



UNIDAD DE PROFESIONALIZANTES

UNIVERSIDAD CASA GRANDE
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS

MODELO DE NEGOCIO
“TRIBUX”
GERENCIA ESTUDIO DE MERCADO

Elaborado por:

Mayra Liliana Valderrama Guzmán

Tutoría por:

María Fernanda Vidal

GRADO

Trabajo previo a la obtención del Título de:

Licenciado en Administración de Empresas

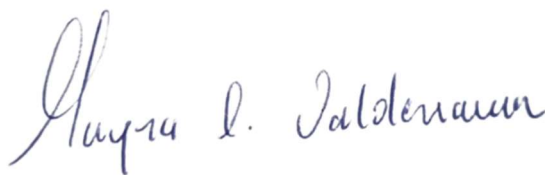
Guayaquil, Ecuador
Marzo, 2024

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

Yo, **Mayra Liliana Valderrama Guzmán**, declaro libre y voluntariamente lo siguiente:

1. Que soy la autora del trabajo de titulación: **Gerencia de Estudio de Mercado**, 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 Marilyn Guadalupe Bucheli Muñoz.

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.



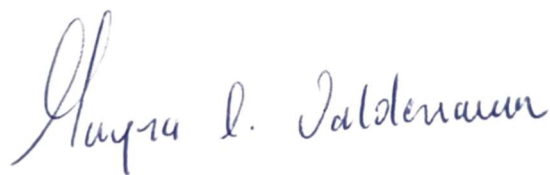
Mayra Liliana Valderrama Guzmán

C.I 0921377115

Declaro que:

Yo, Mayra Liliana Valderrama Guzmán en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación “**Tribux: Gerencia de Estudio de Mercado**” 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.



Mayra Liliana Valderrama Guzmán

C.I 0921377115

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, Silvia Verónica Magallanes Villao, Flavio Alfredo Campaña Sánchez y Marilyn Guadalupe Bucheli Muñoz 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.....	IV
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	6
Tabla 1.....	6
Servicios de versiones gratuita y premium	6
10. Gerencia: Estudio de Mercado.....	9
10.1 Estudio de Mercado	9
10.1.1. Objetivo General.....	9
10.1.2. Objetivos Específicos.....	9
10.1.3. Población.....	10
10.1.4. Muestra.....	11
Tabla 2	12
Tabla 3	12
10.1.5. Diseño de la Investigación.....	13
10.1.6. Desarrollo de Técnicas de Investigación (Encuestas, Entrevistas a profundidad, Grupos focales).....	13
10.1.7. Resultados de la investigación.....	14
• Encuestas	14
10.1.2. Análisis.....	18
10.2.1. Mercado Objetivo y potencial.....	18
10.2.2. Mapa de la competencia.....	19
Figura 1. Mapa de competencia.....	21
10.1.3. Análisis de las 5 Cs.....	21

10.3.1. Contexto.....	21
Figura 2. Evolución del porcentaje de personas que utilizan el internet según su área.....	25
Figura 3. Evolución del porcentaje de personas que tienen smartphones por grupo de edad.....	26
10.3.2. Compañía.....	27
Figura 5. FODA.....	31
Nota: Elaboración propia.....	31
10.3.3. Clientes.....	31
Figura 6. Buyer persona 1.....	32
Nota: Elaboración propia.....	32
Figura 7. Buyer persona 2.....	32
10.3.4. Competencia.....	33
10.3.5. Colaboradores.....	34
11. Conclusiones y recomendaciones.....	36
12. Referencias bibliográficas.....	37
13. Anexos.....	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, 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.
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

Servicios de versión gratuita	Servicios de versión premium (\$2,99)
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 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 fue clave 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 responsable de gestionar eficientemente los recursos financieros, materiales y humanos necesarios para el desarrollo y operación de la aplicación. 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 centra en el estudio de mercado realizado por Tribux, enfocado en el desarrollo de la aplicación y que arrojó una serie de hallazgos cruciales que permitieron comprender con mayor precisión las necesidades y deseos del mercado objetivo.

La investigación realizada evidenció, que la población de ciclistas está en crecimiento, particularmente en áreas urbanas donde cada vez más personas optan por la bicicleta como deporte y un importante porcentaje como un medio de transporte sostenible y saludable. Este crecimiento se alinea con tendencias globales de sustentabilidad y bienestar personal, lo cual aumenta el potencial de mercado para Tribux y confirma la pertinencia del proyecto. Esta aplicación está diseñada para proporcionar rutas optimizadas, seguimiento de la actividad y conexión social entre usuarios, aspectos altamente valorados según las encuestas y las entrevistas realizadas a los ciclistas entre 28 y 39 años.

En el plano comercial, el estudio reveló una oportunidad propicia en la oferta de funcionalidades premium, como las descritas anteriormente en este documento, que pueden añadir un modelo de suscripción rentable.

Algunos de los desafíos identificados incluyen la alta competencia de aplicaciones con funciones similares y la necesidad de una constante innovación tecnológica para mantener y captar a los usuarios. La seguridad de datos también es una preocupación creciente que Tribux debe abordar de manera proactiva para ganar y conservar la confianza de los usuarios.

Desde el ámbito promocional, las estrategias de marketing deben focalizarse en la creación de una comunidad sólida y comprometida. La aplicación podría beneficiarse de alianzas con tiendas de bicicletas y eventos ciclistas para fortalecer su presencia en la comunidad ciclista.

10. Gerencia: Estudio de Mercado

10.1 Estudio de Mercado

10.1.1. Objetivo General.

Recopilar información sobre las necesidades, preferencias y comportamientos de las comunidades de ciclistas en Guayaquil, Daule y Samborondón para el desarrollo de una aplicación móvil que cuente con características diferenciadoras y que generen experiencias significativas entre sus usuarios.

10.1.2. Objetivos Específicos.

- 1.** Analizar el comportamiento e identificar las necesidades específicas de los ciclistas en cuanto a compartir experiencias, incluyendo la frecuencia, los momentos clave y las motivaciones detrás de estas acciones.
- 3.** Evaluar la usabilidad, la navegación y la experiencia del usuario en aplicaciones móviles similares, para identificar los aspectos claves que les interesaría mejorar a esta comunidad.
- 4.** Segmentar las comunidades de ciclistas en subgrupos según sus características demográficas, intereses y comportamientos, para adaptar la aplicación a las necesidades específicas de cada segmento.
- 5.** Investigar las expectativas de privacidad y seguridad de los ciclistas ecuatorianos, para garantizar tanto la protección de datos como la integridad de los usuarios.
- 6.** Investigar y evaluar las opciones de monetización para la generación de ingresos y desarrollo de un modelo de negocio sostenible.

10.1.3. Población.

En Ecuador, el ciclismo ha experimentado un notable aumento en popularidad tanto como deporte recreativo como medio de transporte. Aunque las estadísticas exactas sobre la población de ciclistas y su evolución a lo largo de los años pueden ser difíciles de obtener, existen algunas fuentes que ofrecen información relevante al respecto.

Según datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) de Ecuador, en el año 2015, alrededor del 29% de los ecuatorianos practicaba algún tipo de deporte o actividad física de forma regular. Aunque no existen datos específicos sobre la práctica del ciclismo, se puede inferir que una parte significativa de esta población está integrada por ciclistas recreativos.

Es evidente un aumento en el interés, la participación y la visibilidad de los ciclistas en el país, respaldado por la implementación de políticas, programas y eventos que fomentan el uso de la bicicleta y la práctica del ciclismo en la sociedad ecuatoriana.

Según los datos más recientes, el número de personas que utilizan Internet en Ecuador ha experimentado un crecimiento considerable en los últimos años. Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) de Ecuador, a mediados de 2020, se estimó que aproximadamente el 82% de la población ecuatoriana tenía acceso a Internet. En términos absolutos, esto representa alrededor de 13.7 millones de personas que utilizan Internet en Ecuador. El crecimiento ha sido impulsado por diversos factores, como la expansión de la infraestructura de telecomunicaciones, el aumento del acceso a dispositivos móviles y la creciente conciencia sobre los beneficios de la conectividad digital.

Es importante mencionar que el uso de Internet móvil también ha experimentado un crecimiento significativo en Ecuador. Con el aumento de la disponibilidad de smartphones y tarifas de datos más asequibles, un número cada vez mayor de personas acceden a

Internet a través de dispositivos móviles. Esto ha facilitado el acceso a servicios digitales en áreas que anteriormente tenían una conectividad limitada.

En este caso, el proyecto se enfocará en las comunidades virtuales, ya que son grupos de personas que se conectan a través de la tecnología, como las redes sociales, foros en línea o grupos de chat. Esta comunidad deportiva que se propone permite a las personas conectarse con otros que comparten sus pasiones y aficiones, sin importar la distancia física.

10.1.4. Muestra.

Ecuador no cuenta con datos estadísticos sobre la práctica del ciclismo. Sin embargo, para realizar el cálculo de la muestra se tomó en consideración la población entre los 22 y 50 años que corresponde a 1'831.613 y del cual se le calcula, el 10,46%, que, de acuerdo al INEC en el 2020 (citado por Diario Digital “Edición Médica”) equivale a quienes practican deporte al aire libre, dando como resultado 191.586 el tamaño de la población universo. Por otro lado, se toma en consideración el nivel de confianza y la probabilidad de que ocurra el evento con un 50% y la probabilidad de que no ocurra de otro 50%. Con un error de estimación aceptado de 4,30% , dando como resultado una muestra de 518.

Tabla 2*Valores para calcular la muestra.*

Población ecuatoriana entre 22 y 50 años	1'831.613
Práctica deporte	10,46%
Tamaño poblacional real	191.587

Fuente: Elaboración propia**Tabla 3***Cálculo tamaño de la muestra*

Tamaño de la población	N	191.587
Parámetro estadístico	Z	1,96
(nivel de confianza 95%)		
Probabilidad de que ocurra el evento	p	50%
Probabilidad de que no ocurra el evento	q	50%
Error de estimación aceptado	e	4,30
Tamaño de muestra	n	518,01

Fuente: Elaboración propia.

10.1.5. Diseño de la Investigación.

Enfoque metodológico.

El alcance de la investigación es mixto combinando un enfoque exploratorio y descriptivo. Esta metodología nos permitió integrar datos cualitativos y cuantitativos, lo que nos brindó una visión más completa de los fenómenos estudiados y responder preguntas de investigación más complejas.

Primero, se realizaron entrevistas a profundidad a ciclistas en todos los niveles, donde obtuvimos información relevante sobre las funcionalidades de la aplicación, términos de privacidad y el nivel de interacción con la tecnología.

Adicionalmente se realizaron 521 encuestas que incluyeron preguntas cerradas de opción múltiple y que nos proporcionaron información cuantitativa para poder identificar tendencias entre la población estudiada.

10.1.6. Desarrollo de Técnicas de Investigación (Encuestas, Entrevistas a profundidad, Grupos focales).

Técnicas de la investigación.

- Encuestas

Se levantaron 521 encuestas en modalidad online, utilizando la herramienta de Google Form, que contenían 13 preguntas, divididas en secciones para investigar información referente a datos demográficos, comportamiento de los ciclistas en su comunidad, conexiones tecnológicas, características de la App y opciones de monetización

- **Entrevistas a profundidad**

Se realizó entrevistas a profundidad a 10 ciclistas que identificamos en las calles de Guayaquil, Daule y Samborondón, con edades comprendidas entre los 29 y 45 años, durante estas entrevistas exploramos temas relacionados a la usabilidad, características deseadas, preferencias de seguridad y más aspectos importantes.

10.1.7. Resultados de la investigación.

• ***Encuestas***

De acuerdo a las encuestas realizadas se obtuvo la siguiente información:

- **Datos demográficos**

Edad

El 68% de los encuestados que practican el ciclismo se encuentran en el rango de edad de 28 a 35 años. Esto nos permitió dirigir y enfocar nuestro proyecto.

Género

Esta pregunta nos ayuda a establecer que la mayoría de los encuestados fue del género masculino, sin embargo, esto solo representa un 4% más que el femenino. Y otro género, se mantuvo en valor 0.

Nivel de ciclista

Más del 50% de los encuestados tienen un nivel intermedio en ciclismo, es decir, esta población circula por carreteras, con menos tráfico, recorriendo unos 40-50 km. , durante unas dos horas o dos horas y media aproximadamente. El 39,5% corresponde a la población con nivel principiante, es decir apenas están incursionando en este deporte o quizás en el deporte de forma general.

- **Comportamiento de los ciclistas en la comunidad**

Frecuencia de práctica de ciclismo en comunidad

El 43,2% de los encuestados comparte siempre actividades de ciclismo con otros actores de la comunidad, es decir, prefieren hacerlo en grupos. Ahora, el 49,1% lo hace de forma ocasional, en algunos casos por temas de seguridad. Por último, apenas el 7,7% no comparte este deporte en comunidad, es decir lo hacen por su cuenta de forma solitaria.

Canales de comunicación de los encuestados

El 88,5% de nuestra muestra se comunica a través de WhatsApp, por ser la App más popular y también por ser la mayor utilizada por este público joven adulto que comparte por esta red temas personales, laborales y de interés.

Disfrute de actividades

¿Qué es lo que más disfrutas de compartir el ciclismo en comunidad? fue la pregunta abierta que hicimos en la siguiente sección para saber qué es lo que más les motiva al momento de realizar ciclismo con otras personas. Respuestas principales resaltaron como: deporte, compartir con otras personas aficionadas por el ciclismo, disfrutar en familia o con amigos.

- **Conexiones tecnológicas**

Acceso a la tecnología como apoyo

El 58,2% de nuestra muestra utiliza el celular para controlar sus actividades al practicar el ciclismo. Al mismo tiempo, está seguido por la opción “reloj” con un 39,3% en donde principalmente controlan el tiempo del pedaleo.

Instalación de Apps móviles

El 60,5% de estos ciclistas tenían descargadas Apps en su celular que los ayude a realizar su deporte. Principalmente, ellos se referían a Google Maps o Waze, aplicaciones de mapas que los ayudaba a ubicarse y a conocer nuevos desvíos o presencia de vigilantes en las carreteras. Es decir, nuestra App podría ofrecer a nuestros usuarios servicios nuevos con los que no cuentan las otras Apps que son más generales.

- **Características de la App**

Contenido

El 39,2% de los entrevistados quisiera chat como su opción primordial para esta App. El 15,5% está enfocada en que quisiera rutas de ciclismo. De ahí, secciones como compra de artículos, eventos, noticias, tráfico y controles policiales tienen menos porcentaje, sin embargo, entre todos llegan a más de un 57%. Por otra parte, más del 56% de los ciclistas quieren que esta App tenga todas estas características juntas.

Seguridad de la App

El 57,2% de los entrevistados están interesados en que tenga diversas formas de privacidad y seguridad para acceder como: huella, face ID, clave de patrón y dígitos alfanuméricos.

- **Monetización**

Pago

El 83,5% de la población entrevistada estaría dispuesta a pagar por tener acceso a la App. Esto debido a que cada vez y cuando crece más esta población de ciclistas y sus hábitos por estar lo más equipados posibles al momento de realizar este deporte con otras personas.

Valores a cobrar

El 41,3% de los encuestados quisiera pagar una membresía anual y el 29,6% en segunda posición quisiera pagar entre \$2,00 y \$5,00 mensuales. Esto puede ser gracias a todas los beneficios que les podríamos ofrecer a nuestros clientes.

- ***Entrevistas***

Entrevistamos a 10 ciclistas en diversos ambientes de la ciudad en edades comprendidas entre 35 y 49 años y nos informaron:

- De forma regular realizan actividades en comunidad, practican el ciclismo con mucha frecuencia, algunos tienen nivel principiante o intermedio.
- Lo que más disfrutan al practicar el ciclismo es compartir la experiencia deportiva, en los últimos años ha crecido su deseo por ser más saludables y al mismo tiempo encuentran interesante que exista un fomento de la cultura ciclista en las ciudades y el país.
- Siempre visualizan la presencia de marcas que apoyan este deporte y eso les interesa y agrada. Aspiran que sean más frecuentes las competencias para participar y al mismo tiempo crear interacciones con nuevas personas que compartan su deporte.
- La mayoría de entrevistados no cuentan con Apps que los ayude a practicar el ciclismo, sin embargo, estarían felices si pudieran tener alguna que sirva de apoyo. Prefieren que sea gratuita al principio para poder utilizarla y ver cómo funciona.
- Sólo una de las entrevistadas, profesional destacada en el deporte, ha utilizado Apps móviles que la ayudan practicando el ciclismo.

Los resultados de estas entrevistas revelaron que a las personas les interesaba la aplicación como recurso de apoyo, sugirieron incorporar temas de interés, eventos y

descuentos especiales por descargas. Al mismo tiempo, manifestaron la importancia de la seguridad física y digital debido al contexto actual que vive la ciudad.

Ciclista y Triatlonista Nivel Avanzado

Mercedes, de 45 años, nivel avanzado, pues lleva varios años practicando, nos relata “este deporte del triatlón; el ciclismo es parte de este, pero me encanta pedalear”.

Tiene dos Apps instaladas en su celular que usa muy frecuentemente: Training peaks: una App en donde el entrenador establece metas y te enteras de eventos deportivos cerca de tu zona. Paga alrededor de \$19.00 por mes. También utiliza Zwift, una App de entrenamiento para mejorar el desempeño deportivo y por la que paga \$15 mensuales.

Maneja grupos de WhatsApp con sus compañeros ciclistas para programar las rutas y los días de salida a pedalear y le encanta practicar ciclismo, disfruta mucho con su comunidad porque “Cada salida termina en un sinnúmero de anécdotas, nuevas historias y aprendizajes”. Usa mucho su reloj Garmin para apoyarse y revisa los datos después en el celular.

10.1.2. Análisis

10.2.1. Mercado Objetivo y potencial.

El mercado objetivo de Tribux son deportistas, tanto hombres como mujeres con un nivel de habilidad intermedio o principiante, entre los 28 y 39 años de edad, financieramente estables, trabajadores, quienes utilizan la tecnología, y especialmente sus celulares, en diversos aspectos de la vida diaria y que incluso lo usa como herramienta de acompañamiento en sus rutas ciclistas. Además, comparten con su comunidad en grupos de redes sociales, particularmente WhatsApp. Pueden ser personas solteras o casadas que ocupen un espacio de su tiempo para practicar su deporte.

Según Diario El Telégrafo (2021), con la llegada de la pandemia, las formas de movilizarse cambiaron en Ecuador y según el INEC, en 2020 el uso de la bicicleta creció 83% en relación al 2019, debido a esto el mercado potencial también incluye a personas que utilizan la bicicleta como medio de transporte, ya que

10.2.2. Mapa de la competencia.

Se realizó una investigación para identificar la competencia directa e indirecta existente en el mercado de aplicaciones relacionadas al ciclismo en Guayaquil, Daule y Samborondón. Existen aplicaciones como Strava, Komoot y Relive que son competidores directos y grupos de Whtasapp y Facebook considerados como competidores indirectos, sin embargo ninguno de ellos ofrece un servicio integral en una sola aplicación:

Strava

El precio es de \$8 mensual. Como ventajas, Strava cuenta con grabaciones y compartición de rutas, entrenamientos, el tiempo y la distancia recorrida y GPS. Entre sus desventajas está que no tiene chat en línea por lo tanto no pueden interactuar entre su comunidad de ciclistas, no tienen acceso a un marketplace y muchas otras funcionalidades de Tribux.

Komoot

Komoot tiene dos versiones. En la gratuita se pueden comprar mapas para usarlos sin conexión por \$3,99 y la versión premium tiene un costo de \$4,99 mensual. Entre las ventajas de la aplicación se encuentra que se puede crear propias rutas desde casa, realizar planificación del recorrido, navegando con o sin conexión y las pueden compartir con toda la comunidad. Entre sus limitaciones está que solo se puede marcar rutas y compartirlas entre la comunidad. No tiene tienda online, consejos para practicar el deporte y otras

características esenciales de Tribux. No tiene otras características que promuevan la interacción con más usuarios.

Relive

Relive es una aplicación gratuita. Está enfocada en personas que practican deportes al aire libre como atletismo, senderismo o ciclismo. Como ventajas esta aplicación les ayuda a los usuarios a registrar sus entrenamientos, encontrar rutas y grabar videos con efectos increíbles. Por otro lado, como desventajas, no es una aplicación enfocada en las necesidades específicas de los ciclistas, no tiene chats en líneas u otros aspectos de interacción.

Grupos de Facebook

Es gratuita. Brinda al usuario la oportunidad de crear o pertenecer a una comunidad relevante y activa con personas que comparten los mismos intereses. En el caso de Ecuador hay grupos de ciclistas en Facebook hasta con 33.0000 miembros. Sin embargo, no tiene mapas interactivos o características específicas para las comunidades de ciclistas.

Grupos o Comunidades de Whatsapp

La aplicación es gratuita. Tanto los grupos y las comunidades tiene ventajas como compartir fotos, vídeos, documentos, reunir a individuos con intereses comunes y coordinar actividades conjuntas. No es una aplicación que se enfoque sólo en ciclistas, que por la cantidad de mensajería que se intercambia no existe interés de los usuarios por leer y no tiene rutas, marketplace o actividades interactivas relevantes.

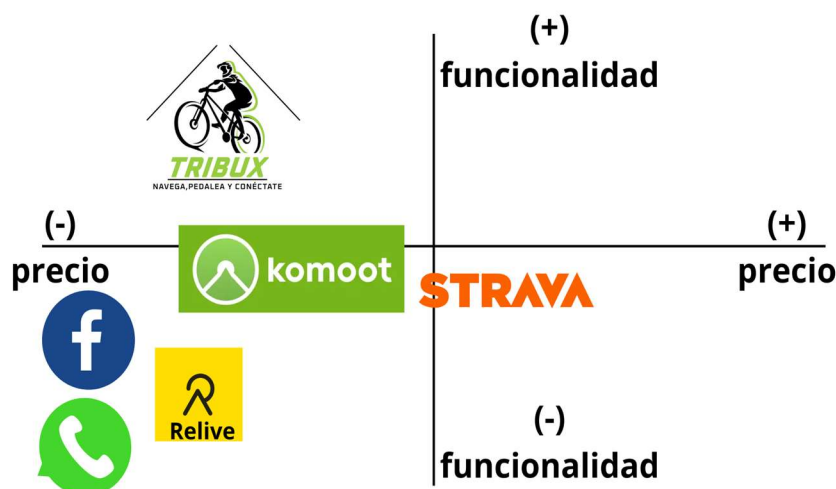


Figura 1. Mapa de competencia.

10.1.3. Análisis de las 5 Cs

10.3.1. Contexto.

Para el análisis del contexto se utilizó la herramienta PESTEL para identificar los factores externos que podrían tener incidencia importante en el proyecto:

- Factores políticos

Las regulaciones de seguridad vial y el apoyo gubernamental al ciclismo en Ecuador son aspectos clave para promover la movilidad sostenible y la seguridad de los ciclistas. En Ecuador, se han implementado diversas medidas para fomentar el uso de la bicicleta como medio de transporte, así como para mejorar la seguridad vial de los ciclistas.

Ecuador cuenta con leyes y normativas que buscan proteger a los ciclistas en las vías públicas, el país ha establecido normas de tránsito que regulan la convivencia entre vehículos a motor y bicicletas, así como la obligatoriedad del uso de cascos para los ciclistas, especialmente en carreteras y vías de alta velocidad. Estas normativas están orientadas a reducir el riesgo de accidentes y a mejorar la seguridad de los ciclistas en las carreteras ecuatorianas y están establecidas en el Reglamento a la Ley de Transporte

Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial y en el Manual de Respeto al Biciusuario creada en el 2023 por el gobierno anterior. Adicionalmente se han implementado campañas de educación vial orientadas a promover el respeto mutuo entre conductores, ciclistas y peatones, así como el desarrollo de medidas de control y vigilancia para garantizar el cumplimiento de las normas de tránsito por parte de todos los usuarios de la vía.

Ecuador ha llevado a cabo diversas iniciativas para promover el uso de la bicicleta como medio de transporte sostenible y seguro, el Gobierno ha sido el principal promotor mediante la creación de infraestructura adecuada para el ciclismo, como ciclovías y carriles bici, así como la promoción de campañas de concienciación sobre los beneficios del uso de la bicicleta. Además, se realiza promoción de eventos y actividades, préstamo de bicicletas en áreas urbanas como parques y municipios, todo estas iniciativas evidencia la importancia del ciclismo como parte de políticas de movilidad sostenible a nivel nacional y local.

A pesar de los esfuerzos que se están realizando, aún existen desafíos en términos de seguridad vial y apoyo gubernamental. Algunas de las áreas de mejora incluyen la necesidad de ampliar y mejorar la infraestructura ciclista en todo el país, así como la implementación de más políticas y programas que fomenten el uso de la bicicleta como medio de transporte seguro y sostenible. Tomando en consideración el progreso en el ámbito gubernamental y legislativo, la propuesta de Tribux es relevante y oportuna. –

- **Factores económicos**

Ecuador ha experimentado un crecimiento económico modesto en los últimos años, aunque se han enfrentado desafíos debido a la caída de los precios del petróleo y la deuda pública creciente. Además, según Primicias EC (2024), la inflación este año alcanzó 1,35% lo que afecta directamente la capacidad adquisitiva de los consumidores y las condiciones

para las empresas y las exportaciones. El Banco Central de Ecuador ha implementado medidas para controlar la inflación y estabilizar la moneda.

Según el estudio Mapeo del Ecosistema E-Commerce en Ecuador (citado por Primicias EC), después de que empezara el Covid-19, los hábitos en los consumidores cambiaron y de esa manera, las ventas a través de canales digitales registraron un aumento del 16% en el año 2022, bordeando los USD 3.900 millones y ha sido una tendencia en crecimiento que podría llegar a USD 6.139 millones en el año 2025.

- **Factores sociales**

En Ecuador, el ciclismo ha experimentado un crecimiento significativo en términos de su popularidad y aceptación como una forma de ejercicio, recreación y medio de transporte sostenible. Las tendencias y valores culturales sobre practicar ciclismo han evolucionado en respuesta a diversas influencias, incluyendo factores sociales, ambientales y de salud (Gutierrez, 2022).

En términos de valores culturales, el ciclismo ha ganado terreno como una actividad que promueve un estilo de vida saludable y sostenible. 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 ha ganado seguidores en el país, con un aumento en la participación en eventos y competencias relacionadas a este deporte, lo que indica un cambio en los valores culturales hacia la promoción de este estilo de vida. La conciencia social sobre la importancia del ejercicio y la práctica de deportes ha experimentado un crecimiento significativo en Ecuador. Cada vez más ecuatorianos reconocen los beneficios del ejercicio regular no solo para la salud física, sino también para el bienestar mental y

emocional. Esto ha llevado a un aumento en la participación en actividades deportivas, incluyendo el ciclismo, como una forma de mantenerse activo y saludable (Gutierrez, 2022).

Existieron dos factores importantes que promovieron masivamente el ciclismo a nivel nacional: el triunfo de Richard Carapaz en el Giro de Italia 2019 y también la pandemia. En el último caso, gracias a sus ventajas para desplazarse con rapidez y huir de los riesgos de la masificación en el transporte público. Y después, con la medalla de oro de la Locomotora del Carchi en los Juegos Olímpicos de 2022 provocó el boom (Gutierrez, 2022).

El número de ciclistas aficionados se ha duplicado. “La pandemia retrasó la fabricación de bicis y ahora ya se pueden hacer eventos públicos, lo que ha hecho que la demanda crezca todavía más”, comenta Pedro José Tovar, de la tienda Tecnocyclo, quien asegura que el perfil del comprador es “gente principiante, atraída por la moda, que busca bicis con un precio entre los ochocientos y dos mil dólares”.

Según Felipe Borja, jefe de la tienda Europa Bike citado por Gutiérrez (2022), “Antes del fenómeno Carapaz la bici que más se vendía era la de montaña, en 85 %, respecto a la de ruta, que apenas llegaba al 15 %”. Actualmente, los porcentajes están en el 60 % para la bici de montaña y el 40 % para la de ruta”. Sus clientes son personas “de clase media alta, de alrededor de treinta años y con trabajo estable”. En general, “tienen un concepto de vida saludable y desean un estatus para moverse, no solo por la ciudad, con una bici bonita y que llame la atención”. Todo esto concuerda con los resultados obtenidos en nuestra investigación.

- **Factores tecnológicos**

Ecuador ha mejorado su infraestructura en tecnología de la información y comunicación en los últimos años, lo que ha permitido un mayor acceso a internet y la expansión del

comercio electrónico. Por otro lado, la capacidad de Ecuador para innovar y adoptar tecnologías avanzadas puede tener un impacto en la competitividad y el desarrollo de diferentes sectores económicos (Peña et al., 2021).

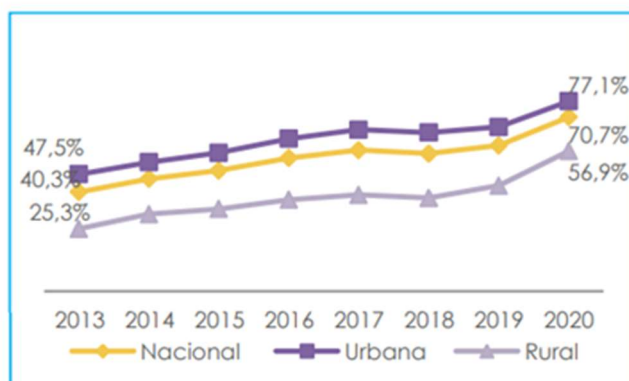


Figura 2. Evolución del porcentaje de personas que utilizan el internet según su área.

Nota: Tomada del INEC, link: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2020/202012_Boletin_Multiproposito_Tics.pdf

La figura 2 representa la evolución del porcentaje de personas que utilizan internet desde el 2013 hasta el 2020, según el área geográfica. En el 2013, el uso de internet se ubicó a nivel nacional en un 40,3%, en el área urbana el 47,5% y en el área rural el 25,3%. En el año 2020, las cifras se duplicaron, el porcentaje de personas que utilizan internet a nivel nacional es del 70,7%; en el área urbana del 77,1% y en el área rural el 56,9% (Peña et al., 2021).

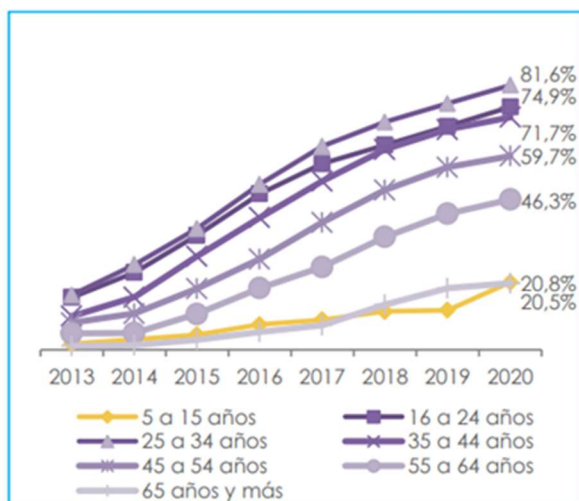


Figura 3. Evolución del porcentaje de personas que tienen smartphones por grupo de edad.

Nota: Tomada del INEC, link: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2020/202012_Boletin_Multiproposito_Tics.pdf

Como se observa en la figura 3, a nivel nacional, en el 2020, la población de 25 a 34 años fue el grupo etario con mayor tenencia de smartphone con un valor de 81,6%, incrementándose significativamente 5,7 puntos porcentuales respecto al 2019 (Peña et al., 2021).

- Factores ambientales

El proyecto Tribux surge en un momento clave en el que la conciencia social sobre los beneficios ambientales de la movilidad sostenible se ha fortalecido en Ecuador. La preocupación por el daño ambiental de los medios de transporte tradicionales, ha generado un mayor interés en alternativas sostenibles, como el ciclismo. La creciente conciencia sobre las emisiones de carbono y la necesidad de reducir la huella ecológica ha contribuido a la promoción del uso de la bicicleta como una opción de transporte limpia y respetuosa con el medio ambiente (Ministerio del Deporte, 2018).

Según Gómez et al., 2018 (citado por Ochoa y Velasco, 2022) a través del ciclismo es posible favorecer los principios de sustentabilidad y sostenibilidad . Además, también se ha logrado promover valores ambientales para contribuir a la protección de los ecosistemas evitando la tala de árboles, la quema y la contaminación en estos espacios.

- Factores legales

El 18 de marzo de 2022 el presidente de la República, Guillermo Lasso, declaró al deporte como una política de Estado para promover la salud física y mental, el desarrollo social y económico, la seguridad y la integración comunitaria. Como resultado, el ^[1]Ministerio del Deporte podrá implementar varias acciones destinadas a promover actividades físicas y recreativas en todo el país.

Así mismo, la Ley de Protección de Datos en Ecuador es una medida importante para garantizar la privacidad y la seguridad de los datos personales de los ciudadanos ecuatorianos. El artículo 66, numeral 19 de la Constitución de la República del Ecuador, establece el derecho a la protección de datos de carácter personal, que incluye el acceso y la decisión sobre información y datos de este carácter, así como su correspondiente protección. Tribux debe adherirse estrictamente a estas normativas para proteger los datos y generar confianza en los usuarios. Además de observar el cumplimiento de los requerimientos establecidos por la ley, es una oportunidad para demostrar a nuestros usuarios, el compromiso de Tribux con su privacidad y seguridad (Página Ley de Protección de Datos).

10.3.2. Compañía.

Se llevó a cabo un análisis FODA, en donde se establecen las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la empresa:

Fortalezas:

- Conexión social: La App satisface la necesidad de los ciclistas de conectarse, compartir experiencias y organizar eventos, incluyendo la promoción de estilos de vida saludables.
- Conocimientos técnicos: El equipo de desarrollo posee habilidades sólidas en el desarrollo de aplicaciones móviles, lo cual representa una ventaja competitiva.
- Interfaz de usuario intuitiva: Fácil de usar y atractiva, que facilita la adopción de la App y fomenta la participación de los usuarios.

Oportunidades:

- Demanda creciente: El ciclismo está experimentando un crecimiento en popularidad en Ecuador, lo que provee una demanda potencial para una App de interacción entre comunidades de ciclistas.
- Interacción social: La App aprovecha el deseo de interacción y conexión entre los ciclistas, ofreciendo características únicas que fomentan la participación y el intercambio de información.
- Promoción del turismo: Ecuador ofrece hermosos paisajes para los ciclistas, por lo que la App incluye rutas recomendadas y promueve el turismo relacionado con el ciclismo.
- Colaboración con marcas: Establece asociaciones con marcas de ciclismo, tiendas de bicicletas u otras empresas relacionadas, que proporcionan apoyo financiero o de otro tipo.
- Deficiencias en la competencia actual, pues pese a que las redes sociales funcionan como una especie de comunidad digital, existe mucho miedo por parte de las personas de interactuar con desconocidos por temor a estafas.
- Mayor conectividad: El acceso a internet y el uso de dispositivos móviles están en constante aumento, lo que permite una mayor interacción en comunidades deportivas a través de aplicaciones.

- Implementación de ciclovías: El gobierno nacional, provincial y local, se está preocupando por implementar más ciclovías en las carreteras con el fin de que los usuarios puedan movilizarse de manera segura en las ciudades.

Debilidades:

- Falta de reconocimiento de la marca: Por ser nueva en el mercado Tribux podría enfrentar problemas para ganar visibilidad y reconocimiento entre su mercado objetivo.

- Competencia: El mercado de aplicaciones móviles es altamente competitivo, lo que dificulta la penetración y retención de usuarios.

- Financiamiento: La falta de recursos financieros suficientes para el desarrollo y la promoción de la App representa una limitación.

- Aprendizaje del comportamiento de los usuarios: Comprender y adaptarse a los patrones de comportamiento de los usuarios lleva tiempo y requiere un análisis continuo para mejorar y ajustar la funcionalidad de la App.

Amenazas:

- Regulaciones y seguridad: La App se encuentra con desafíos relacionados a regulaciones gubernamentales y de seguridad, especialmente si involucra la planificación de rutas o la interacción en tiempo real.

- Cambios en la demanda: Cuando la popularidad del ciclismo disminuye o surge una forma alternativa de interacción entre ciclistas, la relevancia de la App disminuye.

- Problemas de privacidad y seguridad tecnológica: El manejo inadecuado de la privacidad de los usuarios o vulnerabilidades de seguridad afectan negativamente la confianza en la App.

- Problemas de seguridad física: En los últimos en la ciudad de Guayaquil se ha experimentado temas de inseguridad y terrorismo en las calles lo que genera temor al momento de salir a las calles o practicar algún deporte al aire libre.
- Rápidos cambios tecnológicos: La tecnología avanza rápidamente, por lo que se requieren actualizaciones frecuentes de la App para mantener la relevancia y competitividad.

Los hallazgos identificados en este análisis nos muestran que el proyecto es viable, entre las fortalezas identificadas se destaca la capacidad de satisfacer las necesidades de la comunidad ciclista, el compromiso del equipo y la interfaz de la aplicación. La pertinencia del proyecto se ratifica con la creciente demanda del ciclismo, promoción del turismo y colaboraciones potenciales con diferentes actores en la industria. Sin embargo una de las principales debilidades a atender son los recursos limitados y falta de reconocimiento de marca. El desafío relacionados con la privacidad y seguridad, así como la competencia, son amenazas a los que la empresa deberá estar atenta para identificar si es necesario realizar ajustes a la estrategia del proyecto.

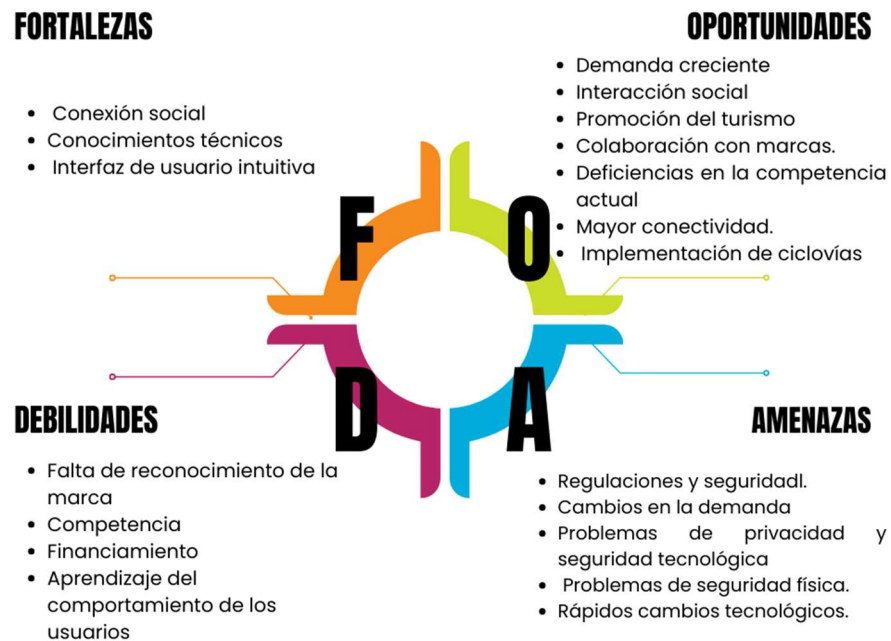


Figura 5. FODA

Nota: Elaboración propia.

10.3.3. Clientes.

Nos dirigimos a deportistas, ciclistas, hombres y mujeres, con nivel intermedio y principiantes, entre los 28 y 39 años, financieramente estables, trabajadores, quienes utilizan la tecnología, y específicamente el celular en diversos aspectos de la vida diaria y que incluso lo usa como herramienta de acompañamiento en sus rutas. Ciclistas que comparten con su comunidad en grupos de redes sociales, específicamente WhatsApp. Además, usuarios de bicicletas que utilicen la bicicleta para movilizarse en la ciudad, debido al tráfico vehicular y el daño al medio ambiente.



Figura 6. Buyer persona 1

Nota: Elaboración propia.



Figura 7. Buyer persona 2

Nota: Elaboración propia

10.3.4. Competencia.

Análisis competitivo de la industria

1. **Rivalidad entre competidores existentes:** En Ecuador, existen varias aplicaciones y plataformas, como Strava, MapMyRide y Komoot, que ya tienen presencia en el mercado de ciclismo. Estas plataformas compiten por el mismo tipo de usuario y ofrecen funcionalidades similares, como el seguimiento de rutas, la posibilidad de compartir experiencias y la interacción social entre ciclistas. La rivalidad entre estos competidores existentes es fuerte, ya que buscan diferenciarse a través de características únicas, experiencia de usuario y gamificación para fomentar la participación.

2. **Amenaza de nuevos participantes:** La amenaza de nuevos participantes en el mercado de aplicaciones para ciclistas en Ecuador es moderada. Si bien el mercado ofrece oportunidades para el crecimiento, la barrera de entrada radica en la necesidad de desarrollar una aplicación atractiva, con funcionalidades diferenciadas y una sólida base de usuarios. Sin embargo, con la creciente popularidad del ciclismo y la conciencia sobre la importancia del ejercicio, es posible que nuevas empresas incursionen en el mercado con propuestas innovadoras.

3. **Poder de negociación de los proveedores:** En este contexto, los proveedores de tecnología, como los desarrolladores de aplicaciones y los proveedores de servicios en la nube, tienen cierto poder de negociación. La calidad, la escalabilidad y la seguridad de la plataforma son aspectos críticos, y los proveedores que puedan ofrecer soluciones personalizadas y eficientes podrían ejercer presión sobre las aplicaciones existentes para ciclistas. Sin embargo, con la diversidad de proveedores disponibles en el mercado de tecnología, las aplicaciones tienen la posibilidad de cambiar o negociar acuerdos con diferentes proveedores para satisfacer sus necesidades.

4. Poder de negociación de los clientes: Los usuarios de aplicaciones para ciclistas en Ecuador tienen un cierto poder de negociación, ya que tienen la libertad de elegir entre varias plataformas y pueden cambiar fácilmente de una aplicación a otra si no están satisfechos con la experiencia ofrecida. Las aplicaciones deben ofrecer un valor diferenciado para retener y atraer a los ciclistas, lo que fomenta la competencia en términos de características, funcionalidades y experiencia del usuario.

5. Amenaza de productos o servicios sustitutos: Las aplicaciones para el ciclismo en Ecuador se enfrentan a la amenaza de productos o servicios sustitutos, como las redes sociales genéricas o aplicaciones de fitness más amplias, que también pueden satisfacer las necesidades de los ciclistas en términos de compartir experiencias y realizar un seguimiento de su rendimiento. Además, las comunidades en línea, foros especializados y plataformas de redes sociales pueden actuar como sustitutos parciales, ofreciendo algunas funcionalidades similares a las de las aplicaciones específicas para ciclistas.

El análisis realizado mediante la herramienta de Porter evidencia un mercado altamente competitivo con una rivalidad de competidores fuerte, clientes con libertad de elegir varias plataformas, lo que evidencia la necesidad de presentar una propuesta única y diferenciada de lo que ya existe en el mercado.

10.3.5. Colaboradores.

Para el éxito y expansión del proyecto es indispensable la colaboración con una amplia red de socios estratégicos. Además de contar de un equipo de profesionales altamente capacitado para la gestión administrativa, marketing, ventas y desarrollo tecnológico, la alianza con organizaciones públicas y privadas que compartan nuestros valores y objetivos es fundamental.

Nos enfocaremos en colaboraciones con municipios, prefecturas y gobiernos locales para promover iniciativas de educación y seguridad vial, movilidad sostenible y promoción del deporte. Con este grupo de colaboradores, debemos identificar oportunidades para mejorar la infraestructura ciclista y la promoción de políticas públicas que favorezcan el uso de la bicicleta.

Establecer alianzas y acuerdos de cooperación con instituciones privadas que permitan llegar a una audiencia específica como tiendas especializadas, clubes y eventos de ciclismo. Esto adicionalmente permitirá brindar descuentos y beneficios especiales a nuestros usuarios.

La estrategia de relaciones públicas para la difusión de los eventos organizados por Tribux es claro para ampliar el reconocimiento y prestigio de la marca, la relación con personalidades del medio periodística, personalidades reconocidas e influencers, contribuirá significativamente a este objetivo.

A mediano plazo se explorará alternativas de colaboración con comunidades internacionales que compartan la visión de promover un estilo de vida activo y disminuir el impacto ambiental.

11. Conclusiones y recomendaciones

El contenido del estudio de mercado de Tribux, ha ofrecido insights valiosos sobre las necesidades y preferencias de la comunidad ciclista. Se destaca la demanda de una plataforma digital que no sólo rastree actividad física, sino que también promueva un sentido de comunidad entre los ciclistas. Se identificó un segmento significativo que buscan mejorar su salud, así como interactuar y competir con otros entusiastas. La compatibilidad con dispositivos existentes y la integración de funcionalidades sociales son aspectos altamente valorados. Además, la sostenibilidad emergió como un atributo crucial, con usuarios dispuestos a apoyar aplicaciones que promuevan prácticas respetuosas con el medio ambiente.

A partir de estos hallazgos, se sugiere la sincronización con wearables y equipos de ciclismo, así como la oferta de incentivos virtuales que fomenten la participación constante. Para abordar la conciencia ambiental, se propone la implementación de una característica que calcule la huella de carbono ahorrada a través del ciclismo.

Considerando el análisis PESTEL, la empresa debería priorizar todas las recomendaciones de seguridad tanto físicas como tecnológicas, que es uno de los temas de mayor interés para la comunidad. Se debe mantener una buena operatividad, desarrollo de prácticas empresariales éticas y fomentar una cultura organizacional que comunique los valores de la empresa, todo respaldado por un análisis financiero para garantizar la sostenibilidad del proyecto.

Finalmente, se recomienda realizar pruebas piloto en mercados específicos para iterar sobre la funcionalidad y la experiencia de usuario antes del lanzamiento a gran escala nacional. Esto permitirá ajustar y mejorar el producto según los comentarios y retroalimentación.

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/>

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

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

Home – Instituto Nacional de Estadística y Censos. (s/f). Gob.ec. Recuperado el 14 de febrero de 2024, de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/>

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/>

Ochoa & Velasco (2022) C. S. en el B. P. L. P. P., & de Aprendizaje, M. y. E. A. M. el U. de E. V. (s/f). ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL. Edu.ec.

Recuperado el 22 de febrero de 2024, de

<https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/53158/1/T-111296%20CHOA%20-%20VELASCO.pdf>

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.

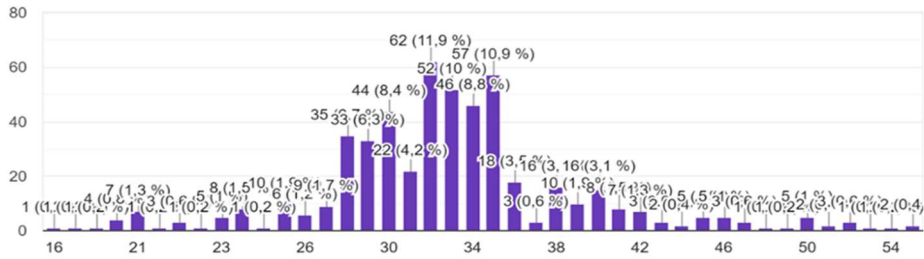
Tecnología y moda lideran ventas en el comercio electrónico. (2022, diciembre 29). Primicias. <https://www.primicias.ec/noticias/economia/tecnologia-moda-comercio-electronico-ecuador/>

13. Anexos

Imágenes de encuesta

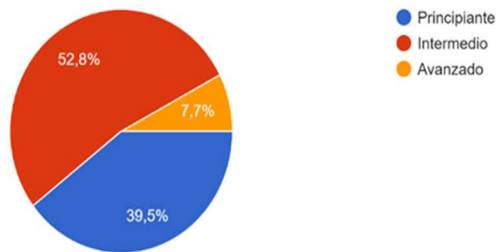
¿Cuál es tu edad?

521 respuestas



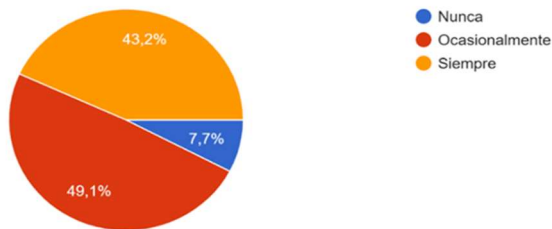
¿Qué nivel de ciclista eres?

521 respuestas



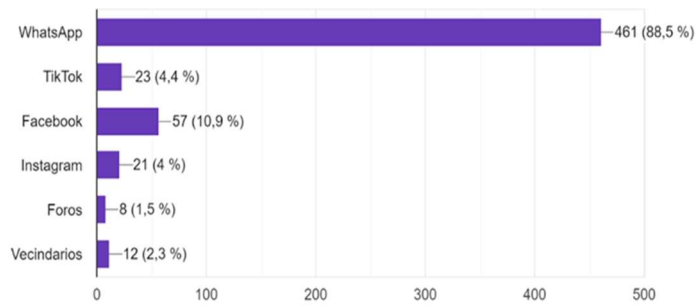
¿Qué tan frecuentemente compartes el ciclismo en comunidad?

521 respuestas



¿Cuál es la forma en que se comunican con ciclistas para compartir actividades?

521 respuestas



¿Qué es lo que más disfrutas de compartir el ciclismo en comunidad?

521 respuestas

Hacer deporte

Ir en grupo

Hacer amigos

Ir en grupo

Seguridad

Deporte

Compartir con amigos

Ir en familia

Hacer nuevos amigos

¿Qué es lo que más disfrutas de compartir el ciclismo en comunidad?

521 respuestas

Compartir con amigos, ir en grupo

Hacer deporte con amigos

Ejercitarme y compartir con amigos

Conocer gente apasionada por este deporte y compartir un comentario ameno

Ir con la familia hacer deporte

Ir con la familia

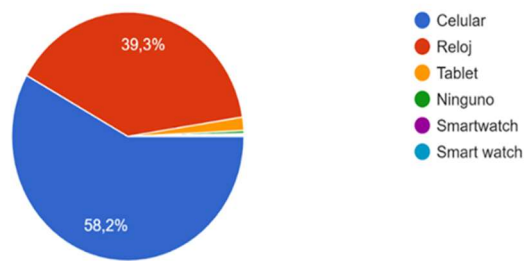
Pasar un momento con amigos y disfrutar el recorrido

Más o menos

no lo practico, pero sería compartir con la comunidad una practica saludable

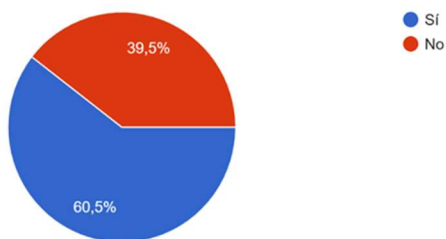
¿Qué aparato electrónico te ayuda al momento de practicar el ciclismo?

521 respuestas



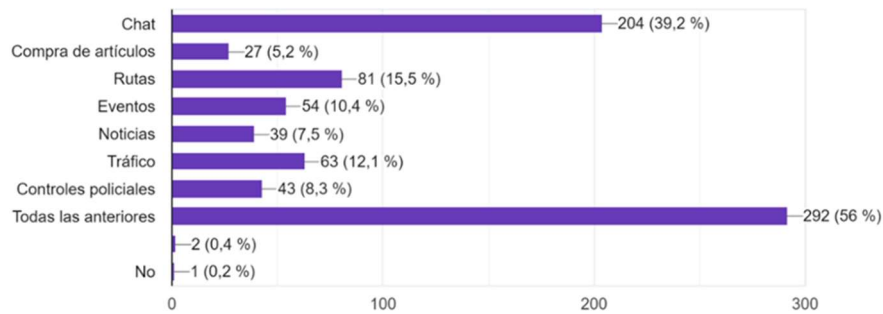
¿Tienes instalada alguna App móvil de ciclistas en tu celular?

521 respuestas



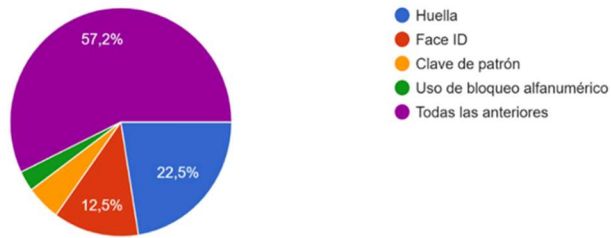
¿Qué te gustaría que tenga esta App?

521 respuestas



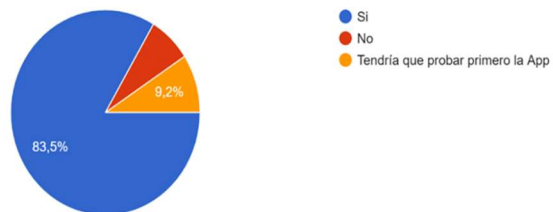
¿Qué medida de seguridad te gustaría que tuviera esta App?

521 respuestas



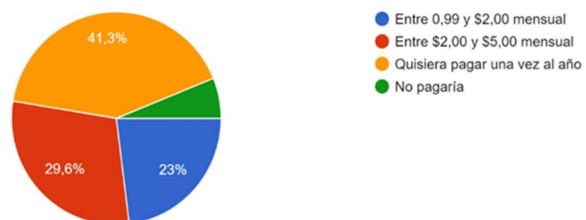
¿Estarías dispuesto a pagar por una App de ciclistas que te ayude a mantener la interacción y tenga todos los servicios antes mencionados?

521 respuestas



¿Cuánto estarías dispuesto a pagar?

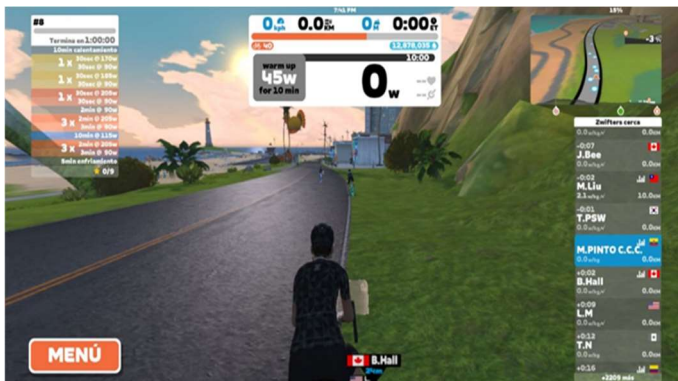
521 respuestas



Evidencia fotográfica



Mercedes, una de las entrevistadas



Una de las Apps utilizadas por Mercedes







Imágenes de la competencia

	Ciclistas de Ecuador Público · 33 mil miembros · 10+ publicaciones al día Publicaciones de venta de bicicletas Competencias Venta de Jersey Y todo lo que le guste del ciclismo.. Bienvenido. Cualquier regalo es aceptable.. Escribanme por...	Unirte
	CICLISTAS & BICICLETAS DE ALTA GAMA EN ECUADOR. Público · 15 mil miembros · 3 publicaciones al día Compra, venta, intercambio de productos e insumos de Ciclismo de alta gama, en todas sus especialidades dentro del Ecuador.	Unirte
	Ciclistas - Ecuador 🏍️🏍️🏍️🏍️ Público · 6,6 mil miembros · 10 publicaciones al día Publicaciones de venta de bicicletas Competencias, eventos deportivos y ciclo-paseos Venta de Jersey, accesorios y mantenimiento. Y todo lo que te guste del ciclismo.....	Unirte
	DE CICLISTAS Público · 16 mil miembros · 10+ publicaciones al día DE CICLISTAS ESTA ECHO PARA PUBLICAR TODO DE CICLISMO DE CADA RINCON DEL MUNDOESTA ECHO PARA PUBLICAR Y COMPARTIR SUS PUBLICACIONES...	Unirte
	Ciclistas Ecuador Público · 3,5 mil miembros · 10+ publicaciones al día <i>Grupo ciclistico de conservacion de salud mental y fisica, donde promovemos el esfuerzo y la aventura de este gran deporte...</i>	Unirte
	Ciclistas Guayaquil Público · 2,3 mil miembros · 2 publicaciones al día · 5 miembros indicaron que estudiaron en Universidad Casa Grande.	Unirte

Imagen: Facebook

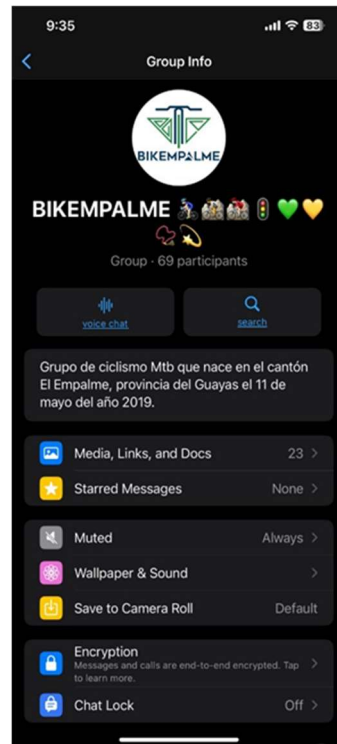
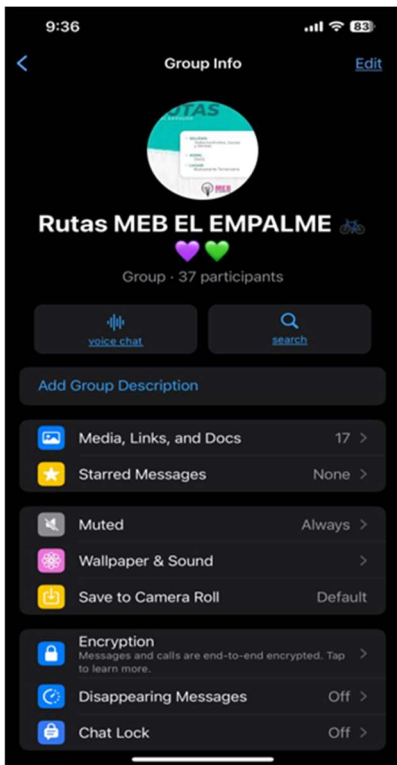


Imagen: WhatsApp

