



UNIDAD DE PROFESIONALIZANTES

**UNIVERSIDAD CASA GRANDE**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS**

**MODELO DE NEGOCIO**  
**“TRIBUX”**  
**GERENCIA FINANCIERA**

Elaborado por:

**Vicente Luis Abarca Jalón**

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, **Vicente Luis Abarca Jalón** declaro libre y voluntariamente lo siguiente:

1. Que soy el autor del trabajo de titulación: **Gerencia de Financiera** 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 Silvia Magallanes, Marilyn Bucheli, Flavio Campaña y Mayra Valderrama.

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.



---

**Vicente Luis Abarca Jalón**

**C.I 180216165**

Declaro que

**Yo, Vicente Luis Abarca Jalón** en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación “**Tribux: Gerencia Financiera**” 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.



---

**Vicente Luis Abarca Jalón**

**C.I 180216165**

### 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 Marketplace, 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, Marilyn Guadalupe Bucheli Muñoz, Flavio Alfredo Campaña Sánchez y Mayra Liliana Valderrama Guzmán 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

<b>PORTADA</b> .....	<b>I</b>
<b>2. CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN</b> .....	<b>II</b>
<b>3. RESUMEN EJECUTIVO</b> .....	<b>IV</b>
<b>4. PALABRAS CLAVE</b> .....	<b>VI</b>
<b>5. CONSIDERACIONES ÉTICAS</b> .....	<b>VII</b>
<b>6. ÍNDICE</b> .....	<b>VIII</b>
<b>7. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN</b> .....	<b>1</b>
<b>8. OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICO DEL PROYECTO</b> .....	<b>5</b>
8.1. Objetivo General .....	5
8.2. Objetivos Específicos.....	5
<b>9. DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO</b> .....	<b>6</b>
Tabla 1 .....	6
Servicios de versiones gratuita y premium.....	6
<b>10. GERENCIA: ESTUDIO FINANCIERO</b> .....	<b>8</b>
10.1. Presupuesto.....	8
10.1.1. Plan de inversiones, clasificación y fuentes de financiamiento.....	8
Tabla 2.....	9
Tabla 3.....	10
Tabla 4.....	11
Tabla 5.....	11
10.1.2. Política de cobros, pagos y existencias.....	12
10.1.3. Capital de trabajo.....	12
Tabla 6.....	13
10.1.4. Programa y calendario de inversiones. ....	13
Tabla 7.....	14
10.1.5. Depreciaciones de activos fijos y amortizaciones y activos diferidos.....	14
Tabla 8.....	15
Tabla 9.....	15
10.1.6. Programa de producción y ventas.....	15
Tabla 10.....	16
Tabla 11.....	17
Tabla 12.....	18
Tabla 13.....	18
Tabla 14.....	19
Tabla 15.....	20
Tabla 16.....	21



Tabla 17.....	22
Tabla 18.....	23
Tabla 19.....	24
Tabla 20.....	25
Tabla 21.....	25
Tabla 22.....	26
10.1.7. Costo de materias primas, materiales indirectos, suministros, mano de obra directa e indirecta.....	27
Tabla 23.....	27
10.1.8. Gastos de administración, ventas (Comisiones %) y financieros.....	27
10.2. Planeación Financiera.....	28
10.2.1. Flujo de caja proyectado.....	28
Tabla 24.....	29
Tabla 25.....	29
10.2.2. Estado de Pérdidas y Ganancias.....	31
Tabla 26.....	31
10.2.2. Balance General.....	32
Tabla 27.....	32
10.3. Evaluación del Proyecto.....	33
10.3.1. Punto de Equilibrio.....	33
Tabla 28.....	33
10.3.2. Viabilidad financiera.....	33
Tabla 29.....	34
10.3.3. Índices Financieros.....	33
10.3.4. Análisis de Sensibilidad.....	33
Tabla 30.....	34
Tabla 31.....	35
<b>11. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>38</b>
<b>12. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....</b>	<b>37</b>
<b>13. ANEXOS.....</b>	<b>39</b>
Anexo 1.....	39

## 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 compete 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.

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.
3. Adquirir 4000 usuarios en la App, obteniendo un incremento del 12% en el número de descargas mensuales durante un periodo de 12 meses.
4. Establecer alianzas estratégicas con al menos 3 organizaciones para ampliar el impacto y el alcance del proyecto.
5. Desarrollar procesos operativos para garantizar una experiencia del usuario óptima y mejora continua de la aplicación.
6. Identificar los recursos necesarios para el desarrollo del proyecto, incluyendo el personal clave.
7. 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 versiones gratuita y premium*

<b>Servicios de versión gratuita</b>	<b>Servicios de versión premium (\$2,99)</b>
Mapas de rutas de hasta 20 km	Mapas de rutas ilimitados
Consejos	Consejos
Chats	Chats ilimitados con la comunidad
	Acceso a eventos dentro de la aplicación.
	Acceso a MarketPlace
	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 fue esencial para 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 es fundamental para gestionar eficientemente los recursos financieros, materiales y humanos necesarios para el desarrollo y operación de la aplicación.

Este documento se centra en la gestión de la Gerencia Financiera del proyecto. Previo a la presentación de la propuesta se evaluó la viabilidad financiera determinando la inversión inicial necesaria, las fuentes de financiamiento más eficientes y elaborando informes financieros para comprobar en diferentes escenarios la sostenibilidad financiera. Para esto se proyectaron los costos de desarrollo, operativos, administrativos y de marketing. También se evaluaron las diferentes fuentes de ingreso y opciones de monetización para establecer un presupuesto real que garantice la rentabilidad y sostenibilidad del proyecto.

El cálculo de las proyecciones en base a los cuales se construyeron los estados financieros presentados permitió tomar decisiones en cuanto a la estrategia relacionada a la administración de recursos administrativos y humanos. También ratificó la factibilidad de la estrategia de precios e inversión en publicidad y gastos de marketing.

Para poder cumplir con los objetivos planteados y las proyecciones de ventas, es indispensable que los recursos destinados al proyecto se manejen eficaz y eficientemente. Hay



que prestar especial atención a que los ingresos proyectados se cumplan para sostener el flujo de caja y también apegarse al presupuesto en lo que se refiere a costos y gastos.

Como gerencia financiera tuvimos la meta de hacer viable la propuesta de valor, no tan solo en el funcionamiento de la aplicación con todas sus características, sino también en la rentabilidad del modelo de negocio. Existieron varios desafíos como las diferentes formas de monetización, las metas de descargas y usuarios premium, entre otras, pero con un manejo eficiente y correcto de la información financiera y la coordinación con el resto de las gerencias lograremos alcanzar los presupuestos de ingresos y proyecciones de crecimiento (Ekos Datta, 2023).

Sin embargo, más allá de todos estos desafíos por superar, Tribux se constituye como una gran propuesta de negocio, donde el alcance a nuevos clientes y mayor crecimiento estará solo determinado por lo eficiente que seamos en comunicar nuestra propuesta de valor a nuevos clientes y la optimización que tengamos en el manejo de los recursos que la aplicación genere.

## **10. GERENCIA: ESTUDIO FINANCIERO**

### **10.1. Presupuesto**

#### **10.1.1. Plan de inversiones, clasificación y fuentes de financiamiento**

Hemos determinado el presupuesto para la implementación y arranque de la aplicación TRIBUX en \$33,450.31. Esta inversión incluye activos fijos por \$3,400.00, activos diferidos por \$26,600.00 y capital de trabajo por \$3,624.81. Este presupuesto nos permitirá mantener la operación por cinco años, sin embargo, en el tercer año tendremos recuperación de capital invertido por flujo operacional.

En el rubro de activos fijos hemos adquirido 5 computadoras portátiles para el personal de la empresa; cada una con las especificaciones requeridas según el trabajo a realizar. La suma de la adquisición de estas es de \$3,400.00. No tendremos inversión en instalaciones, adecuaciones de oficina ni muebles y escritorios debido a que la modalidad de trabajo de Tribux será híbrida. Se planea alquilar una oficina con modalidad Coworking, lo cual evitará incurrir en todas estas inversiones y el tiempo que no se use la oficina se trabajará de manera Home office.

En el rubro de activos diferidos se invertirá en la constitución de la compañía Tribux S.A. y el respectivo registro de la marca, inscrita en el Servicio nacional de derechos intelectuales SENADI. El principal activo diferido es la App en sí. Se contrata a una empresa ecuatoriana para que realice la programación y puesta en funcionamiento en el Apple Store para teléfonos iPhone y Play Store para teléfonos Android. Tenemos también el servicio de Hosting que incluye 500 usuarios simultáneos en la App y la página web que alberga el servicio de Marketplace. Dentro del acuerdo se incluye un fee mensual de mantenimiento y 4 actualizaciones anuales de la aplicación. Finalmente hemos programado un plan de Marketing que incluye redes sociales, medios tradicionales, marketing con influencers, material promocional y eventos comunitarios y de difusión por un valor de \$20.000. A continuación, detallamos los activos fijos y diferidos.

## **Tabla 2**

### *Activos Fijos*

#### Detalle Activos Fijos

Equipos de Computación	\$3,400.00
(5 portátiles para personal)	

Total, activos fijos	\$3,400.00
----------------------	------------

### Tabla 3

#### *Activos diferidos*

##### Detalle Activos diferidos

Gastos de constitución de la compañía TRIBUX S.A.	\$800.00
Registro de marca + Fee Legal	\$400.00
Desarrollo y elaboración de App	\$3,000.00
Hosting 500 Usuarios simultáneos / 10.000 Usuarios Total /	\$1,200.00
Hosting página Web TRIBUX	
Fee de mantenimiento y actualizaciones APP y 4 actualizaciones x año	\$1,200.00
Plan de Marketing	\$20,000.00
Total, activos diferidos	\$26,600.00

El plan total de inversiones de Tribux será de \$33.624.81 incluyendo el capital de trabajo y será cubierto por un préstamo bancario por \$25,000.00 con una amortización en modalidad francesa a 3 años con una tasa PYME del 11%. La diferencia de \$8,624.81 será obtenida mediante un aporte de capital a una tasa del 9%.

A continuación, se detalla el desglose de los montos de inversión, con su financiamiento y las condiciones del préstamo bancario.

**Tabla 4**

*Fuentes de financiamiento de monto de inversión*

Fuentes de financiamiento	Monto \$	Porcentaje inversión	Tasa interés
Préstamo bancario	\$25,000.00	74.35%	11.0%
Aporte de Capital	\$8,624.81	25.65%	9.0%
Total, financiamiento	\$33,624.81	100%	10.49%

**Tabla 5**

*Amortización préstamo bancario*

Tipo de Tabla	Amortización francesa
Monto	\$25,000.00
Dividendos por año	12
Plazo años	3
Gracia	0
Moneda	US \$

Amortización días	30
Número de períodos	36
Valor dividendo	\$818.47

### **10.1.2. Política de cobros, pagos y existencias**

Los cobros por ventas de TRIBUX están presupuestados para que se cancelen de contado. De las cuatro formas de ingresos que tiene la compañía, la suscripción premium de \$2.99 se cobra por medio de tarjeta de crédito los primeros días del mes; las ventas en Marketplace son de contado antes del envío y desembolso al proveedor. La inscripción a los eventos bicicletones también se realiza por medio de la App y son de contado previo a la organización del evento. De igual manera los ingresos por publicidad en cada evento se facturan y cobran previo a la realización del evento. Esto genera un factor de caja de 9 días.

Con respecto a los pagos a proveedores se realizan de contado; los pagos de elaboración de materiales publicitarios, contratación de personal y de seguridad usados en los eventos son realizados de manera inmediata. De igual manera los pagos por compra y envío de productos dentro del Marketplace se hacen de inmediato una vez recibido el pago del cliente.

En cuanto a existencias de inventario Tribux no mantiene stock y factura y despacha directamente desde bodegas de proveedores.

### **10.1.3. Capital de trabajo**

El capital del trabajo total requerido para la operación es de \$3,450.31 calculado a un factor de caja de 9 días. En la siguiente tabla describimos el detalle de activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo.

**Tabla 6**

*Capital de trabajo*

Factor Tabla 9 días

Materiales directos	\$1,368.27
Mano de obra directa	\$701.20
Gastos administrativos	\$800.41
Gastos de ventas	\$410.44
Imprevistos (5%)	\$170.00
<b>Total, capital de trabajo</b>	<b>\$3,450.32</b>

**10.1.4. Programa y calendario de inversiones**

Una vez que ha sido acreditado el préstamo bancario por \$25,000.00 y el aporte de capital de \$8,624.81 se tiene presupuesta el calendario de inversiones. Activos fijos y los activos diferidos son pagados de inmediato excepción del plan de marketing de lanzamiento que sigue el programa de pagos de la gerencia encargada. La tabla de amortización del préstamo bancario se adjunta en el anexo 1 y el calendario de inversión está descrito en la siguiente tabla.

**Tabla 7***Calendario de Inversiones*

	Monto	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
Equipos de Computación	\$3,400.00	\$3,400.00					
Gastos de constitución	\$800.00	\$800.00					
Registro de marca + Fee legal	\$400.00	\$400.00					
Desarrollo App	\$3,000.00	\$3,000.00					
Hosting	\$1,200.00	\$1,200.00					
Fee de Mantenimiento	\$1,200.00	\$1,200.00					
Marketing de Lanzamiento	\$20,000.00	\$10,000.00	\$5,000.00	\$5,000.00			

**10.1.5. Depreciaciones de activos fijos y amortizaciones y activos diferidos**

Se tiene presupuestada la depreciación de las 5 computadoras portátiles, registradas como activos fijos, a un plazo de 3 años, tal como lo estipula la ley a un valor anual de \$1,133.00. Con respecto a los activos diferidos se ha programado una amortización de 5 años con un valor de \$5,320.00 por año. Los cuadros de depreciación y sus respectivos valores se detallan en las tablas 6 y 7.

**Tabla 8***Depreciación Activos*

Activo a depreciar	Valor	Año 1	Año 2	Año 3
Equipos de computación	\$3,400.00	\$1,133.00	\$1,133.00	\$1,133.00

**Tabla 9***Amortización Activos diferidos*

Amortización	Valor inicial	Amortización anual
Constitución	\$800.00	\$160.00
Registro marca	\$400.00	\$80.00
Desarrollo de App	\$3,000.00	\$600.00
Hosting	\$1,200.00	\$240.00
Mantenimiento App	\$1,200.00	\$240.00
Plan de Marketing	\$20,000.00	\$4,000.00
<b>Total</b>	<b>\$26,600.00</b>	<b>\$5,320.00</b>

**10.1.6. Programa de producción y ventas**

Tribux ha sido diseñada para ofrecer en primera instancia 4 líneas de ingresos. La primera es la suscripción Premium que tiene un costo \$2.99 por mes y \$30.00 si se toma el año completo,



lo cual equivale a un descuento del 16% por el pago anticipado. De un segmento de mercado de 10.000 ciclistas solo en vía a la costa, valor calculado por estudios del Ministerio transporte de obras públicas, (OBRAS, 2013) y proyectando una cantidad similar de ciclistas potenciales en los cantones de Samborondón y Daule, hemos proyectado un segmento de mercado de unos 30.000 ciclistas y de este número hemos programado alcanzar la meta de 1.000 suscriptores premium en el mes 15 de operaciones, lo cual corresponde al 3% del segmento de mercado, y seguir con un crecimiento sostenido de captación de nuevos suscriptores hasta alcanzar los 2,700 usuarios premium en el año 5 de operaciones. Las ventas en el primer año por pago de suscripción están presupuestadas en \$18,039.52 alcanzando los \$90,698.89 en el quinto año de operaciones.

**Tabla 10**

*Ingresos Año 1 Suscripción usuarios premium*

Mes	Usuarios Premium	Ingresos x suscripción
Enero	250	\$747.50
Febrero	280	\$837.20
Marzo	314	\$937.66
Abril	351	\$1,050.18
mayo	393	\$1,176.21
Junio	441	\$1,317.35
Julio	493	\$1,475.43
Agosto	553	\$1,652.48
septiembre	619	\$1,850.78
Octubre	693	\$2,072.88

Noviembre	776	\$2,321.62
Diciembre	870	\$2,600.22
Total		\$18,039.52

**Tabla 11***Ingresos suscripción premium años 2 al 5*

	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Usuarios Premium	1562	1981	2368	2668
Ingresos	\$43,457.37	\$63,881.88	\$78,391.16	\$90,698.89

La segunda línea de ingresos proviene de los eventos denominados "bicicletones", se planifica 10 eventos por año, con una asistencia inicial proyectada de 50 personas adultas hasta alcanzar 118 asistentes adultos en el evento 10. El precio de inscripción es de \$9.99 para adultos, los niños participan sin costo. Hemos proyectado ingresos en el primer año de \$7,960.74 hasta alcanzar eventos de 440 adultos con ingresos por \$37,421.60 en el quinto año de operación.

La tercera fuente de ingresos corresponde a auspicios. Cada evento está organizado a lo largo de un recorrido a seguir previamente planificado y en los puntos de la ruta se colocarán banners y gigantografías de auspiciantes o empresas con las que hallamos firmado alianzas. El presupuesto de ventas por publicidad en los bicicletones arranca con un promedio de 5 auspiciantes por evento en el primer año, hasta alcanzar los 17 auspiciantes en el quinto año de operaciones. Los ingresos presupuestados por publicidad van desde los \$14,329.85 en el primer año hasta los \$45,988.83 al finalizar el año 5 de operaciones. La proyección de ingresos por los

eventos denominados “Bicicletones” y por la publicidad de éstos, está descrita en la siguiente tabla.

**Tabla 12**

*Ingresos primer Año Bicicletones y publicidad*

Mes	Asistentes a Bicicletones	Ingresos por evento	Auspicios Bicicletones	Ingresos por publicidad
Enero	0	\$0.00	0	\$0.00
Febrero	50	\$499.50	5	\$1,250.00
Marzo	55	\$549.45	5	\$1,287.50
Abril	61	\$604.40	5	\$1,326.13
Mayo	67	\$664.83	5	\$1,365.91
Junio	73	\$731.32	6	\$1,406.89
Julio	81	\$804.45	6	\$1,449.09
Agosto	89	\$884.89	6	\$1,492.57
septiembre	97	\$973.38	6	\$1,537.34
Octubre	107	\$1,070.72	6	\$1,583.46
Noviembre	118	\$1,177.79	7	\$1,630.97
Diciembre	0	\$0.00	0	\$0.00
<b>Total</b>		<b>\$7,960.74</b>		<b>\$14,329.85</b>

**Tabla 13**

*Ingresos Eventos y Publicidad año 2 a 5*

	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5

Meta por evento Asistentes a	183	239	312	444
Bicicletones				
Ingresos eventos	\$14,827.07	\$20,957.92	\$35,590.87	\$48,659.31
Meta x mes Auspiciantes	9	12	14	17
Bicicletones				
Ingresos auspicios	\$20,061.79	\$25,793.73	\$39,419.00	\$45,988.83

La cuarta línea de ingresos es el Marketplace. Este funciona desde la App, pero al momento de elegir los ítems es redirigido a una plataforma web de ecomerce. El Marketplace tiene un total de 15 productos de los cuales Tribux no maneja inventario y factura y envía desde las bodegas de nuestros proveedores. Para poder de poder presupuestar las ventas hemos escogido los 5 principales productos con sus precios promedios de venta. Es importante tener en cuenta que independientemente de la meta de usuarios premium trazada anteriormente, hemos programado llegar a tener 4,174 descargas de la App en el primer año, lo que se traduciría en el tamaño de nuestro mercado de nuestro Marketplace. Hemos proyectado un crecimiento sostenido de descargas que nos permitirían alcanzar los 15,274 usuarios al final del quinto año de operaciones. En la tabla 12 describimos el comportamiento proyectado de los cinco principales productos de venta del Marketplace Tribux.

#### **Tabla 14**

##### *Productos más vendidos*

Top 5 Ventas	Precio Venta APP	Costo distribuidor	Margen %
--------------	------------------	--------------------	----------

Bicicleta CROSS COUNTRY IGM Aro 29	\$170.00	\$127.50	25%
Bicicleta Oxford Aro 20 Para Niños	\$100.00	\$75.00	25%
Bicicleta BENELLI M20 4.0 Aro 29	\$1,050.00	\$840.00	20%
Casco GW M6 con Sistema de Luz	\$30.00	\$21.00	30%
Casco GW DRAGONFLY de Bicicleta Para Niños	\$20.00	\$14.00	30%

El presupuesto de ventas que se ha determinado para cada producto está estructurado como lo indica la siguiente tabla:

**Tabla 15**

*Ingresos Netos Marketplace primer año*

Artículos más vendidos	Presupuesto de ventas	Unid. vendidas primer año	Ingresos Netos Ventas primer año
Bicicleta CROSS COUNTRY IGM Aro 29	1 unid. por cada 500 usuarios de la App	58	\$9,846.32
Bicicleta Oxford Aro 20 Para Niños	1 unid. por cada 200 usuarios de la App	145	\$14,479.88
Bicicleta	1 unid. por cada 1.000	29	\$30,407.75

BENELLI M20 4.0	usuarios de la App			
Aro 29				
Casco GW M6 con	1 unid. por cada 250	116		\$3,475.17
Sistema de Luz	usuarios de la App			
Casco GW	1 unid. por cada 200	145		\$2,895.98
DRAGONFLY de	usuarios de la App			
Bicicleta Para				
Niños				
<b>Total</b>		<b>492</b>		<b>\$61,105.09</b>

Los ingresos proyectados en el primer año de operaciones del Marketplace alcanzarán los \$61,105.09 con 492 unidades correspondientes a los artículos vendidos. En el quinto año de operación alcanzaríamos un presupuesto de \$366,360.50 que corresponden a 2,952 unidades vendidas.

**Tabla 16**

*Ingresos Marketplace año 2 a 5*

	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidades vendidas	1,186	1,863	2,486	2,952
Ingresos ventas	\$147,202.75	\$231,214.61	\$308,515.41	\$366,360.50

### 10.1.7 Costo de materias primas, materiales indirectos, suministros, mano de obra

**directa e indirecta.**

Los costos de las cuatro líneas de venta, Usuarios Pro, eventos Bicicletones, paquetes de publicidad y el Marketplace están calculados de manera individual pues difieren en estructura y valores. En el caso de los costos del mantenimiento de los usuarios premium, tendemos un costo por persona de \$2.40 con 1.000 usuarios. Sin embargo, cuando alcancemos la meta en el quinto de año de operaciones de 2.668 usuarios premium, este costo disminuye a \$1,13. La estructura de costos la detallamos en la siguiente tabla.

**Tabla 17***Costos usuarios premium*

Meta Usuarios 1 año	1.000	Meta año: 5 2.700 usuarios premium
Hosting Servidor APP + Usuarios	\$1,200.00	\$100.00 x mes: 500 Usuarios Simultáneos / 10.000 Usuarios Total + Hosting Marketplace Tribux
FEE mantenimiento + actualizaciones + licencias	\$1,200.00	\$100.00 x mes: Mantenimiento de App + 4 actualizaciones x año
Costos Totales Suscripción premium Anual	\$2,400.00	
Costo x Usuario premium anual	\$2.40	Costo proyectado año 5: \$1,13

Los costos de la organización de los eventos denominados “Bicicletones” están

presupuestados a un costo por evento de \$430.00. En los costos incluimos el personal de logística contratado de manera temporal y el personal de seguridad privada contratado para el evento en 3 puntos clave a lo largo del recorrido del evento.

**Tabla 18**

*Costo Bicicletones*

Bicicletones programados en el año	10	
Personal logístico anual	\$1,600.00	\$120.00 x evento: Se contrata por evento 4 personas de logística. Colocación de señalética y puntos de hidratación
Personal Seguridad anual	\$2,700.00	\$270.00 x evento: Se contrata 3 puntos con empresa de seguridad 08:00 -12:00 \$90.00 x cada punto
Costo Total Bicicletones Anual	\$4,300.00	
Costo x Bicicletón individual	\$430.00	

El primer año se ha proyectado alcanzar una asistencia de 118 personas en el bicicletón número 10 con lo que tendríamos un costo por persona de \$3.65 por persona. Este costo se reduce drásticamente cuando proyectamos el número de asistentes del bicicletón número 10 del quinto año de operación; 444 asistentes con un costo de \$0.97 por persona.

Para los ingresos generados por concepto de auspicios en los eventos, hemos diseñado



paquetes de \$250.00 para cada auspiciante en el primer y segundo año. Esto considerando que la marca se encuentra en etapa de introducción. El paquete incluye. Este paquete incluye 1 banner publicitario más dos gigantografías ubicadas en dos puntos clave de la ruta del biciletón con un precio de \$250.00. El primer, segundo y tercer año mantendremos el precio, pero a partir del cuarto y quinto año presuestamos subir el precio del paquete de auspicio Biciletón a \$300.00. A continuación detallamos la estructura de costos.

**Tabla 19**

*Costo Paquete de publicidad Biciletones*

Biciletones x año	10	
Auspiciantes Biciletones proyectados primer año	7	
Costo Banners x auspiciante Anual	\$100.00	Costo promedio x cliente en 2 Gigantografías y 1 banner
Costo Total Paquete Publicidad	\$100.00	

Finalmente, los costos que obtendremos en nuestro Marketplace los proyectaremos en base a los 5 productos más vendidos. En Tribux tenemos planificado concretar acuerdos estratégicos de distribución con tiendas especializadas de artículos de ciclismo que nos permitirán mantener cero inventarios de productos; todo se manejará como distribuidor. Los costos de cada producto incluyen el envío final al cliente desde las bodegas de los proveedores. El costo de la plataforma y licencias que soportan el funcionamiento del Marketplace está incluido en los costos de la suscripción premium y no se tomarán en cuenta en esta estructura de costos.

**Tabla 20***Costos Top 5 Marketplace*

Top 5 Ventas	Costo distribuidor	Envío	Costo Total
Bicicleta CROSS COUNTRY IGM Aro 29	\$112.50	\$15.00	\$127.50
Bicicleta Oxford Aro 20 Para Niños	\$63.00	\$12.00	\$75.00
Bicicleta BENELLI M20 4.0 Aro 29	\$852.00	\$15.00	\$840.00
Casco GW M6 con Sistema de Luz	\$16.00	\$5.00	\$21.00
Casco GW DRAGONFLY de Bicicleta Para Niños	\$10.00	\$4.00	\$14.00

Cuando proyectamos el número de unidades vendidas en el primer año, alcanzamos la cifra de \$47,030.65 en costo total del Marketplace. Hemos presupuestado costos al quinto año de operación por \$281,976.04 pero con ventas de \$366,360.50.

**Tabla 21***Costos Marketplace primer año*

Artículos más vendidos	Unid. vendidas primer año	Costos Netos primer año
Bicicleta CROSS COUNTRY IGM Aro 29	58	\$7,384.74

Bicicleta Oxford Aro 20 Para Niños	145	\$24,326.20
Bicicleta BENELLI M20 4.0 Aro 29	29	\$10,859.91
Casco GW M6 con Sistema de Luz	116	\$2,432.62
Casco GW DRAGONFLY de Bicicleta Para Niños	145	\$2,027.18
<b>Total</b>	<b>492</b>	<b>\$47,030.65</b>

Con respecto a los servicios de mano de obra directa contaremos con un coordinador de tecnología informática y un creador de contenidos. En mano de obra indirecta tendremos a un coordinados de convenios. Adicionalmente tenemos asignado en el rubro de mano de obra administrativa al gerente general y en mano de obra de ventas al coordinador de comunicación. Para la estructura de costos, consideramos como mano de obra directa al Coordinador de TI y al creador de contenidos. Al coordinador de convenios se lo considera como mano de obra indirecta. El Gerente General y coordinador de comunicación se consideran como gastos administrativos y se detallan más adelante. La estructura de costos de mano de obra con sus respectivos componentes está indicada en la siguiente tabla.

**Tabla 22**

*Costos de mano de obra directa e indirecta*

Mano de Obra directa	Sueldo	Componentes	Total,	Total,
	Base	salariales	Mensual	Anual
<hr/>				

Coordinador TI	\$1,000.00	\$368.13	\$1,368.13	\$16,417.60
Creador de Contenidos CM	\$700.00	\$269.19	\$969.19	\$11,630.32
Mano de Obra indirecta				
Coordinador de convenios	\$600.00	\$236.21	\$836.21	\$10,034.56
Total, Anual				\$38,082.48

### 10.1.8. Gastos de administración, ventas (Comisiones %) y financieros.

Para completar nuestra estructura de costos incluimos dentro de los gastos administrativos el sueldo del gerente general, el arriendo de una oficina en sistema coworking, la contratación de servicios contables con una empresa especializada, un valor de asesoría legal con un estudio legal local además del programa de responsabilidad social empresarial.

En nuestros gastos de ventas incluimos el sueldo del coordinador de comunicación que se encarga de las ventas publicitarias y coordinación de los bicicletones y del presupuesto anual de marketing y publicidad independiente al plan de marketing de lanzamiento. El detalle de estos gastos necesarios para los primeros 5 años de operación se indican en la siguiente tabla.

**Tabla 23**

*Gastos administrativos y ventas*

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos administrativos					
Sueldos	\$24,396.40	\$36,758.61	\$37,861.37	\$38,997.21	\$40,167.13
Arriendo	\$4,200.00	\$4,326.00	\$4,455.78	\$4,589.45	\$4,727.14

Servicios contables	\$2,400.00	\$2,472.00	\$2,546.16	\$2,622.54	\$2,701.22
Servicios legales	\$600.00	\$618.00	\$636.54	\$655.64	\$675.31
Programa RSE	\$200.00	\$206.00	\$212.18	\$218.55	\$225.10
Total, gastos administrativos	\$31,796.40	\$44,380.61	\$45,712.03	\$47,083.39	\$48,495.89
<b>Gastos de ventas</b>					
Sueldos	\$16,417.60	\$16,910.13	\$17,417.43	\$17,939.95	\$18,478.15
Marketing y Publicidad	1,200.00	\$1,236.00	\$1,273.08	\$1,311.27	\$1,350.61
Total, gastos de ventas	17,617.60	18,146.13	18,690.51	19,251.23	19,828.76
Total, gastos	49,414.00	62,526.74	64,402.54	66,334.62	68,324.66

Como gastos financieros solo se contempla el pago de interés por el préstamo bancario de \$25,000.00 obtenido para la inversión inicial. Se tiene presupuestado pagar \$2,382.35 en el primer año, \$1,521.49 en el segundo año y \$561.01 en el tercer año. Este se describe más adelante en el flujo de caja proyectado y el detalle de intereses consta en el anexo 1.

## **10.2. Planeación Financiera**

### **10.2.1. Flujo de caja proyectado**

Las ventas presupuestadas en los primeros dos años de operación de Tribux no nos permiten tener un flujo de caja positivo durante este período. Es a partir del tercer año, que empezamos a tener flujos positivos, logrando una estabilidad financiera en el cuarto y quinto año

de operaciones. El flujo de caja operacional y no operacional es detallado a continuación.

**Tabla 24**

*Flujo de Caja ingresos operacionales*

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$92,939.99	\$215,202.32	\$332,156.54	\$451,910.74	\$544,224.94
Proveedores	\$55,669.76	\$115,058.40	\$185,686.77	\$246,196.52	\$291,965.92
MO Directa	\$28,047.92	\$28,047.92	\$28,047.92	\$28,047.92	\$28,047.92
MO Indirecta	\$10,034.56	\$10,034.56	\$10,034.56	\$10,034.56	\$10,034.56
Gastos administrativos	\$31,796.40	\$44,380.61	\$45,712.03	\$47,083.39	\$48,495.89
Gastos de ventas	\$17,617.60	\$18,146.13	\$18,690.51	\$19,251.23	\$19,828.76
Participación empleados		\$0.00	\$0.00	\$6,103.53	\$15,153.72
Impuesto a la Renta		\$0.00	\$0.00	\$8,646.67	\$21,467.77
Total Egresos	\$143,166.24	\$215,667.62	\$288,171.79	\$365,363.82	\$434,994.55
Flujo de Caja	\$-50,226.25	\$-465.30	\$43,984.74	\$86,546.92	\$109,230.38

**Tabla 25**

*Flujo de Caja ingresos no operacionales*

	Inicio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Créditos	\$25,000.00	-	-	-	-	-

bancarios						
Aporte de	\$8,624.81	-	-	-	-	-
Capital						
Total, ingresos	\$33,624.81	-	-	-	-	-
no						
operacionales						
Egresos no						
operacionales						
Pago Interés		\$2,382.35	\$1,521.49	\$561.01	-	-
Pago Crédito		\$7,439.26	\$8,300.13	\$9,260.61	-	-
Inversiones						
Activos Fijos	\$3,400.00	-	-	-	-	-
Activos	\$26,600.00	-	-	-	-	-
diferidos						
Capital de	\$3,624.81	-	-	-	-	-
trabajo						
Total, Egresos	\$33,624.81	\$9,821.62	\$9,821.62	\$9,821.62	\$0.00	\$0.00
no						
operacionales						
Flujo no	\$0.00	-\$9,821.62	-\$9,821.62	-\$9,821.62	\$0.00	\$0.00
operacional						
Flujo neto	-\$33,624.81	-\$60,047.86	-\$10,286.91	\$34,163.13	\$86,546.92	\$109,230.38

### 10.2.2. Estado de Pérdidas y Ganancias

Es bastante habitual que empresas de tecnología no tengan un rendimiento inmediato, sino que sean de un crecimiento más moderado. Tribux no es la excepción. Los primeros dos años están diseñados para ir ganando usuarios y perfeccionando las fuentes de monetización. Nuestro proyecto generará utilidades a partir del tercer año, sin embargo, en los años cuatro y cinco empezamos a ver niveles de crecimiento muy importantes. A continuación, detallamos nuestro estado de pérdidas y ganancias.

**Tabla 26**

*Estado de Pérdidas y ganancias*

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	101,389.08	225,548.98	341,848.13	461,916.43	551,707.53
Costo ventas	98,813.13	158,079.76	229,741.02	289,236.99	333,758.52
Utilidad bruta	2,575.95	67,469.21	112,107.11	172,679.44	217,949.00
Gastos administrativos	31,796.40	44,380.61	45,712.03	47,083.39	48,495.89
Gastos ventas	17,617.60	18,146.13	18,690.51	19,251.23	19,828.76
EBITDA	-46,838.05	4,942.47	47,704.57	106,344.82	149,624.35
Amortización	5,320.00	5,320.00	5,320.00	5,320.00	5,320.00
Depreciación	1,133.33	1,133.33	1,133.33	-	-
EBIT	-53,291.38	-1,510.86	41,251.23	101,024.82	144,304.35
Gastos financieros	2,382.35	1,521.49	561.01	-	-
Utilidad antes de	-55,673.73	-3,032.35	40,690.23	101,024.82	144,304.35



participación					
15% participación	-	-	6,103.53	15,153.72	21,645.65
Utilidad antes de impuestos	-	-	34,586.69	85,871.10	122,658.69
impuestos					
25% Impuestos	-	-	8,646.67	21,467.77	30,664.67
Utilidad Neta	0.00	0.00	25,940.02	64,403.32	91,994.02

### 10.2.3. Balance General

Para calcular nuestro balance general hemos proyectado la información al cierre del primer año de operación. Hay un crecimiento lento del patrimonio que se verá notablemente aumentado a partir del tercer año de operación.

**Tabla 27**

#### *Balance general*

Activos Totales		135,013.90
Activos corrientes	105,013.90	
Activos fijos	3,400.00	
Activos diferidos	26,600.00	
Pasivos Totales		118,456.36
Pasivos corrientes	98,813.13	
Pasivos no corrientes	19,643.23	
Patrimonio		16,557.54

### 10.3. Evaluación del Proyecto

#### 10.3.1. Punto de Equilibrio

Para calcular el punto de equilibrio calculamos el precio promedio de nuestras cuatro formas de ingreso, lo que dio como resultado \$107.12. Así mismo procedimos a calcular la cantidad de servicios, eventos y ventas para obtener el número de unidades de venta. Este resultado fue 1,269. Como ya teníamos nuestros costos variables y el costo fijo obtuvimos un punto de equilibrio de ventas de \$68,835.56 y un punto de equilibrio de unidades de 356.

**Tabla 28**

*Punto de equilibrio*

Unidades Producidas	1,269
Precio US \$	107.12
Ventas	101,389.08
Costo Variable	60,730.65
Costo fijo	38,082.48
Costo Total	98,813.13
Punto de equilibrio ventas	68,835.56
Punto de equilibrio unidades	356

#### 10.3.2. Viabilidad financiera

En cuanto a la viabilidad financiera del proyecto Tribux tenemos una recuperación de la inversión a partir del año tres de operaciones. El retorno sobre la inversión obtenido es del 174% lo que se traduce en que por cada dólar invertido obtendremos \$0.74 de ganancia. A continuación, detallamos el retorno de inversión en la siguiente tabla.

**Tabla 29***Payback*

Período	Inversión	Flujo	Exigida	Inversión
1	33,624.81	-60,047.86	3,698.73	-63,746.59
2	97,371.41	-10,286.91	10,710.85	-20,997.77
3	118,369.18	34,163.13	13,020.61	21,142.52
4	97,226.66	86,546.92	10,694.93	75,851.99
5	21,374.67	109,230.38	2,351.21	106,879.17

**10.3.3. Índices Financieros**

De los datos obtenidos del flujo de caja operativo más el flujo no operativo obtenemos una tasa interna de retorno TIR de 25.20% y valor actual neto VAN de \$50,742.76. La tasa TMAR del país bordea el 11% por que llegamos a la conclusión que el negocio es viable.

**10.3.4. Análisis de Sensibilidad**

Al realizar el análisis de sensibilidad del proyecto Tribux proyectamos dos escenarios contrarios; en el primer escenario no alcanzamos la meta de las 5.000 descargas de la App y por ende los 1.000 usuarios premium en el primer año. Esta meta la alanzábamos a inicios del año tres de operaciones. Al realizar este escenario obteníamos una Tasa interna de retorno TIR de -3.30% y un valor actual neto VAN de -\$42,101.84. En este caso el proyecto no es viable.

**Tabla 30***Payback análisis de sensibilidad escenario 1*

Período	Inversión	Flujo	Exigida	Inversión
1	36,030.00	-61,190.99	4,123.60	-65,314.59

2	101,344.59	-16,936.26	11,598.79	-28,535.05
3	129,879.65	7,617.41	14,864.60	-7,247.20
4	137,126.84	39,222.59	15,694.04	23,528.55
5	113,598.29	54,222.24	13,001.22	41,221.02

En el segundo escenario contrario, proyectamos márgenes de venta de los 5 productos más vendidos del Marketplace disminuidos del 25% al 15%. En este caso obtenemos una tasa interna de retorno TIR de 15.30% y un valor actual neto VAN de \$13,084.26. En este caso el proyecto sigue siendo viable, pero deberíamos revisar una posible reducción de inversión y costos.

### Tabla 31

#### *Payback análisis de sensibilidad escenario 2*

Período	Inversión	Flujo	Exigida	Inversión
1	36,030.00	-59,466.99	4,023.60	-63,490.59
2	99,520.59	-3,653.26	11,113.82	-14,767.08
3	114,287.67	25,100.82	12,762.92	12,337.91
4	101,949.76	61,557.06	11,385.10	50,171.96
5	51,777.80	79,774.47	5,782.21	73,992.26

## 11. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El vertiginoso desarrollo tecnológico de los últimos 20 o 30 años ha cambiado para siempre la forma en que se desarrollan y funcionan los negocios. Hemos sido testigos de grandes organizaciones que dejaron de existir porque el mercado cambió, pero estas empresas no se acoplaron al ritmo de los cambios. Y definitivamente aún estamos inmersos en ese proceso de

cambio constante. Es esa realidad la que nos impulsó a crear un nuevo modelo de negocio y no basarnos en los modelos tradicionales. La idea de desarrollar una App que conecta gente de diversos lugares y que al mismo tiempo ofrezca productos relacionados era algo inviable en el pasado. Hoy es posible, es rentable y podemos tener propósito desde el punto de vista social.

En Ecuador, aunque hemos logrado grandes avances en el comercio electrónico, aún estamos en desarrollo de este modelo de mercado a diferencia de otros lugares en el mundo donde ya se volvió habitual (Briceño, 2019). Sin embargo, las empresas y nuevas ideas de negocio que se vayan posicionado en el mercado de comercio electrónico serán aquellas que estén consolidadas cuando éste alcance la madurez (Universo, 2023). Tribux es una buena idea de negocio, con el potencial de expandirse a otras ciudades y tomar el resto del país, además de poder abordar nuevas prácticas deportivas en el futuro. Pero además es una idea que suple una necesidad real de nuestra sociedad ecuatoriana; alcanzar la práctica de un deporte, conectar con nuevos amigos y generar crecimiento económico al país y a los accionistas de la compañía.

Hay retos y riesgos que se deben enfrentar, como las metas de descargas de la aplicación y los usuarios premium proyectados, para lo cual nuestra oferta de propuesta de valor debe agregar una ganancia real al usuario para que esté dispuesto a pagar por nuestro servicio; otro reto es el poder contar con la estructura logística para soportar los números proyectados en el presupuesto de ventas del Marketplace y cumplir con despachos y entregas a tiempo de los productos; y por último el poder organizar los eventos junto con sus paquetes publicitarios de manera tal, que generen el interés y tengamos la asistencia y auspicios proyectados. Como equipo de trabajo tendremos que estar pendiente de los cambios en las preferencias del segmento y la competencia para realizar ajustes a nuestra estrategia de negocio.

Nuestra propuesta de valor junto con las formas de monetización del negocio sigue teniendo un fuerte vínculo y gran potencial de crecimiento (Lexis, 2023). Estamos seguros de que Tribux es una gran idea de negocio que traerá salud a sus usuarios, generará nuevos amigos en medio de la comunidad que descargue la aplicación y permitirá tener ganancias a los accionistas y a las organizaciones con quienes tengamos alianzas.

## 12. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

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

*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/>

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/>

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](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2020/202012_Boletin_Multiproposito_Tics.pdf)

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/>

Ministerio de transporte y obras públicas (marzo 2013) Construcción ciclovía ubicada en

la ruta E-40 [Literal-K-Proyecto-175200000.506.4624\\_PROY.pdf](#) (obraspublicas.gob.ec)

Universo, R. E. (13 de diciembre de 2023). El ecommerce cerrará el 2023 con más de \$ 5.000 millones en ventas totales y para el 2024 se proyecta que pase los \$ 6.000 millones.

<https://www.eluniverso.com/noticias/economia/el-ecommerce-cerrara-el-2023-con-mas-de-5000-millones-en-ventas-totales-y-para-el-2024-se-proyecta-que-pase-los-6000-millones-nota/>

Ekos Datta. (enero de 2023). En 2023, las apps móviles tendrán más espacio en nuestras vidas. Obtenido de <https://ekosnegocios.com/articulo/en-2023-las-apps-moviles-tendran-mas-espacio-en-nuestras-vidas>

Briceño, D. (2019). Publimark. Obtenido de Datos importantes sobre el comportamiento digitales en Ecuador 2019: <https://publimark.ec/datos-importantes-sobre-el-comportamiento-digital-en-ecuador-2019/>

Lexis. (diciembre de 2023). El Panorama Digital en Ecuador en 2023: Estadísticas de Usuarios de Internet, Redes Sociales y Conexiones Móviles. Obtenido de Conexiones Móviles: <https://www.lexis.com.ec/blog/legaltech/el-panorama-digital-en-ecuador-en-2023-estadisticas-de-usuarios-de-internet-redes-sociales-y-conexiones-moviles>

## 13. ANEXOS

<b>TABLA DE AMORTIZACION FRANCESA</b>				
INSTIT. FINANCIERA				
MONTO	<b>25,000.00</b>	DIVENDOS AÑO		12
TASA DE INTERES	<b>11.0000%</b>			
PLAZO	<b>3 años</b>			
GRACIA	<b>0 años</b>			
MONEDA	<b>DOLARES</b>			
AMORTIZACION CADA	<b>30 días</b>			
Número de períodos	<b>36</b>	<b>para amortizar capital</b>		
No.	SALDO INICIAL	INTERES	PRINCIPAL	DIVIDENDO
0	25,000.00			
1	25,000.00	229.17	589.30	818.47
2	24,410.70	223.76	594.70	818.47
3	23,816.00	218.31	600.15	818.47
4	23,215.84	212.81	605.66	818.47
5	22,610.18	207.26	611.21	818.47
6	21,998.98	201.66	616.81	818.47
7	21,382.17	196.00	622.46	818.47
8	20,759.70	190.30	628.17	818.47
9	20,131.53	184.54	633.93	818.47
10	19,497.60	178.73	639.74	818.47
11	18,857.86	172.86	645.60	818.47
12	18,212.26	166.95	651.52	818.47
13	17,560.74	160.97	657.49	818.47
14	16,903.24	154.95	663.52	818.47
15	16,239.72	148.86	669.60	818.47
16	15,570.12	142.73	675.74	818.47
17	14,894.37	136.53	681.94	818.47
18	14,212.44	130.28	688.19	818.47
19	13,524.25	123.97	694.50	818.47
20	12,829.75	117.61	700.86	818.47
21	12,128.89	111.18	707.29	818.47
22	11,421.61	104.70	713.77	818.47
23	10,707.84	98.16	720.31	818.47



24	9,987.52	91.55	726.92	818.47
25	9,260.61	84.89	733.58	818.47
26	8,527.03	78.16	740.30	818.47
27	7,786.73	71.38	747.09	818.47
28	7,039.64	64.53	753.94	818.47
29	6,285.70	57.62	760.85	818.47
30	5,524.85	50.64	767.82	818.47
31	4,757.03	43.61	774.86	818.47
32	3,982.16	36.50	781.96	818.47
33	3,200.20	29.34	789.13	818.47
34	2,411.07	22.10	796.37	818.47
35	1,614.70	14.80	803.67	818.47
36	811.03	7.43	811.03	818.47
		4,464.85	25,000.00	29,464.85