar e implementar estrategias integrales de marketing y promoción para posicionar a Tribux como la aplicación preferida por los ciclistas, destacando por su tecnología, innovación y características rentables y futuristas.
1. Adquirir 4000 usuarios en la App, obteniendo un incremento del 12% en el número de descargas mensuales durante un periodo de 12 meses.
3. Establecer alianzas estratégicas con al menos 3 organizaciones para ampliar el impacto y el alcance del proyecto.
4. Desarrollar procesos operativos para garantizar una experiencia del usuario óptima y mejora continua de la aplicación.
5. Identificar los recursos necesarios para el desarrollo del proyecto, incluyendo el personal clave.
6. Evaluar la viabilidad económica mediante la revisión de indicadores financieros como el TIR, VAN y proyección de utilidades.

9. Descripción del modelo de negocio

Tribux se presenta como una solución innovadora diseñada para satisfacer las necesidades específicas de la creciente comunidad ciclista en las ciudades de Guayaquil, Daule y Samborondón. La propuesta de valor de Tribux radica en su capacidad para ofrecer una experiencia integral y centrada en el usuario, proporcionando herramientas y recursos que promueven la seguridad, la comunidad, la conexión y la sostenibilidad.

La aplicación contará con dos versiones gratuita y Premium:

Tabla 1

Servicios de versión gratuita y premium del producto

Servicios de versión gratuita	Servicios de versión premium (\$2,99)
Mapas de rutas de hasta 20 km	Mapas de rutas ilimitados
Consejos	Consejos
Chats	Acceso a eventos dentro de la aplicación. Chats ilimitados con la comunidad Acceso a Market place Alertas sobre controles policiales Información sobre nuevas ciclovías/ reglas o leyes actualizadas en cuanto al ciclismo.

Fuente: Elaboración propia.

Para lograr esta propuesta de valor es indispensable la correcta coordinación entre las diferentes gerencias del proyecto. La investigación de mercado permitió identificar las necesidades de la comunidad ciclista y establecer los pilares bajo los cuales se fundamenta la propuesta. Con base en los datos obtenidos se desarrolló el producto y se construyó la estrategia

de marketing, comunicación y relaciones públicas, claves para dar a conocer la marca y posicionarla en el mercado como la aplicación que entiende y valora las necesidades de los ciclistas ecuatorianos, promoviendo la seguridad, la comunidad y el disfrute del ciclismo. La Gerencia Administrativa, enfocada en gestionar eficientemente los recursos financieros, materiales y humanos necesarios para el desarrollo y operación de la aplicación. La gerencia técnica y legal se centra primordialmente en el desarrollo y mantenimiento de la aplicación, esto incluye el diseño de la interfaz del usuario (UI) y la experiencia del usuario (UX), asegurando que la aplicación sea intuitiva y fácil de usar. En el aspecto legal se asegura que la aplicación cumpla con todas las leyes y regulaciones pertinentes, desde la definición del tipo de compañía, propiedad intelectual y la protección de datos personales. Previo a la presentación de esta propuesta, la Gerencia Financiera evaluó la viabilidad financiera determinando la inversión inicial necesaria, las fuentes de financiamiento más eficientes y proporcionando informes financieros para comprobar en diferentes escenarios la sostenibilidad financiera.

Este documento se enfoca en la Gestión Administrativa de Tribux, que desempeña un papel crucial en la organización, dirección y control de las operaciones internas de la empresa. Entre sus responsabilidades principales están asegurar que los recursos de la empresa, tanto humanos como materiales, se utilicen eficientemente para cumplir con los objetivos del negocio mientras se adhieren a las regulaciones y leyes relevantes. Para esto la estrategia de reclutamiento y selección inicia con la identificación de las necesidades de contratación, determinar los perfiles requeridos para cada puesto y relacionarlos con el cumplimiento de los objetivos establecidos. Además, es indispensable contar con una estructura organizacional que facilite la comunicación, la toma de decisiones y la asignación eficiente de las responsabilidades para el logro de los objetivos institucionales.

En materia de responsabilidad social, tenemos la oportunidad única de ser agentes de cambio positivo en las comunidades. En el caso de Tribux, esto se materializa en iniciativas para promover la seguridad en el ciclismo, el fomento de un transporte más sostenible y la reducción de la huella de carbono. Podemos colaborar en proyectos para promover la bicicleta como medio de transporte saludable y ecológico.

Los desafíos relacionados con la gestión administrativa en la empresa también incluyen la necesidad de una constante actualización considerando la intensa competencia en un mercado saturado de aplicaciones y la demanda de un contenido original y atractivo. Además nuestros valores institucionales y la responsabilidad social, nos compromete con prácticas éticas que pueden requerir inversiones sin un retorno financiero inmediato.

Las oportunidades incluyen la posibilidad de establecer a Tribux como una marca fuerte que sea sinónimo de confianza y compromiso con la comunidad ciclista, la diferenciación a través de la satisfacción de las necesidades de los usuarios ciclistas en las ciudades de Guayaquil, Daule y Samborondón que defiendan y promuevan la aplicación.

Todas estas áreas deben estar alineadas con una estrategia integral que considere los valores y metas de la empresa, y su relación con los usuarios y la comunidad en general.

10. Gerencia: Estudio Administrativo y de Responsabilidad Social Empresarial

10.1. Planeación estratégica y del Recurso Humano

10.1.1. Definición de Misión, Visión y valores.

Misión.

Crear una comunidad de ciclistas facilitando la conexión, camaradería, el intercambio de experiencias y la exploración de nuevas rutas, con el fin de promover un estilo de vida activo y saludable a través de la tecnología. Proporcionamos a nuestros usuarios una experiencia única que contribuya a la creación de una comunidad global de ciclistas comprometidos con el bienestar y la sostenibilidad.

Visión.

Ser la plataforma líder a nivel nacional para ciclistas, brindando una experiencia única que conecte a los amantes del ciclismo, fomente la comunidad y promueva un estilo de vida activo y sostenible.

Valores.

- **Pasión:** Nos apasiona el ciclismo y estamos comprometidos a promover esta pasión entre nuestra comunidad de usuarios. Creemos en los beneficios del ciclismo para la salud, el medio ambiente y la conexión con el entorno natural.
- **Comunidad:** Valoramos la creación de una comunidad unida de ciclistas que comparten sus experiencias, conocimientos y rutas favoritas. La colaboración y el apoyo mutuo son fundamentales para nosotros.
- **Innovación:** Nos esforzamos por ser pioneros en el desarrollo de tecnologías que mejoren la experiencia de los ciclistas, desde funciones de seguimiento de rutas hasta

herramientas de socialización dentro de la app. Buscamos constantemente maneras de innovar y mejorar.

- **Sostenibilidad:** Nos preocupamos por el impacto medioambiental y social de nuestras acciones. Buscamos fomentar un estilo de vida sostenible y promover el ciclismo como una forma de transporte respetuosa con el medio ambiente.
- **Calidad:** Nos comprometemos a brindar la más alta calidad en términos de experiencia de usuario, funcionalidad de la app y contenido relevante para los ciclistas. La excelencia es nuestro estándar.

10.1.2. Organigrama de la organización

El organigrama en esta empresa nos proporciona una estructura organizacional, las responsabilidades y roles de cada uno de los involucrados y de la misma manera, nos ayuda a la optimización de nuestros recursos y mantener una coordinada planificación. Es una estructura organizacional simple con una línea de reporte clara, que permite optimizar recursos, mantener una línea de comunicación y reporte efectiva, así distribuir y asignar adecuadamente las responsabilidades para el cumplimiento de los objetivos organizacionales.

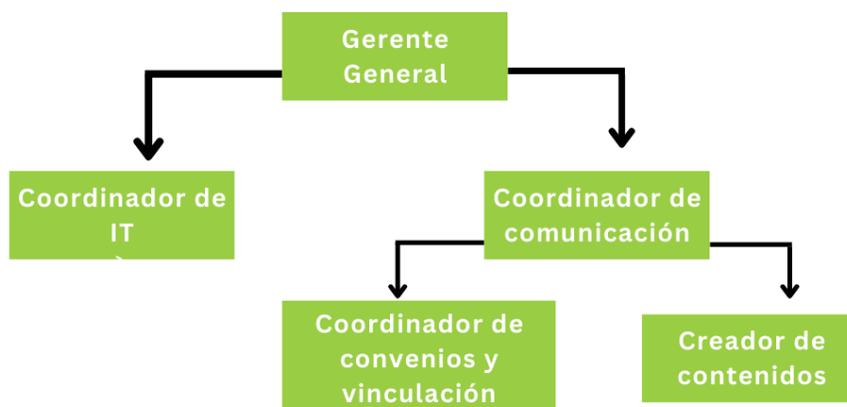


Figura 1. Organigrama de Tribux.

10.2. Necesidades de Recursos Humanos

10.2.1. Análisis y diseños de puestos del negocio.

1. Gerente General:

- Responsabilidades: Establecer la visión estratégica de la empresa, liderar las operaciones y toma de decisiones, representar a la empresa en negociaciones importantes y establecer relaciones clave con los stakeholders.
- Perfil: Experiencia comprobada en liderazgo empresarial, habilidades estratégicas, visión a largo plazo, y habilidades de comunicación y negociación.
- Rango salarial: Entre USD.1,500 y USD.2,000 en función del perfil y experiencia.

2. Coordinador de IT (Tecnologías de la Información):

- Responsabilidades: Desarrollo e implementación de la infraestructura tecnológica de la app, garantizar la seguridad de los datos, y liderar el equipo de tecnología.
- Perfil: Experiencia en desarrollo de software, liderazgo técnico, conocimientos sólidos en seguridad cibernética y gestión de proyectos.
- Rango salarial: Entre USD.1,000 y USD.1,200 en función del perfil y experiencia.

3. Coordinador de Comunicación y Marketing:

- Responsabilidades: Desarrollar estrategias de comunicación, gestionar las redes sociales, relaciones públicas y colaboraciones con la prensa para promover la app.
- Liderar, definir estrategias comerciales, de marketing y controlar los ingresos y la rentabilidad de la App.
- Perfil: Experiencia en marketing digital, fuertes habilidades de comunicación, conocimiento de marketing, redes sociales y relaciones públicas.
- Rango salarial: Entre USD.1,000 y USD.1,200 en función del perfil y experiencia.

4. Creador de Contenidos:

- Responsabilidades: Generar contenido relevante y atractivo para la comunidad de ciclistas, administrar blogs, redes sociales y estrategias de contenido.

- Perfil: Experiencia en creación de contenido digital, fuertes habilidades de escritura, conocimiento en SEO y marketing de contenido.

- Rango salarial: Entre USD.800 y USD.1,000 en función del perfil y experiencia.

5. Coordinador de Convenios y Vinculación:

- Responsabilidades: Establecer y mantener alianzas estratégicas con entidades gubernamentales, organizaciones ciclistas y empresas afines.

- Perfil: Experiencia en desarrollo de alianzas, habilidades de negociación, redes de contacto en la industria del ciclismo.

- Rango salarial: Entre USD.1,200 y USD.1,500 en función del perfil y experiencia.

10.2.2. Procedimientos de selección de personal a implementar.

Para implementar un proceso de selección efectivo en esta empresa hemos considerado tomar en cuenta varios pasos y criterios específicos para identificar y contratar a los mejores candidatos de acuerdo a los perfiles previamente establecidos. A continuación, se especifican los procedimientos a implementar:

Análisis de necesidades.

Antes de reclutar candidatos, es crucial identificar las necesidades de la empresa y el equipo de desarrollo de Tribux, nos enfocaremos en dos departamentos que son claves en el logro de los objetivos planteados.

La coordinación de IT requiere de un profesional con experiencia en el desarrollo de aplicaciones móviles, manejo de sistemas informáticos, uso de tecnologías y más.

El departamento de comunicación, clave para la comunicación, posicionamiento y venta del producto, contará con un coordinador de área, un coordinador de convenios y el creador de contenido.

Adicionalmente se contempla por contratación de servicios externos un asesor financiero contable y un asesor legal.

El análisis de necesidades se lleva a cabo por el Gerente General de la empresa.

Estrategia de reclutamiento.

Una vez definido el perfil requerido para cada puesto, el departamento de comunicación diseña el aviso para la captación de hojas de vida mediante:

- Plataformas digitales de fácil acceso como LinkedIn.
- Bolsas laborales de universidades de la ciudad.
- Referencias de colaboradores y socios actuales.

Revisión de solicitudes.

El jefe inmediato revisa los currículos recibidos de los candidatos para evaluar su idoneidad en términos de experiencia laboral, habilidades técnicas y conocimientos específicos relacionados con cada uno de los departamentos del organigrama arriba detallado.

Entrevistas.

Se realizarán entrevistas estructuradas para evaluar las habilidades técnicas, la experiencia relevante, así como el ajuste cultural y la pasión por el ciclismo. Las entrevistas pueden incluir preguntas específicas sobre el desarrollo de aplicaciones móviles, proyectos anteriores relacionados con el ciclismo, y escenarios hipotéticos para evaluar la toma de decisiones y la resolución de problemas.

El jefe inmediato estará a cargo de las entrevistas del personal y una vez que haya

pasado este filtro, será el Gerente General quien entreviste a los postulantes. Se desarrollarán entrevistas estructuradas con la finalidad de verificar que el candidato cuente con las habilidades y experiencia declaradas en su hoja de vida. En el proceso se incluirán preguntas específicas para identificar que el candidato cumple con los conocimientos técnicos y habilidades indispensables para el desarrollo del cargo.

Evaluaciones técnicas.

Se desarrollarán las pruebas necesarias tanto de aptitudes como de actitudes. Esto además de mostrar los conocimientos de los postulantes nos ayudará a analizar posibles formas de reaccionar ante diversas situaciones: en dónde podamos entender su personalidad en el ámbito laboral y lo que puede influir en su toma de decisiones al momento de realizar su trabajo. Además, es importante considerar el ajuste del candidato en la cultura de la empresa y su compatibilidad con el equipo existente. El compromiso con el ciclismo y la comprensión de las necesidades de los ciclistas pueden desempeñar un papel crucial en este aspecto. Cada coordinador de área deberá de haber realizado evaluaciones de acuerdo al perfil requerido para cada puesto.

Verificación de referencias.

Al llegar a una etapa avanzada del proceso de selección, es esencial verificar las referencias proporcionadas por los candidatos para confirmar sus referencias personales, laborales y estudios académicos.

Esta sección estará a cargo del departamento de comunicación.

Informe ejecutivo con las recomendaciones sobre cada postulante.

El coordinador de área realizará un informe final con las sugerencias o comentarios sobre cada uno de los candidatos, enviándole al gerente general y siendo él quien tome la decisión final.

Oferta de empleo.

Una vez seleccionado el candidato ideal, se procederá a realizar una oferta de empleo, contrato previamente redactado por cada uno de los coordinadores siguiendo el formato legal establecido previamente. Este incluye detalles como el salario, los beneficios y cualquier otra información relevante sobre la posición. Esta fase estará a cargo del Gerente General de la compañía.

Firma del contrato.

El gerente es responsable de gestionar la firma del contrato en el que se estipulan todos los beneficios salariales de acuerdo a las leyes del Ecuador

Integración y seguimiento

Una vez que se ha contratado al nuevo empleado, es fundamental brindar un proceso de integración efectivo, asegurándose de que comprenda la visión y objetivos de la empresa, se revisará nuevamente los objetivos del cargo así con los KPI's. Además, se deben establecer mecanismos de seguimiento para evaluar su desempeño y proporcionar retroalimentación regular.

10.3. Compensaciones

10.3.1. Descripción de las compensaciones del personal del negocio.

El sistema de compensación y beneficios ha sido diseñado de acuerdo a lo estipulado en el Código de Trabajo de Ecuador y también considerando los rangos salariales del mercado laboral,

para poder atraer y retener personal competente y que aporte positivamente a los objetivos institucionales, reconociendo que el elemento humano es clave para el éxito del proyecto.

A continuación, presentamos un desglose de las compensaciones a los colaboradores de Tribux:

Tabla 2*Compensaciones a los colaboradores de planta de la organización*

Sueldos de empleados		Mensual							
Empleados	Sueldos base	XIII	Aporte patronal	Vacaciones	Fondo de reserva	Total unitario	Total mensual	Total anual	
Gerente	1	1500	125,00	182,25	62,50	124,95	1.994,70	1.994,70	23936,4
Coordinador IT	1	1000	83,33	121,5	41,67	83,30	1.329,80	1.329,80	15957,6
Coordinador de Comunicación	1	1000	83,33	121,5	41,67	83,30	1.329,80	1.329,80	15957,6
Coordinador de Convenios	1	600	50,00	72,9	25,00	49,98	797,88	797,88	9574,56
Creador de Contenidos	1	700	58,33	85,05	29,17	58,31	930,86	930,86	11170,32

Fuente: Elaboración propia.

10.4. Indicadores Claves de Gestión (KPI's)

10.4.1. Fijación de principales KPI's del negocio.

La fijación de Key Performance Indicators (KPI's) nos ayuda a medir el desempeño y el éxito en diferentes aspectos del negocio, se han establecido en base a los objetivos específicos del proyecto. A través de estos, podremos evaluar el rendimiento y de desempeño, tomar decisiones informadas para mejorar la experiencia de los usuarios, aumentar la adopción de la aplicación y maximizar los ingresos. Estos KPI's también pueden servir como indicadores clave para medir el impacto de las actualizaciones, nuevas características y campañas de marketing en el crecimiento y el éxito a largo plazo de la empresa. Detallamos los que utilizaremos:

10.4.1.1. Descargas de la aplicación.

Este KPI mide el número total de descargas de la aplicación para ciclistas desde las plataformas de aplicaciones móviles, como App Store y Google Play. Esto proporciona una indicación inicial del interés y la adopción de la aplicación por parte de los usuarios.

Fijación: Establecer como meta 4.000 descargas anuales de las cuales el 30% serán versión premium hasta el mes 13, además incremento de descargas anuales en un 10% más, teniendo en cuenta el crecimiento proyectado del mercado y el alcance del público objetivo.

10.4.1.2. Retención de usuarios.

Se refiere a la capacidad de la aplicación para mantener a los usuarios comprometidos y activos a lo largo del tiempo. Se puede medir mediante la tasa de retención de usuarios, que muestra el porcentaje de usuarios que continúan utilizando la aplicación en comparación con los que la abandonan.

Fijación: Aumentar un 15% de usuarios durante el próximo trimestre, lo que nos servirá como punto de referencia para evaluar el rendimiento.

10.4.1.3. Actividad de los usuarios.

Este KPI mide la frecuencia y la intensidad de la interacción de los usuarios con la aplicación, incluyendo la cantidad de kilómetros recorridos, rutas guardadas, logros desbloqueados, publicaciones compartidas u otras acciones relevantes.

Fijación: Establecer metas trimestrales para aumentar la actividad de los usuarios, lo que demuestra el compromiso y la participación continua con la aplicación.

10.4.1.4. Índice de satisfacción del cliente

La calificación promedio y las reseñas de los usuarios en las tiendas de aplicaciones proporcionan una retroalimentación valiosa sobre la satisfacción y la experiencia del usuario. Esto es un indicador importante de la percepción que tienen los usuarios sobre la aplicación.

Fijación: Aumentar, en un periodo de 6 meses, la calificación promedio de 4.0 a 4.5 estrellas en las tiendas de aplicaciones móviles, de la mejora percibida de la calidad y experiencia de usuario en la App.

10.4.1.5. Financiero

- Sirve para alinear las mejoras en la experiencia de la aplicación con resultados directamente medibles en términos de ingresos y rentabilidad.
- Métricas de conversión de pago y costos operativos por usuario: Establecer un objetivo para mejorar las métricas de conversión de pago.
- Establecer una tasa del 20% de conversión de usuarios gratuitos a usuarios de pago.
- Tasa del 10% de renovación de suscripciones

10.4.1.6. Ingresos por usuario (ARPU)

Indicador financiero que muestra el promedio de ingresos generados por cada usuario activo.

Este KPI puede incluir ingresos por publicidad, compras en la aplicación, suscripciones premium u otras fuentes de ingresos relacionadas con la aplicación para ciclistas.

Fijación: Aumentar el ARPU, cuya expectativa del primer año es de 4.000 descargas, en un 10% después del próximo año, lo que nos ayudaría a incentivar la monetización de la aplicación.

10.5. Estrategia y Acciones de Responsabilidad Social Empresarial

La Responsabilidad Social Empresarial es el pilar fundamental en Tribux, ya que el proyecto busca generar un impacto positivo en el medio ambiente y en la comunidad, al mismo tiempo buscamos ser sostenibles generando valor para la empresa y para los usuarios. El éxito a largo plazo de la aplicación tiene una vinculación directa con el bienestar del entorno comunitario y ambiental. Nuestras actividades de RSE se basan en los siguientes pilares:

10.5.1. Estrategia.

10.5.1.1. Alineación con nuestra misión.

Promovemos un estilo de vida activo y sostenible contribuyendo a la salud y bienestar de la comunidad.

10.5.1.2. Conciencia ambiental.

El proyecto promueve el uso de la bicicleta no solo como deporte sino como medio de transporte para disminuir el impacto ambiental. Además, consideramos prácticas sostenibles en todas las etapas de la cadena de valor

10.5.1.3. Vinculación comunitaria.

Involucramos a nuestros stakeholders en la identificación de proyectos y necesidades relevantes y mediante colaboraciones estratégicas con entidades gubernamentales y ONG'S aumentamos el alcance y el impacto del proyecto.

10.5.1.4. Transparencia y comunicación.

Sobre las actividades de RSE y los resultados obtenidos.

10.5.1.5. Comunidad ciclista inclusiva.

Ciclistas de diferentes perfiles, habilidades y antecedentes pueden conectarse, compartir experiencias y conocimientos, y participar en eventos y actividades relacionadas con el ciclismo. Se promueve la equidad de género, la diversidad y la inclusión dentro de la comunidad ciclista, fomentando así un ambiente acogedor y diverso.

10.5.2. Proyectos

Para cumplir con la estrategia establecida, desarrollaremos las siguientes acciones:

Proyecto 1: Ciclismo para Todos

Objetivo: Ampliar el acceso al ciclismo en comunidades desatendidas, promoviendo la inclusión y el acceso al deporte.

Acciones:

- Donaciones de bicicletas y accesorios de seguridad a comunidades de bajos recursos.
- Talleres gratuitos sobre mantenimiento de bicicletas y seguridad vial.
- Patrocinio de eventos locales y programas de entrenamiento para ciclistas novatos.

Proyecto 2: Salud y Bienestar

Objetivo: Fomentar la actividad física y la salud a través del ciclismo, haciendo partícipes a toda nuestra comunidad de stakeholders, usuarios y personal administrativo.

Acciones:

- Creación de retos y competencias dentro de la app que promuevan un estilo de vida activo.
- Colaboraciones con health influencers y expertos para ofrecer consejos y motivación.
- Apoyo a iniciativas y organizaciones que vinculan el ejercicio con la salud mental.

Proyecto 3: Campañas de limpieza.

Objetivo: Crear vinculación entre todos los stakeholders de la empresa: los usuarios, el personal administrativo, los sponsors y los aliados estratégicos.

Acciones:

- Mingas en las rutas de las bicicletas, en alianza con el gobierno local
- Programas de educación vial.

Para el cumplimiento de los objetivos planteados en nuestra estrategia de responsabilidad social es indispensables establecer indicadores claves de rendimiento (KPI's) para cada proyecto, realizar evaluaciones periódicas para medir el impacto, hacer ajustes necesarios y publicar informes anuales para comunicar a los stakeholders sobre el progreso y desafíos encontrados. Al centrarse en iniciativas que complementan el core business de la empresa, los esfuerzos de RSE pueden maximizar su relevancia y eficacia, al mismo tiempo que contribuyen al éxito sostenido de la organización.

11. Conclusiones y recomendaciones

Al concluir la fase de diseño y desarrollo de la aplicación móvil “Tribux”, concluimos que el proyecto está alineado con la misión de promover un estilo de vida saludable y fomentar la interacción comunitaria. Desde el aspecto administrativo, se establecieron procesos eficientes que aseguran la escalabilidad y sostenibilidad de la aplicación, se definió una estructura organizacional alineada a los objetivos institucionales y se determinaron los indicadores claves de desempeño para monitorear el avance del proyecto en atención a las necesidades cambiantes del entorno y mercado.

La empresa ha adoptado una estrategia de RSE coherente con su misión, que se apoya en la funcionalidad de la aplicación. Todos los eventos planteados en la estrategia de RSE se realizarán por medio de la aplicación.

Para fortalecer la gestión administrativa se recomienda la creación de un comité directivo dedicado a supervisar que el proyecto sea rentable y sostenible sin perder la alineación a sus valores institucionales. Ante un mercado competitivo y en constante evolución, el comité es clave para estar al tanto de las últimas tendencias y necesidades del mercado.

Además, se aconseja realizar un constante seguimiento a los KPI's financieros y de desempeño establecidos en el documento, para tener una visión clara de la evolución del proyecto y poder tomar decisiones informadas, esto implica la implementación de herramientas de análisis de datos y la creación de informes regulares para monitorear el progreso del proyecto y tomar decisiones basadas en datos.

Es esencial que la empresa continúe con el desarrollo de iniciativas de responsabilidad social, como el programa "Cycling for All", y que busque nuevas alianzas estratégicas que promuevan

tanto la movilidad sustentable como el acceso a medios de transporte saludables para grupos desfavorecidos.

La empresa debería tener un enfoque proactivo para comunicar los impactos positivos de sus iniciativas RSE y la aplicación móvil. La utilización de informes de sostenibilidad y estudios de caso pueden ser efectivos para mostrar avances y generar confianza y credibilidad entre los usuarios y otros stakeholders. Y, por último, se sugiere fortalecer la comunidad ciclista a través de la aplicación, creando foros, grupos de discusión y eventos que impulsen la interacción y el compromiso de los usuarios no solo con la app sino con la actividad ciclista en sí.

Mediante la implementación de estas recomendaciones, la empresa no sólo consolida su posicionamiento en el mercado, sino que también ejercerá un liderazgo responsable y comprometido con sus valores fundacionales respecto a la salud y sostenibilidad ambiental.

12. Referencias bibliográficas

Buehler, R., & Pucher, J. (2021, diciembre 1). *Cycling for sustainable cities*. MIT Press; The MIT Press, Massachusetts Institute of Technology.

<https://mitpress.mit.edu/9780262542029/cycling-for-sustainable-cities/>

Con éxito la primera competencia de ciclismo “El Coca Vívelo 45K y 38K” – Ministerio de Turismo. (s/f). Gob.ec. Recuperado el 20 de noviembre de 2023, de

<https://www.turismo.gob.ec/con-exito-la-primera-competencia-de-ciclismo-el-coca-vivelo-45k-y-38k/>

¿Cómo registro una marca? – Servicios. (s/f). Gob.ec. Recuperado el 16 de febrero de 2024, de <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/como-registro-una-marca/>

De, L. O. R. O. S. 459. (s/f). *LEY ORGÁNICA DE PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES*. Gob.ec. Recuperado el 16 de febrero de 2024, de https://www.finanzaspopulares.gob.ec/wp-content/uploads/2021/07/ley_organica_de_proteccion_de_datos_personales.pdf

Equipo Legal Ecuador. (2018, agosto 27). *Diferentes tipos de compañías / entidades legales en Ecuador*. Biz Latin Hub. <https://www.bizlatinhub.com/es/diferentes-tipos-de-companias-entidades-legales-en-ecuador/>

ECF. (s/f). *New study highlights the significant economic impact of cycling in France*. Eurovelo.com. Recuperado el 20 de noviembre de 2023, de https://pro.eurovelo.com/news/2020-06-04_new-study-highlights-the-significant-economic-impact-of-cycling-in-france

Fanelli, M. (2019). *La era de las apps: pequeños programas para satisfacer necesidades*. Tecnopymes.Ec. <https://tecnopymes.ec/2019/02/27/la-era-de-las-apps-pequenos-programas-para-satisfacer-necesidades/>

Gutiérrez, J. (2022, junio 1). El ciclismo es tendencia en el Ecuador. *Revista Mundo Diners*.
<https://revistamundodiners.com/ciclismo-tendencia-ecuador/>

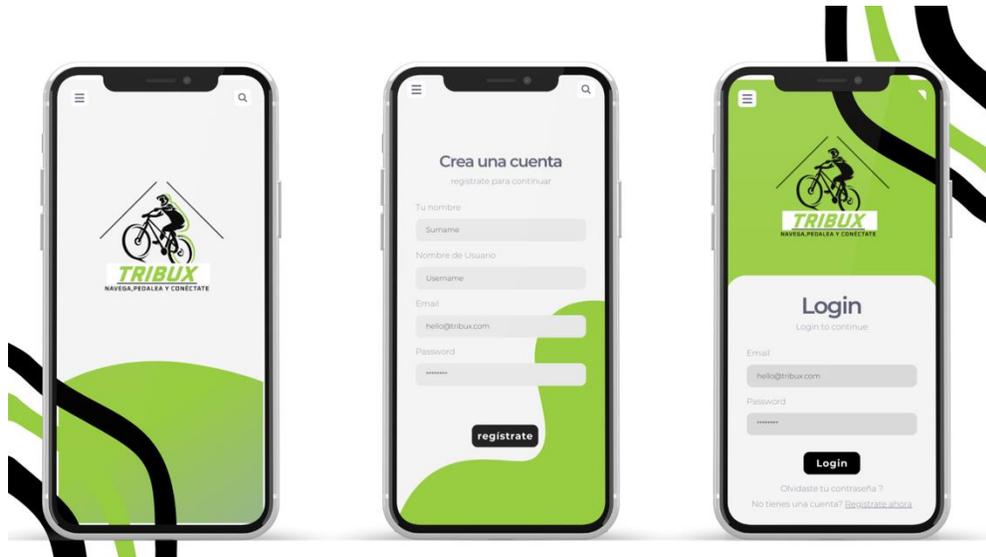
Ministerio del Deporte conmemoró el Día Nacional del Ciclismo – Ministerio del Deporte.
(s/f). Gob.ec. Recuperado el 20 de noviembre de 2023, de
<https://www.deporte.gob.ec/ministerio-del-deporte-conmemoro-el-dia-nacional-del-ciclismo/>

Peña, A., Lisseth Herrera, M., Carrera, S., & Sánchez, D. (s/f). *Encuesta Nacional Multipropósito de Hogares (Seguimiento al Plan Nacional de Desarrollo)*. Gob.ec. Recuperado el 25 de noviembre de 2023, de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2020/202012_Boletin_Multiproposito_Tics.pdf

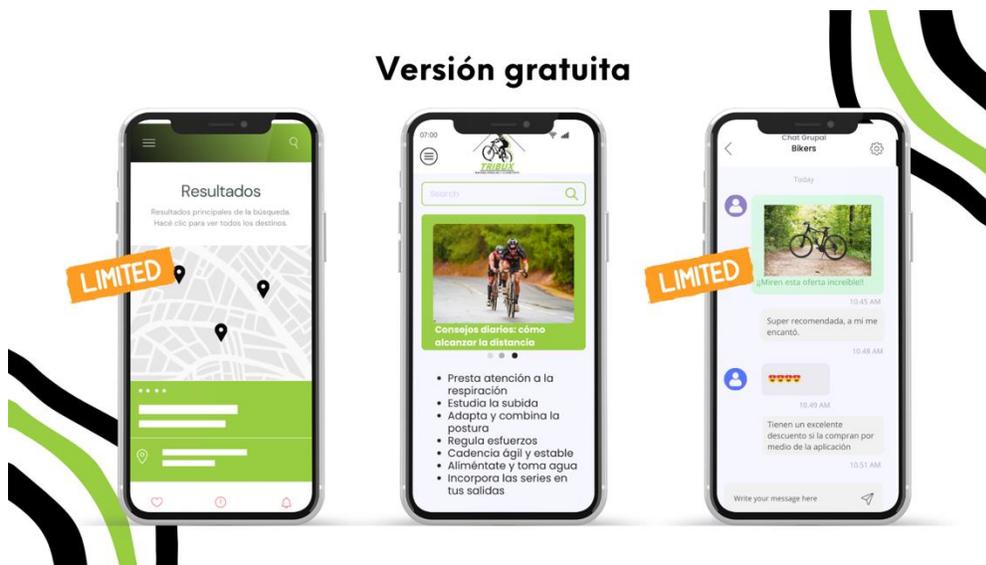
Rosen, P., Cox, P., & Horton, D. (2007). *Cycling and society* (1a ed.). Ashgate Publishing.

13. Anexos

Nuestro producto, línea gráfica y servicios gratuitos y premium



Versión gratuita



Versión pagada

