



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA CREAR UNA EMPRESA DE ALIMENTOS SALUDABLES EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ

Por. Eliecer Romero Villalobos.

C.C. 79.901.024

Universidad Santo Tomás

Facultad de Ciencias y Tecnologías

Especialización en Gestión para el Desarrollo Empresarial

Bogotá D.C., junio de 2019



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA CREAR UNA EMPRESA DE ALIMENTOS SALUDABLES EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ

TPI. Para optar al Título de:

Especialista En Gestión Para El Desarrollo Empresarial

Director/ Asesor: Mg. Miguel Ángel Cortés Parra.

Universidad Santo Tomás

Facultad de Ciencias y Tecnologías

Especialización en Gestión para el Desarrollo Empresarial

Bogotá D.C., Colombia.



DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

Aceptación

Aprobado por el Comité de Grado en cumplimiento de los requisitos exigidos por la Universidad Santo Tomás para optar al Título de Especialista En Gestión Para El Desarrollo Empresarial.

Mg. Miguel Ángel Cortés Parra.
Asesor



DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

Dedicatoria

En primer lugar, dedico la elaboración de este estudio de factibilidad a Dios por la oportunidad que me brindó de estudiar la Especialización en Gestión para el Desarrollo Empresarial, y por darme la paciencia y la constancia necesaria para cumplir con este objetivo.

A mis padres por recordarme que uno debe culminar lo que se propone y de entender que nunca es tarde para hacer lo que se quiere. A mis hermanas por el apoyo y los buenos deseos durante toda esta etapa y a mi esposa e hijos por los momentos que dejamos de compartir durante este tiempo.



DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

Agradecimientos

Agradezco a la Universidad Santo Tomás y en especial a todos los profesores de la especialización por guiarme durante el desarrollo de este estudio de factibilidad y por aportarme con su conocimiento y experiencia las bases necesarias para la elaboración de este.

A mis compañeros de especialización por compartir sus experiencias y opiniones en las diferentes actividades realizadas en los módulos y en los encuentros que sostuvimos a lo largo del proceso académico y a todas aquellas personas que de alguna manera colaboraron en la realización de este estudio.



DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

Derechos de Autor

Copyright © 2019, por Eliecer Romero Villalobos

Se autoriza al Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación CRAI – USTA de la Universidad Santo Tomás, para que con fines académicos éste trabajo de grado pueda ser consultado por los usuarios a los que sea de su interés y sea visible en el repositorio Institucional.

La reproducción parcial del trabajo se hace de acuerdo con lo establecido en el artículo de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993 “Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores” los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.

Todos los demás Derechos Reservados



DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

TABLA DE CONTENIDO

Aceptación	III
Dedicatoria.....	IV
Agradecimientos.....	V
Derechos de Autor.....	VI
Resumen.....	XII
Summary.....	XIV
CAPÍTULO I.....	- 16 -
INTRODUCCIÓN E INFORMACIÓN GENERAL.....	- 16 -
1. INTRODUCCIÓN.....	- 16 -
2. JUSTIFICACIÓN	- 18 -
3. OBJETIVOS.....	- 19 -
3.1. Objetivo General.	- 19 -
3.2. Objetivos Específicos.....	- 19 -
CAPITULO II.	- 20 -
2. ANÁLISIS DEL ENTORNO – SECTOR.....	- 20 -
2.1. Análisis del Macro entorno	- 20 -
2.2. Factores Legales	- 20 -
2.3. Factores Económicos.....	- 26 -
2.3.1. Tasa de desempleo.	- 26 -
2.3.2. Índice de precios al consumidor.....	- 27 -
2.3.3. Comportamiento del sector.	- 27 -
2.4. Factores sociales.....	- 28 -
2.5. Análisis del Micro Entorno	- 33 -
2.5.4. Competencia en el mercado	- 34 -



DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

2.5.5. Poder de negociación de los proveedores.	- 35 -
2.5.6. Poder de negociación de los Clientes.	- 37 -
2.5.6.1. Nuevos entrantes.	- 37 -
2.5.7. Los servicios y/o productos sustitutos.	- 38 -
CAPITULO III.	- 40 -
3. ESTUDIO DE MERCADOS.	- 40 -
3.1. Investigación, Desarrollo e Innovación.	- 40 -
3.2. Análisis Económico.	- 41 -
3.3. Análisis Del Mercado.	- 43 -
3.4. Descripción y Análisis del Producto y/o Servicio.	- 45 -
3.5. Análisis de la Demanda – Consumidor o Cliente.	- 46 -
3.5.1. Demanda primaria.	- 46 -
3.5.2. Demanda selectiva.	- 47 -
3.6. Segmentación de Mercado Objetivo del Proyecto.	- 48 -
3.6.3. Tamaño del Mercado.	- 48 -
3.6.4. Análisis de la oferta y de la competencia.	- 48 -
3.7. Análisis de los Precios.	- 49 -
3.8. Proyecciones De Venta.	- 50 -
CAPITULO IV.	- 51 -
4. ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL.	- 51 -
4.1. Estructura Organizacional.	- 51 -
4.2. Análisis de Cargos.	- 52 -
4.3. Costos Administrativos.	- 53 -
4.4. Tipos de Sociedades.	- 53 -
4.5. Permisos, Licencias.	- 53 -
4.6. Impuestos y Tasas.	- 54 -
CAPITULO V.	- 55 -
5. PENSAMIENTO ESTRATÉGICO.	- 55 -
5.1. Estrategias de Mercadeo.	- 55 -



DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

5.2. Estrategia de Distribución y Venta.....	- 58 -
5.3. Estrategia Organizacional	- 60 -
5.3.5. Factores Internos.	- 60 -
5.3.6. Factores Externos	- 61 -
5.4. Análisis de procesos Organizacionales	- 62 -
5.4.7. Capacidad directiva.	- 62 -
5.4.8. Capacidad competitiva.	- 63 -
5.4.9. Capacidad financiera.	- 64 -
5.4.10. Capacidad tecnológica.....	- 65 -
5.4.11. Capacidad talento humano.	- 66 -
CAPITULO VI.....	- 67 -
6. FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN FINANCIERA.....	- 67 -
6.1. Estudio Económico	- 67 -
6.2. Punto de Equilibrio.....	- 69 -
6.3. Costos	- 70 -
6.3.1. Costos adecuación y Funcionamiento	- 71 -
6.4. Presupuestos	- 72 -
6.5. Flujo de Caja – Ingresos Proyectados	- 73 -
6.6. T.I.R., V.P.N., T.I.O.....	- 74 -
CAPITULO VII.	- 77 -
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	- 77 -
7.1. Conclusiones	- 77 -
7.2. Recomendaciones.....	- 79 -
8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	- 80 -
9. ANEXOS.....	- 86 -



DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Organismos reguladores, fiscalizadores y de control.	- 25 -
Ilustración 2. Tasa de desempleo Bogotá vs Colombia, porcentaje 2008 – 2018.	- 26 -
Ilustración 3. Conocimientos y Prácticas alimentarias/Segmentación por géneros.....	- 31 -
Ilustración 4. Fuerzas de Porter. 2015.	- 33 -
Ilustración 5. Asignación al gasto para alimentos en Colombia.	- 43 -
Ilustración 6. Estructura Organizacional.....	- 51 -
Ilustración 7. Análisis diagnóstico interno de la capacidad directiva.	- 62 -
Ilustración 8. Análisis diagnóstico Competitivo de la capacidad competitiva.	- 63 -
Ilustración 9. Análisis diagnóstico Capacidad Financiera.	- 64 -
Ilustración 10. Análisis diagnóstico Capacidad Tecnológica.	- 65 -
Ilustración 11. Análisis diagnóstico Capacidad de Talento Humano.	- 66 -



DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Matriz normativa y detalle de carácter obligatorio.	- 22 -
Tabla 2. 15 cadenas de Restaurantes que más Venden.	- 34 -
Tabla 3. Líneas de Negocios por rangos de tamaño.	- 42 -
Tabla 4. Costos de personal.	- 53 -
Tabla 5. Brief de investigación No. 1	- 56 -
Tabla 6. Detalle de la inversión.	- 67 -
Tabla 7. Tabla de Amortización.....	- 68 -
Tabla 8. Nómina.....	- 70 -
Tabla 9. Costos adecuación y Funcionamiento.....	- 71 -
Tabla 10. Presupuesto.	- 72 -
Tabla 11. Flujo de Caja proyectado basado en los presupuestos de ventas.	- 73 -
Tabla 12. T.I.R., V.P.N., T.I.O – AÑO 1.....	- 74 -
Tabla 13. T.I.R., V.P.N., T.I.O – AÑO 2.....	- 74 -
Tabla 14. T.I.R., V.P.N., T.I.O – AÑO 3.....	- 75 -
Tabla 15. Indicadores.....	- 75 -

DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

Resumen

Este estudio de factibilidad tiene como objetivo presentar un modelo de restaurante online que satisfaga las necesidades alimenticias de un sector de la población de la ciudad de Bogotá.

El propósito de Delivery Food – Alimentos saludables, es el de convertirse en el aliado estratégico de todas aquellas personas que por razones de salud o estética necesitan controlar su ingesta alimenticia. El Delivery facilitara la información calórica de los alimentos que conformen el pedido y se basara en los macronutrientes de estos.

La solicitud de los pedidos será por medio de la página WEB del sitio y en esta podrán elegir platos ya establecidos o escoger los componentes del plato a pedir. Para esto contara con un menú con los platos. Los alimentos por separado y las posibles formas de preparación que podemos ofrecer incluyendo la información por macronutrientes y total de contenido calórico.

Estos son algunos de los Valores agregados de la idea de negocio, Adicional a esto los clientes de Delivery Food – Alimentos saludables podrán programar sus pedidos con la periodicidad que necesiten, es decir, días o meses y en la intensidad que les ayude a lograr sus objetivos (Desayunos, Almuerzos, Comidas y snacks).

El estudio de factibilidad además de la página WEB se apoyará en una APP donde se pueda calcular la ingesta calórica de cada usuario y se controle la misma ingesta frente a los pedidos



DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

que cada cliente haga. Esta APP genera reportes con la periodicidad que el usuario necesite y guarda el historial para que el cliente vea sus avances.

En el siguiente documento se mencionan diferentes aspectos como la información del sector, los recursos humanos, económicos, legales y operativos necesarios para poner el proyecto en funcionamiento y mostrar la viabilidad de este.



DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

Summary

This business plan has the objective to present online restaurant model That would satisfied the nutritional needs of a specific sector in the city of Bogota.

The purpose of DELIVERY FOOD - Alimentos saludables, it's to become the strategic ally

Of all those people who for reasons of health or aesthetics need to control their Food intake.

The delivery facilitates the caloric information of the Foods that make up the order and will be based on the macronutrients.

The request for orders will be through the web page of the site and in the web, site would be possible to choose the components of the dish to order. For this you will have a menu with dishes. Food separately and the possible ways of preparation that we can offer including macronutrient information and total caloric content.

These are some of the added values of the business idea. In addition to this, customers of DELIVERY FOOD - Alimentos Saludables can schedule their orders with the periodicity they need, that is, days or months and in the intensity that helps them achieve their objectives, (Breakfast, Lunches, Meals and snacks).

The business plan in addition to the Web page will be supported by an APP where the caloric intake of each user can be calculated, and the same intake controlled against the orders that each



DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

client makes. This APP generates reports with the periodicity that the user needs and saves the history, so the client can see their progress.

The following documented mentions different aspects such as information on the sector, the human, economic legal and operational resources necessary to put the project into operation and will show its viability.

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN E INFORMACIÓN GENERAL

1. INTRODUCCIÓN

La idea de negocio surge como respuesta a una de las necesidades básicas del ser humano, esta necesidad es la de alimentarse. Pero no alimentarse de cualquier manera sino de alimentarse de manera saludable con el fin de alcanzar metas personales en lo referente a salud, deporte y/o estética.

Los malos hábitos alimenticios son propensión en varias partes del mundo. Factores como tiempo, costumbres y economía hacen que las personas consuman alimentos mal preparados o la mal llamada comida chatarra, alimentos que con el paso del tiempo afectan a nuestro cuerpo originando enfermedades como la obesidad, la diabetes y los problemas de corazón entre otras.

Adicional a esto y teniendo en cuenta la tesis central de Maslow sobre la jerarquía de las necesidades, (Perez Romero, 2004) podemos referenciar dos escalones más donde la alimentación saludable juega un papel fundamental y estos son el escalón de la seguridad y el escalón de autoestima o reconocimiento, en el primero de estos la seguridad física que brinda un buen estado de salud es decisivo, en el segundo están todas aquellas personas que cuidan su



DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

cuerpo para ser reconocidas y admiradas y que ven en una buena la alimentación la base de sus resultados.

Por esta razón Delivery Food - Alimentos saludables quiere convertirse en ese aliado estratégico de todas esas personas que por necesidad o por gusto dependen de una alimentación variada y saludable, aliado de todas esas personas que no cuentan con el tiempo suficiente para preparar comidas que cumplan con sus requerimientos calóricos y de macronutrientes. Delivery Food - Alimentos saludables quiere brindar la mayor variedad de productos y formas de preparación para que sus clientes estén satisfechos y puedan disfrutar de cada plato con la tranquilidad de saber que están elaborados con productos alimenticios de primera calidad.



DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

2. JUSTIFICACIÓN

La idea de negocio para el desarrollo de este trabajo se basa en las tendencias de consumo actuales, donde se refleja la importancia de cambiar los hábitos alimenticios con el fin de mejorar los estados de salud partiendo de los alimentos que consumimos. El acceso a información hace que los consumidores nos volvamos cada vez más exigentes y que en realidad entendamos que es alimentación saludable aplicándola a cada necesidad en particular.

Otra de las bondades del estudio de factibilidad es que se basa en un servicio que busca facilitar la vida de los usuarios ofreciendo ahorro de tiempo en un aspecto tan complicado como es el de la preparación de alimentos que cumplan con necesidades nutricionales específicas, es de conocimiento general que las personas que tienen necesidades alimenticias por temas de salud, deporte o estética invierten mucho de su tiempo en la elaboración de sus planes nutricionales. Delivery Food - Alimentos saludables brindara diferentes formas de preparación más la información nutricional de todos sus platos y/o productos además de la posibilidad de escoger la cantidad por cada alimento que conforma el plato buscando siempre cumplir con los requerimientos específicos de cada cliente.

DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

3. OBJETIVOS

3.1. Objetivo General.

Realizar el estudio de factibilidad para crear una empresa de alimentos saludables en la ciudad de Bogotá, con un diferenciador de innovación en su forma de comercialización.

3.2. Objetivos Específicos.

- Establecer el mercado objetivo de consumidores de comida saludable en la ciudad de Bogotá para determinar la viabilidad teniendo en cuenta la innovación en APP
- Determinar el tipo de infraestructura y los costos operacionales necesarios para poner en marcha el proyecto de comida saludable en la ciudad de Bogotá. Cumpliendo los requisitos de costo y calidad para satisfacer las necesidades de los clientes.
- Definir una estructura administrativa de tal modo que responda a los requerimientos del negocio y a las exigencias del mercado, definiendo para ello políticas, objetivos estratégicos, su estructura, y responsabilidades individuales.
- Establecer el tipo adecuado de sociedad comercial y los procedimientos para la conformación de la sociedad, atendiendo el marco legal vigente.

Desarrollar una estructura de financiación para el desarrollo del estudio de factibilidad y su respectiva sostenibilidad.

DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

CAPITULO II.

2. ANÁLISIS DEL ENTORNO – SECTOR

2.1. Análisis del Macroentorno

El análisis PESTEL es una herramienta de gran utilidad para comprender el crecimiento o declive de un mercado. y en consecuencia, la posición, potencial y dirección de un negocio. Es una herramienta de medición de negocios. PESTEL está compuesto por las iniciales de factores Políticos, Económicos, Sociales y Tecnológicos, utilizados para evaluar el mercado en el que se encuentra un negocio o unidad.

2.2. Factores Legales

El principal propósito de la estrategia de información, Educación y Comunicación de Seguridad Alimentaria y Nutricional en Colombia está ligado a lineamientos internacionales que se han consolidado en un acuerdo (Estrategia IEC en SAN), para responder a las directrices nacionales e internacionales que en términos de salud, nutrición y alimentación, prevén mejorar la calidad de vida de las personas contribuyendo a la reducción de los riesgos, enfermedades y muerte en situaciones relacionadas con la alimentación y nutrición. De ahí nace una corresponsabilidad del Estado Colombiano con la sociedad civil que pretende propender la disponibilidad, el acceso, el aprovechamiento, la protección, el aseguramiento, la integración,



DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

coordinación y articulación mediante diversas estrategias al acceso a una alimentación y Nutrición a toda la población del territorio colombiano. Esta preocupación del Estado Colombiano se encuentra enmarcada en el CONPES 113 de 2017, y posteriormente estructurado mediante el PNSAN - Plan Nacional de Seguridad Alimentaria y Nutricional 2012 – 2019.

Teniendo en cuenta este fundamento del Gobierno Nacional donde le apuesta a la seguridad alimentaria facilitando al acceso material y económico a alimentos suficientes, inocuos y nutritivos para todos los individuos, de manera que puedan ser utilizados adecuadamente para satisfacer sus necesidades nutricionales y llevar una vida sana, sin correr riesgos indebidos de perder dicho acceso. Delivery food, encamina todos sus esfuerzos a definir una estrategia al alcance del mercado objetivo.

A continuación, se relacionan las leyes, decretos y resoluciones, que contienen en general la normativa y lineamientos que inciden en el presente proyecto en lo referente a la producción, transporte, almacenamiento, comercialización, seguridad, ambiente e higiene con manejo de los productos alimenticios, al igual que los estándares de higiene y calidad.

Lo anterior, teniendo en cuenta la necesidad que representa ceñir en el tiempo, los recursos y esfuerzos necesarios para dar cumplimiento a lo establecido por la ley colombiana y la ley local.

Es necesario indicar que, si bien existe las normas que regulan y controlan el servicio ofrecido en este estudio de factibilidad,



DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

Tabla 1.
Matriz normativa y detalle de carácter obligatorio.

Norma	Año	Administrativo	Operativo	Técnico	Ambiental	Sanitario	Descripción de la Norma
Ley 9	1979		X	X	X	X	Normativa a través de la que el gobierno colombiano adopta procedimientos y medidas de carácter ambiental y sanitario, para la protección de la salud y el bienestar humano.
Decreto 3075	1997		X			X	Norma que reglamenta parcialmente la Ley 9 de 1979, a fin de mantener el control sobre todos los factores y actividades de riesgo en la producción, preparación, empaque, y comercialización de alimentos (buenas prácticas de manufactura).
Resolución 5109	2005		X	X	X	X	Norma que establece controles debidos con las etiquetas y rotulación de los productos envasados para consumo humano.
Decreto 1500	2007		X			X	Norma a través de la que se establecen controles para el manejo de lácteos, carnes y sus derivados aptos para el consumo humano.



DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

Norma	Año	Administrativo	Operativo	Técnico	Ambiental	Sanitario	Descripción de la Norma
Decreto 1879	2008	X	X	X	X	X	Matrícula mercantil vigente. Inscripción en el RUT. Inscripción en el RIT. Certificado Sayco & Acinpro. Registro Nacional de Turismo. Concepto sanitario. Uso del suelo. Certificado de manipulación de alimentos. Registro de publicidad exterior visual o una Certificación de intensidad auditiva. Concepto técnico de seguridad humana y protección contra incendios. Lista de precios. Depósito de la enseña comercial, con registro del signo o imagen que representa el establecimiento. (Voluntario).
Resolución 1506	2011			X	X	X	Norma que establece controles debidos con las etiquetas y rotulación para la elaboración de alimentos.
Resolución 2674	2013		X			X	Norma que establece los lineamientos y condiciones bajo las que se emite concepto de la operatividad sanitaria de un restaurante o lugar de comidas.
Decreto 539	2014	X	X		X	X	Norma que reglamenta requisitos sanitarios a cumplir por importadores y exportadores de alimentos, materias primas e insumos para alimentos destinados al consumo humano.



DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

Norma	Año	Administrativo	Operativo	Técnico	Ambiental	Sanitario	Descripción de la Norma
Decreto 590	2014	X	X		X	X	Actualización de la norma que reglamenta requisitos sanitarios a cumplir por importadores y exportadores de alimentos, materias primas e insumos para alimentos destinados al consumo humano.
Resolución 719	2015				X	X	Norma que clasifica los alimentos de acuerdo al riesgo para la salud pública.
Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS- USNA 001 A 005, 006I, 007, 008I, 009 A 011.			X	X	X	X	Cada una de las normas técnicas que ejemplifica los procesos, buenas prácticas, condiciones y reglamentaciones sujetas a verificación por las entidades competentes para habilitar, certificar, autorizar o en su defecto denegar el funcionamiento del establecimiento.

Fuente: Datos obtenidos en campo (Elaboración por el Autor).

Claramente la incidencia en la operatividad del establecimiento está dada en cumplimiento de las normas aquí expuestas y con ellas un avance garante en el ofrecimiento de un servicio y unos productos con calidad y compromiso integral, tanto del gestor como del equipo de trabajo requerido para el ejercicio funcional de las diferentes actividades requeridas para el cumplimiento del objeto del estudio de factibilidad.



DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

Por otra parte, se valida la necesidad de responder en las instancias correspondientes, con los diferentes procesos y responsabilidades a los diferentes organismos reguladores, fiscalizadores y de control que se presentan a continuación:



Ilustración 1.
Organismos reguladores, fiscalizadores y de control.

Fuente. Elaboración del Autor.



DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

2.3. Factores Económicos

2.3.1. Tasa de desempleo.

Para el mes de diciembre de 2018 la tasa de desempleo fue (9,7%)¹, donde el ámbito laboral presenta una elevada tasa de informalidad y subcontratación, que por una parte ignora la legislación nacional laboral y por otra parte las directrices de la OIT. Al respecto las cifras y análisis estadísticos realizados por el Dane, exhiben que en la ciudad de Bogotá D.C. de Colombia, los datos refieren, conservan y representan condiciones uniformes de desempleo.

En ese sentido, el proyecto – estudio de factibilidad aquí presentado, podrá contribuir positivamente en la construcción y reducción de la tasa nacional y local que está representada en 10,8 puntos como se refleja en la (Ilustración 2).

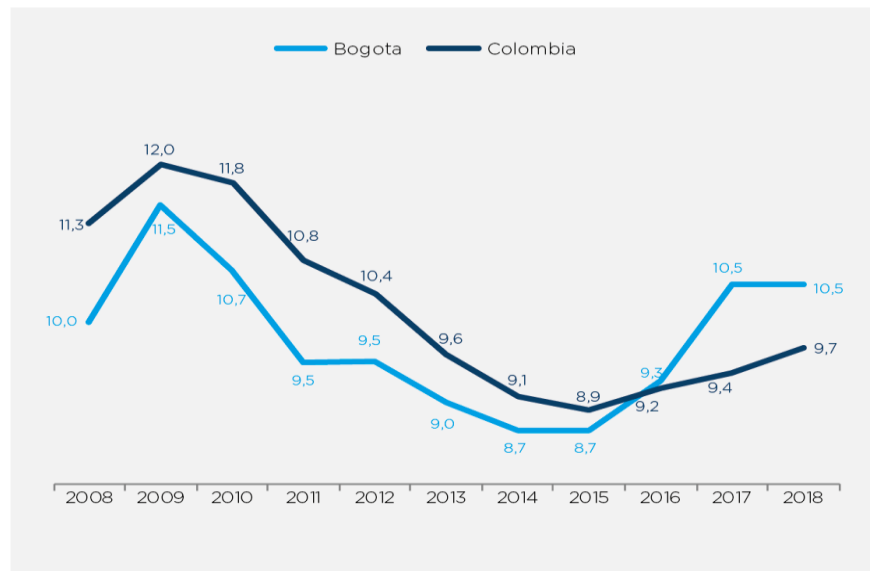


Ilustración 2.

Tasa de desempleo Bogotá vs Colombia, porcentaje 2008 – 2018.

Fuente: DANE– Gran Encuesta Integrada de Hogares GEIH. Elaboración ODEB.

¹ DANE; Diciembre 2018. Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH) del Mercado Laboral [Publicación en línea], Disponible en Internet en <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral> [con acceso en diciembre de 2018].



DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

2.3.2. Índice de precios al consumidor.

Respecto del Índice de Precios al Consumidor, el DANE, en el mes de febrero de (2019)² evidencia cifras y análisis de resultados cuyos efectos repercuten principalmente en los precios de los alimentos y productos no transables, que con claridad expone también efectos en la evolución de los precios de las comidas fuera del hogar y muy de la mano en la tarifa de los servicios domésticos; estos dos últimos aspectos de relevancia para el proyecto aquí presentado dado que en estas condiciones es imprescindible ajustar con alguna periodicidad y de manera adecuada las estrategias de precios y de mercado en el estudio de factibilidad, a fin de mantener y garantizar el servicio, los precios y condiciones de calidad de los productos ofrecidos y esperados en por el mercado objetivo.

2.3.3. Comportamiento del sector.

La agencia gubernamental de la rama ejecutiva del Gobierno de Colombia Procolombia, prevé buenas expectativas para el sector, en las condiciones que presenta este proyecto – estudio de factibilidad, teniendo en cuenta gran posicionamiento obtenido las empresas cuyo emprendimiento está orientado en y con desarrollos tecnológicos tanto a nivel Nacional como a nivel internacional, en tal sentido se aprecia el interés de grandes compañías del mundo que contemplan tener presencia en el país en este sector de la economía.

² DANE; Febrero 2019. Sistema de Información de Precios y Abastecimiento del Sector Agropecuario (Sipsa) Informe de los precios de las hortalizas, las frutas y los tubérculos [Publicación en línea], Disponible en Internet en <<https://www.dane.gov.co/index.php/52-espanol/noticias/noticias/4961-boletin-semanal-sipsa-02-de-febrero-de-2019-al-08-de-febrero-de-2019>> [con acceso en febrero de 2019].



DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

Este aspecto se convierte en respaldo a la idea de negocio, viabilizando la posibilidad de contar con varios proveedores que puedan generar un software- aplicación robusta pero flexible, amigable y de ambiente diferencial con contenidos que en su plataforma para la APP del Delivery, conquiste el mercado objetivo.

En el sector de las comidas se aprecian cambios que si bien responden a los hábitos de las personas y sociedad de consumo, son las condiciones de desplazamiento, el trabajo, los hogares la importancia y el valor proporcionado a una muy valorada relación entre la calidad y el buen precio y la satisfacción de su necesidad ó interés de manera práctica e innovadora por lo que estarán dispuestos a pagar, todo esto sumado a los cambios de la economía actual, que si bien ha obligado a muchos restaurantes de alto nivel a cerrar sus puertas de forma definitiva, por otra parte han permitido el concurso de ideas innovadoras que poco a poco se infiltran exitosamente en las estadísticas, pero fuertemente en los gustos e intereses de las personas, “Calidad, buena presentación y cercanía al consumidor, por un precio promedio de \$10.000, son características de estos proyectos como lo menciona la matriz de Gastroinnova.³”.

2.4. Factores sociales

Delivery Food - Alimentos saludables, es una idea que integra dos conceptos. Por un lado, un restaurante tipo Delivery y por el otro una página WEB que contiene una APP donde el usuario puede especificar sus requerimientos nutricionales y realizar pedidos además de llevar el control

³ REVISTA DINERO: Febrero de 2018. El negocio de la comida se reinventa en Colombia tras un mal 2017. [Publicación en línea], Disponible en Internet en <<https://www.dinero.com/edicion-impresa/negocios/articulo/como-van-los-restaurantes-en-colombia-2018/255322>> [con acceso en mayo de 2019].



DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

de su ingesta calórica, para cumplir con sus metas deportivas o de salud. Teniendo en cuenta esta descripción se analizarán los factores del entorno donde se desarrollará la idea de negocio.

El macroentorno que rodea el proyecto abarca la economía, la cultura y la demografía. Temas como el poder adquisitivo de la población a la cual va enfocada el proyecto y determinantes sociales tales como el lugar de vivienda, el estrato socioeconómico y el nivel educativo, son fundamentales para dar vida a este estudio de factibilidad.

Los datos de investigaciones en Colombia reveladores para el autor y los interesados, reflejan como el grupo más consciente de los buenos hábitos alimenticios son los hombres y mujeres, y en este nicho las universitarias de estratos 4, 5 y 6, quienes cada vez evalúan con mayor grado de meticulosa importancia sus necesidades nutricionales y calóricas, inclinándose con determinación al consumo de frutas y verduras entre otras variables, lo que hace de este estudio de factibilidad una alternativa y óptima solución para ese nicho.

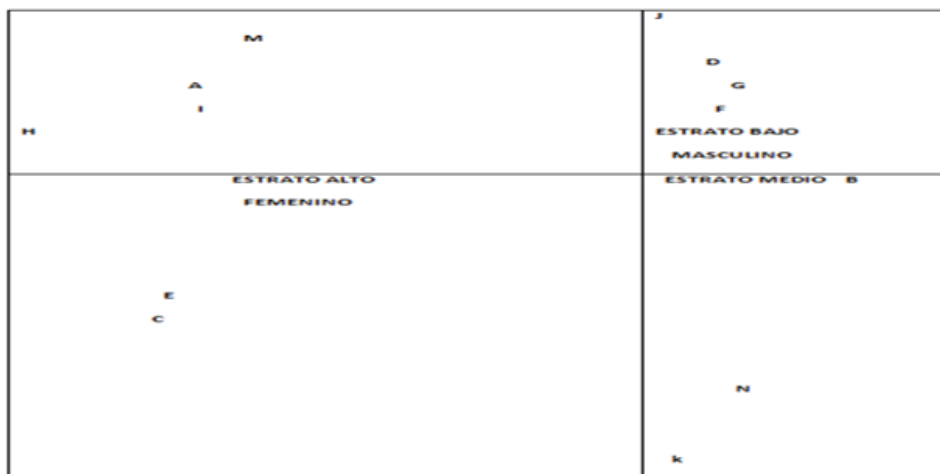
Cabe resaltar que en el estudio también se demostró que los estratos medios y bajos, no reportan saber que alimentos ingieren diariamente, no valoraban el balance entre carbohidratos, proteínas y grasas, y se observa una tendencia al sedentarismo o baja actividad física-deportiva con un alarmante bajo monitoreo del índice de masa corporal lo que me ayuda a un más a segmentar el mercado objetivo para implementar la idea de negocio ya que en estos estratos no se da la importancia al seguimiento nutricional como en los estratos 4,5 y 6.⁴

⁴ DANE: Febrero de 2019. Conocimientos y prácticas alimentarias/Segmentación por géneros. [Publicación en línea], Disponible en Internet en <<https://www.dane.gov.co/index.php/52-espanol/noticias/noticias/4961-boletin-semanal-sipsa-02-de-febrero-de-2019-al-08-de-febrero-de-2019>> [con acceso en febrero de 2019].



DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

Una investigación realizada y publicada por la Universidad de Medellín, en la que reflejan los comportamientos aquí descritos para este segmento la población evidencia las prácticas alimentarias y conocimientos respecto de ellas en cada uno de los géneros.



En la figura se representan con letras las respuestas positivas y negativas a las preguntas más representativas sobre el tema, así: **A=** sabe cuál es la ingesta diaria de calorías recomendada; **B=** no sabe cuál es la ingesta diaria de calorías recomendada; **C=** sabe cuál es la recomendación nutricional de número de harinas consumidas por día; **D=** no sabe cuál es la recomendación nutricional de número de harinas consumidas por día; **E=** tiene en cuenta el balance entre harinas, carnes y frutas y verduras en su consumo diario; **F=** no tiene en cuenta el balance entre harinas, carnes y frutas y verduras en su consumo diario; **G=** no tiene en cuenta el requerimiento diario de calorías en su dieta; **H=** tiene en cuenta el requerimiento diario de calorías en su dieta; **I=** en su casa le inculcaron el consumo de frutas, carnes y verduras; **J=** la diabetes está asociada con el sobrepeso y la obesidad; **K=** la diabetes no está asociada con el sobrepeso y la obesidad; **M=** practica actividad física; **N=** no practica actividad física. Adicionalmente se proyectan sobre el plano los estratos socioeconómicos y el sexo. Las letras que se ubican más próximas indican que tienden a asociarse.

DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

Ilustración 3.

Conocimientos y Prácticas alimentarias/Segmentación por géneros.

Fuente:

<http://aprendeenlinea.udea.edu.co/revistas/index.php/nutricion/article/view/25434/21169>/Investigación de la universidad de Medellín.

Tras realizar la segmentación del mercado objetivo, basado en el número de habitantes con los que se cuenta en la ciudad de Bogotá, se estima un volumen de posibles clientes de 300.000, la estrategia estará enfocada a captar en ventas el 5% de esa población el primer año, al año posterior participar al 7,5% y para los dos siguientes años el 10%, lo que permitirá el alcance de la meta en condiciones óptimas.

Ahora bien el estudio de factibilidad cuenta con un factor diferencial y que las comidas pueden ser personalizadas de acuerdo a los requerimientos dietéticos, médicos o deportivos que requiera la persona, donde se pueda conocer y/o modificar la preparación de la comida, desde características como la cocción, las porciones hasta elementos de organización de pedidos de mayor tamaño para una disposición fácil a la hora de necesitarlos, teniendo en cuenta que el movimiento fitness crece con una gran velocidad en el país, el estado físico y la ingesta calórica diaria cobran importancia, lo que se convierte en un indicador de demanda virtual para los servicios de Alimentos saludables en el país.

Si bien es cierto el macro entorno, pueden afectar la idea de negocio con variables relacionadas como el IPC y el poder adquisitivo de los consumidores o causas como las posibles consecuencias en la caída de las exportaciones y la disminución de la inversión extranjera que afectan el empleo y por ende el consumo se podría pensar que no es momento para poner en marcha la idea de negocio pero si se analizan a fondo las tendencias del mercado y las



DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

proyecciones de los sectores de servicios y software del país no es descabellada la idea planteada. A continuación, menciono información relevante sobre estos dos sectores.

El consumo de alimentos no preparados en los hogares colombianos se incrementó en 151.89% en los últimos 10 años. Este indicador es bueno para esta idea de negocio ya que muestra que la demanda de este tipo de servicios viene en aumento y que tiene cabida cumpliendo con una de las necesidades básicas como es el de la alimentación, según el Estudio de factibilidad realizado por (Rendon, 2016).

Según información del DANE⁵ el sector Food service vende al año \$35 billones y generará un millón de empleos y se proyecta que llegue \$38 billones en el año 2021 adicional podemos mencionar que aproximadamente el 42% de los colombianos consume alguno de sus alimentos fuera de casa o pidiéndolo a domicilio y que gasta el 7.2% de su presupuesto en estas mismas actividades.

Combinando esta primera parte de la idea de negocio con la página WEB y la APP que sustenta el funcionamiento del Delivery herramientas, el cual corresponde al desarrollo de Software y aplicaciones y teniendo en cuenta que en Colombia este sector ha demostrado un crecimiento sostenido, se puede mencionar que de acuerdo con el ministerio de las TIC (Ministerio de las TIC, 2018) este sector creció en un 40% entre el año 2015 y 2016 y que para el 2017 aportó 1.6% del PIB del país. Las expectativas para 2018 son llegar a \$18 billones y posicionarse como uno de los países más importantes de la región en este sector.

⁵ REVISTA DINERO: Febrero de 2018. El negocio de la comida se reinventa en Colombia tras un mal 2017. [Publicación en línea], Disponible en Internet en <<https://www.dinero.com/edicion-impresa/negocios/articulo/como-van-los-restaurantes-en-colombia-2018/255322>> [con acceso en mayo de 2019].



DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

2.5. Análisis del Microentorno



Ilustración 4.
Fuerzas de Porter. 2015.

Fuente. www.5fuerzasdeporter.com



DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

2.5.4. Competencia en el mercado

El poder de Negociación de las empresas del sector es alto, varios restaurantes ya tienen reconocimiento y años de tradición, lo que hace que el Delivery encamine sus esfuerzos por tener los más altos estándares de calidad. Esto aunado a la proyección del gobierno nacional en los sectores servicios y software muestra que tenemos oportunidades para la implementación del estudio de factibilidad.

La amenaza en este punto es la infraestructura y cobertura de los restaurantes ya posicionados en la mente de los consumidores.

Según la revista Dinero⁶ estos son las 15 cadenas de restaurantes que más venden en Colombia y todas tienen presencia en la ciudad de Bogotá y cuentan con algún tipo de servicio a domicilio la información es a cierre de 2017.

Tabla 2.
15 cadenas de Restaurantes que más Venden.

Empresa	Ventas en Millones de Pesos	Utilidad Neta
Arcos Dorados Colombia (Mc Donald's)	\$363.684 millones (20,1% más que en 2016)	-\$28.540 millones (87,63% de pérdida frente al patrimonio)
Hamburguesas El Corral	\$363.330 millones (10,5% más que en 2016)	-\$8.686 millones (32,31% de pérdida frente al patrimonio)
Frisby	\$344.261 millones (9,3% más que en 2016)	\$11.888 millones (35,1% del patrimonio)
Crepes & Waffles	\$344.135 millones (14,38% más que en 2016)	\$14.406 millones (21,44% del patrimonio)

⁶ REVISTA DINERO: Junio de 2018. Las cadenas de restaurantes que más venden en Colombia. [Publicación en línea], Disponible en Internet en < <https://www.dinero.com/empresas/galeria/cadenas-de-restaurantes-con-mas-ventas-de-colombia-2018/260427#>> [con acceso en junio de 2018].



DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

Empresa	Ventas en Millones de Pesos	Utilidad Neta
Archie's	\$190.511 millones (250,62% más que en 2016)	-\$6.939 millones (6,54% de pérdida frente al patrimonio)
Restcafe OMA	\$156.139 millones (0,45% más que en 2016)	-\$11.429 millones (50,3% de pérdida frente al patrimonio)
Andrés Carne de Res	\$134.508 millones (1,78% más que en 2016)	-\$3.204 millones (4,14% de pérdida frente al patrimonio)
KFC	\$128.240 millones (55,93% más que en 2016)	\$1.431 millones (5% sobre el patrimonio)
Frayco (Presto)	\$117.343 millones	-\$4.410 millones (28,93% de pérdida frente al patrimonio)
Gate Gourmet Colombia (presta el servicio de catering a aerolíneas)	\$114.087 millones (12,83% más que en 2016)	\$16.604 millones (92,36% sobre el patrimonio)
Proalimentos Liber (presta servicios de catering)	\$107.032 millones (45,95% más que en 2016)	\$7.494 millones (11,31% sobre el patrimonio)
Lao Kao (Wok)	\$96.485 millones (15,32% más que en 2016)	\$1.448 millones (13,83% sobre el patrimonio)
Tostao' Café y Pan	\$87.201 millones (848,92% más que en 2016)	\$34.865 millones.
Salamanca Alimentación (Presta servicios de alimentación)	\$85.193 millones (11,57% más que en 2016)	\$283 millones (2,01% sobre el patrimonio)
Bogotá Beer Company	\$85.181 millones (28,69% más que en 2016)	\$2.617 millones (14,9% sobre el patrimonio)

Fuente: <https://www.dinero.com/empresas/galeria/cadenas-de-restaurantes-con-mas-ventas-de-colombia-2018/260427>

2.5.5. Poder de negociación de los proveedores.

En este aspecto Delivery Food - Alimentos saludables tiene oportunidades ya que los proveedores que ofrecen alimentos orgánicos o de cosecha limpia son pocos y pueden llegar a



DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

establecerse alianzas, adicional a esto por las tendencias de consumo la demanda está en crecimiento lo que nos permitiría entrar a negociar por volúmenes de compra.

Dentro del estudio de factibilidad algunas de las amenazas respecto a los proveedores son que se puedan certificar los productos ofrecidos y por otra con los proveedores de la cadena logística ya que el estudio de factibilidad se necesita de estos para los servicios a domicilio.

Frente a la certificación de los proveedores no existe información relevante, solo se cuenta con la información de hectáreas destinadas a la producción de orgánicos en Colombia que son aproximadamente 54 mil hectáreas de acuerdo a la información suministrada por Fedeorganicos⁷ organización que agrupa a productores y comercializadores de productos orgánicos en Colombia. Según la misma fuente el 95% de la producción se exporta quedando solo un 5% para el consumo interno.

Según informa el periódico de circulación nacional El Colombiano⁸, dentro de los proveedores de la cadena logística que prestan el servicio que el Delivery necesita se encuentra:

- Domicilios.com que domina el segmento, con un alcance neto del 17% sobre la población online, con más de 3 millones de usuarios únicos en el tercer trimestre de 2017.
- Rappi, con un alcance neto del 5,9%
- Merqueo, con un 4,2% de alcance neto.
- Uber eats Bogotá, la aplicación pasó de tener 200 restaurantes vinculados a 800

⁷ FEDEORGANICOS: Septiembre de 2018. En Colombia exportamos 95% de la producción orgánica. [Publicación en línea], Disponible en Internet en < <http://www.fedeorganicos.com/en-colombia-exportamos-95-de-la-produccion-organica/>> [con acceso en octubre de 2018].

⁸ PERIODICO EL COLOMBIANO: Noviembre de 2017. Así es el negocio de pedir comida a domicilio online. [Publicación en línea], Disponible en Internet en < <https://www.elcolombiano.com/negocios/asi-es-el-negocio-de-pedir-comida-a-domicilio-online-AB7751460>> [con acceso en octubre de 2018].



DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

2.5.6. Poder de negociación de los Clientes.

Aunque el mercado está en crecimiento, las opciones que tienen los clientes aún son escasas. El servicio que ofrecemos más los productos a entregar que serán de excelente calidad están dirigidos a clientes con poder adquisitivo y que por su estilo de vida prefieren invertir en este tipo de Alimentos saludables.

Según los datos del estudio Mundo Saludable de Nielsen 2018⁹, 4 de cada 10 colombianos están cambiando a la versión saludable de su producto preferido, lo que es un buen indicador para las aspiraciones del estudio de factibilidad ya que el segmento de consumidores al que esta dirigido tiene buenas posibilidades de aumentar.

El mismo informe muestra que, aunque sin duda el factor precio es fundamental para el consumidor de hoy, que busca hacer compras más inteligentes, nuestras cifras evidencian que está dispuesto a pagar más cuando el producto agrega valor frente a otros de la misma categoría. Es así como los segmentos Premium y saludable demuestran vigorosos crecimientos.

2.5.6.1. Nuevos entrantes.

En este aspecto, el sector no cuenta con muchos nuevos competidores. La ventaja del Delivery es que se especializa en un tipo de comida y trata de customizar su clientela, el sector tiende a crecer brindando oportunidad gracias a las tendencias alimenticias. Debemos tener cuidado en mostrar diferencias en los servicios ofrecidos, lo nuevos competidores puede traer

⁹IELSEN: Agosto de 2018. Así es el negocio de pedir comida a domicilio online. [Publicación en línea], Disponible en Internet en <<https://www.nielsen.com/co/es/insights/article/2018/4-de-cada-10-colombianos-estan-cambiando-a-la-version-saludable-de-su-producto-preferido/>> [con acceso en octubre de 2018].



DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

nuevas ideas acordes con los requerimientos nutricionales por lo que debemos estar alertas y tener capacidad de reacción.

Por parte de Latin American Post¹⁰ el ranking de competidores que pelean la cuota de mercado están Suna, Hippié, Alelú, Maha comida vegetariana y De Raíz con precios que oscilan entre 15 y 30 mil pesos, lo que hace que los precios establecidos para el estudio de factibilidad sean competitivos, el acceso a los canales de distribución es el mismo para todos ya que los operadores del mercado están establecidos y son fáciles de contactar, como se menciona en este trabajo el diferencial de éxito es el producto ofrecido.

2.5.7. Los servicios y/o productos sustitutos.

Los servicios y/o productos sustitutos no tienen la diversidad que ofrece Delivery Food Alimentos saludables. La mayoría de los productos sustitutos exceden las calorías necesarias dentro de un plan de alimentación saludable, lo que nos permite ser competitivos en el sector. El apoyo de la página web y la creación de la APP que soporta el funcionamiento del Delivery incentivarán a que los clientes utilicen el servicio. Como amenaza en este aspecto están todos aquellos alimentos conocidos como de tercera generación que son suplementos que aportan una alimentación completa y práctica con las dosis exactas de macronutrientes y calorías.

Frente al consumo de este tipo de alimentación Colombia el Periódico Portafolio (2010) informa que nuestro país, ocupaba el 4 lugar en Latinoamérica con un crecimiento del 7.7% en la ingesta

¹⁰ LATIN AMERICAN POST: Mayo de 2018. Top 5: los mejores restaurantes saludables de Bogotá. [Publicación en línea], Disponible en Internet en < <https://latinamericanpost.com/es/20862-top-5-los-mejores-restaurantes-saludables-de-bogota> > [con acceso en octubre de 2018].



DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

de este tipo de alimentos y una inversión anual de 119 millones de dólares, cifra representativa que deja de percibir el sector restauranero del país.



DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

CAPITULO III.

3. ESTUDIO DE MERCADOS

3.1. Investigación, Desarrollo e Innovación

La innovación en este estudio de factibilidad consiste en ofrecer el soporte nutricional a personas interesadas en el cuidado físico visto desde el punto de vista médico o desde la estética. Aunque existen varios competidores que ofrecen Alimentos saludables, Nosotros ofrecemos comida natural y saludable con productos verdes que se vinculan al concepto de lo orgánico, el cual está dentro de las tendencias de esta década. Adicional a esto es un servicio que se prestara desde la plataforma de la página web y aunque muchos de los prestadores de este servicio tienen página web. Delivery Food - Alimentos saludables contara con una APP para el control y seguimiento de macronutrientes basada en la información de nuestros usuarios.

Otra de las innovaciones del Delivery es que permitirá que los clientes puedan crear sus platos y ordenar porciones de alimentos del tamaño que prefieran con la preparación que deseen y con la periodicidad que lo necesiten (Diario, semanal y mensual). Permitiéndoles ahorrar tiempo y controlar su ingesta calórica.



DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

3.2. Análisis Económico

Para el desarrollo de éste el estudio de factibilidad, se tuvo en cuenta dos sectores pertenecientes al grupo de los servicios uno de ellos el de los restaurantes y el otro el correspondiente al desarrollo de software. Respecto a los restaurantes en la revista Dinero¹¹ se encuentra que este sector no tuvo los mejores resultados en el año 2017 de acuerdo a las cifras reportadas las ventas ascendieron a \$35 billones y se generaron más de un millón de empleos, temas como la reforma tributaria afectaron a un sector donde el desarrollo tecnológico no es el mejor ya que muchos de sus integrantes son pequeños operadores.

De acuerdo con la cámara de comercio los nuevos negocios de este sector están en la necesidad de diferenciarse de sus competidores para que puedan sobrevivir y fidelizar clientes. La idea es que los nuevos integrantes del sector utilicen innovaciones tecnológicas para ofrecer mejores experiencias a sus clientes como agilizar sus tiempos de respuesta y el conocimiento y el conocimiento de los mismos. De acuerdo con esta necesidad Delivery - Alimentos saludables tiene un punto a favor ya que es un restaurante montado en una plataforma web que integra una APP que facilita el seguimiento a sus clientes.

De acuerdo con las consultorías que se han hecho a este sector se recomienda:

- Tener buena conectividad a internet
- Monitoreo de tiempos
- Georreferenciación
- CRM

¹¹ REVISTA DINERO: Febrero de 2018. El negocio de la comida se reinventa en Colombia tras un mal 2017. [Publicación en línea], Disponible en Internet en <<https://www.dinero.com/edicion-impresa/negocios/articulo/como-van-los-restaurantes-en-colombia-2018/255322>> [con acceso en mayo de 2019].



DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

El estudio indica que contar con herramientas tecnológicas permitirá a los empresarios del sector ser más rentables y más eficientes en la prestación del servicio.

Con respecto al sector de desarrollo de software, se puede decir que ya cuenta con un panorama más claro sobre su potencial y retos. que una de sus obligaciones es convertirse en un motor para el desarrollo y crecimiento del país.

Según información del Ministerio de las TIC (2015), el SENA y Fedesoft este sector tiene una industria con cerca de 49% de pequeñas empresas según sus ventas y con menos de 10 empleados el 63%, pero con un índice de contratación de alta calidad, en el que el 75% de los contratos son a término indefinido y solo el 16% por prestación de servicios. Lo que es un buen referente en un sector en pleno desarrollo. A continuación, una gráfica del estudio de caracterización del sector de teleinformática, software y TI en Colombia.

Tabla 3.

Líneas de Negocios por rangos de tamaño.

Líneas de Negocio	TAMAÑO DE LAS EMPRESAS			
	Menos de 10 empleados	Entre 11 y 50 empleados	Entre 51 y 200 empleados	Más de 200 empleados
Cloud computing	26	1	0	0
Consultoría e implementación	122	20	1	0
Desarrollo/Fábrica de Software	607	134	26	5
Gerencia	4	2	0	0
Infraestructura como servicio	224	72	3	1
Manejo de Centro de Datos	565	216	45	25
Mantenimiento de soporte de aplicaciones	104	29	8	2
Mesa de ayudas	327	122	17	11
Otros servicios TI	85	24	6	0
Plataformas tecnológicas (servicio)	68	15	4	3
Software como servicio	90	22	3	1
Testing de software	241	71	12	6

Fuente: Elaborado con base a Censo MinTIC (2014)

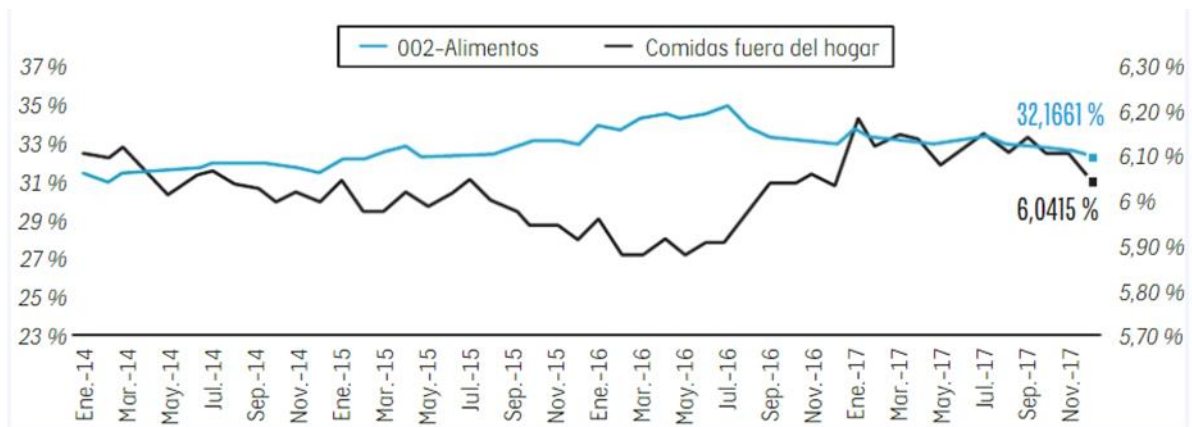
DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

En la gráfica se observa cómo está compuesto el sector por líneas de negocio, lo que le conviene a nuestra idea ya que existen varios proveedores que pueden ayudar a desarrollar la plataforma y la APP sobre las que funcionara el Delivery.

3.3. Análisis Del Mercado.

Durante los últimos tres años, en Colombia el Mercado de Alimentos en Restaurantes y comidas rápidas no ha crecido tanto como hace un quinquenio. En 2016 (El Tiempo, 2018), por ejemplo, la dinámica del mercado restaurantero se desaceleró (-0,31 %) y en el 2017 se incrementó muy poco (0,30 %). En comidas rápidas los crecimientos fueron bajos en ambos años (0,22 % en 2016 y 0,23 % en 2017).

Ilustración 5.
Asignación al gasto para alimentos en Colombia.



Fuente. (DANE 2014-2017)

En la Ilustración 5, el comportamiento de la asignación del gasto para el consumo de alimentos de los colombianos del año 2014 al año 2017, este dato es importante para el



DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

desarrollo de la idea de negocio ya que nos da un parámetro de lo que podemos proyectar como ingreso del negocio.

La tendencia a mediano y largo plazo del sector es buena, aunque se ve afectada por la percepción de los clientes, la barrera a romper para los próximos años es poder ofrecer diversidad y buen servicio a precios competitivos. La opción es que el Delivery tenga una oferta gastronómica vanguardista que supla las necesidades del espacio tiempo en el que se encuentre.

Respecto al otro sector que atañe al desarrollo de la idea de negocio que corresponde al desarrollo de software, cabe señalar que éste sector se ha convertido en los últimos años en indicador de crecimiento del PIB, donde las empresas encargadas del desarrollo de software en un 90% son Pymes¹², quienes ejercen sus actividades de la mano de software de la calidad, con desarrollos mejorados que reflejan en diversas empresas a nivel mundial, calidad y competitividad para la exhibición y venta de sus productos, lo que hace manifiesto el compromiso de las personas que integran las empresas y una interacción disciplinar que se evidencia en los procesos de desarrollo.

De acuerdo con el Ministerio de las TIC¹³ la industria de tecnologías de la información y los servicios inherentes a esta, han crecido en un 16.7% y además se propone como uno de los sectores de mayor desarrollo en el país. Teniendo en cuenta esta información se concluye que

¹² PORTAFOLIO: Septiembre de 2016. Software ERP para pymes: Logro rompe el paradigma del costo. [Publicación en línea], Disponible en Internet en < <http://blogs.portafolio.co/tecnologia-personal/loggro/>> [con acceso en diciembre de 2018].

¹³ CRC – COMISIÓN DE REGULACIÓN DE COMUNICACIONES: Julio de 2016. Reporte de Industria del Sector TIC 2015. [Publicación en línea], Disponible en Internet en <https://www.crcom.gov.co/recursos_user/2016/Informes/Reporte_industria2016_.pdf> [con acceso en diciembre de 2018].



DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

utilizar este sector para dar fuerza a la idea de negocio es el factor diferencial e innovador donde radica el valor agregado en el Delivery de Alimentos saludables.

3.4. Descripción y Análisis del Producto y/o Servicio

Delivery Food -Alimentos saludables, se clasifica en el sector de los servicios en el área de las Acciones Tangibles dirigidas a Personas, pero también cuenta con un componente diferencial que se ubica dentro de las Acciones intangibles para el mismo grupo de Personas.

Delivery Food - Alimentos saludables es la unión de 2 conceptos uno es un restaurante que actúa como un Delivery por el momento no tendré una sede física de acceso al público. La idea es tener una página web donde la gente conozca el menú.

Todos los menús tendrán su información nutricional (cantidad de calorías y la composición de estas desde los macronutrientes) adicional a este menú habrá un menú por alimentos y diferentes métodos de preparación de los mismos en este menú está el diferencial del servicio por que los clientes podrán escoger el estilo y cantidades de cada producto para poder cumplir con su ingesta calórica diaria.

La página web tendrá una aplicación que pueda hacer estos cálculos alineada con las diferentes aplicaciones que cumplen con esta función y que ya están en el mercado para que los clientes lleven este archivo y puedan comparar los datos.

Otro de los valores agregados es que las porciones se personalicen a la necesidad y gusto del consumidor, los costos de las porciones se deben estandarizar para que se vuelvan rentables para el negocio como para el consumidor final.

Las entregas deben tener tiempos establecidos y si el alcance tecnológico lo permite el consumidor pueda ver en qué estado y tiempo de entrega está el pedido.

DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

3.5. Análisis de la Demanda – Consumidor o Cliente

En el caso del servicio que presta el Delivery, podría utilizar estrategias de demanda primaria ya que el sector de las comidas a domicilio es muy extenso y en cualquier momento la decisión de compra de las personas puede cambiar así sea solo por curiosidad. Pero también tengo claro el tema que por segmentación está más enfocado a comportamiento de compra de personas que quieren aumentar su expectativa de vida, que quieren mejorar la ingesta nutricional además de mejorar su aspecto físico.

3.5.1. Demanda primaria.

Es por las razones anteriormente expuestas que se proyecta utilizar las estrategias de Marketing que a continuación se relaciona:

-Aumentar la disposición de compra: Por medio de la página WEB del Delivery mostraremos la calidad de los productos y los beneficios no solo estéticos sino de salud que se pueden conseguir al consumir nuestros productos.

-Desarrollo de nuevos Productos: El usuario podrá escoger del menú platos ya listos basándose en sus preferencias y necesidades, pero además tendrá la oportunidad de combinar diferentes alimentos elaborando platos a su gusto y capacidad de compra.

-Estrategia de cambio de percepción: Apelando a las nuevas tendencias en alimentación el Delivery tendrá la misión de cambiar las ideas que los usuarios tienen sobre su manera de alimentarse y creara conciencia de la importancia de una buena alimentación.

DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

3.5.2. Demanda selectiva.

Respecto de la demanda selectiva a continuación se propone:

-Posicionamiento diferenciado: En este aspecto lo que busco con esta idea de negocio es unir un servicio y un producto (Alimentos saludables) que satisfaga las necesidades de los usuarios del Delivery y el secreto de la idea está en personalizar ya que no todos necesitamos la misma ingesta nutricional. Dentro de esta estrategia el marketing se volverá experiencial, lo que nos ayudará a fortalecer la relación con los usuarios y dará ese aspecto diferenciador necesario para el éxito de la idea.

-Estrategia de Posicionamiento a nicho de Comida saludable: para esta estrategia tengo en cuenta que los patrones de consumo de las personas en los últimos años han cambiado, este cambio ha generado que se encuentren estilos de vida como los vegetarianos, veganos, fitness y los respetuosos del medio ambiente. Esta variedad de estilos de vida permite que el servicio prestado por el Delivery sea utilizado por todas estas personas sin importar sus gustos ya que no solo contamos con platos preparados, sino que permitimos que cada usuario elabore su plan alimenticio.

-Estrategia de Asociaciones favorables: con esta estrategia lo que busco es aumentar el número de usuarios del Delivery. La idea es buscar alianzas con Gimnasios reconocidos donde se publicite el Delivery. Además de buscar alianzas con médicos y nutricionistas que mediante un recurso como el voz a voz se transmita la información a sus pacientes.



DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

3.6. Segmentación de Mercado Objetivo del Proyecto

Para implementar la idea de negocio en esta primera etapa, vamos a segmentar el lugar de prestación del servicio para enfocar el Diagnóstico.

El desarrollo de la idea Delivery Food - Alimentos saludables se llevará en Bogotá y se dirigirá tanto a hombres y mujeres de los estratos 4, 5 y 6, el crecimiento del sector para el año 2017 fue del 10.8%, debemos tener en cuenta la política tributaria y como eso impactara la idea de negocio.

La proyección para 2020 es que en Bogotá habiten 8.380.000 habitantes y la tendencia es que el estrato 4 corresponde al 9.4% de esta población, el estrato 5 al 2,5% y el estrato 6 es el 1.7%

Lo que se traduce en 1.139.680 habitantes de los estratos que son mercado objetivo. Al segmentar por edad teniendo en cuenta el rango de edad de 20 a 60 años tenemos 300.000 habitantes aproximadamente, posibles usuarios del Delivery de Alimentos saludables. Este es el escenario proyectado para desarrollar la idea de negocio.

3.6.3. Tamaño del Mercado.

Partiendo de la población proyectada por El Dane y la Secretaría de Planeación¹⁴ para la que se orienta el estudio de mercado objetivo, se estima el mercado en 300.000 habitantes aproximadamente.

3.6.4. Análisis de la oferta y de la competencia.

Como lo mencione en el punto anterior el Delivery Food cuenta con un amplio número de posibles clientes, el tema de los competidores no se queda atrás, al ser un negocio de Alimentos

¹⁴ EL TIEMPO: Julio de 2017. En el 2020, Bogotá tendrá 300.000 habitantes más. [Publicación en línea], Disponible en Internet en <<https://www.eltiempo.com/bogota/poblacion-por-edades-de-bogota-2017-109238>> [con acceso en agosto de 2018].



DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

saludables. Entran en el tema de competencia todos los posibles restaurantes y sitios que ofrezcan comida por internet y que tengan presencia en la ciudad de Bogotá. Cabe aclarar que no todas las veces los clientes o usuarios quieran consumir Alimentos saludables lo que hace que entren a escena todos los otros restaurantes que tienen presencia en el mercado.

En Bogotá las empresas competidoras son:

- Gastronomy Market: Cra. 13 #93b - 51, Bogotá, Cundinamarca es un mercado con productos saludables y gourmet de Bogotá, para aquellos que se preocupan por su nutrición y la de su familia o que sencillamente les gusta disfrutar la comida.
- Foody.com.co: No tiene lugar atención Física, todos los pedidos son por la página Web
- Doctora Gourmet: No tiene lugar atención Física, todos los pedidos son por la página Web
- Fit Food: Es una comunidad en internet que ofrece alimentación funcional con fines estéticos.

3.7. Análisis de los Precios

Para dar claridad a este punto cabe mencionar que el servicio se sustentara de la venta de los productos del Delivery. Teniendo en cuenta que por ser un servicio el tema de fijación de precios está sujeto a la percepción del cliente y a su experiencia con el servicio. Adicional a esto el precio del servicio es variable porque depende de la solicitud de productos por parte de nuestros clientes

En cuanto a los productos ofrecidos en el Delivery Food se tendrá en cuenta los costos de las materias primas (Alimentos), los costos de mano de obra que interviene en la recepción de las solicitudes, en la preparación y en la entrega de estas, sin desconocer los precios de mercado y



DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

los costos administrativos que se tengan en la puesta en marcha de la idea. La estrategia de fijación de precio debe tener en cuenta la competencia del sector Restaurantes comida a Domicilio.

Los precios establecidos para el inicio del Delivery oscilan entre los \$15.000 y \$30.000 pesos por persona en los productos estándar pero los precios pueden variar dependiendo las combinaciones que nuestros clientes hagan. La base de productos y sus precios por porción se detallarán en la página web del Delivery. Los precios mencionados son basados en la información de las páginas web de Foody.com, sors.com y Domicilios.com sitios donde se puede solicitar comida a domicilio y que son competencia de mi idea de negocio.

✓ Clientes

La política de fijación de precios de Delivery Food – Alimentos saludables se basa en el comportamiento de compra de las casi 300.000 Personas que son nuestro público, personas que valoran la Alimentos saludables. La estrategia de fijación será la de paridad, colocando precios competitivos y acordes al mercado. Buscando que las características del servicio y producto ofrecidos sean las que se destaquen en la decisión de compra de los clientes.

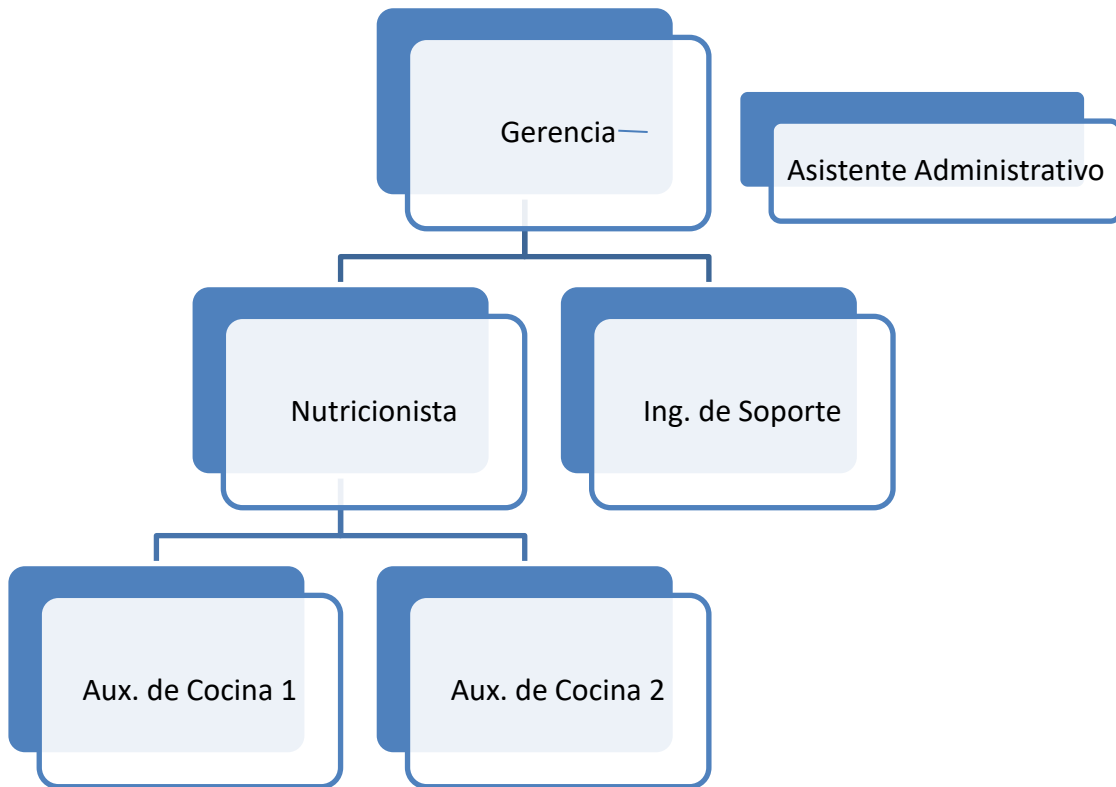
3.8. Proyecciones De Venta

La proyección de ventas del Delivery se basa en las casi 300.000 personas que son nuestro target y un valor promedio de consumo por persona que está en \$22.500 que equivale al precio mínimo de consumo y el tope por persona. La proyección de ventas para el primer año es llegar al 5 % del mercado. Aproximadamente 15.000 personas o en número de unidades 15.000 que equivaldrían a \$337.000.000 de pesos cifra que expondré en el análisis financiero más adelante.

CAPITULO IV.

4. ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL

4.1. Estructura Organizacional



*Ilustración 6.
Estructura Organizacional..*

Fuente. Elaborado por el Autor.



DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

4.2. Análisis de Cargos

-Gerente: Es el encargado de coordinar todas las operaciones del Delivery, su función es optimizar todos los recursos con los que cuenta la idea de negocio, adicional a esto y mientras se consolida la idea velara por los temas financieros, legales, comerciales y logísticos.

-Nutricionista: Es el Profesional encargado de asesorar al Delivery en el diseño y elaboración del menú ofrecido, también es responsable de que se cumpla con las características del mismo frente al tema de macronutrientes y contenido calórico.

-Ingeniero de Soporte: Es el encargado de testear el funcionamiento de la página WEB y la APP y de asesorar a la gerencia en los desarrollos que esta solicite al Proveedor del software adicional a esto debe gestionar que todos los procesos tecnológicos del Delivery se encuentren actualizados y operando de la mejor manera. Sera el puente de comunicación entre la gerencia y el proveedor de software.

-Auxiliares de cocina: Son las personas capacitadas en la preparación de alimentos con calidad e higiene estarán presentes en el proceso previo y posterior a la elaboración de los platos, son los responsables del buen estado de la cocina y de reportar las necesidades de materia prima (alimentos).

-Asistente Administrativo: Será el encargado de soportar a la gerencia en todos los aspectos que esta asuma, ayudará a gestionar con la gerencia la compra de los insumos solicitados por los auxiliares de cocina y mantendrá contacto constante con los proveedores de software y de distribución



DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

4.3. Costos Administrativos

Tabla 4. Costos de personal.

CARGO	SALARIO	FACTOR PRESTACIONAL	COSTO DE PERSONAL
Gerente	\$ 3,000,000	\$ 1,430,660	\$ 4,430,660
Nutricionista	\$ 2,000,000	\$ 964,213	\$ 2,964,213
Ing. Soporte	\$ 2,000,000	\$ 964,213	\$ 2,964,213
Auxiliar de Cocina 1	\$ 1,400,000	\$ 825,028	\$ 2,225,028
Auxiliar de Cocina 2	\$ 1,400,000	\$ 861,568	\$ 2,261,568
Asistente Administrativo	\$ 1,200,000	\$ 676,059	\$ 1,876,059
Totales	\$11,000,000	\$ 5,721,742	\$ 16,721,742

Fuente. Elaborado por el Autor.

4.4. Tipos de Sociedades

El Delivery se constituirá por medio de una sociedad por acciones simplificada (SAS). Ya que para el caso es la figura legal que más facilidades y flexibilidad presenta para formalizar la idea de negocio.

Las características que presenta el Delivery como sociedad es que tiene un solo socio es decir es unipersonal, la responsabilidad se limitará a los aportes, no tendrá ni revisoría ni junta directiva y la distribución de las utilidades será ilimitada.

La constitución de esta sociedad se deberá regir por los estatutos enunciados en la ley 1258 del 2008.

El Delivery debe ser constituido por medio de un documento público que cumpla con los requisitos estipulados por la ley, (VER ANEXO 1)

4.5. Permisos, Licencias

DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

- Matrícula mercantil: Es el documento que certifica la existencia y constitución de un negocio.
- Concepto Sanitario: Es el documento que acredita el cumplimiento de las normas sanitarias y las condiciones de salubridad.
- Certificado de manipulación de alimentos: Este documento se otorga a todas aquellas personas que están involucradas con el ciclo de vida de los alimentos.
- Bomberos
- Software licenciado

4.6. Impuestos y Tasas

Para la presentación de este estudio de factibilidad el Delivery cumplirá con el impuesto al consumo de acuerdo con el artículo 512.1 del Estatuto Tributario:

“El servicio de expendio de comidas y bebidas preparadas en restaurantes, cafeterías, autoservicios, heladerías, fruterías, pastelerías y panaderías para consumo en el lugar, para ser llevadas por el comprador o entregadas a domicilio, los servicios de alimentación bajo contrato, incluyendo el servicio de catering,”

La ley 1943 de 2018 modificó los requisitos para pertenecer al régimen simple de tributación o régimen tributario. Amplió el número de máximo de UVT pasando de 3500 a 80000 UVT. También se permitió a las personas jurídicas pertenecer a este régimen. Los responsables del régimen simplificado deberán cumplir con las siguientes características:

- Ingresos brutos de máximo 3500 UVT
- No tener más de un establecimiento



DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

CAPITULO V.

5. PENSAMIENTO ESTRATÉGICO

5.1. Estrategias de Mercadeo

Teniendo en cuenta los factores que motivan el consumo de Alimentos saludables y que se establecieron durante el desarrollo del estudio de factibilidad, factores culturales y sociales como se menciona en la introducción de este documento, dicha estrategia debe enfocarse a la nueva concepción que los consumidores de un sector de la población de Bogotá tienen sobre la ingesta de alimentos saludables como fuente para construir un cuerpo fitness, mejorar su salud y mantenerse de la mejor manera posible.

Para recopilar la información se realiza a partir de la investigación, se plantea estructurar una matriz simple sobre la que se pretende analizar cada uno de los aspectos relevantes en el proceso, de cuyo caso corresponde: el objeto, el sector, la finalidad de la investigación, el problema, la necesidad, los objetivos en la búsqueda de la información, decisiones, metodologías y tiempos, que al final del proceso me permitan establecer costos que se deberán ver reflejados en el presupuesto. En tal sentido a continuación se presenta el siguiente brief de investigación:



DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

Tabla 5.

Brief de investigación No. 1

brief de investigación No 1	Motivo : Desarrollo Plan de Negocio	Sector: Restaurantes/Gastronomía
Determinar la investigación requerida:		
La finalidad de la investigación es obtener información e ideas de las costumbres y hábitos alimenticios de un sector de la población de Bogotá, para proyectar un número de clientes posibles y menú a ofrecer		
Exponer el problema o necesidad sentida		
La falta de buenos hábitos alimenticios y la necesidad específica de cierto grupo de personas que por salud o estética deben conocer su ingesta calórica		
Objetivos que se buscan con la información		
Definir Clientes Potenciales		
Establecer gustos y hábitos de compra		
Especificar alimentos y formas de preparación		
Explicar cuáles decisiones se tomarían con base en los resultados de la investigación		
La información se usará para definir la logística de repartos, Proveedores de alimentos y los parámetros de entrega		
Seleccionar los estudios, metodologías y sus respectivas técnicas o herramientas		
Para esta etapa se utilizarán técnicas cuantitativas, como son las encuestas		
Determinar el tiempo establecido para la investigación		
1 a 2 Meses para la aplicación y resultado de las encuestas		
Presupuesto		
No se establece presupuesto, la elaboración y recolección de la información se hará por parte del gestor de la idea		

Fuente. Elaborado por el Autor.



DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

Calculo del tamaño de la muestra

La población es de 300.000 habitantes aprox. El estudio de factibilidad busca llegar al 5% de las personas el primer año y aumentar el 2.5% en el segundo y tercer año para un total del 10% del total del mercado al cabo de tres años.

Teniendo en cuenta esta información para el año 1 son 15.000 habitantes (Población), que representan 15.000 unidades vendidas de los productos del Delivery *(unidades para la proyección de ventas).

Tamaño de la muestra:

Formula:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

z= factor de probabilidad (Nivel de Confianza) entonces $1 - \alpha = 95\% = 1.96$

p= probabilidad que ocurra el evento 0.5

q= probabilidad que NO ocurra el evento 0.5

d= % error máximo para el caso 3% ó 0.03

N= 15.000 Tamaño de la población

Despejando,

$$n = \frac{1500 * 1,96^2 * 0,5 * 0,5}{0,32^2 * (1500 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

De donde se obtiene como resultado,

$$n = 996$$

Tamaño de la población: 15.000 corresponde al 5% del mercado objetivo para el 1 año. (mercado objetivo 300.000 personas aprox.). El número de encuestas ha realizar es de 996.

5.2. Estrategia de Distribución y Venta

Delivery Food - Alimentos saludables tiene una estrategia de venta directa por medio de su canal de mercadeo en este caso los usuarios podrán acceder al Delivery por medio de la página WEB (MERCADERO DIRECTO- E-COMMERCE) servicio que se presta como valor agregado y donde encontrarán la variedad de productos, precios y forma de preparación de los platos además de la herramienta de seguimiento y control de macronutrientes y su respectiva APP.

El Delivery entregara sus productos a domicilio por lo que se plantea contar con un proveedor para este fin como: (RAPPI o Uber eats). La entrega de domicilio se delimitará a 5 kilómetros a la redonda del establecimiento físico del Delivery (Establecimiento que NO estará abierto al público). El horario de atención será lunes a sábado de 8:00 A.M. a 6 P.M. Domingos de 9 A.M. a 5 P.M. para la recepción de pedidos y las entregas se realizarán entre 30 y 45 Minutos después del registro del pedido. Para pedidos programados por días, semanas o meses se establecerán horas de entrega de acuerdo con la necesidad del cliente.

-Aumentar la disposición de compra: Por medio de la página WEB del Delivery mostraremos la calidad de los productos y los beneficios no solo estéticos sino de salud que se logran al consumir nuestros productos.



DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

-Desarrollo de nuevos productos: El usuario podrá escoger del menú platos ya listos basándose en sus preferencias y necesidades, pero además tendrá la oportunidad de combinar diferentes alimentos elaborando platos a su gusto y capacidad de compra.

-Estrategia de cambio de percepción: Apelando a las nuevas tendencias en alimentación el Delivery tendrá la misión de cambiar las ideas que los usuarios tienen sobre su manera de alimentarse y crear conciencia de la importancia de una buena alimentación.

-Posicionamiento Diferenciado: En este aspecto lo que busco con esta idea de negocio es unir un servicio y un producto (Alimentos saludables) que satisfaga las necesidades de los usuarios del Delivery y el secreto de la idea está en personalizar ya que no todos necesitamos la misma ingesta nutricional. Dentro de esta estrategia el marketing se volverá experiencial, lo que nos ayudará a fortalecer la relación con los usuarios y dará ese aspecto diferenciador necesario para el éxito de la idea.

Estrategia de asociaciones favorables: Con esta estrategia lo que busco es aumentar el número de usuarios del Delivery. La idea es buscar alianzas con Gimnasios reconocidos donde se publicite el estudio de factibilidad. Además de buscar alianzas con médicos y nutricionistas que mediante voz a voz transmitan la información a sus pacientes.

Originalmente se tendrá como área geográfica la zona norte de Bogotá y los municipios que limitan con el Distrito en la parte Norte. De esta manera, originalmente se localizará el Delivery en la calle 72 # 58-63. Toda vez que este es un punto estratégico para facilitar las operaciones logísticas entre el Delivery y los clientes, esto toda vez que la oferta de operadores logísticos es alta en esta zona y de igual manera el número de potenciales clientes.



DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

5.3. Estrategia Organizacional

Teniendo en cuenta este tipo de estrategia para Delivery Food – Alimentos saludables como estudio de factibilidad se necesita conocer las debilidades y fortalezas:

5.3.5. Factores Internos.

Fortalezas:

- La Idea de negocio se diferencia en la posibilidad de personalizar los productos alimenticios ofrecidos, enfocándose en las necesidades nutricionales de los clientes.
- El Delivery contara con una página web y una APP para facilitar su uso, Adicional las tendencias alimentarias apuntan a la importancia de una buena alimentación.
- Accesibilidad y cercanía por medio de la tecnología para control y el envío de mensajes con consejos y platos favoritos o posibles platos que colaboren en el proceso.
- El Delivery contara con todo el equipo humano capacitado y actualizado en temas nutricionales.
- Preparación, sabor y frescura de los alimentos
- Innovación de productos
- Manejo adecuado del área administrativa y operativa para estandarización de operaciones y manejo de costos.
- Estrategia de comunicación clara y efectiva.



DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

Debilidades:

- Desconocimiento de la marca por parte de los clientes, esto hace que se vea débil frente a otros competidores que son reconocidos.
- El capital ya que este debe ser invertido de la mejor manera y lo destinado para mercadeo y publicidad en este momento de la implementación no es el rubro más alto.
- Cambiar la cultura y educar al público sobre la alimentación saludable.

5.3.6. Factores Externos

Oportunidades:

- La tendencia de alimentación saludable.
- El aumento del porcentaje del salario de los colombianos para el consumo de alimentos a domicilio según estadísticas del DANE
- El uso de la tecnología para facilitar las labores diarias y el ahorro de tiempo lo que ofrecemos con la página web y la APP.

Amenazas:

- El ingreso el mercado de preparados nutricional concentrado de marcas como herbalife, influye en el tiempo de posicionamiento de marca del restaurante de comida saludable.
- La oferta de productos de comida saludable en restaurantes convencionales genera un riesgo en el cumplimiento de proyecciones financieras.
- La disponibilidad óptima de alimentos de primera calidad y la negociación con los proveedores.



DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

- Inflación de precios que aumentaría los costos de producción y por ende el precio unitario, afectando las ventas.

5.4. Análisis de procesos Organizacionales

5.4.7. Capacidad directiva.

DIAGNOSTICO INTERNO PCI										
CAPACIDAD DIRECTIVA		FORTALEZA			DEBILIDAD			IMPACTO		
		A	M	B	A	M	B	A	M	B
1	Imagen corporativa, responsabilidad social					X			X	
2	Uso de planes estratégicos, Análisis estratégico		X						X	
3	Evaluación y pronóstico del medio			X						X
4	Velocidad de respuesta a condiciones cambiantes			X						X
5	Flexibilidad de la estructura organizacional	X						X		
6	Comunicación y control gerencial	X						X		
7	Orientación Empresarial									
8	Habilidad para atraer y retener gerente altamente creativa									
9	Habilidad para responder a la tecnología cambiante		X						X	
10	Habilidad para manejar la Inflación				X			X		
11	Agresividad para enfrentar a la competencia				X			X		
12	Sistemas de Control		X						X	
13	Sistemas de tomas de decisiones	X						X		
14	Sistema de coordinación	X						X		
15	Evaluación de la gestión					X			X	
16	Otros									

Ilustración 7.

Análisis diagnostico interno de la capacidad directiva. .

Fuente. Elaborado por el Autor.

En este aspecto la idea de negocio tiene un nivel de impacto alto debido a las competencias de la gerencia que se basan en la planeación, ejecución y toma de decisiones basadas en el entorno y los recursos que se han dispuesto para este emprendimiento. De acuerdo con las hojas de trabajo también se tiene debilidades y estas están enmarcadas en la Imagen corporativa y de



DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

responsabilidad social y en el manejo de la inflación. Con respecto a la imagen puedo decir que se debe a lo nuevo del negocio, pero esta debería mejorar con el paso del tiempo. La inflación no depende de la gerencia ya que es de manejo público y los productos ofrecidos se deben apegar a estándares definidos que no se pueden cambiar si este indicador varío.

5.4.8. Capacidad competitiva.

DIAGNOSTICO INTERNO PCI										
CAPACIDAD COMPETITIVA		FORTALEZA			DEBILIDAD			IMPACTO		
		A	M	B	A	M	B	A	M	B
1	Fuerza del producto, calidad y competitividad	x						x		
2	Lealtad y satisfacción del cliente		x						x	
3	Participación del mercado				x			x		
4	Bajos costos de distribución y ventas					x			x	
5	Uso de la curva de experiencia						x			x
6	Uso del ciclo de vida del producto y del ciclo de reposición	x						x		
7	Inversión en I&D para desarrollo de nuevos productos						x			x
8	Grandes barreras de entrada de productos en la compañía						x			x
9	Ventaja sacada del potencial de crecimiento del mercado						x			x
10	Fortaleza de los proveedores y disponibilidad de insumos					x			x	
11	Concentración de consumidores					x			x	
12	Administración de clientes									
13	Acceso a organismos privados y públicos									
14	Portafolio de productos		x						x	
15	Programa post venta									
16	Otros									

Ilustración 8.

Análisis diagnóstico Competitivo de la capacidad competitiva.

Fuente. Elaborado por el Autor.

Este factor es de incidencia media, pero se inclina por las debilidades que presentamos por estar en un periodo de posicionamiento, la participación en el mercado no es la mejor, el poder



DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

de negociación con los proveedores no es el mejor y debemos consolidar nuestra base de proveedores antes de tomar medidas de negociación. Además de esto, aunque la tendencia de buenos hábitos alimenticios está creciendo aun no somos reconocidos en el mercado. Por el lado de las fortalezas Delivery Food Alimentos saludables cuenta con productos personalizados con lo que buscamos la lealtad de los clientes.

5.4.9. Capacidad financiera.

DIAGNOSTICO INTERNO PCI										
CAPACIDAD FINANCIERA		FORTALEZA			DEBILIDAD			IMPACTO		
		A	M	B	A	M	B	A	M	B
1	Acceso a capital cuando lo requiere					X			X	
2	Grado de utilización de su capacidad de endeudamiento			X						X
3	Facilidad para salir del mercado				X			X		
4	Rentabilidad, retorno de la inversión		X						X	
5	Liquidez, disponibilidad de fondos internos					X			X	
6	Comunicación y control gerencial	X						X		
7	Habilidad para competir con precios					X			X	
8	Inversión de Capital, capacidad para satisfacer la demanda					X			X	
9	Estabilidad de costos					X			X	
10	Habilidad para mantener el esfuerzo ante la demanda cíclica						X			X
11	Elasticidad de la demanda con respecto a los precios									
12	Otros									

Ilustración 9.

Análisis diagnóstico Capacidad Financiera.

Fuente. Elaborado por el Autor.

La capacidad financiera es inversamente proporcional para nuestro caso específico ya que es nuestra debilidad más fuerte y nuestra fortaleza más baja sin embargo el impacto es medio debido a que nuestras otras categorías nos ayudan a hacer viable la puesta en marcha del



DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

proyecto. En este factor debemos tener especial cuidado ya que debemos optimizar los recursos con los que contamos.

5.4.10. Capacidad tecnológica.

DIAGNOSTICO INTERNO PCI										
CAPACIDAD TECNOLÓGICA		FORTALEZA			DEBILIDAD			IMPACTO		
		A	M	B	A	M	B	A	M	B
1	Habilidad técnica y de manufactura		X						X	
2	Capacidad de Innovación	X						X		
3	Nivel de tecnología utilizado en los productos		X						X	
4	Fuerza de patentes y de procesos									
5	Efectividad de la producción y programas de entrega						X			X
6	Valor agregado al producto	X						X		
7	Intensidad de mano de obra en el producto					X			X	
8	Economía de escala									
9	Nivel tecnológico									
10	Aplicación de la tecnología a los computadores									
11	Nivel de coordinación e integración a otras áreas		X						X	
12	Flexibilidad de la producción					X			X	
13	Otros									

Ilustración 10.

Análisis diagnóstico Capacidad Tecnológica.

Fuente. Elaborado por el Autor.

Esta categoría el impacto es bajo y se debe a que nuestros productos, aunque tienen un alto grado de innovación y ciencia no dependen de la tecnología para ser producidos. Como fortaleza estamos en un nivel medio por lo anteriormente expuesto y como debilidad en un nivel bajo por la baja incidencia de esta categoría en el proceso productivo.



DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

5.4.11. Capacidad talento humano.

DIAGNOSTICO INTERNO PCI										
CAPACIDAD TALENTO HUMANO		FORTALEZA			DEBILIDAD			IMPACTO		
		A	M	B	A	M	B	A	M	B
1	Nivel académico del talento	X						X		
2	Experiencia técnica			X						X
3	Estabilidad					X			X	
4	Rotación					X			X	
5	Ausentismo					X			X	
6	Pertenencia					X			X	
7	Motivación		X						X	
8	Nivel de remuneración	X						X		
9	Accidentalidad		X						X	
10	Retiros		X						X	
11	Indices de desempeño	X						X		
12	Plan de relevo			X						X
13	Otros									

Ilustración 11.

Análisis diagnóstico Capacidad de Talento Humano.

Fuente. Elaborado por el Autor.

El impacto de esta categoría tiene una incidencia media dada por tener una calificación alta en las fortalezas que se sustenta en la capacitación del personal y la claridad en los indicadores de gestión que se van a proponer para hacer el respectivo seguimiento, por la idea de negocio la accidentalidad es baja siendo favorable para el mismo. Pero existen ciertos aspectos que se nos vuelven debilidades y entre ellos están la remuneración y el plan de relevo que desencadenan en ausentismo y hacen que nuestros colaboradores puedan llegar a no estar motivados.



DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

CAPITULO VI.

6. FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN FINANCIERA.

6.1. Estudio Económico

Delivery Food – Alimentos saludables necesita para ponerse en marcha la suma de \$38.221.743 el detalle de la inversión es el siguiente:

Tabla 6.
Detalle de la inversión.

Detalle	Valor
Página web, Hosting , soporte	\$ 7.000.000
Tecnología/Equipos de computo	\$ 6.500.000
Adecuación y Menaje cocina	\$ 8.000.000
Nómina	\$ 16.721.742
Total	\$ 38.221.742

Fuente. Elaborado por el Autor.

El financiamiento se realizará con ingresos propios por un monto de \$13.221.742 y un crédito Bancario por \$25.000.000 cuota fija a 36 meses y tasa 1.5%



DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

Tabla 7.

Tabla de Amortización.

Préstamo: \$25.000.000,00

Tasa: 1,50%

Tiempo: 36

N	CAPITAL	INTERÉS	CUOTA	SALDO
0	0	0	0	\$ 25.000.000,00
1	\$ 528.809,89	\$ 375.000,00	\$ 903.809,89	\$ 24.471.190,11
2	\$ 536.742,04	\$ 367.067,85	\$ 903.809,89	\$ 23.934.448,07
3	\$ 544.793,17	\$ 359.016,72	\$ 903.809,89	\$ 23.389.654,91
4	\$ 552.965,06	\$ 350.844,82	\$ 903.809,89	\$ 22.836.689,84
5	\$ 561.259,54	\$ 342.550,35	\$ 903.809,89	\$ 22.275.430,30
6	\$ 569.678,43	\$ 334.131,45	\$ 903.809,89	\$ 21.705.751,87
7	\$ 578.223,61	\$ 325.586,28	\$ 903.809,89	\$ 21.127.528,26
8	\$ 586.896,96	\$ 316.912,92	\$ 903.809,89	\$ 20.540.631,29
9	\$ 595.700,42	\$ 308.109,47	\$ 903.809,89	\$ 19.944.930,87
10	\$ 604.635,93	\$ 299.173,96	\$ 903.809,89	\$ 19.340.294,95
11	\$ 613.705,46	\$ 290.104,42	\$ 903.809,89	\$ 18.726.589,48
12	\$ 622.911,05	\$ 280.898,84	\$ 903.809,89	\$ 18.103.678,44
13	\$ 632.254,71	\$ 271.555,18	\$ 903.809,89	\$ 17.471.423,73
14	\$ 641.738,53	\$ 262.071,36	\$ 903.809,89	\$ 16.829.685,19
15	\$ 651.364,61	\$ 252.445,28	\$ 903.809,89	\$ 16.178.320,58
16	\$ 661.135,08	\$ 242.674,81	\$ 903.809,89	\$ 15.517.185,50
17	\$ 671.052,11	\$ 232.757,78	\$ 903.809,89	\$ 14.846.133,40
18	\$ 681.117,89	\$ 222.692,00	\$ 903.809,89	\$ 14.165.015,51
19	\$ 691.334,66	\$ 212.475,23	\$ 903.809,89	\$ 13.473.680,86
20	\$ 701.704,68	\$ 202.105,21	\$ 903.809,89	\$ 12.771.976,18
21	\$ 712.230,25	\$ 191.579,64	\$ 903.809,89	\$ 12.059.745,93
22	\$ 722.913,70	\$ 180.896,19	\$ 903.809,89	\$ 11.336.832,23
23	\$ 733.757,40	\$ 170.052,48	\$ 903.809,89	\$ 10.603.074,83
24	\$ 744.763,77	\$ 159.046,12	\$ 903.809,89	\$ 9.858.311,06
25	\$ 755.935,22	\$ 147.874,67	\$ 903.809,89	\$ 9.102.375,84
26	\$ 767.274,25	\$ 136.535,64	\$ 903.809,89	\$ 8.335.101,59
27	\$ 778.783,36	\$ 125.026,52	\$ 903.809,89	\$ 7.556.318,23
28	\$ 790.465,12	\$ 113.344,77	\$ 903.809,89	\$ 6.765.853,11
29	\$ 802.322,09	\$ 101.487,80	\$ 903.809,89	\$ 5.963.531,02
30	\$ 814.356,92	\$ 89.452,97	\$ 903.809,89	\$ 5.149.174,10
31	\$ 826.572,28	\$ 77.237,61	\$ 903.809,89	\$ 4.322.601,82
32	\$ 838.970,86	\$ 64.839,03	\$ 903.809,89	\$ 3.483.630,96



DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

Préstamo: \$25.000.000,00
Tasa: 1,50%
Tiempo: 36

N	CAPITAL	INTERÉS	CUOTA	SALDO
33	\$ 851.555,42	\$ 52.254,46	\$ 903.809,89	\$ 2.632.075,53
34	\$ 864.328,76	\$ 39.481,13	\$ 903.809,89	\$ 1.767.746,78
35	\$ 877.293,69	\$ 26.516,20	\$ 903.809,89	\$ 890.453,09
36	\$ 890.453,09	\$ 13.356,80	\$ 903.809,89	\$ (0,00)

Fuente. Elaborado por el Autor.

Los recursos se invertirán en adecuaciones para la zona de cocina, creación de la página WEB, menaje de cocina, equipos requeridos para el funcionamiento. Estos son valores del periodo cero. El único costo del periodo uno que se calculó en este estudio es la nómina por el monto que representa frente a la inversión.

6.2. Punto de Equilibrio

Precio Unitario \$22.500

Costo Variable Unitario \$6.750

Costos Fijos \$31.738.052

Punto de equilibrio en unidades $(\$22.500 - \$6750) = \$23.300.552$

1479 unidades mensuales

En el año uno la proyección de ventas en unidades es de 1250 Unidades mes (ver información del flujo), estando por debajo de las 1479 unidades estimadas para estar en el punto de equilibrio. Para el año dos la proyección de ventas es de 1875 unidades mes, superando las 1479 y alcanzando el punto de equilibrio en el mes de Julio del año 2, ya que en este momento se recuperan las unidades dejadas de vender en el primer año y alcanzando el equilibrio.



DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

6.3. Costos

Respecto de los costos de personal se presenta en la Tabla 8, el detalle que corresponde a un equipo de trabajo de seis personas, cifra estimada para proyecto objeto de estudio que permitirá poner en marcha el estudio de factibilidad como corresponde:

Tabla 8.
Nómina.

CO D.	DESCRIPCION	DESC. AREA FUN	VALOR DEL INGRESO	AUXILIO DE TRANSPORTE	# DE PUESTOS DE TRABAJO	VR. MENSUAL DE LA PLANTA
1	GERENTE	ADMINISTRATIVA	\$ 3.000.000	\$ 0	1	\$ 4.430.660
2	NUTRICIONISTA	OPERACIONES	\$ 2.000.000	\$ 0	1	\$ 2.964.213
3	INGENIERO DE SOPORTE	TECNOLOGÍA	\$ 2.000.000	\$ 0	1	\$ 2.964.213
4	AUXILIAR DE COCINA	OPERACIONES	\$ 1.400.000	\$ 88.211	1	\$ 2.225.028
5	AUXILIAR DE COCINA	OPERACIONES	\$ 1.400.000	\$ 88.211	1	\$ 2.261.568
6	ASISTENTE ADMINISTRATIVA	OPERACIONES	\$ 1.200.000	\$ 88.211	1	\$ 1.876.059
TOTAL, MES						\$ 16.721.742
TOTAL, AÑO						\$ 200.660.906

Fuente. Elaborado por el Autor.

/

En el ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL, se detallan los cargos, sus funciones y las competencias que cada uno de ellos debe tener. El cálculo de la nómina se realizó de acuerdo a



DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

la legislación laboral colombiana vigente. El costo está proyectado mensual y anualmente y constituye el costo fijo más alto que debe solventar la operación del Delivery.

6.3.1. Costos adecuación y Funcionamiento

*Tabla 9.
Costos adecuación y Funcionamiento.*

Detalle	Inversión Inicial	Incremento: 5%		
		Mensual año 1	Mensual año 2	Mensual año 3
Página web, Hosting, soporte	\$ 7.000.000	\$ 350.000	\$ 367.500	\$ 385.875
Tecnología/Equipos de cómputo	\$ 6.500.000			
Arriendo		\$ 1.500.000	\$ 1.575.000	\$ 1.653.750
Adecuación y Menaje cocina	\$ 8.000.000			
Servicios		\$ 700.000	\$ 735.000	\$ 771.750
Nomina		\$ 16.721.742	\$ 17.557.829	\$ 18.435.721
Cuota Crédito		\$ 903.810	\$ 949.000	\$ 996.450
Proveedor Logística		\$ 1.500	\$ 1.575	\$ 1.654
Embalaje Productos alimenticios		\$ 1.000	\$ 1.050	\$ 1.103
insumos		\$ 8.437.500	\$ 13.289.063	\$ 18.604.688

Fuente. Elaborado por el Autor.

La Tabla 9, desglosa la inversión inicial y la proyección a 3 años de las salidas de dinero del Delivery teniendo en cuenta un 5% de incremento anual en todos los costos. Porcentaje que también se utilizó para proyectar las ventas en el primer año de funcionamiento de este. Los anteriores son valores de referencia para la elaboración del flujo de caja y los indicadores **T.I.R.**, **V.P.N.**, **T.I.O.** (Tabla 12, Tabla 13, Tabla 14).



DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

6.4. Presupuestos

Tabla 10.
Presupuesto.

AÑO 1	Mercado Objetivo	300.000
	% Esperada en el mercado	5,00%
	Unidades vendidas año	15000
	\$ Promedio de consumo por persona	\$ 22.500
AÑO 2	Mercado Objetivo	300.000
	% Esperada en el mercado	7,50%
	Unidades vendidas año	22500
	\$ Promedio de consumo por persona	\$ 23.625
AÑO 3	Mercado Objetivo	300.000
	% Esperada en el mercado	10%
	Unidades vendidas año	30000
	\$ Promedio de consumo por persona	\$ 24.806

Fuente. Elaborado por el Autor.

En la Tabla 10 de Presupuestos, la Proyección de ventas está calculada sobre los porcentajes de participación del mercado que Delivery Food- Alimentos Saludables desea alcanzar en los tres primeros años de funcionamiento. El mercado objetivo en la ciudad de Bogotá es de 300.000 personas aproximadamente.

Para el año 1, el porcentaje estimado es del 5% lo que equivale a 15.000 personas o en su defecto 15.000 productos vendidos. Para el año 2, se estima un 7.5% del mercado equivalente a



DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

22.500 personas o productos vendidos. En el año 3 el objetivo es cubrir el 10% del total del mercado es decir 30.000 personas o productos.

Los precios de venta son un promedio de los valores que manejara el Delivery teniendo en cuenta el mínimo de venta por persona que es de \$15.000 y una combinación de productos por persona que es de \$30.000 pesos dando una media por persona de \$22.500 en el primer año. Para los años 2 y 3 Se realizaron aumentos del 5% teniendo en cuenta que este es el mismo porcentaje en que se aumentaron los costos.

6.5. Flujo de Caja – Ingresos Proyectados

Tabla 11.

Flujo de Caja proyectado basado en los presupuestos de ventas.

AÑO1												
ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO
28,125,000	28,125,000	28,125,000	28,125,000	28,125,000	28,125,000	28,125,000	28,125,000	28,125,000	28,125,000	28,125,000	28,125,000	337,500,000
AÑO2												
ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO
44,296,875	44,296,875	44,296,875	44,296,875	44,296,875	44,296,875	44,296,875	44,296,875	44,296,875	44,296,875	44,296,875	44,296,875	531,562,500
AÑO 3												
ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL AÑO
62,015,625	62,015,625	62,015,625	62,015,625	62,015,625	62,015,625	62,015,625	62,015,625	62,015,625	62,015,625	62,015,625	62,015,625	744,187,500

Fuente. Elaborado por el Autor.

La Tabla 11 refleja los ingresos proyectados para los tres primeros años de funcionamiento del Delivery, y se basa en las unidades de venta proyectadas por año y el valor promedio de venta por año, en el escenario del año uno son 15.000 unidades a \$22.500, para el año dos una proyección de 22.500 unidades a \$23.625 y en el año tres un total de 30.000 unidades a \$24.806.



DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

6.6. T.I.R., V.P.N., T.I.O.

Tabla 12.
T.I.R., V.P.N., T.I.O – AÑO 1.

INGRESOS	AÑO1											
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DIEMBRE
VENTAS PROYECTADAS	28,125,000	28,125,000	28,125,000	28,125,000	28,125,000	28,125,000	28,125,000	28,125,000	28,125,000	28,125,000	28,125,000	28,125,000
TOTAL INGRESOS	28,125,000	28,125,000	28,125,000	28,125,000	28,125,000	28,125,000	28,125,000	28,125,000	28,125,000	28,125,000	28,125,000	28,125,000
EGRESOS												
Pagina web, Hosting , soporte	350,000	350,000	350,000	350,000	350,000	350,000	350,000	350,000	350,000	350,000	350,000	350,000
Tecnología/Equipos de computo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Arriendo	1,500,000	1,500,000	1,500,000	1,500,000	1,500,000	1,500,000	1,500,000	1,500,000	1,500,000	1,500,000	1,500,000	1,500,000
Adecuacion y Menaje cocina												
Servicios	700,000	700,000	700,000	700,000	700,000	700,000	700,000	700,000	700,000	700,000	700,000	700,000
Nomina	16,721,742	16,721,742	16,721,742	16,721,742	16,721,742	16,721,742	16,721,742	16,721,742	16,721,742	16,721,742	16,721,742	16,721,742
Cuota Credito	903,810	903,810	903,810	903,810	903,810	903,810	903,810	903,810	903,810	903,810	903,810	903,810
Proveedor logistica	1,875,000	1,875,000	1,875,000	1,875,000	1,875,000	1,875,000	1,875,000	1,875,000	1,875,000	1,875,000	1,875,000	1,875,000
Embalaje Productos	1,250,000	1,250,000	1,250,000	1,250,000	1,250,000	1,250,000	1,250,000	1,250,000	1,250,000	1,250,000	1,250,000	1,250,000
Insumos	8,437,500	8,437,500	8,437,500	8,437,500	8,437,500	8,437,500	8,437,500	8,437,500	8,437,500	8,437,500	8,437,500	8,437,500
TOTAL EGRESOS	31,738,052	31,738,052	31,738,052	31,738,052	31,738,052	31,738,052	31,738,052	31,738,052	31,738,052	31,738,052	31,738,052	31,738,052
FLUJO TOTAL	(21,500,000)	(3,613,052)	(3,613,052)	(3,613,052)	(3,613,052)	(3,613,052)	(3,613,052)	(3,613,052)	(3,613,052)	(3,613,052)	(3,613,052)	(3,613,052)

Fuente. Elaborado por el Autor.

Tabla 13.
T.I.R., V.P.N., T.I.O – AÑO 2.

INGRESOS	AÑO2											
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DIEMBRE
VENTAS PROYECTADAS	44,296,875	44,296,875	44,296,875	44,296,875	44,296,875	44,296,875	44,296,875	44,296,875	44,296,875	44,296,875	44,296,875	44,296,875
TOTAL INGRESOS	44,296,875	44,296,875	44,296,875	44,296,875	44,296,875	44,296,875	44,296,875	44,296,875	44,296,875	44,296,875	44,296,875	44,296,875
EGRESOS												
Pagina web, Hosting , soporte	367,500	367,500	367,500	367,500	367,500	367,500	367,500	367,500	367,500	367,500	367,500	367,500
Tecnología/Equipos de computo												
Arriendo	1,575,000	1,575,000	1,575,000	1,575,000	1,575,000	1,575,000	1,575,000	1,575,000	1,575,000	1,575,000	1,575,000	1,575,000
Adecuacion y Menaje cocina												
Servicios	735,000	735,000	735,000	735,000	735,000	735,000	735,000	735,000	735,000	735,000	735,000	735,000
Nomina	17,557,829	17,557,829	17,557,829	17,557,829	17,557,829	17,557,829	17,557,829	17,557,829	17,557,829	17,557,829	17,557,829	17,557,829
Cuota Credito	903,810	903,810	903,810	903,810	903,810	903,810	903,810	903,810	903,810	903,810	903,810	903,810
Proveedor logistica	1,968,750	1,968,750	1,968,750	1,968,750	1,968,750	1,968,750	1,968,750	1,968,750	1,968,750	1,968,750	1,968,750	1,968,750
Embalaje Productos	1,312,500	1,312,500	1,312,500	1,312,500	1,312,500	1,312,500	1,312,500	1,312,500	1,312,500	1,312,500	1,312,500	1,312,500
Insumos	13,289,063	13,289,063	13,289,063	13,289,063	13,289,063	13,289,063	13,289,063	13,289,063	13,289,063	13,289,063	13,289,063	13,289,063
TOTAL EGRESOS	37,709,452	37,709,452	37,709,452	37,709,452	37,709,452	37,709,452	37,709,452	37,709,452	37,709,452	37,709,452	37,709,452	37,709,452
FLUJO TOTAL	(21,500,000)	6,587,423	6,587,423	6,587,423	6,587,423	6,587,423	6,587,423	6,587,423	6,587,423	6,587,423	6,587,423	6,587,423

Fuente. Elaborado por el Autor.



DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

Tabla 14.
T.I.R., V.P.N., T.I.O – AÑO 3.

INGRESOS	AÑO 3											
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
VENTAS PROYECTADAS	62,015,625	62,015,625	62,015,625	62,015,625	62,015,625	62,015,625	62,015,625	62,015,625	62,015,625	62,015,625	62,015,625	62,015,625
TOTAL INGRESOS	62,015,625	62,015,625	62,015,625	62,015,625	62,015,625	62,015,625	62,015,625	62,015,625	62,015,625	62,015,625	62,015,625	62,015,625
EGRESOS												
Pagina web, Hosting , soporte	385,875	385,875	385,875	385,875	385,875	385,875	385,875	385,875	385,875	385,875	385,875	385,875
Tecnología/Equipos de computo												
Arriendo	1,653,750	1,653,750	1,653,750	1,653,750	1,653,750	1,653,750	1,653,750	1,653,750	1,653,750	1,653,750	1,653,750	1,653,750
Adecuacion y Menaje cocina												
Servicios	771,750	771,750	771,750	771,750	771,750	771,750	771,750	771,750	771,750	771,750	771,750	771,750
Nomina	18,435,721	18,435,721	18,435,721	18,435,721	18,435,721	18,435,721	18,435,721	18,435,721	18,435,721	18,435,721	18,435,721	18,435,721
Cuota Credito	903,810	903,810	903,810	903,810	903,810	903,810	903,810	903,810	903,810	903,810	903,810	903,810
Proveedor logística	2,067,188	2,067,188	2,067,188	2,067,188	2,067,188	2,067,188	2,067,188	2,067,188	2,067,188	2,067,188	2,067,188	2,067,188
Embalaje Productos	1,378,125	1,378,125	1,378,125	1,378,125	1,378,125	1,378,125	1,378,125	1,378,125	1,378,125	1,378,125	1,378,125	1,378,125
Insumos	18,604,688	18,604,688	18,604,688	18,604,688	18,604,688	18,604,688	18,604,688	18,604,688	18,604,688	18,604,688	18,604,688	18,604,688
TOTAL EGRESOS	44,200,906	44,200,906	44,200,906	44,200,906	44,200,906	44,200,906	44,200,906	44,200,906	44,200,906	44,200,906	44,200,906	44,200,906
FLUJO TOTAL	(21,500,000)	17,814,719	17,814,719	17,814,719	17,814,719	17,814,719	17,814,719	17,814,719	17,814,719	17,814,719	17,814,719	17,814,719

Fuente. Elaborado por el Autor.

Tabla 15.
Indicadores.

INVERSION INICIAL:	
TASA ANUAL:	36% EA
TASA MENSUAL:	2,5955%
INDICADOR	VALOR
VPN	\$ 89.281.490,66
TIR	7,0937%
CAUE	\$ 2.951.709,56
B/C	1,13
VPN INGRESOS:	\$ 960.978.127,26
VPN EGRESOS:	\$ 850.196.636,61

Fuente. Elaborado por el Autor.



DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

La Tabla 15, muestra varios indicadores que sirven para determinar la viabilidad del estudio de factibilidad, La línea de tiempo corresponde a la proyección de tres años y se refleja por cada uno de estos. Mostrando el flujo de caja con Ingresos y egresos que se calculan con los datos resultantes del presupuesto de ventas (Ingresos) menos los costos de Nomina y los Costos adecuación y Funcionamiento (egresos) más los respectivos ajustes porcentuales por año.

Como resultado de este ejercicio se determina el ingreso real mes por mes, que nos muestra que puesto en práctica el estudio de factibilidad el retorno de capital es suficiente para fondar la operación del Delivery.

La evaluación financiera del proyecto basada en el valor presente neto (VPN), la tasa interna de retorno (TIR), el Costo Anual Uniforme Equivalente (CAUE) y la relación beneficio costo (B/C). muestran que el proyecto es viable a continuación la explicación de cada uno de los resultados.

$VPN = \$89.281.490,66$ los ingresos y egresos futuros se transforman a pesos de hoy y están por encima de cero y de la inversión inicial, además la tasa que se contempló para el cálculo 2.59% esta por encima de la tasa de oportunidad (intereses bancarios).

$TIR = 7.093\%$ está por encima de la tasa de oportunidad, o en este caso de la tasa de cálculo del VPN.

$CAUE = \$ 2,951,709.56$ consiste en convertir todos los ingresos y egresos, en una serie uniforme de pagos. para este ejercicio es positivo y se calculó sobre los tres años mostrando la viabilidad del proyecto.

$B/C = 1.13$ la relación beneficio costo que representa la relación beneficio/costo está por encima de 1 reafirmando que el proyecto es aconsejable realizar el estudio de factibilidad.

DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

CAPITULO VII.

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

7.1. Conclusiones

Al finalizar este estudio se concluye:

Que para la creación de la empresa Delivery Food – Alimentos saludables en la ciudad de Bogotá, con el diferenciador de innovación en su forma de comercialización. Para ello se presenta el análisis técnico de viabilidad realizado uno de los aspectos más importantes que se exponen en este documento, es la facilidad que se le da al consumidor para controlar sus consumos de macronutrientes y cantidad de calorías generando un histórico, siendo el resultado del valor agregado que brindará el Delivery.

Se establece que el mercado objetivo de consumidores de comida saludable en la ciudad de Bogotá, basados en la innovación en APP y se determinó el tamaño de mercado compuesto por 300.000 Clientes. Este mercado se abordará en un comienzo en la región geográfica correspondiente al distrito capital y los municipios circunvecinos ubicados en esta zona.

Se define la estructura administrativa óptima y consecuente con los requerimientos del negocio y a las exigencias del mercado, estará compuesta por un nivel operativo y otro estratégico. A nivel estratégico se contará con un gerente, nutricionista e ingeniero de soporte. A nivel operativo se contará con dos auxiliares de cocina. Al detalle se definen las políticas,



DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

objetivos estratégicos, su estructura, con las que también se definen las responsabilidades individuales.

Se establece como tipo adecuado de sociedad comercial, la Sociedad por acciones simplificadas (S.A.S), que se matriculará en la Cámara de comercio de Bogotá bajo esta modalidad. En cuanto al régimen tributario más conveniente “Delivery Food” se registrará ante la DIAN como responsable del régimen simplificado.

Con el fin de determinar el tipo de infraestructura y los costos operacionales necesarios para poner en marcha el estudio de factibilidad de comida saludable “Delivery Food” en la ciudad de Bogotá, orientados a satisfacer las necesidades de los clientes los requisitos calidad y buenos costos, se desarrolló una estructura de financiación para el desarrollo del estudio de factibilidad y su respetiva sostenibilidad, se determina que los productos y el servicio ofrecidos requerirán de alianzas estratégicas con los proveedores de insumos y los operadores logísticos, con garantías de cumplimiento, y una estructura administrativa y financiera que garantizará en los procesos de selección rigurosos para beneficiar la calidad tanto de los productos como del servicio ofrecido.

La infraestructura física necesaria para para poner en marcha el estudio de factibilidad, consiste en una planta física tipo restaurante con separación de áreas que cumpla los requisitos de la secretaría de Salud y los lineamientos normativos del Invima. Se requerirá un concepto sanitario y un certificado de manipulación de alimentos.



DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

7.2. Recomendaciones

Para facilitar procesos y decisiones alrededor el estudio de factibilidad aquí presentado se considera pertinente tener en cuenta que:

Al tratarse este negocio de un servicio a domicilio, delimitar la zona de operación con los proveedores logísticos para no incurrir en retrasos en la entrega de los pedidos y poder cumplir con los horarios establecidos para el funcionamiento del Delivery.

Por otra parte, se recomienda evaluar continuamente la proyección de ventas establecidas para el cumplimiento de objetivos, tomando las medidas correctivas para ajustar los flujos de caja y así minimizar los riesgos de liquidez.

Como siempre es recomendable en cada sistema empresarial o negocio, advertir la necesidad de mantener un plan de contingencia para el funcionamiento de la página WEB, ya que es el medio principal para la solicitud de pedidos y el manejo de información de los clientes; Esta contingencia debe contemplar la seguridad de la información que se administre o se almacene.

Siempre es oportuno y genera beneficio contar con el personal idóneo en todos los cargos, teniendo especial cuidado con el personal que está en contacto con los alimentos.

Para finalizar se sugiere mantener actualizadas las bases que contienen la información calórica y de macronutrientes de los productos ofrecidos.



DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alcaldía Mayor de Bogotá. (2008). *¿Cómo hacer un estudio de mercados para la creación y el desarrollo inicial de una empresa?* [En línea]. Recuperado de:
https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/1273/3521_cartilla_estudio_mercado.pdf?sequence=1&isAllowed=y

ANDI. (2019). *La Cámara de la Industria de Alimentos*. [En línea]. Recuperado de:
<http://www.andi.com.co/Home/Camara/16-industria-de-alimentos>

Barra, L. (2018). [En línea]. Recuperado de: <https://revistalabarra.com/ediciones/ed-103-top-100-desarrollo-sostenible/>

Bonilla, J. (n.d.). *La Empresa y el Empresario*. Revista Universidad el Externado. [En línea].
Recuperado de: <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/derpri/article/view/682/644>

Breastcancer.org. (2018). *¿En qué consiste una alimentación saludable?*. [En línea].
Recuperado de: http://www.breastcancer.org/es/consejos/nutricion/alimentacion_saludable

Castillo, J. (2017). *Enfoque de personal: Un enfoque hacia la calidad*. [En línea].
Recuperado de: https://datospdf.com/download/programa-de-personal-_5a44b241b7d7bc891f7988b6_pdf



DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

CCB. (2018). *Modelo Constitución sociedad por acciones simplificada*. [En línea]. Cámara de Comercio de Bogotá. Recuperado de: www.ccc.org.co/file/.../Constitucion-Sociedad-por-acciones-simplificada-SAS-1.docx

Crece Negocios. (2018). *Que es un estudio de factibilidades y cuál es su utilidad*.
<https://www.crecenegocios.com>. [En línea]. Recuperado de:
<https://www.crecenegocios.com/que-es-un-plan-de-negocios-y-cual-es-su-utilidad/>

Córdoba, M. (2016). *Análisis financiero*. Ecoe Ediciones. [En línea]. Recuperado de:
<https://bit.ly/2QEKNau>

DANE. (2018). *Gran encuesta integrada de hogares (GEIH) Mercado laboral*. [En línea].
Recuperado de: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-y-desempleo>

Dinero. (2018). *El negocio de la comida se reinventa en Colombia tras un mal 2017*. [En línea]. Recuperado de: <https://www.dinero.com/edicion-impres/negocios/articulo/como-van-los-restaurantes-en-colombia-2018/255322>

Dinero. (2018). *Así prospera el mercado de alimentos saludables*. [En línea].
<https://www.dinero.com/edicion-impres/negocios/articulo/mercado-de-alimentos-saludables-en-colombia-en-2018/261433>

EFE Salud. (2018). *Doce tendencias de alimentación para 2018*. [En línea]. Recuperado de:
<https://www.efesalud.com/doce-tendencias-alimentacion-2018/>

El Colombiano. (2017). *Así es el negocio de pedir comida a domicilio online*. [En línea].
Recuperado de: <http://www.elcolombiano.com/negocios/asi-es-el-negocio-de-pedir-comida-a-domicilio-online-AB7751460>



DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

El Colombiano. (2019). *Los factores que presionaran el costo de vida*. [En línea].

Recuperado de: <http://www.elcolombiano.com/negocios/economia/los-factores-que-presionaran-el-costo-de-vida-HF9968823>

El Heraldo.(2017).*Colombianos estarían dispuestos a pagar más por una alimentación saludable*. [En línea]. Recuperado de: <https://www.elheraldo.co/colombia/colombianos-estarian-dispuestos-pagar-mas-por-una-alimentacion-saludable-368211>

El Tiempo. (2018). *Cuánto cuesta ser fitness en Colombia – Datos*. [En línea].
<http://www.eltiempo.com>. Recuperado de: <https://www.eltiempo.com/datos/cuanto-cuesta-ser-fitness-en-colombia-245178>

El Tiempo. (2018). <http://www.eltiempo.com>. [En línea]. Recuperado de:
<http://www.eltiempo.com/economia/empresas/claves-para-el-servicio-al-cliente-paramillennials-199840>

En Colombia. (n.d). *Aspectos Nutricionales de Hoy*. [En línea]. Recuperado de:
<https://encolombia.com/vida-estilo/alimentacion/temas-alimentacion/aspectos-nutricionales-de-hoy/>

E. S. S. Aguilera. (2014). [En línea]. Recuperado de:
<http://marketingastronomico.com/marketing-pararestaurantes-el-concepto/>

Fernández, R. (2015). *Segmentación de mercados*. McGraw-Hill. Tercera Edición.

Hernández, J. (2010). *Como Calcular el tamaño de la Muestra*. [En línea]. Recuperado de:
<https://www.youtube.com/watch?v=Y0XLJnGbFQs>

ICONTEC. (2005). Norma sanitaria de manipulación de alimentos, Bogotá.

ICONTEC. (2015). Preparación de alimentos de acuerdo con el orden de producción, Bogotá.



DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

ICONTEC. (2016). Control en el manejo de materia prima e insumos en el área de producción de alimentos conforme a requisitos de calidad, Bogotá. Recuperado de:

<https://studylib.es/doc/7258372/nts-usna-003.-control-en-el-manejo-de-materia-prima-e-ins...>

Instituto Politécnico Nacional (2006). Guía para elaborar un estudio de factibilidades. [En línea]. Recuperado de:

[https://www.mific.gob.ni/Portals/0/Portal%20Empresarial/6.3%20plandenegocios%20México%20\(38%20páginas\).pdf](https://www.mific.gob.ni/Portals/0/Portal%20Empresarial/6.3%20plandenegocios%20México%20(38%20páginas).pdf)

M. Porter, «*What Is Strategy?*,» Harvard Business Review, pp. [En línea].

<https://hbr.org/product/what-is-strategy-hbr-best-seller/96608-PDF-ENG>, 31 Octubre 1996

Market Place. (2016). Between fast food and fine dining: fast casual. de

<http://www.marketplace.org/2015/12/09/world/between-fast-food-and-fine-dining-fast-casual>

Ministerio de la Protección Social. (2011). *Resolución número 333 de 2011*. [En línea].

Recuperado de:

https://www.invima.gov.co/images/stories/resoluciones/Res_333_de_feb_2011_Rotulado_nutricional.pdf

Ministerio de Salud de Colombia. (1997). Decreto 3075. [En línea]. Recuperado de:

<https://www.manipulaciondealimentoscolombia.com/normatividad>

Ministerio de Salud de Colombia. (2018). *Decálogo de una alimentación saludable*. [En línea]. Recuperado de: <https://www.minsalud.gov.co/salud/Paginas/Alimentación-Saludable.aspx>

Nielsen. (2016). *38% de los colombianos come fuera de su hogar una o más veces a la semana*. [En línea]. Recuperado de: <https://www.nielsen.com/co/es/insights/news/2016/38-por-ciento-de-los-colombianos-come-fuera-de-su-hogar-una-o-mas-veces-a-la-semana.html>



DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

Ortiz, H. (2016). *Finanzas básicas para no financieros.2ª. Ed.Cengage*. [En línea].

Recuperado de: <https://issuu.com/cengagelatam/docs/ortiz>

Osterwalder, A y Pigneur, Y. (2016). *Generación de modelos de negocio*. [En línea].

Recuperado de: <http://www.convergenciamultimedial.com/landau/documentos/bibliografia-2016/osterwalder.pdf>

Prieto, A. (2018). *¿Es buen negocio una empresa de servicios a domicilio?*. Empresas. [En línea]. Recuperado de: <https://www.emprendedores.es/ideas-de-negocio/a45325/servicios-a-domicilio/4>

R. M. Lozano. (2012). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. [En línea]. Recuperado de: <http://bibliotecadigital.usbcali.edu.co:8080/handle/10819/5546?mode=full>

Relloso, C. (2012). *Perspectivas sobre el futuro*. La importancia de una estrategia digital en una compañía.

Rodríguez, D. (2012). *¿Qué es el CRM y por qué es importante lograr fidelización?* Puro Marketing.

Rodríguez, E. (2015). *Conocimientos y prácticas sobre alimentación, salud y ejercicio*. [En línea]. Recuperado de:

<http://aprendeonline.udea.edu.co/revistas/index.php/nutricion/article/view/25434/21169>

Rodríguez, H.(2015). *Conocimientos y prácticas sobre alimentación, salud y ejercicio en universitarios de Medellín-Colombia*. Escuela de nutrición y Dietética, Universidad de Antioquia. Medellín. [En línea]. Recuperado de:

<http://www.scielo.org.co/pdf/penh/v17n1/v17n1a4.pdf>



DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

Rodríguez, L. (2011). *Claves para valorar el Marketing Móvil*. Revista de Comunicación Vivat Academia, 51-62

Serna. *Gerencia Estratégica*. Cap. 5. [En línea]. Recuperado de:
<https://www.slideshare.net/secret/6JDqCchCBJ7LHX>

S. R. y. R. Westerfield, *Finanzas Corporativas*, Mexico : McGraw Hill, 2012.

Software Advice. (2016). <http://www.softwareadvice.com/>. [En línea]. Recuperado de:
<http://www.softwareadvice.com/resources/preferences-for-self-service-pos/>

Tamayo, M. T. (2004). *El proceso de investigación científica*. México: Limusa.

Territorio Creativo. (2016). *Primer estudio de transformación Digital en Colombia*. [En línea].
Recuperado de: www.territoriocreativo.com.co:

<https://colombiadigital.net/herramientas/nuestraspublicaciones/organizaciones-y-competitividad/item/9007-estudio-de-transformaciondigital-de-la-empresa-colombiana.html>

Universia Business Review. (2018). <https://ubr.universia.net>. [En línea]. Recuperado de
<https://ubr.universia.net/article/view/708/evolucion-modelos-negocio-visionestrategia-terminos-coherencia-dinamica>

Universidad EAFIT. (2017). *Económica Colombiana Análisis de Coyuntura*. Escuela de Economía y Finanzas. [En línea]. Recuperado de:
http://www.eafit.edu.co/escuelas/economiaayfinanzas/cief/Documents/Informe_de_Coyuntura_octubre_2017.pdf

Universitas Miguel Hernández. *Requerimientos nutricionales*. [En línea]. Recuperado de:
<http://umh1544.edu.umh.es/wp-content/uploads/sites/63/2013/02/Tema-2.1.pdf>

Viniegra, S. (2007). *Entendiendo El Estudio de factibilidades*. Recuperado de: Lulu.Com

DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

9. ANEXOS.

Anexo No. 1. Estatutos de creación de la sociedad

DELIVERY FOOD, ALIMENTOS SALUDABLES SAS

DOCUMENTO PRIVADO DE CONSTITUCIÓN No 01

En Bogotá D.C a los veinte dos días del mes de Diciembre del año 2018 de nacionalidad Colombiana el señor Eliecer Romero Villalobos identificado con número de cedula de ciudadanía 79.901.024 de Bogotá, domiciliado en la ciudad de Bogotá D.C., ubicado en la dirección que declara - previamente al establecimiento y a la firma de los presentes estatutos, haber decidido constituir una sociedad por acciones simplificada denominada DELIVERY FOOD, ALIMENTOS SALUDABLES SAS, para realizar cualquier actividad civil o comercial lícita, por término indefinido de duración.

ESTATUTOS

CAPÍTULO I - Condiciones generales de constitución

ARTICULO No.1-. La compañía que es constituida por este documento es una sociedad por acciones simplificada, de naturaleza comercial, que se denominará DELIVERY FOOD, ALIMENTOS SALUDABLES SAS, será administrada bajo las cláusulas contenidas en estos estatutos y otras disposiciones legales que apliquen.

DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

La sociedad tendrá como objeto principal la elaboración y venta de comida, la cual se venderá en distintas presentaciones, tipos, cantidades con el fin de mejorar la ingesta calórica de los consumidores utilizando herramientas tecnológicas para su comercialización, y cualquiera otra actividad que los socios convengan.

ARTICULO No.2-. La sede principal de la sociedad será la ciudad de Bogotá, Dirección Calle 72 #58-63 Esta dirección será utilizada para recibir notificaciones judiciales o de cualquier tipo. DELIVERY FOOD, ALIMENTOS SALUDABLES SAS puede crear sedes o sucursales en cualquier parte del mundo por disposición de los accionistas.

CAPÍTULO II - Administración del capital

ARTICULO No.3-. Se suscribe un capital de \$ 13.221.743 dividido en 10 acciones ordinarias de valor nominal de \$ 1.322.174 cada una, las cuales están totalmente liberadas y el 100% de su asignación es dirigida al señor Eliecer Romero Villalobos. Este monto corresponde a la suscripción y se responsabiliza al representante legal como única persona de su administración y representación, sin omitir la normatividad legal vigente.

ARTICULO No.4-. El monto total de capital suscrito se pagará, en dinero efectivo moneda colombiana, en el primer mes siguiente a la fecha de inscripción del presente documento en el registro mercantil.

Parágrafo: Las acciones serán negociadas sin previo consentimiento del particular que se define en los presentes estatutos. Las mismas serán nominativas y deberán tener su registro en el libro que la sociedad tenga conforme a la Ley.

ARTICULO No.5-. El capital suscrito podrá ser aumentado progresivamente cuando se considere la asamblea de accionistas considere.



DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

CAPÍTULO III – Parámetros de funcionales de la Sociedad

ARTICULO No.6-. DELIVERY FOOD, ALIMENTOS SALUDABLES SAS se conforma como sociedad unipersonal, por lo tanto; el accionista único será quien ejecute los requerimientos de la ley y los estatutos como representación legal, a menos que se designe otra persona que ejerza este último cargo.

ARTICULO No.7-. Durante un término de 2 años, contados a partir de la fecha de inscripción en el registro mercantil de este documento, el accionista no podrá ceder a terceros el 100% de las acciones suscritas, salvo previa autorización de la asamblea general por accionistas y que no superen el 70% de las mismas. En caso de realizarse La transferencia de acciones podrá efectuarse teniendo en cuenta las condiciones que en estos estatutos se estipulen.

ARTICULO No.8-. Anualmente, dentro del mes siguiente a la finalización de la vigencia inmediatamente anterior, el representante legal convocará a la reunión a la asamblea general de accionistas, con el fin de presentar el informe de gestión, analizar el cumplimiento de los objetivos establecidos y el comportamiento o ajustes de las cuentas contables.

ARTICULO No.9-. Las utilidades serán distribuidas con base en los estados financieros de fin de ejercicio, previa determinación adoptada por la asamblea general de accionistas. Las utilidades se repartirán en proporción al número de acciones suscritas de que cada uno de los accionistas sea titular.

ARTICULO No.10-. Todas las decisiones que el representante legal y asamblea general por accionistas determinen, se registrarán en actas aprobadas por los asistentes y firmadas por el representante de la sociedad.



DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

ARTICULO No.10-. La sociedad ha designado en este acto de constitución, al señor ELIECER ROMERO VILLALOBOS identificado con el documento de identidad No 79.901.024, como representante legal de DELIVERY FOOD, ALIMENTOS SALUDABLES SAS quien no tendrá suplentes, designado para un término de (1) año por la asamblea general de accionistas y quien participa activamente en el presente acto constitutivo a fin de dejar constancia acerca de su aceptación de la responsabilidad asignada.

ARTICULO No.11-. La sociedad será gerenciada, administrada y representada legalmente ante terceros por el representante legal, quien no tendrá restricciones de contratación por razón de la naturaleza ni de la cuantía de los actos que celebre.

Le está prohibido al representante legal y a los demás administradores de la sociedad, obtener préstamos bajo el nombre de la sociedad.

ARTICULO No.12-. La revocación por parte de la asamblea general de accionistas no tendrá que estar motivada y podrá realizarse en cualquier tiempo.

ARTICULO No.13-. Cada vigencia tendrá una duración de un año, que comienza el (1) día del mes de enero y finaliza el día (31) de diciembre. El primer registro sobre el ejercicio social será a partir de la fecha en la cual se produzca el registro mercantil de la escritura de constitución de la sociedad.

ARTICULO No.14-. Cualquier tipo de conflicto que surjan entre los accionistas por razón del contrato social, salvo las excepciones legales, serán solucionados por la Superintendencia de Sociedades.



DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

CAPÍTULO IV -Disolución y Liquidación

ARTICULO No.9-. La sociedad se puede disolver en caso en el que i) Este imposibilitada para ejecutar las actividades de acuerdo con el objeto social definido, ii) Dar inicio a una liquidación judicial, ii) voluntad de los accionistas, iv) En caso de detectar pérdidas que disminuya el patrimonio neto de la sociedad por debajo del cincuenta por ciento del capital suscrito.

Para este caso, la liquidación se realizará acorde al procedimiento para las sociedades de responsabilidad limitada.

Los accionistas tomarán todas las decisiones que le corresponden a la asamblea general de accionistas, en las condiciones de quórum y mayorías decisorias vigentes antes de realizarse la disolución.



DELIVERY FOOD: ALIMENTOS SALUDABLES EN BOGOTÁ D.C.

Anexo No. 2. Formato Encuesta

Nombre _____ **Fecha** _____

Edad Ocupación _____

1. ¿Qué entiende usted por Alimentos saludables?
2. ¿Qué piensa usted acerca de cambiar sus hábitos alimenticios?
3. ¿Cómo prefiere sus alimentos (Al horno, al vapor, fritos, otros)?
4. ¿Invertiría en este tipo de alimentación saludable?
5. ¿Qué medio utiliza para comprar su comida (Internet, presencial, telefónico, otros)?
6. ¿Le interesa saber cuántas calorías tienen sus comidas?
7. ¿Le interesa saber que macronutrientes tiene su comida?
8. ¿Conoce restaurantes que presten el servicio de Alimentos saludables?
9. ¿Es importan para usted ahorrar tiempo en la preparación de sus comidas?
10. ¿Tiene alguna restricción médica para alimentarse?
11. ¿Le interesaría llevar un registro de las calorías que consume en sus comidas?
12. ¿Recibiría consejos sobre que debería comer para mejorar su condición física?
13. ¿Está interesado en bajar de peso?

Autorización de uso de datos

Yo _____ identificado(a) con cedula de ciudadanía número _____ Acepto participar voluntariamente en esta encuesta y que los datos que proporciono sean utilizados con el fin de establecer la importancia de mantener buenos hábitos alimenticios y la necesidad de acceder a restaurantes que presten este servicio.

Firma, -----