

Desarrollo de Aplicativo Móvil FOOD VEG-LIGHT, Que mejorara la dinámica e incentivara la alimentación saludable, en las principales ciudades de Colombia.



Mónica Garzón Esguerra

C.C. 52.753.459

Universidad Santo Tomas

Especialización en Gestión para el Desarrollo Empresarial

Bogotá D.C.

2019

Desarrollo de Aplicativo Móvil FOOD VEG-LIGHT, Que mejorara la dinámica e incentivara la alimentación saludable, en las principales ciudades de Colombia.



Mónica Garzón Esguerra

C.C. 52.753.459

Profesor: Carlos Andrés Rubio Cárdenas

Universidad Santo Tomas

Especialización en Gestión para el Desarrollo Empresarial

Bogotá D.C.

2019

Tabla de contenido

1. Introducción.....	9
1.1 Problema.....	10
1.2 Objetivo General	11
1.3 Objetivos Específicos.....	11
2. Análisis de Entornos / Sector	12
2.1 Macro entorno.....	12
2.1.1 Político.....	12
2.1.2 Económico	13
2.1.3 Tecnológico	13
2.1.4 Ecológico	14
2.1.5 Legal	14
2.2. Micro Entorno.....	14
2.2.1 Clientes.....	14
2.2.2 Proveedores	14
2.2.3 Competencia.....	15
3. Estudio del Mercados	15
3.1 Investigación, Desarrollo e Innovación	15
3.2. Análisis Del Sector Económico	16
3.2.1 Industria Tecnológica del Software y TI.....	16
3.2.2 Industria de Alimentos- Agroindustriales	17
3.2.3 Sector de Tercerización de Procesos comerciales	18
3.3. Análisis del mercado.....	20
3.3.1 Descripción y Análisis del Producto – Cadena Productiva	21
3.3.2 Análisis de la Demanda – Consumidor o Cliente.....	23
3.3.3 Segmentación Objetiva del proyecto	27

3.4 Análisis de la oferta y de la competencia	30
3.4.1 Análisis de los precios, Clientes, Competencia y Costos	30
Productos sustitutos	33
3.5 Investigación de Mercados	33
Población Muestra	38
3.5.1. Proyecciones De Venta	39
4. Estudio Técnico/Operacional.....	40
4.1. Ficha Técnica	41
4.2 Análisis de Procesos de Producción.....	41
4.3. Plan de Producción.....	45
4.4. Plan de Compras	45
4.5 Análisis de Costos	46
4.6. Análisis de la infraestructura.....	46
5. Estudio Organizacional y Legal.....	49
5.1 Estructura Organizacional	49
5.2. Análisis de Cargos.....	49
5.3. Tipos de Sociedades	54
5.4. Permisos, Trámites y Licencias	63
5.5. Impuestos y Tasas.....	63
6. Pensamiento Estratégico	64
6.1 Estrategias de Mercadeo	64
6.2 Estrategia Organizacional.....	65
6.3. Análisis de Procesos Organizacionales	68
6.3.1. Proceso Comercial	68
6.3.2. Proceso de Selección de Personal	68

7. Formulación y Evaluación Financiera	73
7.1. Estudio Económico	73
7.2 Costos	74
7.4. Presupuesto de Ventas por Unidad y Precio	76
7.5. Estados Financieros	79
7.7. Estado Situación Financiera – Balance	82
Referencias	85
Bibliografía	88

Tablas

Tabla 1. PESTEL Food Veg'Light (Autoría Propia)	18
Tabla 2. Cifras de Software & TI (Autoría Propia)	22
Tabla 3. Tamaño del Mercado (Autoría Propia)	30
Tabla 4. Presupuesto de e Ventas (Autoría Propia)	31
Tabla 5. Productos Sustitutos (Autoría Propia)	33
Tabla 6. Segmentación. (Autoría Propia)	34
Tabla 7. Encuesta cerrada (Autoría Propia)	34
Tabla 8. Ventas (Autoría Propia)	39
Tabla 9. Ficha Técnica (Autoría Propia)	41
Tabla 10. Procesos de Producción (Autoría Propia)	42
Tabla 11. Proceso de Comercialización (Autoría Propia).....	44
Tabla 12. Plan de Producción (Autoría propia)	45
Tabla 13. Análisis de Costos (Autoría Propia).....	46
Tabla 14. Análisis de Administrador (Autoría Propia).....	51
Tabla 15. Análisis de Contador (Autoría Propia)	52
Tabla 16. Análisis de Asesor Comercial (Autoría Propia).....	53
Tabla 17. Análisis secretaria (Autoría Propia)	53
Tabla 18. Costos Administrativos (Autoría Propia).....	54
Tabla 19. Tipos de Sociedades (Autoría Propia).....	55
Tabla 20. Acciones.....	58
Tabla 21. Accionista	58
Tabla 22. Obligaciones Tributarias o Fiscales SAS (Autoría Propia)	63
Tabla 23. Marketing Mix (Autoría Propia)	65
Tabla 24. DOFA Food Veg'Light (Autoría Propia)	67
Tabla 25. Proceso de Selección (Autoría Propia)	70
Tabla 26. Proceso de Contratación (Autoría Propia).....	71
Tabla 27. Costos (Autoría Propia).....	74
Tabla 28. Punto de Equilibrio (Autoría Propia)	75
Tabla 29. Publicidad (Autoría Propia).....	75
Tabla 30. Combo Inscripción y Publicidad (Autoría Propia)	76

Tabla 31 Crecimientos. (Autoría Propia)	76
Tabla 32. Proyecciones (Autoría Propia).....	77
Tabla 33 Proyección Food Veg'Light. (Autoría Propia)	77
Tabla 34Presupuesto personal. (Autoría Propia)	79
Tabla 35 Tabla 6. Presupuesto de otros gastos. (Autoría Propia).....	79
Tabla 36 Estado de resultado anual. (Autoría Propia).....	80
Tabla 37 Flujo de Tesorería. (Autoría Propia)	81
Tabla 38. Estado de situación financiera. (Autoría Propia)	82

Ilustraciones

Ilustración 1. ¿Comer fuera o en la casa? (Insights, 2016)	16
Ilustración 2. Ciclo de Vida App (Autoría Propia)	23
Ilustración 3. Mercado de Aplicaciones Móviles (Petovel, 2019)	26
Ilustración 4. Segmentación Demográfica. (Autoría Propia)	27
Ilustración 5. Segmentación Psicológica (Autoría Propia)	28
Ilustración 6. Mapa de Empatía (Autoría Propia)	29
Ilustración 7. Segmentación Por Ocasión (Autoría Propia)	30
Ilustración 8. Pregunta 1 (Autoría Propia).....	35
Ilustración 9. Pregunta 2 (Autoría Propia).....	35
Ilustración 10. Pregunta 3 (Autoría Propia)	35
Ilustración 11. Pregunta 4 (Autoría Propia)	36
Ilustración 12. Pregunta 5 (Autoría Propia)	36
Ilustración 13. Pregunta 6 (Autoría Propia)	36
Ilustración 14. Pregunta 7 (Autoría Propia)	37
Ilustración 15. Pregunta 8 (Autoría Propia)	37
Ilustración 16. Pregunta 9 (Autoría Propia)	37
Ilustración 17. Pregunta 10 (Autoría Propia)	38
Ilustración 18. Servicios que ofrecen las apps (La Republica, 2017)	40
Ilustración 19. Equipo 1 (Falabella, s.f.).....	46
Ilustración 20. Equipo 2 (Falabella, s.f.).....	47
Ilustración 21. Escritorio (Homecenter, s.f.).....	48
Ilustración 22. Silla (Homecenter, s.f.)	48
Ilustración 23. Estructura Organizacional (Autoría Propia)	49
Ilustración 24. Permisos, trámites y licencias (Autoría Propia).....	63
Ilustración 26. Análisis de Procesos Organizacionales (Autoría Propia).....	68
Ilustración 27. Proceso de Evaluación de Proveedores (Autoría Propia).....	72
Ilustración 28. Proceso de Pagos y Desembolsos (Autoría Propia)	72
Ilustración 29. Prototipo	84

1. Introducción

Esta investigación se encuentra enfocada en el desarrollo de una herramienta tecnológica APP, que mejore la dinámica de los diferentes establecimientos proveedores de alimentación saludable preparadas y no preparadas, en las principales ciudades de Colombia. Basado en las nuevas tendencias tecnológicas y el consumo de alimentación orgánica a nivel mundial, esto debido a la carencia de un aplicativo móvil APP o sistemas de información especializado de esta línea de productos en el país según MinTIC (2018).

El mercado de la alimentación saludable y de los restaurantes así como de establecimientos que han basado su visión y misión comercial, en brindar alternativas veganas, fitness, kosher e hindú, o personas que por conciencia animal, ambiental, cambian sus hábitos alimenticios, se está ampliando dentro del segmento de consumidores dentro de las principales ciudades capitalinas de Colombia; en la actualidad según la Revista DINERO, (2019)

“El departamento de Cundinamarca ya suma 189 establecimientos, le sigue Antioquia con 94 y Valle con 42. Pero no solo en Bogotá, Medellín y Cali se puede comer vegano y vegetariano. La onda ha llegado hasta municipios como Palomino, en la Guajira, y Pitalito, en Huila. Además de restaurantes, la oferta incluye servicio de catering, panaderías, mercados saludables y orgánicos, heladerías, delivery, organizaciones sociales y food trucks” (DINERO, 2019).

Desde otra perspectiva, el registro de 3.500 establecimientos dedicados al expendio de productos veganos, fitness y de comida saludable, en el censo de la Cámara de Comercio de Bogotá (2018), los cuales se encuentran en plena fidelización de clientes, buscando asegurar sus nichos de mercado, más allá de sus clientes de contexto local dentro del área geográfica vecina a sus plantas físicas.

De esta forma, se plantea como idea de negocios el Aplicativo Móvil FOOD VEG-LIGHT, Que mejorara la dinámica e incentivara la alimentación saludable, en las principales ciudades de Colombia cumpliendo con un sentido social contribuyendo a mejorar la salud de los habitantes en las principales de Colombia facilitando la adquisición de los mismos, con lo cual se brinda un servicio de comercialización para los proveedores y expendedores, que permita que sean ubicados, la realización de ventas a domicilio y el posicionamiento comercial dentro del segmento de mercado, con el

potencial de crecer penetrando en diversos nichos de mercado, con lo que se aumenta su sostenibilidad y rentabilidad en cada periodo operacional.

Dentro del concepto del servicio que se ofrece del aplicativo móvil, se tienen diversificados varios servicios como son compras de alimentos saludables preparados y no preparados, reservas, calificaciones, y demás servicios que cumplen con el funcionamiento de un aplicativo.

Esta diversificación se realiza a fin de una mejor segmentación en cuanto a los beneficios que se ofrecen a los clientes que usan el aplicativo para realizar sus pedidos y le genera una clasificación apropiada para los clientes que expenden o comercializan sus productos a través del aplicativo.

En ese orden de ideas, el Aplicativo Móvil FOOD VEG-LIGHT, puede llegar como una adecuada técnica de mezcla de mercado, en la categoría de herramienta de mercadotecnia, la cual paulatinamente podrá ir formando una base de datos de clientes, preferencias y necesidades, en cuanto a la función de mejoramiento en la calidad del servicio, manejo de sugerencias e incentivar la acción de crecimiento de los negocios hacia nuevos nichos de mercado.

1.1 Problema

¿Cómo proponer una herramienta tecnológica que mejore la dinámica de comercialización de comida saludable en las principales ciudades de Colombia, acorde al cumplimiento legal?

Actualmente en las principales ciudades no existe canales de información digital especializados de productos y servicios de alimentos saludables preparados y no preparados. es a través de búsquedas individuales en internet, por nombres de establecimientos recomendados, o publicidad como TV, radio o diferentes medios de comunicación, siendo tedioso y poco efectivo a la hora de comparar la demanda y beneficio de los mismos.

Food VEG'LIGHT responde a la necesidad de consolidar la información de todos los establecimientos (Huertas, restaurantes, heladerías, cafés, tiendas, naturistas, apicultores, y demás) a disposición otorgando la posibilidad de comparar precios, calidad, origen beneficios, ofertas, y todas las opciones que pueden necesitar los

diferentes clientes de este sector, tales como vegetarianos, veganos, judíos, personas fitness, deportistas, personas con enfermedades crónicas, o quienes por conciencia de salud o ambiental así lo decidieron y demás. Que buscan adquirir productos 100% naturales, se busca orientar sus elecciones en productos y servicios de alimentación orgánica y posicionar establecimientos de calidad.

1.2 Objetivo General

- ✓ Desarrollar una herramienta tecnológica que mejore la dinámica de comercialización de comida saludable en las principales ciudades de Colombia, acorde al cumplimiento legal (Invima).

1.3 Objetivos Específicos

- ✓ Realizar un análisis del mercado orientado a la segmentación que me permita conocer la demanda del aplicativo móvil Food VEG'LIGHT.
- ✓ Identificar los factores relevantes de las herramientas tecnológicas, para el uso y consumo de comida saludable.
- ✓ Desarrollar un análisis financiero real, que debe sustentar esta idea de negocio que refleje los costos, gastos y rentabilidad del proyecto.
- ✓ Conocer los requerimientos legales colombianos que se deben implementar, para la ejecución del desarrollo del Aplicativo Móvil.

En específico, esta investigación permitirá conocer la viabilidad comercial, tecnológica, legal, social, financiera y demás de este emprendimiento y que factores macro entorno pueden incidir para su no desarrollo.

2. Análisis de Entornos / Sector

2.1 Macro entorno

Para este análisis se enfocará en el instrumento utilizado por el gobierno colombiano Balance Fiscal, en el cual se fijan las políticas macro económicas.

2.1.1 Político

En Colombia con énfasis en los factores económicos y de economía política, se determina el resultado, aciertos, y las dificultades fiscales que pueden ser de déficit o superávit de los ingresos y gastos públicos que experimento el país por medio del instrumento balance fiscal del sector público consolidado (SPC) a través de estadísticas y registros (Uribe, 2002). Los principales efectos en relación con las políticas macroeconómicas se identifican.

- ✓ Reformas Tributarias. Se refiere a la modificación de los actuales decretos en búsqueda de fortalecer financieramente el sistema del gobierno, con el fin de sustentar de manera eficiente el gasto público y modifica las políticas tributarias creando o incrementando sistemas de cobro a través de impuestos (Villamizar, 2011).
- ✓ Toma de decisiones tributarias. El principal canal de financiamiento es a través del recaudo de impuestos, su creación e incremento corresponde a los resultados de cada periodo fiscal, se busca el equilibrio que garantice la estabilidad económica del país, de ser negativo déficit el gobierno buscara implementar nuevas políticas fiscales, de alza en los ya implementados o creación de nuevos impuestos (Villamizar, 2011).
- ✓ Gasto Público. Básicamente es el presupuesto que debe tener cada gobierno para llevar su Plan de desarrollo y se enfoca en las propuestas de cada plan de gobierno, los recursos se disponen con base a dichas propuestas, educación, vivienda, salud, empleo, etc. El balance fiscal determina la capacidad de inversión social y gastos que pueden ejercer (Armijo & Espada, 2015).

- ✓ Activos Públicos. Puede determinar la venta de activos públicos si el gobierno en su propósito de lograr el equilibrio lo ve viable se emiten venta de bonos que representen rentabilidad que comprometen patrimonio estatal (Silva Ruíz, Páez Pérez, & Rodríguez Tobo, 2008).
- ✓ Deuda Externa. Que puede incrementar debido a un resultado de déficit en el balance fiscal, o que un principal índice de referencia como el café, petróleo, pueden ejercer decisiones dentro de sus facultades de solicitar préstamos a entidades financieras externas que tendrá impacto en el balance fiscal (Banrepcultural, 2017).

2.1.2 Económico

Actualmente se encuentra en auge la economía global que permite sistematizar y alinear procesos comerciales, financieros, ambientales, actualizar modelos administrativos y de producción a nivel mundial que exigen a cada país y empresas estar a la vanguardia de cada tecnología a niveles ecológicos, ambientales, culturales, etc. Que abren fronteras a través de acuerdos bilaterales y ponen a prueba la productividad y exigen nuevos conocimientos de cada país (ANDI, 2017).

2.1.3 Tecnológico

Desde el punto de vista tecnológico cabe resaltar la ventaja que un aplicativo móvil APP, aporta a la disminución de la contaminación ambiental disminuye la publicidad impresa a la que recurren los establecimientos para impulsar sus productos y servicios de igual manera los procesos sin químicos que impactan en los alimentos consumidos, y que para ello el gobierno incentiva a través de políticas para promover y potenciar la creación de negocios a partir del uso de las TIC como Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC) .

- ✓ Impulso al Desarrollo de aplicaciones móviles (APPS.CO)- (MIN.TIC.)
- ✓ Plan Vive Digital (MinTIC, 2018)

2.1.4 Ecológico

Desde punto de vista ecológico el gobierno nacional, ha incentivado a sectores privados y públicos estableciendo varias documentos de política que se enfocan en mejorar la producción y estatus sanitario de la producción de animales y plantas, preservar el medio ambiente y mejorar la competitividad de la producción nacional (MINAMBIENTE, 2014).

2.1.5 Legal

El curso de la investigación se enfoca principalmente en el decreto único Reglamentario del Sector de Tecnologías de la información y las comunicaciones. Que regula la legalidad y expresa los lineamientos de derechos de autor, beneficios y responsabilidades de los creadores en el país (Presidencia, 2015).

2.2. Micro Entorno

2.2.1 Clientes

Este proyecto del aplicativo móvil está enfocado en promover los diferentes establecimientos comerciales especializados en comida saludable, que presten servicios o vendan productos que serán los clientes directos de igual manera contará con clientes indirectos quienes serán los directos usuarios del aplicativo de dispositivos móviles, será una herramienta dinamizadora de este mercado, y que deberán estar enmarcados en la normatividad de la industria de alimentos y de software.

2.2.2 Proveedores

Food VEG´LIGHT, contara con proveedores directos y necesarios para el diseño y desarrollo para su puesta en marcha tales como Software y TI (Tecnología de la información) y Proveedores de servicios (BPO&O) como prestadores de servicio de internet y diseño de aplicativos.

2.2.3 Competencia

Actualmente en el país no existe un competidor directo para este proyecto un aplicativo móvil buscador de productos y servicios de comida saludable, sin embargo, existen plataformas buscadoras de establecimientos como restaurantes, que contienen este tipo de segmento.

3. Estudio del Mercados

Proyecto Aplicativo FOOD VEG´LIGHT

3.1 Investigación, Desarrollo e Innovación

De acuerdo al Plan Nacional CONPES 3582, (Anexo 1) donde expone la política, y su interés en incrementar la ciencia, tecnología e innovación, como vía de desarrollo, a través de seis estrategias, a futuros empresarios, con este enfoque se desarrolla esta investigación y proyecto, tomando en cuenta los principales auges en el mercado tecnológico, como son las aplicaciones (APP).

Actualmente 8 de cada 10 colombianos maneja un celular con múltiples de ellas que facilitan de primera mano obtener información sobre productos, alimentos, vestuario, turismo, transportes, etc., y, basándonos en la reciente encuesta de TNC, donde sustenta el 72% de los hogares colombianos come fuera de la casa, siendo el almuerzo la comida más frecuente, la cena en un 47%, y el desayuno un 6%. Se considera esta aplicación informativa viable y sustentable como herramienta aliada a la hora de elegir lugares donde logren encontrar alimentos saludables el aplicativo será especializado en esta línea y ese es su componente innovador, además de impulsar cientos de restaurantes, mercados, agricultores que actualmente enfocan su emprendimiento en este segmento.

Se refleja un crecimiento en los negocios manejados a través de plataformas digitales tales como Rappy, Uber, Airbnb, Amazon, entre otros.

Igualmente se tiene en cuenta las preferencias de los colombianos, que pesa más a la hora de elegir un lugar donde comprar o comer siendo el precio el 50%, la calidad 45% y por último servicio e higiene. Un dato muy importante a la hora de estandarizar

la información en la aplicación ofreciendo estos filtros y así facilitando su uso y posicionamiento.

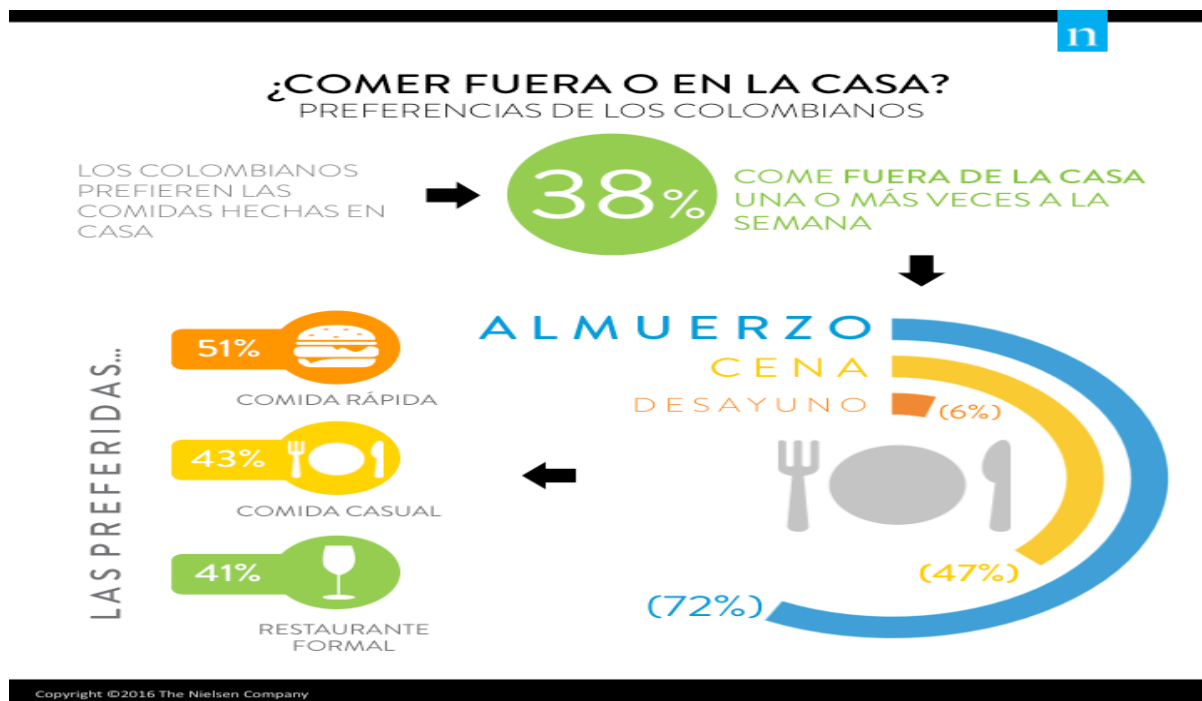


Ilustración 1. ¿Comer fuera o en la casa? (Insights, 2016)

3.2. Análisis Del Sector Económico

Este proyecto se enfoca con dos miradas en tres líneas como son.

3.2.1 Industria Tecnológica del Software y TI

El actual gobierno busca a través del Min Tic, Potenciar los negocios digitales, y la mayoría de hogares en Colombia se solventa a través de financiación bancaria a falta de ingresos, o recurren a negocios informales de subempleo que no impiden la cultura en el mercado de frecuentar restaurantes.

Las aplicaciones móviles tienen varias alternativas a la hora de generar rentabilidad, la más usada e inteligente es potenciar **Food – Veg'Light** a través de la venta de espacios publicitarios de restaurantes, mercados, pizzerías y demás y pagaran por el servicio publicitario, el celular- móvil es actualmente indispensable e interactuamos con las 24 horas por diferentes sistemas operativos, aplicaciones. Igualmente, el Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones cuenta con Apps.co que apoya esta clase de emprendimiento a través de Plan Vive

Digital, y realiza constantemente convocatorias que buscan potencializar este segmento (Reyes, Morales, García, & Vila, 2017).

Colombia ha tenido un desarrollo importante y fuerte respecto a ventas en servicios TI EN América Latina, existe un fuerte potencial de exportación de servicios especializados hacia otros países que lo requieren como España Estados Unidos, México, Costa Rica, Panamá, Chile Perú, en sectores de salud, sistemas financieros, turismo y hotelería, educación, según Procolombia. (PROGRAMA DE TRANSFORMACIÓN PRODUCTIVA / Software y Tecnologías de la Información – Presente y futuro del sector) (López & Ramos, 2009).

3.2.2 Industria de Alimentos- Agroindustriales

Actualmente en Colombia se trabaja en la baja producción de productos orgánicos frente a la demanda que trajo nuevos estilos de vida sana al país y que incrementan diariamente por comensales que buscan alimentos libres de fertilizantes, insecticidas químicos sintéticos para llevar una vida saludable y así mitigar los riesgos de adquirir enfermedades, según Portafolio, (2018) teniendo 55.000 hectáreas sembradas de productos libres de procesos químicos no cubre el 1% del total de siembras tradicionales.

Y que obedece según (LUIS Betancur, presidente de Fedeorgánicos, a la carencia de políticas que brinden impulso al mercado. Sin embargo, desde sus inicios Felipe Quintero de Gourmet Inc, distribuidora de productos orgánicos sostiene que desde el año 2014 a 2018 ha crecido en un 80% y son mayores los números de alimentos que cuentan con procesos naturales (Contexto Granadero & Fedeorgánicos, 2018) y (Portafolio, 2018).

Las cifras demuestran el crecimiento de personas que desean llevar una vida saludable, y la conciencia de bienestar que se vive en el momento y que tiende a incrementar, hoy en día los padres eligen alimentar a sus hijos sin productos que obtengan preservantes, colorantes o los cuidan de consumir grasas, harinas, bebidas gaseosas o con azúcares. Y eligen productos de producción agropecuaria basada en la homogenización, reguladas por la producción ecológica (Contexto Granadero & Fedeorgánicos, 2018).

3.2.3 Sector de Tercerización de Procesos comerciales

Igualmente es una tendencia actual el tercerizar procesos ayuda a enfocarse en el negocio, y las empresas han abierto las puertas a este servicio especialmente para pertenecer a sitios de internet especializados en las líneas de sus negocios, lo que permite se consolide por ofrecer la experiencia de expertos y aumentar su rentabilidad. En el sector de las telecomunicaciones las empresas que se desempeñan en otras regiones y tienen operaciones las 24 horas los 7 días de la semana como es el caso de los restaurantes en este proyecto y es lo que pretende Food VEG'LIGHT a futuro. Para ello algunas características se deben tener en cuenta como son. el alcance que buscan los establecimientos, Delimitación de clientes y suscribir únicamente a quienes operen de acuerdo a lo establecido legal, agricultor y verlos inicialmente no como proveedor si no como aliado del aplicativo móvil.

El entorno para el proyecto influye así:

						
Aplicativo Food Veg-Light	P	E	S	T	E	L
	Político	Económico	Socio cultural	Tecnológico	Ecológico	Legal
						
	Tributaciones para herramientas tecnologicas (APP)	Capacidad de compra de los clientes	Calidad de Productos y servicio	Capacidad de cubrimiento	Min ambiente Culturas Agrícolas	Decretos, resoluciones
	Tributaciones para alimentos Agro	Capacidad de producción agrícola orgánica	Tendencias -Modas	Publicidad	Políticas de erradicación	Acuerdos -Tratados
	Leyes Comerciales	Costos-beneficio	Voz a voz	Diseño	Clima	Normatividad
	Acuerdos-Tratados	Oferta -Demanda	Clientes razonables y ecologicos	Tecnologia	Progreso del campo	TIC

Tabla 1. PESTEL Food Veg'Light (Autoría Propia)

Político

- Tribuciones Aplicativos Móviles (APP)

Actualmente en Colombia solo un sector de aplicativos cumple con legislación tributaria como Uber, Netflix y Airbnb por disposición del Ministerios de Hacienda desde el año 2018 equivalente a 19% sobre facturación (IVA), Como estrategia de competencia leal. (La Republica, 2018) Sin embargo aplicativos buscadores de alimentos como Food Veg'Light aún no se han reglamentados, sin embargo estaríamos dispuestos a contribuir y reglamentarnos ante futuras disposiciones tributarias.

- **Tributaciones Alimentos Agro**

Implementación de la ley de financiación que busque gravar agricultores locales para próximos periodos, e impacte la comercialización de los mismos, Food Veg Light buscara acogerse a programas gubernamentales patrocinados por el ministerio y demás entidades que benefician el emprendimiento.

- **Leyes Comerciales**

Recientemente las tecnologías abrieron un llamado con el controvertido caso a usuarios Huawei, que podría impactar el uso de todos los aplicativos móviles sin embargo nos encontramos preparados para asumir cualquier cambio tecnológico que el aplicativo y su desarrollo presente.

- **Acuerdos -Tratados**

En temas tecnológicos Colombia busca estar a la vanguardia y se abren constantes capacitaciones y ayudas a emprendimientos que desarrollen sobre TIC'S.

- **Económico**

Capacidad de Compra de los clientes

Como se ha venido sustentando los establecimientos han venido acogiendo a tercerizar la comercialización y publicidad de los diferentes productos y servicios debido a las nuevas modalidades de compras virtuales y evitar desplazamientos desde su lugar de preferencia, factor que influye satisfactoriamente para el desarrollo de este proyecto Sociocultural

Calidad de Productos y Servicios

Si bien es cierto que como operadores del aplicativo no podemos interferir directamente con la calidad de los productos y servicios si se tomaran medidas

que permitan mitigar riesgos como filtrar los establecimientos antes de suscribirlos que se encuentren bajo normatividad vigente (Invima) y demás entidades de control.

Tendencias y Modas

Favorablemente en este momento los dos factores primordiales Aplicativos y Alimentos saludables se encuentran en auge y crecimiento favoreciendo el impulso del mismo, y lo favorecerá la voz a voz entre clientes ecológicamente razonables.

Tecnológico

Siendo el factor más importante cuenta el cubrimiento alcanzado, el diseño que sea practico y útil a la hora de buscar elegir y ser eficiente para las compras reservas calificaciones ubicaciones de los pys. y el alcance tecnológico para su posicionamiento y expansión en las principales ciudades del país.

Político

Ecológico

Es un instrumento que contribuye a mitigar la contaminación ambiental un aplicativo reduce la publicidad impresa, y el desplazamiento de los comensales a los establecimientos. En Colombia las empresas están obligadas a tener Sistemas de Políticas Ambientales y las comprometen a aportar con sus acciones a su entorno.

Legal

Decretos, resoluciones, acuerdos TIC, que puedan impactar directamente a la empresa para lo cual nos preparamos y buscamos cooperar ante toda nueva normatividad.

3.3. Análisis del mercado

En el país se desarrollan diversos tipos de aplicaciones (APP), entre ellas buscadores de información de lugares, en la que se ubica Food Veg'Light, tiene un potencial de crecimiento, pues para el año 2017 las aplicaciones en Colombia

crearon más de 71.000 puestos de trabajo por medio de aplicaciones, tanto de empleos específicos como empleos de auxiliares o apoyo (Dinero, 2017).

3.3.1 Descripción y Análisis del Producto – Cadena Productiva

Aunque la cadena productiva exacta para aplicaciones no se describe por ser una nueva tecnología tenemos los siguientes datos de su comportamiento.

Según el artículo de Alfonso:

“La implementación de tecnología en el campo colombiano es fundamental para su desarrollo. Según cifras del último Censo Nacional Agropecuario, realizado por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (Dane), 66,7% de las unidades de producción agropecuaria no utiliza ningún sistema de riego y 83,5% no recibe ningún tipo de asistencia técnica” (Alfonso, 2018).

“Pensando en esto, son varios los emprendedores colombianos que han desarrollado estrategias (a través del uso de smartphones, internet y mensajes de texto) para que el campo sea más productivo.

Desde la dirección de Transformación Digital del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC), se ha apoyado y fomentado el desarrollo de proyectos TI, como software y aplicaciones, encaminados a solucionar problemáticas propias del sector agro colombiano” (Alfonso, 2018).

A través del acompañamiento de iniciativas del Ministerio como Apps.co., se han desarrollado propuestas como Kanpo, una aplicación que brinda asistencia remota a los agricultores, estadísticas del progreso en finca y recomendaciones para mejorar la productividad, y otras como Agronegocios y Agroinsumos, dos plataformas desarrolladas en asocio con el Ministerio de Agricultura en las que se difunde todo tipo de información para desarrollar las líneas de negocio, los valores, estadística por sector y hasta actividad climática (Alfonso, 2018).

Según Héctor Fabio López, creador de Kanpo, recibir dudas e información de los agricultores les permite transformar los datos en indicadores, que son clave para el desempeño de las fincas (Alfonso, 2018). “Se empezó a usar en Caldas hace cuatro años, y ya estamos con cerca de 90 productores del Tambo y de Popayán, y en el norte del Cauca, aproximadamente 2.000 (pertenecientes a la asociación de productores)”

Así mismo, Alejandro Ruiz, gestor de Agronet, aseguró que los mensajes de texto son una herramienta importante, ya que quienes son usuarios de

Agronegocios, pueden recibir comunicaciones sobre clima, precios y tips técnicos, sobre el sector agrícola de su preferencia (Alfonso, 2018).

Todos los aspectos expuestos por Alfonso, (2018), determinan que la cadena productiva de las aplicaciones de teléfonos inteligentes, vienen demostrando un crecimiento positivo, debido a las facilidades y operatividad que genera para los negocios en tiempo real y a distancia, con lo que los usuarios de las apps tienen mayor proceso de interacción.

Software & TI				
Año	Cifras De Producción	Cifras De Empleos	Exportaciones	Importación
2012	4.200.000.000.000			N/A
2013	5.900.000.000.000	48.450	330.833	N/A
2014	8.980.000.000.000	60.122	306.117	N/A
2015	No registra inf. Actualizada para los tres últimos años	58.350	190.168	N/A

Tabla 2. Cifras de Software & TI (Autoría Propia)

Vemos el constante comportamiento de este sector tecnológico en crecimiento, y lo útiles que son a la sociedad pues contribuyen con información inmediata y entrelazar la comunicación el mercado entre proveedores y clientes e impulsar nuevos modelos de negocios, incluidas amas de casa que quieran publicar recetas saludables, secretos de cocina e información de alimentos sus propiedades, beneficios, y contribuir con la vida saludable.

Ciclo de Vida

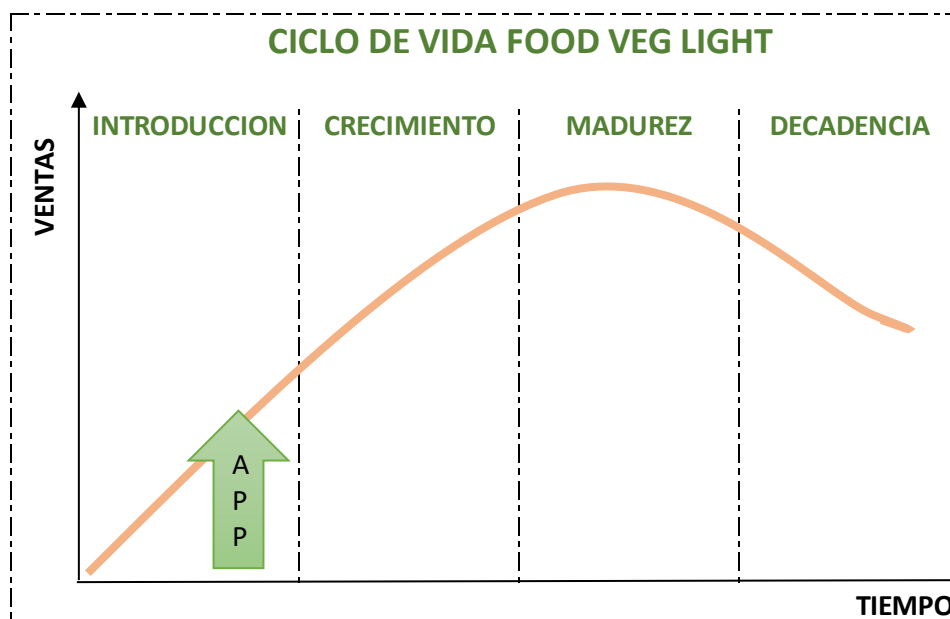


Ilustración 2. Ciclo de Vida App (Autoría Propia)

El aplicativo móvil actualmente se encuentra en crecimiento, gracias al auge de los servicios e información inmediata que ofrecen para la comercialización de PYS de alimentos saludables. Como Rappy, Uber eats entre otros.

3.3.2 Análisis de la Demanda – Consumidor o Cliente

El aplicativo FOOD VEG-LIGHT está dirigido a personas que desean alimentarse saludablemente; bajos en endulzantes, perseverantes, químicos y utilizan la tecnología para realizar sus gestiones de compras, reservas, y mantenerse informados de las nuevas tendencias en productos y servicios.

Características de futuros clientes

Personas con rutinas y estilos de vida saludables, que practican ejercicios o filosofías de creencias o practicas espirituales (Cuerpo y alma), buscan mitigar al máximo que sus acciones no hagan daño al medio ambiente, y renuncian a prácticas que involucren el maltrato animal o su entorno como tal. Mantienen círculos sociales con personas que practican deportes y prácticas en común.

Pacientes que sobrellevan enfermedades crónicas y se someten a cambios en su alimentación y estilos de vida. O Quienes por sus creencias o principios

mantienen restricciones y dietas en carnes, y sus derivados que seccionamos en 3 partes así:

1. Elección de Estilo de Vida:

Deportistas, personas fitness, modelos o quienes viven de su atractivo físico, Vegetarianos, veganos, ovos vegetarianos, lacto vegetarianos, apís vegetarianos, Flexitarianos, padres y madres que desean alimentar a sus hijos en dietas sanas, y demás.

2. Por restricciones médicas:

Quienes adquieren enfermedades y deben seguir dietas orgánicas o libres de endulzantes, sal, químicos, o perseverantes (Diabéticos, Hipertensos, Insuficiencia renal, Cáncer, Anorexia, Colón y demás).

3. Creencias o principios

Judíos - Comida Koucher, Testigos de Jehová, hindúes, prácticas de yoga Etc.

Criterios aplicados

Cubre una necesidad actual y en auge, es una herramienta que dinamizara el mercado de colombianos que requieren encontrar establecimientos donde puedan adquirir alimentación sana, y otro grupo que necesita proveer sus productos y servicios, las cifras demuestran el crecimiento de personas que desean llevar una vida saludable asciende en un 12% cada año y este grupo representa un 7% de la industria de alimentos y bebidas. (Dinero, 2018) Será un canal informativo y comercial entre consumidores y proveedores,

Será una plataforma de exhibición para todos los gustos en comida sana, estará dirigida para personas que siguen dietas responsables en general, El desarrollo del aplicativo está diseñado para ser práctico de usar, con diferentes secciones y con una base de datos importante que logrará abarcar los principales establecimientos de comercio enfocados en

comercializar productos y servicios en alimentación saludable en las principales ciudades del país tales como:

- Huertas
- Restaurantes
- Fruterías
- Pizzerías
- Cafés
- Granjas
- Homeópatas
- Cultivos Hidropónicos
- Agricultores
- Panaderías
- Apicultores
- Apicultores
- Piscicultores -Biofloc
- Tiendas agrícolas
- Fruvers orgánicos etc.

Acorde con la Cámara de Comercio de Bogotá, (2019)

El proyecto "Cluster de Software y TI de Bogotá, líder en realidad virtual y realidad aumentada" fue ganador de la convocatoria de Impulsa, Reto Cluster 2.0, desarrollado en convenio con TecNALIA Colombia.

A través de él se generaron capacidades técnicas, transformación en el modelo de negocio y estrategias de comercialización del portafolio fortalecido con la incursión de estas tecnologías a 10 empresas beneficiarias directas del proyecto. Además, 40 profesionales desarrolladores de tecnología, vinculados a empresas del Clúster de Software y TI de Bogotá, fueron capacitados en el desarrollo y uso de las tecnologías y dispositivos relacionados con realidad virtual y aumentada (Cámara de Comercio de Bogotá, 2019, Párr.1,2).

Para este análisis debemos tomar como referencia dos líneas de mercado, el principal es el uso de dispositivos móviles y aplicaciones que ejercen en las principales ciudades de Colombia, que actualmente toman fuerza y se han convertido en una necesidad informativa para todos los niveles socioeconómicos, y que demuestra que son revisados más de 80

veces al día, y como lo demuestra la gráfica el uso de aplicaciones durante el año 2017 se realizaron transacciones por 81 mil millones de dólares en apps.

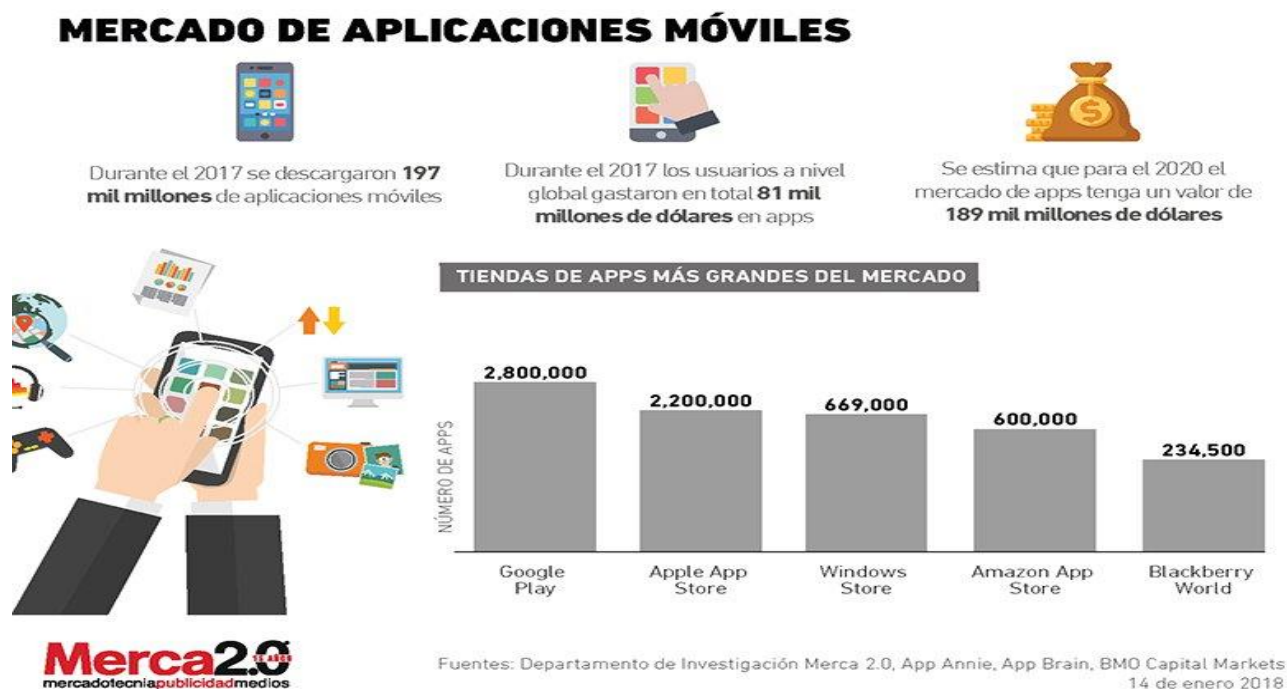


Ilustración 3. Mercado de Aplicaciones Móviles (Petovel, 2019)

El segundo análisis se dirige hacia el mercado de consumidores de alimentos saludables, las nuevas tendencias de alimentación orgánica, productos sin químicos, bebidas naturales, grupos fitness que relativamente tomaron presencia hace poco tiempo en el país, y se ha convertido en una cultura y una forma vida que involucra el tema de la alimentación responsable y el cuerpo como templo de respeto y armonía. Entre otras culturas que aportan el mismo mensaje e impulsan el consumo responsable, medio ambiente, responsabilidad social, y los recursos naturales y se evidencia en los constantes cambios de productores de PYS de esta línea de mercado que especifican su origen y tratamiento en las especificaciones.

Y la fuerte presencia de los aplicativos en las compras como el caso de Rappy que cuenta actualmente con más de 13 millones de usuarios y se

expandió en 27 ciudades en 27 ciudades del subcontinente que permite evidenciar la fuerte demanda. (Revista Semana, 2018)

3.3.3 Segmentación Objetiva del proyecto

- Segmentación Demográfica

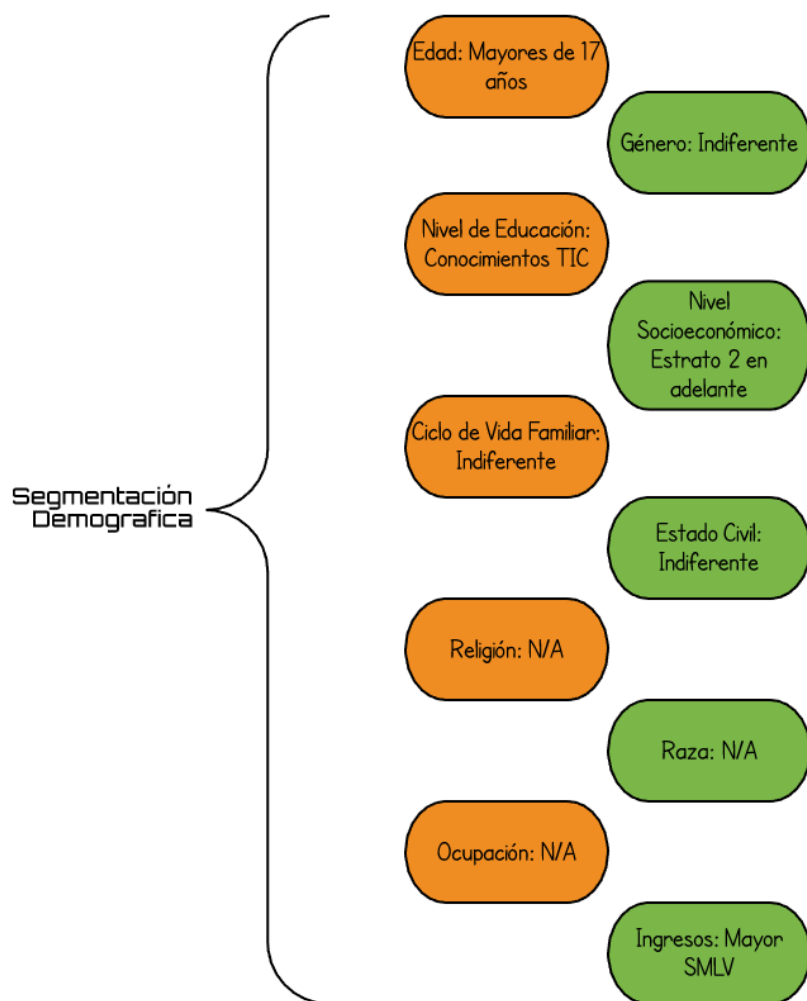


Ilustración 4. Segmentación Demográfica. (Autoría Propia)

La imagen describe las diferentes características más relevantes de la población objetivo (Consumidor final) que realizará la descarga del aplicativo.

La población puede ser de cualquier edad genero nivel educativo, socioeconómico, Estado civil, Raza, ocupación etc. Puesto que desde los inicios de vida de un ser humano estos hábitos pueden influir los padres desde la gestación, quienes están decidiendo tomar nuevos hábitos para sus hijos, en

cualquier edad pueden presentar conciencia ambiental, y es indiferente el dividirlo en un mercado o grupo homogéneo pues los jóvenes influyen igualmente en las decisiones y practicidad de compras en sus casas.

Tamaño del Mercado

- Segmentación Psicográfica

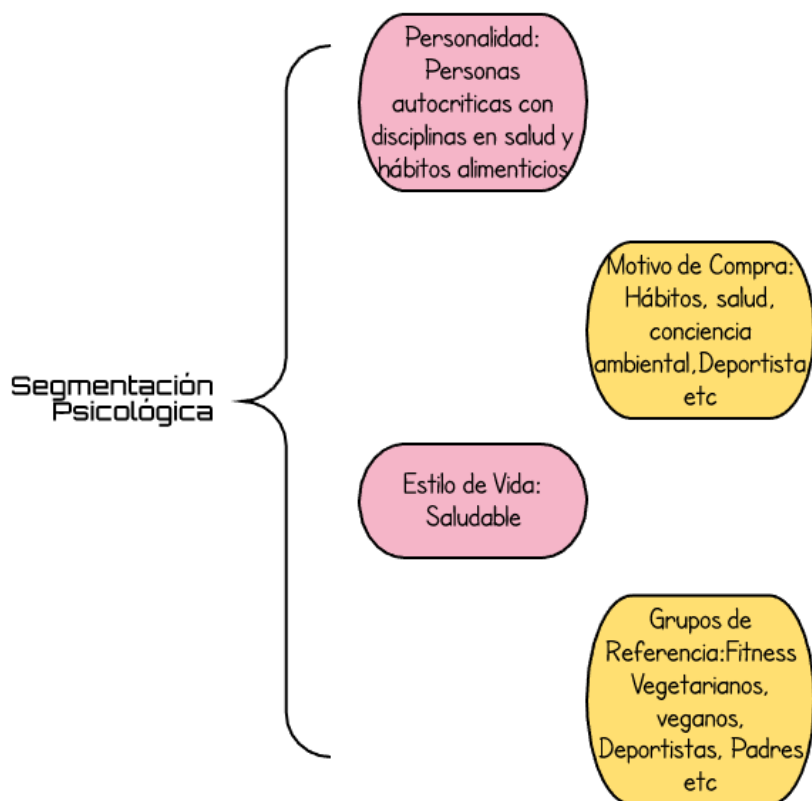


Ilustración 5. Segmentación Psicológica (Autoría Propia)

Tamaño del Mercado, Participación en el mercado, Demanda Potencial

Para este punto se identificará inicialmente el perfil del usuario final del aplicativo la Segmentación final Objetiva a través del mapa de empatía.

Mapa de Empatía

MAPA DE EMPATÍA		
PIENSA	¿Qué?	DICE
Autocuidado Salud-Orgánico Amable con el medio ambiente, los animales, Contra Industrialización-Fracking Bienestar salud actual y futuro Se preocupa no seguir su dieta cuándo sale a comer Ojalá fuese fácil conseguir menú vegetariano No tengo mucho tiempo Tecnología		Respeto consigo misma y su entorno Conciencia Respeto Recomienda restaurantes saludables Cuida su aspecto Hábitos saludables Quiero comida sin procesos químicos
SIENTE		HACE
Responsabilidad propia y con su entorno No químicos Rechazo dulces y sus derivados Compromiso Social Saludable Temor por adquirir enfermedades Deseo de inspirar		Hábitos sanos Vida saludable Conciencia ambientalista Ejercicio Mantiene su forma física Rutinas y disciplinas compra productos saludables Utiliza Tecnología para adquirir información y relacionarse con sus amigos
OYE	CLIENTES	VE
Bienestar Autocuidado Salud Personas con queja de peso o sobrepeso Grupos de personas con sugerencias de restaurantes PYS Enfermedades Personas que no son responsables con su autocuidado	Personas con dietas bajas en calorías, endulzantes químicos y procesos industriales que utilizan herramientas tecnológicas para adquirir PYS. De las principales ciudades de	Características de Alimentos que consume Procesos Origen- Consecuencias Su entorno y se involucra con personas con el mismo estilo de vida Lugares de PYS saludables Productos tecnológicos actuales

Ilustración 6. Mapa de Empatía (Autoría Propia)

- Segmentación Industrial

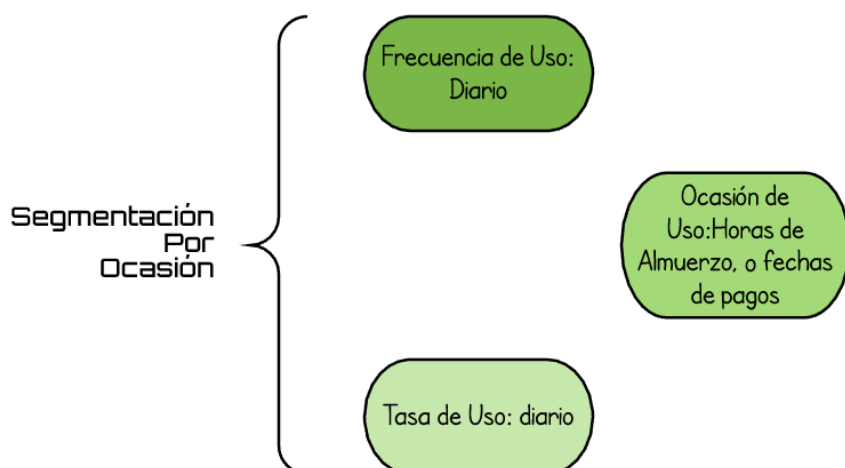


Ilustración 7. Segmentación Por Ocasión (Autoría Propia)

Uso Final del Aplicativo

Corresponde a la cadena productiva Software & TI, línea buscadora de productos para el caso del proyecto establecimientos de comercio de alimentos especializados en saludables.

Tamaño del mercado

El tamaño de este mercado es bastante significativo, como se viene exponiendo anteriormente, en Colombia 7 de cada 10 colombianos consumen productos saludables (Nielsen, 2018) ya sea por bajar de peso, seguir dietas, y los demás conceptos que se relacionaron en el análisis inicial. En solo la ciudad de Bogotá existen 3.500 establecimientos especializados en PyS saludables, lo que permite visionar el gran tamaño de mercado al que nos enfrentamos.

A continuación, se visualizará el mercado potencial que aspira el aplicativo Food Veg Light, en la capital del país tanto a los establecimientos aliados como a los usuarios finales que realizarían las descargas del mismo.

	A	B	C	D	E	F	G	H
Producto	Población	% Aceptación	Mercado Potencial	Consumo Medio	# Competidores	Demanda Potencial	Ventas Anuales	% Participación en el mercado
APP Food Veg Light	8'380.801 (Bogotá primera ciudad lanzamiento)	80%	6.704.	12	5 Indirectos	16089	1448010000	9%

Tabla 3. Tamaño del Mercado (Autoría Propia)

Este análisis supone el total de posibles usuarios de acuerdo a la demanda actual pretendiendo alcanzar un promedio del 10 al 12 % del mercado potencial.

3.4 Análisis de la oferta y de la competencia

3.4.1 Análisis de los precios, Clientes, Competencia y Costos

Clientes

La naturaleza del aplicativo maneja clientes con hábitos constantes, nuestro cliente directo serán los establecimientos quienes están dispuestos a tercerizar el proceso de comercialización y publicidad de los PYS ante las diferentes plataformas actuales y estar a la vanguardia, por otro lado clientes indirectos quienes descargan el aplicativo y actúan directamente con el servicio y buscan

practicidad así que el precio se mantendrá nivelado por tratarse de una mecánica básica como lo es su alimentación y no está dado a temporadas específicas.

Los precios establecidos por servicio son los siguientes, que se han establecido teniendo en cuenta factores internos del proyecto.

Los valores de venta fueron fijados de acuerdo al estudio de mercado que nos indica las plataformas actuales los valores que cobran por cada servicio, Suscripción y publicidad que además se fija por un contrato a un año como mínimo. Como lo hacen actualmente Uber Eats, Domicilios.com y Rappy. (Uber Eats, 2019)

COSTOS VARIABLES UNITARIOS

NOMBRE DEL PRODUCTO

PRECIO DE VENTA UNITARIO

UNIDAD DE COSTEO

NOMBRE DEL PRODUCTO

PRECIO DE VENTA UNITARIO

UNIDAD DE COSTEO

NOMBRE DEL PRODUCTO

PRECIO DE VENTA UNITARIO

UNIDAD DE COSTEO

Suscripción
\$ 90.000,00
Cliente proveedor
Publicidad
\$ 95.000,00
Cliente transformador y expendedor
Combo Inscripción y publicidad
\$ 102.000,00
Cientes expendedor

Tabla 4. Presupuesto de e Ventas (Autoría Propia)

Competencia

Actualmente las aplicaciones móviles tienen opciones cobro por comisión de ventas o publicidad por un porcentaje, en descargas a los dispositivos o publicidad elaborada. La publicidad impresa es costosa y poco amable con el medio ambiente. Inicialmente se busca posicionar Food VEG-LIGHT para ofrecer nuevas alternativas de posicionamiento de establecimientos proveedores y a través de la credibilidad sea vendido por calidad, efectividad en ventas, y porcentajes de las mismas, la competencia será indirecta no existe en Colombia un aplicativo especializado en esta línea.

Como se ha expuesto no existe actualmente un buscador especializado en alimentos saludables sin embargo encontramos como competencia indirecta los siguientes buscadores de este servicio.

Principales participantes y competidores potenciales.

- ✓ TripAdvisor
- ✓ Hazteveg
- ✓ Atrapalo.com
- ✓ Uber eats
- ✓ Rappy

Es tanto el crecimiento de esta tendencia que la plataforma de domicilios, Uber Eats, declaró 2019 como el año del veganismo. Esto se debe al creciente número de restaurantes que añaden opciones vegetarianas y veganas a su menú y usuarios que buscan estas alternativas (Vargas Vega, 2019).

Pero el concepto del segmento de mercado debe también orientarse según el argumento de

“Todos los días crece el número de personas que desplaza la carne de su plato, esta es una oportunidad de mercado que ya vio la industria de la comida y los restaurantes. La plataforma Rappy, tiene alrededor de 480 restaurantes en Bogotá en la categoría saludable, de los cuales algunos son completamente vegetarianos y los demás ofrecen una alternativa de este tipo. Ahora es más fácil encontrar una opción vegetariana o vegana en las principales ciudades del país. LR le comparte 10 restaurantes vegetarianos ubicados en Bogotá, Barranquilla, Medellín, Cali y Cartagena, donde podrá encontrar un menú variado, saludable y que se acomoda al bolsillo de todos” Vargas (2019)

Se pueden cautivar todos estos restaurantes dando una oferta de valor, dado algunos de los aspectos de promoción y distribución que está generando no conformidad de Rappy como actual competencia, por cuanto muchas veces sus beneficios ofertados en la App, terminan generando problemas en proveedor y consumidor, toda vez, que los bonos promocionales de descuentos, están supeditados a compras superiores a lo que se desea en determinado momento.

Productos sustitutos

Actualmente las empresas recurren al marketing tradicional, a páginas de internet donde promocionan sus establecimientos de manera específica, o publicidad impresa que con el tiempo quedará obsoleta. Aunque actualmente empresas recurren a esta estrategia la tecnología nos demuestra que las personas se encuentran de frente con un dispositivo móvil donde será más visible su negocio y no en un cartel.

NOMBRE EMPRESA	PRODUCTO - SERVICIO QUE ELABORA O COMERCIALIZA	TECNOLOGIA	PRECIOS	VALOR AGREGADO	DEBILIDADES
Rappy	<u>Plataforma de comercialización PYS. (Diferentes líneas)</u>	<u>Android - Apple</u>	<u>Inscripción \$95.000 Mensuales</u>	<u>Logística</u>	<u>Problemas por resolver con las condiciones a sus empleados. Que trae inconformidad y logra afectar su imagen. Igualmente, su logística aún en desarrollo.</u>
Uber Eats	<u>Entrega de Alimentos "Domicilios"</u>	<u>Android - Apple</u>	<u>Inscripción \$120.000 Mensuales</u>	<u>Reconocimiento</u>	<u>Precios Altos.</u>

Tabla 5. Productos Sustitutos (Autoría Propia)

Costos

Los costos planteados nos permiten medir un cobro aproximado por suscripción de establecimiento aproximado y similar al que manejan los buscadores actuales, que se reflejan en la parte financiera de esta investigación.

3.5 Investigación de Mercados

De acuerdo a la identificación de la segmentación objetiva, se procede a implementar una herramienta que permita verificar la viabilidad del desarrollo del aplicativo, para lo cual se implementa una encuesta cerrada a 10 personas con el perfil identificado así:

CRITERIO	SEGMENTO
Edad	Mayores de 17 años
Género	Indiferente

Nivel de Educación	Conocimientos TIC
Nivel de Socioeconómico	Estrato 2 en adelante
Ciclo de Vida Familiar	Indiferente
Estado Civil	Indiferente
Religión	Indiferente

Tabla 6. Segmentación. (Autoría Propia)

Herramienta

1- Encuesta Cerrada

N. ENCUESTAS		1		2		3		4		5		6		7		8		9		10	
N.	PREGUNTA	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1	¿Sigue algún tipo de dieta?	X			X	X			X	X			X	X		X			X	X	
2	¿Utilizaría un app para adquirir productos o servicios de alimentos saludables?	X		X		X		X		X		X			X	X		X			X
3	¿Considera que se alimenta de manera saludable?	X		X		X		X		X		X		X	X	X		X		X	
4	¿Conoce restaurantes especializados en comida saludable en su ciudad?	X			X		X		X		X		X	X	X	X			X	X	
5	¿Consume carnes ?		X	X			X	X			X		X	X	X			X	X		X
6	¿Consume legumbres?	X		X		X		X		X		X		X		X		X		X	
7	¿Come snacks durante el día?	X		X		X		X			X	X		X	X	X			X	X	
8	¿Consume productos organicos?		X		X	X			X	X		X		X	X			X	X		X
9	¿Apoyaría comprando productos a comerciantes agricultores directos certificados?	X		X		X		X		X		X		X	X	X		X		X	
10	¿Le interesaría pertenecer a una red informativa sobre productos naturales de su ciudad?	X		X		X		X		X			X		X	X	X	X			X

N.	ENCUESTA	SI	NO
1	¿Sigue algún tipo de dieta?	6	4
2	¿Utilizaría un app para adquirir productos o servicios de alimentos saludables?	8	2
3	¿Considera que se alimenta de manera saludable?	10	0
4	¿Conoce restaurantes especializados en comida saludable en su ciudad?	4	6
5	¿Consume carnes ?	5	5
6	¿Consume legumbres?	10	0
7	¿Come snacks durante el día?	8	2
8	¿Consume productos organicos?	6	4
9	¿Apoyaría comprando productos a comerciantes agricultores directos certificados?	10	0
10	¿Le interesaría pertenecer a una red informativa sobre productos naturales de su ciudad?	7	3

Tabla 7. Encuesta cerrada (Autoría Propia)



Ilustración 8. Pregunta 1 (Autoría Propia)

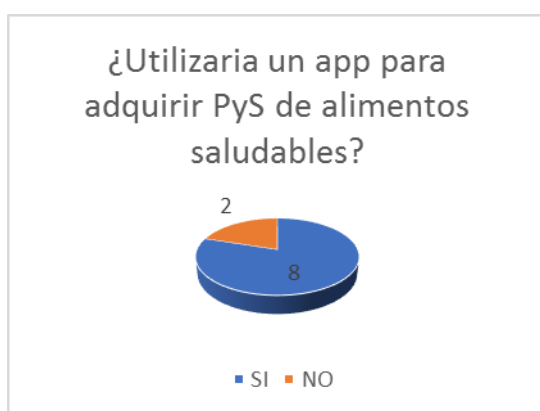


Ilustración 9. Pregunta 2 (Autoría Propia)

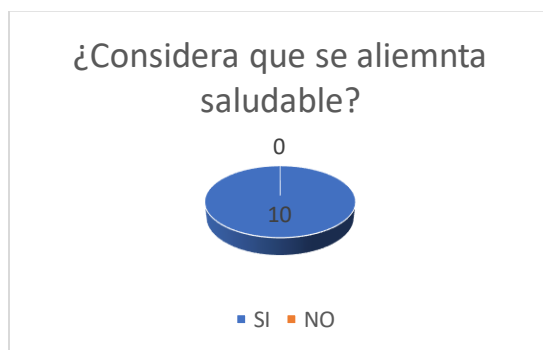


Ilustración 10. Pregunta 3 (Autoría Propia)

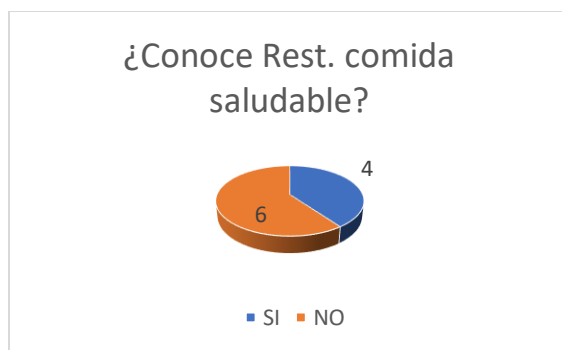


Ilustración 11. Pregunta 4 (Autoría Propia)

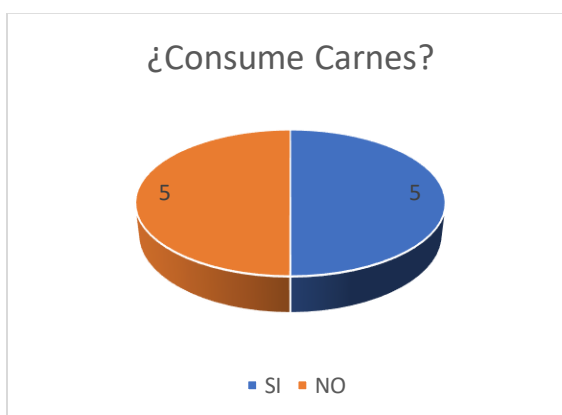


Ilustración 12. Pregunta 5 (Autoría Propia)



Ilustración 13. Pregunta 6 (Autoría Propia)



Ilustración 14. Pregunta 7 (Autoría Propia)



Ilustración 15. Pregunta 8 (Autoría Propia)



Ilustración 16. Pregunta 9 (Autoría Propia)



Ilustración 17. Pregunta 10 (Autoría Propia)

La entrevista obtenida de un muestreo de 10 personas, revela las preferencias actuales de las personas al momento de elegir sus dietas y en un 60% por ciento siguen dietas, 80% utilizan herramientas tecnológicas para adquirir P y S, 100% considera se alimentan de manera saludable, solo el 40% tiene conocimiento de establecimientos especializados en alimentos y menús sanos, EL 50% consume carne y 100% verduras y legumbres, el 80% come entre comidas, el 60% productos orgánicos, el 100% desea apoyar la agroindustria sana en el país, y se interesan por obtener información sobre P y S naturales. Confirmando la viabilidad del aplicativo y funcionaria su interacción proveedores clientes.

Población Muestra

Como se expone en el análisis de la oferta y demanda Cada vez es mayor el número de establecimientos que se acogen a nuevas plataformas que terminan el proceso de comercialización, Rappy cuenta con alrededor 480 establecimientos y Uber Eats más de 800 restaurantes. (Personales, s.f.)

3.5.1. Proyecciones De Venta

Partiendo del total de establecimientos especializados en comida saludable registrados en la cámara de comercio (3500), Solo en Bogotá, ciudad donde se proyecta iniciar la vinculación, y se busca abarcar entre un 10 y 12% del mercado y se tiene en cuenta los valores actuales de plataformas de similitud actividad como Uber eats, (Uber Eats, 2019) se permite realizar la proyección así:

PROYECCIÓN DE VENTAS EN UNIDADES EN LOS PRÓXIMOS 5 AÑOS						
Producto	2018	2019	2020	2021	2022	2023
inscripción	1800	1858	1924	1990	2058	2128
Publicidad	498	514	532	551	569	589
I y publicidad	372	384	398	411	425	440
PRECIO DE VENTA UNITARIO PROYECTADO						
Producto	2018	2019	2020	2021	2022	2023
inscripción	\$ 90.000	\$ 93.510	\$ 96.923	\$ 100.170	\$ 103.175	\$ 106.270
Publicidad	\$ 95.000	\$ 98.705	\$ 102.308	\$ 105.735	\$ 108.907	\$ 112.174
I y publicidad	\$ 102.000	\$ 105.978	\$ 109.846	\$ 113.526	\$ 116.932	\$ 120.440
VENTAS TOTALES POR AÑO						
Producto	2018	2019	2020	2021	2022	2023
inscripción	\$ 162.000.000	\$ 173.704.176	\$ 186.525.976	\$ 199.328.933	\$ 212.289.300	\$ 226.092.350
Publicidad	\$ 47.310.000	\$ 50.728.053	\$ 54.472.493	\$ 58.211.431	\$ 61.996.338	\$ 66.027.340
I y publicidad	\$ 37.944.000	\$ 40.685.378	\$ 43.688.529	\$ 46.687.266	\$ 49.722.872	\$ 52.955.853

Tabla 8. Ventas (Autoría Propia)

Este proyecto contará con 3 líneas De Ventas.

Suscripción

Aplica para los establecimientos que quieran registrarse y que tendrán un espacio donde los clientes interactúan obteniendo toda la información de sus productos y podrán realizar reservas, ventas en línea, solicitar domicilios, calificar los productos y servicios etc.

Publicidad.

Por Dispositivo. Algunos dispositivos como I-phone cuentan con restricciones de operadores que mitigan la publicidad, y tienen un costo adicional para acceder a su sistema informático.

Combo Inscripción y Publicidad

Quienes quieran promocionar sus productos en horarios específicos como es el caso de los restaurantes que pueden solicitar sean de mayor frecuencia en horas pico 11-12- 6-7 pm.

Combo suscripción y publicidad. En el caso de las empresas que quieran tomar las dos opciones publicidad y suscripción del negocio.

La proyección de ventas se encuentra anexa en el análisis financiero.

4. Estudio Técnico/Operacional

El aplicativo móvil Food Veg-Light será de categoría servicios-Marketplace, que busca interactuar con futuros clientes de alimentos saludables online y recibirá sus productos o servicios desde la comodidad de su casa para el caso de compras, igualmente si desea conocer variedad de restaurantes, cafeterías y demás podrá encontrar los establecimientos unificados reservar, calificar, conocer su ubicación, menú. etc., Para acercarnos a la proyección de ventas encontramos información secundaria de la competencia no directa.



Ilustración 18. Servicios que ofrecen las apps (La Republica, 2017)

Para este aplicativo la descripción es netamente tecnológica por su naturaleza y de acuerdo con la investigación se busca calidad en cubrimiento, costo,

funcionalidad. Fluidez, usabilidad y velocidad. Esta ficha técnica se realiza de acuerdo con lo asesorado a la fecha por el desarrollador y estará sujeta a la disponibilidad tecnológica del país.

4.1. Ficha Técnica

FICHA TECNICA	
	
PRODUCTO	APLICATIVO PARA DISPOSITIVOS MOVILES
CATEGORIA	SERVICIO
NOMBRE SERVICIO	Aplicativo dinamizador especializado en alimentación saludable
CLIENTES	Directos: Establecimientos de PYS de alimentos saludables Indirectos: Consumidores de PYS de alimentos saludables
CANAL O HERRAMIENTA	Software de Aplicativos para dispositivos móviles APP
PROCESO	Dinamizar la comercialización entre clientes y
TIEMPO DE IMPLEMENTACION	1 año (12 meses)
RESPONSABLE	Administradora Especializada Mónica Garzón Esguerra
DESCRIPCION	Desarrollo de un aplicativo móvil dirigido a personas que desean alimentarse saludablemente; bajos en endulzantes, perseverantes, químicos y utilizan la tecnología para realizar sus gestiones de compras, reservas en diferentes establecimientos, y mantenerse informados de las nuevas tendencias en productos y servicios.

Tabla 9. Ficha Técnica (Autoría Propia)

4.2 Análisis de Procesos de Producción

El diagrama refleja los procesos para su elaboración.

DESARROLLO DE APP – FOOD VEG LIGHT							
Recursos Humanos	Tiempo En Días	Operación	Transporte	Inspección	Retraso O Espera	Almacenamiento	Actual Proceso Descripción
Desarrollador APP y Administrador	35 días						Levantamiento de información y análisis de requerimientos
Desarrollador de APP	27 días						Diseño del software y proyección de nuevos requerimientos
Desarrollador de APP	30 días						Fase de desarrollo del aplicativo y código fuente
Desarrollador de APP	20 días						Fase Pruebas del código fuente
Desarrollador de APP	33 días						Implementación y lanzamiento de la app para gestores de descarga
Desarrollador APP y Administrador	20 días						Evaluación y verificación
FIN							

Tabla 10. Procesos de Producción (Autoría Propia)

FASE 1. Levantamiento de Información y análisis de requerimientos

Se debe verificar la información suministrada por las diferentes áreas Gerencial-Comercial.

1. Recopilación de datos y definición de indicadores: Que permitan involucrar los recursos a utilizar, tareas, objetivos, responsables y fijar fechas establecidas.
2. Selección de Información de mayor relevancia
3. Fijación de Objetivos del Aplicativo
4. Investigación presunta demanda del aplicativo
5. Resultados

FASE 2. DISEÑO

1. Socialización y retroalimentación con áreas de interés
2. Identificación de requerimientos
3. Diseño de algoritmo e interface gráfica del aplicativo
4. Jerarquización secciones del Aplicativo, (Por diferentes opciones de búsquedas)

FASE 3. Fase de desarrollo del aplicativo y código fuente

1. Registro en Plataformas App Store y Android
2. Desarrollo código fuente de lenguaje
3. Desarrollo (Wireframe, Storyboard, Test verificación)

FASE 4. Fase Pruebas del código fuente

1. Pruebas y mejoras
2. Entrega de Resultados

FASE 5. Implementación y lanzamiento de la app para gestores de descarga

1. Retroalimentación y análisis de resultados Administrador del proyecto
2. Valoración de la implementación APP FOOD VEG LIGHT
3. Rectificación de indicadores
4. FIN Desarrollo APP
5. FIN

Diagrama de Proceso de Comercialización

Proceso de Comercialización – Aplicativo Food Veg Light							
Recursos Humanos	Tiempo En Días	Operación	Transporte	Inspección	Retraso O Espera	Almacenamiento	Actual Proceso Descripción
Administrativo	8 días						Base de datos – Clientes potenciales
Asesor	90 días						Visita a clientes potenciales-Sectorizado
Asesor	3 días c/u						Concretar acuerdo comercial y firma de contrato
Ingeniero	5 días						Ingresa información del App del establecimiento
Asesor	1 día						Visita cliente presentando información del acuerdo al contrato y realizar acompañamiento constante -Facturación
FIN							

Tabla 11. Proceso de Comercialización (Autoría Propia)

1. FASE 1. Base de datos – Clientes potenciales: Administrador de proyecto consolida base de datos obtenidos en el estudio de mercado.
2. FASE 2. Visita a clientes potenciales- Sectorizado: El asesor de ventas realiza la gestión de captación de clientes ofreciendo las líneas de venta del aplicativo – Publicidad-Inscripción y Combo Publicidad e inscripción.
3. FASE 3. Concretar acuerdo comercial y firma de contrato: El Asesor comercial concreta la compra la cual se formaliza mediante un contrato legal que estipula Obligaciones y derechos de las dos partes.
4. FASE 4. Ingresa información App del establecimiento: El Administrador autoriza al Ingeniero de desarrollo a ingresar al aplicativo el establecimiento P/S
5. FASE 5. Visita cliente presentando información del acuerdo al contrato y realizar acompañamiento constante: El asesor se presenta ante el cliente dando a conocer su presentación en el aplicativo, el cliente aprueba y se procede a la facturación, ofrece acompañamiento constante ante sus requerimientos.

4.3. Plan de Producción

Por tratarse del desarrollo de un Aplicativo móvil, su producción se realiza una única vez tendrá acceso a dispositivos Android y IOS y su función será la inscripción de comercios P/S de alimentos saludables que permitirá a quienes la descarguen conocer su ubicación, realizar compras, reservas, calificación y demás servicios que el aplicativo adquirirá, para lo cual se utilizará un servidor de amplia capacidad.

4.4. Plan de Compras

Materia Prima e Insumos N/A, Dado a la naturaleza del Aplicativo no requiere insumos ni materia prima sin embargo se proyecta los elementos requeridos para la puesta en marcha con proyección anual.

ITEM	DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR
Maquinaria y Equipo	Equipos de Computo	2	\$ 11.500.000
	Muebles "Escritorios"	2	\$ 650.000
	Silla Ergonomica	2	\$ 360.000
Elementos de Papeleria	Insumos de Oficina (Papeleria	Varios	\$ 150.000
	Volantes y Brouchure -Publicidad impresa	500	\$ 200.000
Intangibles	Servidor (Mensualidad-arriendo)	N/A	\$ 2.600.000
	Software	N/A	\$ 9.000.000
TOTAL			\$ 24.460.000

Tabla 12. Plan de Producción (Autoría propia)

4.5 Análisis de Costos

COSTOS	MES 1	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 3	AÑO 4
MANO DE OBRA	\$ 1.617.032	\$ 19.404.384	\$ 20.161.155	\$ 20.897.037	\$ 21.597.088	\$ 22.245.001
ARRIENDO	\$ 850.000	\$ 10.200.000	\$ 13.668.000	\$ 18.315.120	\$ 24.542.261	\$ 32.886.629
SERVICIOS PUBLICOS	\$ 250.000	\$ 3.000.000	\$ 3.504.000	\$ 4.092.672	\$ 4.780.241	\$ 5.583.321
DEPRECIACION (MAQUINARIA Y EQUIPO)	\$ 2.226.116	\$ 26.713.392	\$ 26.713.392	\$ 26.713.392	\$ 26.713.392	\$ 26.713.392
MANTENIMIENTO	\$ 100.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
ARRIENDO SERVIDOR Y SOFTWARE	\$ 8.164.388	\$ 97.972.656	\$ 97.972.656	\$ 97.972.656	\$ 97.972.656	\$ 97.972.656
SUBTOTAL COSTOS	\$ 13.207.536	\$ 158.490.432	\$ 163.219.203	\$ 169.190.877	\$ 176.805.638	\$ 186.600.999
GERENTE	\$ 2.377.032	\$ 28.524.384	\$ 28.524.384	\$ 28.524.384	\$ 28.524.384	\$ 28.524.384
ASESORIA CONTABLE	\$ 500.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000
ASEO (normas S.)	\$ 93.100	\$ 1.117.200	\$ 1.117.200	\$ 1.117.200	\$ 1.117.200	\$ 1.117.200
PAPELERIA	\$ 61.700	\$ 740.400	\$ 740.400	\$ 740.400	\$ 740.400	\$ 740.400
DOTACION PERSONAL	\$ 93.600	\$ 1.123.200	\$ 1.123.200	\$ 1.123.200	\$ 1.123.200	\$ 1.123.200
SUBTOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 3.125.432	\$ 37.505.184	\$ 37.505.184	\$ 37.505.184	\$ 37.505.184	\$ 37.505.184
SUELDO ASESORES	\$ 1.617.032	\$ 19.404.384	\$ 19.404.384	\$ 19.404.384	\$ 19.404.384	\$ 19.404.384
PUBLICIDAD	\$ 50.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000
SUBTOTAL GASTOS VENTAS	\$ 1.667.032	\$ 20.004.384	\$ 20.004.384	\$ 20.004.384	\$ 20.004.384	\$ 20.004.384
TOTAL COSTOS FIJOS Y GASTOS FIJOS	\$ 18.000.000	\$ 180.000.000	\$ 187.020.000	\$ 193.846.230	\$ 200.340.079	\$ 206.350.281
TOTAL COSTOS FIJOS Y GASTOS FIJOS	\$ 18.000.000	\$ 180.000.000	\$ 187.020.000	\$ 193.846.230	\$ 200.340.079	\$ 206.350.281

Tabla 13. Análisis de Costos (Autoría Propia)

4.6. Análisis de la infraestructura

Equipo 1 – Dell OptiPlex 5260 Todo en Uno



Ilustración 19. Equipo 1 (Falabella, s.f.)

Procesador: Intel® Core™ i5-8500 (6 Cores/9MB/6T/up to 4.1GHz/65W); compatible Windows 10/Linux

Sistema Operativo: Windows 10 Pro, 64 bits,

Tarjeta de Video: Gráficos Integrados Intel

Memoria: DDRA sin ECC de 4 GB (1X4 GB) 2666 MHz

Disco duro: 500GB 2.5inch Serial ATA (7,200 RPM) Disco Duro, Dell OptiPlex

Software de Productividad: Microsoft

Garantía: 3 años de servicio de hardware

Equipo 2 – MacBook Pro



Ilustración 20. Equipo 2 (Falabella, s.f.)

Procesador: Intel Core

Modelo Tarjeta de Video: Intel UHD Graphics 617

Tamaño de la Pantalla 13.3 Pulgadas

Disco duro: 128 GB Estado sólido

Carga Hasta 13 horas

Escritorios

Tipo de Estación de Trabajo en modelo L. Con gaveta de archivo.



Ilustración 21. Escritorio (Homecenter, s.f.)

Sillas Ergonómicas



Ilustración 22. Silla (Homecenter, s.f.)

5. Estudio Organizacional y Legal

5.1 Estructura Organizacional

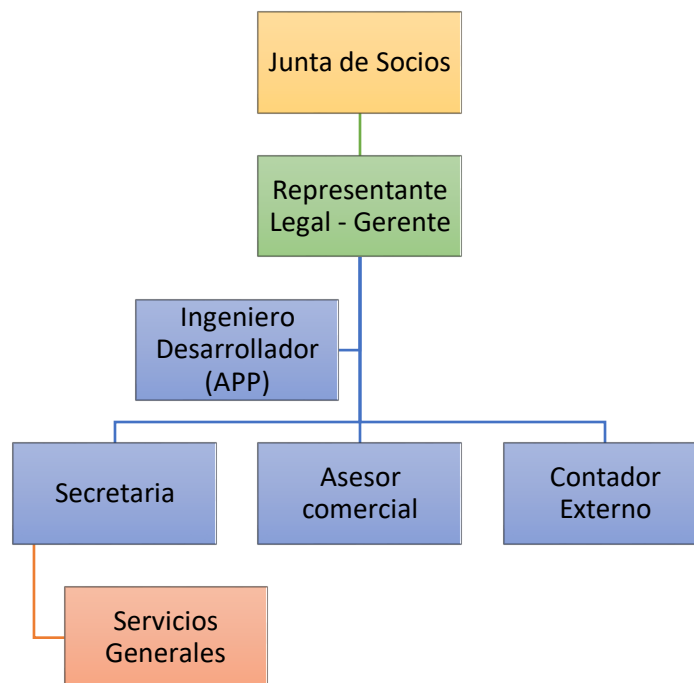


Ilustración 23. Estructura Organizacional (Autoría Propia)

5.2. Análisis de Cargos

Administrador del Proyecto – Gerente

	
Perfil	
Administrador de Empresas	
Gerente de Proyecto	
RESPONSABILIDAD GENERAL	
Planear, implementar y coordinar políticas, estrategias, relaciones públicas,	
ACTIVIDADES FUNDAMENTALES	
* Planificar, organizar, integrar, dirigir y controlar las actividades de la Empresa, con el fin de cumplir los objetivos preestablecidos.	
Conocimiento	*Técnicas de Negociación *Administración del Personal *Planeación Estratégica * Análisis Financiero y de indicadores * Sistemas de Gestión de Calidad *Conocimientos Contables y financieros *Análisis e interpretación de datos *Manejo de una segunda lengua (preferiblemente Inglés) *Resolución de problemas
Educación	*Profesional en carreras Administrativas (Administración de Empresas, Economía, Ingeniería Industrial) *Preferiblemente con posgrado con temas relacionados en administración o gerencia de negocios
Experiencia	*Dos (2) años en cargos equivalentes
Habilidades	*Orientación al logro *Comunicación Efectiva *Orientación al cliente *Trabajo en Equipo
FUNCIONES	RESPONSABILIDADES
ACTIVIDADES AUTONOMAS	ACTIVIDADES QUE SE CONSULTAN
Proceso Emisor:	Recurso Humano
Responsable Aplicación	Gerente General
Aprobado por	CARGO GERENTE GENRAL
FIRMA	

Ingeniero Desarrollador Aplicative

	
Perfil	
Ingeniero Desarrollador Aplicativos móviles	
CARGO Desarrollador Aplicativo	DESCRIPCION
Conocimiento	* Profesional o tecnólogo desarrollador de software *
Educación	Sistemas o afines
Experiencia	Planear, diseñar y desarrollo de proyectos de software. Programas hardware ejecutar, y realizar mantenimientos al proyecto.
Habilidad	Resolver Problemas técnicos de los programas*
Proceso Emisor:	Recurso Humano
Responsable Aplicación	Gerente General
Aprobado por	CARGO Desarrollador APP
FIRMA	

Tabla 14. Análisis de Administrador (Autoría Propia)

Contador

	
Perfil	
AREA Administrativa	
CARGO Contador General	DESCRIPCION
Conocimiento	* Resolución de Problemas * Análisis e interpretación de Datos * Ley 80 * Ley laboral vigente * Ley Fiscal * Normas Tributarias * Software contable * Software Office de Microsoft o Microsoft Works * Planeación y gestión de actividades * Conocimiento en NIIF
Educación	* Profesional en Contaduría Pública preferiblemente con Tarjeta Profesional
Experiencia	* Dos (2) años en el cargo o cargos equivalentes
Habilidad	* Orientación al Logro * Comunicación efectiva * Orientación al cliente * Trabajo en equipo
Proceso Emisor:	
Responsable Finanzas y control Contable	Gerente General
Aprobado por	GERENTE GENERAL
FIRMA	

Tabla 15. Análisis de Contador (Autoría Propia)

Asesor Comercial

	
Perfil	
AREA Comercial	
CARGO Asesor Comercial	DESCRIPCION
Conocimiento	*Herramientas tecnológicas * Bases Financieros y contables * Proyección y planeación de ventas * Manejo de brouchure * Elaborar reportes * Técnicas de ventas y marketing
Educación	* Tecnólogo o profesional en el área administrativo o equivalencia en experiencia acreditada
Experiencia	* Seis (6) meses como vendedor o en áreas comerciales o en canales tecnológicos
Habilidad	* Orientación al Logro * Comunicación efectiva * Orientación al cliente * Trabajo en equipo *Relaciones Interpersonales * Manejo de publico y comunicación efectiva
Proceso Emisor:	Recurso Humano
Responsable Aplicación	Gerente General
Aprobado por	GERENTE GENRAL
FIRMA	

Tabla 16. Análisis de Asesor Comercial (Autoría Propia)

Secretaria

	
Perfil	
AREA Administrativa	
CARGO Secretaria	DESCRIPCION
Conocimiento	* Resolución de Problemas * Análisis e interpretación de Datos * Manejo de programas ofimáticos * Conocimientos contables * Gestión Documental
Educación	* Tecnico o equivalente en Gestión Administrativa
Experiencia	* Dos (2) años en el cargo o cargos equivalentes
Habilidad	* Orientación al Logro * Comunicación efectiva * Orientación al cliente * Trabajo en equipo
Proceso Emisor:	
Responsable Finanzas y control Contable	Gerente General
Aprobado por	GERENTE GENERAL
FIRMA	

Tabla 17. Análisis secretaria (Autoría Propia)

5.2 Costos Administrativos

A continuación, se muestra un resumen de los costos que incurriría mensualmente la empresa Costos correspondientes así en detalle:

COSTOS	MES 1	AÑO 1
MANO DE OBRA	\$ 1.617.032	\$ 19.404.384
ARRIENDO	\$ 850.000	\$ 10.200.000
SERVICIOS PUBLICOS	\$ 250.000	\$ 3.000.000
DEPRECIACION (MAQUINARIA Y EQUIPO)	\$ 2.226.116	\$ 26.713.392
MANTENIMIENTO	\$ 100.000	\$ 1.200.000
ARRIENDO SERVIDOR Y SOFTWARE	\$ 5.166.666	\$ 61.999.992
SUBTOTAL COSTOS	\$ 10.209.814	\$ 122.517.768
GERENTE	\$ 2.377.032	\$ 28.524.384
ASESORIA CONTABLE	\$ 500.000	\$ 6.000.000
ASEO (normas S.)	\$ 90.825	\$ 1.089.900
PAPELERIA	\$ 61.700	\$ 740.400
DOTACION PERSONAL	\$ 93.600	\$ 1.123.200
SUBTOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 3.123.157	\$ 37.477.884
SUELDO ASESORES	\$ 1.617.032	\$ 19.404.384
PUBLICIDAD	\$ 50.000	\$ 600.000
SUBTOTAL GASTOS VENTAS	\$ 1.667.032	\$ 20.004.384
TOTAL COSTOS FIJOS Y GASTOS FIJOS	\$ 18.000.000	\$ 180.000.000
TOTAL COSTOS FIJOS Y GASTOS FIJOS	\$ 15.000.003	\$ 180.000.000

Tabla 18. Costos Administrativos (Autoría Propia)

5.3. Tipos de Sociedades

En el siguiente Cuadro Comparativo de sociedades más relevantes se toma como opción para el desarrollo del proyecto Sociedad Acciones Simplicada, por sus características y beneficios, es la más viable para el tipo de empresa que se propone.

CLASE	NOMBRE	N. DE SOCIOS	RESPONSABILIDAD	CAPITAL/ DECISIONES
PERSONAS	SOCIEDAD COLECTIVA	2 MINIMO	SOLITARIA E ILIMITADA	1 VOTO POR CADA SOCIO
	SOCIEDAD COMANDITA SIMPLE	1 GESTOR MINIMO 1 COMANDITARIO MINIMO MAXIMO 25	SOLIDARIA E ILIMITADA PARA GESTORES HASTA EL MONTO DE SUS APORTES A COMANDITARIOS	1 VOTO POR CADA GESTOR Y LOS VOTOS DE LOS COMANDITARIOS SE COMPUTAN CONFORME AL NUMERO DE COMANDITARIOS.
	SOCIEDAD LIMITADA	25 SOCIOS MAXIMO	HASTA EL MONTO DE SUS APORTES	IGUAL NUMERO DE VOTOS COMO CUOTAS QUE POSEA
CAPITAL				
	SOCIEDAD ANONIMA	5 ACCIONISTAS MINIMO	HASTA EL MONTO DE SUS APORTES	ACCIONES DE IGUAL VALOR Y EL VOTO DE CADA SOCIO SE CALCULA AL NUMERO DE ACCIONES
	SOCIEDAD COMANDITA POR ACCIONES	1 GESTOR MINIMO 5 ACCIONISTAS MINIMO	SOLIDARIA E ILIMITADA PARA GESTORES HASTA EL MONTO DE SUS ACCIONES PARA ACCIONISTAS	ACCIONES DE IGUAL VALOR Y EL VOTO DE CADA SOCIO SE CALCULA AL NUMERO DE ACCIONES
	SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA	1 SOCIO MINIMO	HASTA EL MONTO DE SUS APORTES	ACCIONES DE IGUAL VALOR Y EL VOTO DE CADA SOCIO SE CALCULA AL NUMERO DE ACCIONES

Tabla 19. Tipos de Sociedades (Autoría Propia)

Teniendo en cuenta los tipos de sociedad, se plantea la constitución de una Sociedad SAS, Que dará representación como persona jurídica a Food Veg light S.A.S., Acogiéndose en la Ley 1258 de diciembre 5 de 2008.

“Las S.A.S o Sociedades por Acciones Simplificadas fueron introducidas en la legislación colombiana con la Ley 1258 del 5 de diciembre de 2008, con el fin de simplificar y crear nuevas estructuras jurídicas que se adapten a las necesidades y diferentes escenarios empresariales. Por su versatilidad, facilitan la creación de empresas que requieran un amplio campo

de maniobra para su viabilidad financiera y operativa, contribuyendo así al crecimiento y desarrollo económico del país. Las principales características de las S.A.S son: Tipo societario autónomo, Naturaleza comercial, Sociedad de capitales, accionistas responden hasta el monto de sus aportes, Estructura de gobierno flexible, Estructura de capitalización flexible, Simplificación de los trámites de constitución, Prohibición de acceder al mercado público de valores” (López, 2013)

ESTATUTOS DE CONSTITUCION

Para dar cumplimiento se tomará el formato sugerido por la Cámara de Comercio de Bogotá. (Cámara de Comercio, 2019)

ESTATUTOS SOCIEDAD FOOD VEG LIGHT POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS

ARTICULO No. PRIMERO - CONSTITUYENTE(S): En la ciudad de Bogotá D.C, Departamento de Cundinamarca, República de Colombia, el 22 de Mayo del año 2019; MONICA GARZON ESGUERRA , mayor de edad, identificada con Cédula de Ciudadanía número 52.753.459 expedida en Bogotá D.C., de estado civil Soltera, domiciliada en la ciudad de Bogotá D.C. en la dirección Calle 169 n. 17-20; quien para todos los efectos se denominará la constituyente, mediante el presente escrito manifiesto mi voluntad de constituir una Sociedad por Acciones Simplificada, que se regulará conforme lo establecido en la ley y en los siguientes estatutos:

-. ARTICULO No. SEGUNDO - TIPO O ESPECIE DE SOCIEDAD QUE SE CONSTITUYE : La sociedad que se constituye por medio de este documento es por acciones, del tipo Sociedad por Acciones Simplificada, esta se regirá por las disposiciones contenidas en los presentes estatutos, por las normas que de manera especial regulan esta especie de compañía en Código de Comercio y por las generales que en la anterior normativa rigen para las sociedades, teniendo en cuenta que tanto las especiales como las generales sean compatibles con su calidad de una Sociedad por Acciones Simplificada.

-. ARTICULO No. TERCERO - DOMICILIO SOCIAL: La compañía tendrá como

domicilio principal la ciudad de Bogotá D.C., pero podrá abrir sucursales o agencias en cualquier parte del territorio nacional, para lo cual se procederá como aparece previsto en las normas legales.

-. ARTICULO No. CUARTO - NOMBRE DE LA SOCIEDAD: La sociedad actuará bajo la denominación social FOOD VEG LIGHT S.A.S.

-. ARTICULO No. QUINTO - TÉRMINO DE DURACIÓN: La sociedad tendrá un término de duración indefinido, pero podrá disolverse anticipadamente cuando su único socio así lo decida.

-. ARTICULO No. SEXTO - OBJETO SOCIAL: La sociedad tendrá por objeto: a) Desarrollar actividades de Informática, Telecomunicaciones y Ofimática.
b) Comercialización de Alimentos importadas y nacionales. Además, podrá desarrollar cualquier actividad comercial o civil lícita y todas las demás inherentes al desarrollo del objeto social.

-. ARTICULO No. SEPTIMO - CAPITAL AUTORIZADO, SUSCRITO Y PAGADO:

CAPITAL AUTORIZADO: El capital autorizado de la sociedad está expresado en PESOS y es de \$ 60.000.000, divididos en 10 acciones de igual con un valor nominal, a razón de (\$ 6.000.000) cada una.

CAPITAL SUSCRITO: El capital suscrito de la sociedad está expresado en PESOS y es de (\$ 60.000.000), divididos en 10 acciones de igual con un valor nominal, a razón de (\$6.000.000) cada una.

CAPITAL PAGADO: El capital pagado de la sociedad está expresado en PESOS y es de (\$60.000.000), divididos en (10) acciones de igual con un valor nominal, a razón de (\$ 6.000.000) cada una.

NOTA: En caso de no pagarse en su totalidad, en el acto constitutivo, el monto del capital suscrito, se debe expresar la forma y términos en que se pagará el capital suscrito y no pagado. (Numeral 7 artículo 5 Ley 1258 de 2008)

El capital suscrito podrá aumentarse por cualquiera de los medios que admite la Ley, igualmente, podrá disminuirse con sujeción a los requisitos que la Ley señala, en virtud de la correspondiente reforma estatutaria, aprobada por el único accionista o accionistas e inscrita en el registro mercantil:

COMPOSICIÓN ACCIONARIA:

ACCIONISTA	NÚMERO DE ACCIONES	CAPITAL SUSCRTO	CAPITAL PAGADO
MONICA GARZON ESGUERRA	10	60.000.000	60.000.000

Tabla 20. Acciones

- ARTICULO No. OCTAVO - CARACTERÍSTICAS DE LAS ACCIONES: Las acciones de la sociedad en que se halla dividido su capital son de clase:

ACCIONISTA	TIPO ACCIÓN	CANTIDAD
MONICA GARZON ESGUERRA		10

Tabla 21. Accionista

- ARTICULO No. NOVENO - TÍTULOS DE LAS ACCIONES: El accionista único se le expedirá un solo título representativo de sus acciones, a menos que prefiera tener varios por diferentes cantidades parciales del total que le pertenezca. El contenido y las características de los títulos se sujetarán a lo preceptuado en las normas legales correspondientes. Mientras el valor de las acciones no hubiere sido pagado totalmente, la sociedad sólo podrá expedir certificados provisionales. Para hacer una nueva inscripción y expedir el título al adquirente, será menester la previa cancelación de los títulos del tradente.

- ARTICULO No. DECIMO - LIBRO DE REGISTRO DE ACCIONES : La sociedad llevará un libro de registro de acciones, previamente registrado en la cámara de

comercio correspondiente al domicilio principal de la sociedad, en el cual se anotará el nombre del único accionista, la cantidad de acciones de su propiedad, el título o títulos con sus respectivos números y fechas de inscripción, las enajenaciones y trasposos, las prendas, usufructos, embargos y demandas judiciales, así como cualquier otro acto sujeto a inscripción según aparezca ordenado en la Ley.

-. ARTICULO No. DECIMO PRIMERO - EMISIÓN DE ACCIONES: Corresponde al accionista único decidir sobre la emisión de acciones de que disponga la sociedad y que se encuentren en la reserva.

-. ARTICULO No. DECIMO SEGUNDO - REGLAMENTO DE EMISIÓN DE ACCIONES: Corresponde a la constituyente expedir el reglamento aplicable a la suscripción de las acciones reservadas, ordinarias y de capital emitidas por la sociedad

-. ARTICULO No. DECIMO TERCERO - GERENCIA: La representación legal de la sociedad y la gestión de los negocios sociales estarán a cargo del gerente, puesto que será ocupado por, MONICA GARZON ESGUERRA, identificado con Cédula de Ciudadanía número 52.753.459 de Bogotá.

-. ARTICULO No. DECIMO CUARTO - FACULTADES DEL GERENTE: El gerente está facultado para ejecutar, a nombre de la sociedad, todos los actos y contratos relacionados directamente con el objeto de la sociedad, sin límite de cuantía. Serán funciones específicas del cargo, las siguientes: a) Constituir, para propósitos concretos, los apoderados especiales que considere necesarios para representar judicial o extrajudicialmente a la sociedad. b) Cuidar de la recaudación e inversión de los fondos sociales. c) Organizar adecuadamente los sistemas requeridos para la contabilización, pagos y demás operaciones de la sociedad. d) Velar por el cumplimiento oportuno de todas las obligaciones de la sociedad en materia impositiva. e) Certificar conjuntamente con el contador de la compañía los estados financieros en el caso de ser dicha certificación exigida por las normas legales. f) Designar las

personas que van a prestar servicios a la sociedad y para el efecto celebrar los contratos que de acuerdo a las circunstancias sean convenientes; además, fijará las remuneraciones correspondientes, dentro de los límites establecidos en el presupuesto anual de ingresos y egresos. g) Celebrar los actos y contratos comprendidos en el objeto social de la compañía y necesarios para que esta desarrolle plenamente los fines para los cuales ha sido constituida. h) Cumplir las demás funciones que le correspondan según lo previsto en las normas legales y en estos estatutos. Parágrafo. - El gerente queda facultado para celebrar actos y contratos, en desarrollo del objeto de la sociedad, con entidades públicas, privadas y mixtas.

- . ARTICULO No. DECIMO QUINTO - RESERVAS: La sociedad constituirá una reserva legal que ascenderá por lo menos al cincuenta por ciento (50%) del capital suscrito y se formará con el diez por ciento (10%) de las utilidades líquidas de cada ejercicio. El único socio o socios podrá decidir, además, la constitución de reservas voluntarias, siempre que las mismas sean necesarias y convenientes para compañía, tengan una destinación específica y cumplan las demás exigencias legales.

- . ARTICULO No. DECIMO SEXTO - UTILIDADES: No habrá lugar a la distribución de utilidades sino con base en los estados financieros de fin de ejercicio, aprobados por el socio único o socios, aprobación que se presume por el hecho de la certificación mientras ocupe el cargo de gerente. Tampoco podrán distribuirse utilidades mientras no se hayan enjugado las pérdidas de ejercicios anteriores que afecten el capital, entendiéndose que las pérdidas afectan el capital cuando a consecuencia de las mismas se reduzca el patrimonio neto por debajo del monto del capital suscrito.

Las utilidades de cada ejercicio social, establecidas conforme a los estados financieros aprobados con los que esté de acuerdo el socio único o socios, se distribuirán con arreglo a las disposiciones siguientes y a lo que prescriban las normas legales.

1.- El diez por ciento (10%) de las utilidades líquidas después de impuestos se llevará a la reserva legal, hasta concurrencia del cincuenta por ciento (50%), por lo menos, del capital suscrito. Una vez se haya alcanzado este límite quedará a decisión del

socio único o socios continuar con el incremento de la reserva, pero si disminuyere será obligatorio apropiar el diez por ciento (10%) de las utilidades líquidas hasta cuando dicha reserva llegue nuevamente al límite fijado.

2.- Efectuada la apropiación para la reserva legal se harán las apropiaciones para las demás reservas que, con los requisitos exigidos en la Ley, decida el socio único o socios. Estas reservas tendrán destinación específica y clara, serán obligatorias para el ejercicio en el cual se hagan, y el cambio de destinación o su distribución posterior sólo podrán autorizarse por la socia única.

3.- Si hubiere pérdidas de ejercicios anteriores, no enjugadas que afecten el capital, las utilidades se aplicarán a la cancelación de tales pérdidas antes de cualquier apropiación para reservas legal, voluntarias u ocasionales.

4.- Las apropiaciones para la creación o incremento de reservas voluntarias u ocasionales, deberán ser aprobadas por el socio único o socios.

5.- El remanente de las utilidades, después de efectuadas las apropiaciones para reserva legal y para reservas voluntarias u ocasionales, se destinará al pago del dividendo al único accionista.

-. ARTICULO No. DECIMO SEPTIMO - DISOLUCIÓN DE LA SOCIEDAD: La sociedad se disolverá por decisión del socio único o socios o cuando se presente alguna de las causales previstas en la Ley y compatibles con la Sociedad por Acciones Simplificada constituida por medio de este documento. La disolución, de acuerdo a causal presentada, podrá evitarse con sometimiento a lo prescrito en la normativa comercial para el efecto.

-. ARTICULO No. DECIMO OCTAVO - LIQUIDADOR: El liquidador y su suplente serán designados por el socio único o socios y esta designación, una vez ellos manifiesten la aceptación, se llevará a cabo su inscripción en el registro mercantil.

-. ARTICULO No. DECIMO NOVENO - PROCESO DE LIQUIDACIÓN: Cuando se trate del denominado proceso de liquidación privada o voluntaria, se seguirán las

normas que aparecen en los artículos 218 y siguientes del Código de Comercio, habida cuenta de su compatibilidad con la sociedad anónima unipersonal.

- ARTICULO No. VIGESIMO – CLAUSULA COMPROMISORIA: Toda controversia o diferencia relativa a este contrato social, se resolverá por un Tribunal de Arbitramento que será tramitado ante y bajo las reglas del Centro de Conciliación, Arbitraje y Amigable Composición de la Cámara de Comercio de Manizales Por Caldas. El Tribunal estará integrado por: (Indique número de árbitros: 1 árbitro si es de menor cuantía o 3 árbitros si es de mayor cuantía) los cuales serán designados por las partes de común acuerdo. En caso de que no fuere posible o no hubiere acuerdo, los árbitros serán designados por el Centro en mención, de la lista que el Centro de Conciliación, Arbitraje y Amigable Composición de la Cámara de Comercio de Bogotá D.C., tiene para el efecto. El Tribunal decidirá en derecho.

MONICA GARZON ESGUERRA
C.C. 52.753.459 expedida en Bogotá D.C.

5.4. Permisos, Trámites y Licencias

Con el fin de dar cumplimiento legal a este proyecto se seguirá la ruta propuesta por la Cámara de Comercio para dar vida jurídica.

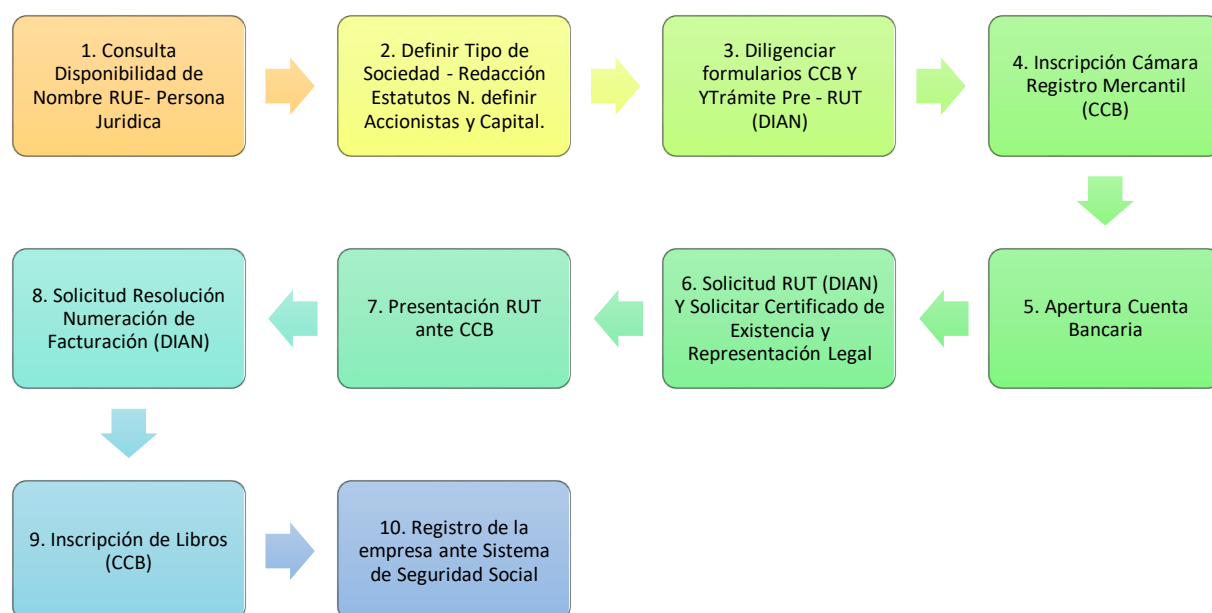


Ilustración 24. Permisos, trámites y licencias (Autoría Propia)

5.5. Impuestos y Tasas

De acuerdo a la ruta legal propuesta, ante la DIAN se debe tramitar el RUT y la Resolución de facturación y a nivel Tributario adquiere las siguientes Obligaciones Tributarias o fiscales:

Obligaciones Tributarias o fiscales SAS	%
Impuesto de Renta y complementarios (CREE)	33%
Impuesto de Valor Agregado (IVA)	19%
Impuesto de Timbre	1.5%
Impuesto a los Gravámenes Financieros	(4*1000)
Impuesto a la Riqueza Patrimonio	>1000 millones
Retención en la Fuente (RF)	3.5%

Tabla 22. Obligaciones Tributarias o Fiscales SAS (Autoría Propia)

RUT: Requisitos: Documento de identidad y no tiene costo.

Constituye el mecanismo único para identificar, ubicar y clasificar las personas y entidades que tengan la calidad de contribuyentes declarantes del impuesto sobre la renta y no contribuyentes declarantes de ingresos y patrimonio; los responsables del Régimen Común y los pertenecientes al régimen simplificado; los agentes retenedores; los importadores, exportadores y demás usuarios aduaneros, y los demás sujetos de obligaciones administradas por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, respecto de los cuales esta requiera su inscripción. (DIAN)

Resolución de Facturación:

Requisitos

1. Cuenta bancaria Activa
2. Conocer tipo de facturación -conforme los requisitos legales de la factura. (Art 617 E.T)

El objetivo es contar con el Formato 1302 con los rangos de numeración autorizados para operar.

6. Pensamiento Estratégico

6.1 Estrategias de Mercadeo

Plan de Acción Producto plaza etc.

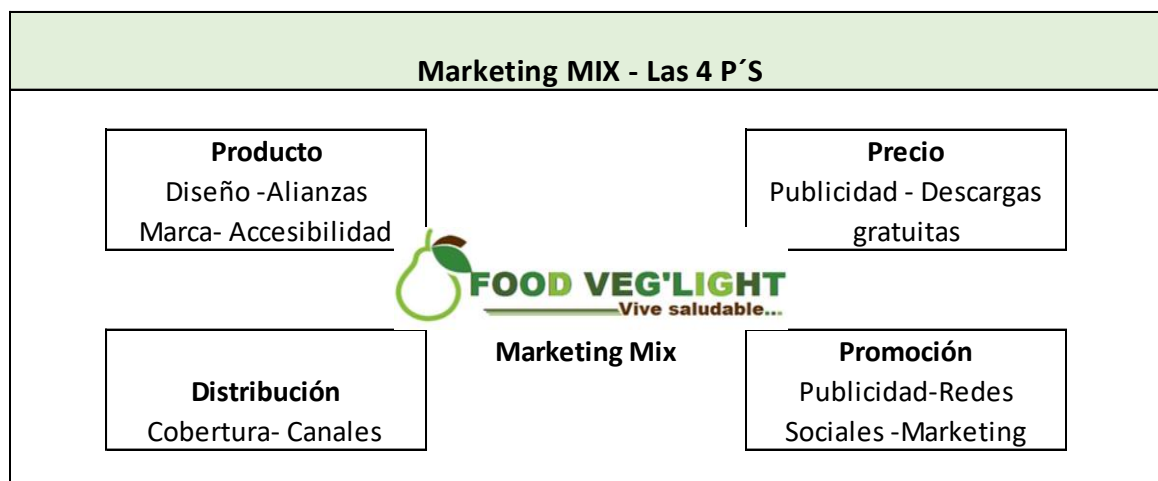


Tabla 23. Marketing Mix (Autoría Propia)

Estrategias	
PRODUCTO	Producto: Como punto esencial será el diseño, impresión de alto impacto a nivel estético y tecnologico.(Colores ecológicos, tamaño de letra, menú. Funcionabilidad fuera de línea, seguridad y protección de datos)
PRECIO	Precio: Precios Justos y en promociones por DUOS Publicidad e inscripción, que le permitan al cliente directo obtener mayores beneficios de marketing que impacten en su incremento de ventas y reconocimiento. Para Clientes indirectos Descargas gratuitas.
DISTRIBUCION	Distribución: Play store, Apple Store, Etc.
PROMOCION	Promoción: Alianzas, Publicidad, Patrocinio, Ofertas.

Ilustración 25. Las 4 p's (Autoría Propia)

6.2 Estrategia Organizacional

Razón social: Móvil App - Food Veg'ligth

Misión

Ser una organización que brinda servicios de comercialización para proveedores y transformadores de productos de comida saludable, a través de una aplicación móvil, que contribuya una atención constante a quienes se encuentran dentro de este segmento de mercado, los cuales dispondrán de los beneficios para su salud, nutrición, y bienestar, en las ciudades capitales y centros poblados, por ofrecer una mayor cobertura para los negocios que se vinculen al aplicativo.

Los clientes serán Incentivados con servicios y productos y servicios de óptima calidad y respaldo la alimentación saludable, ofreciendo la posibilidad de recibirlos en la comodidad de su hogar o sitio de preferencia.

Visión

Para el año 2021, Móvil App - Food Veg'ligth busca ser la aplicación móvil líder, de mayor impacto a nivel nacional y uso en el país, para la comercialización de alimentos y bebidas saludables.

Valores Empresariales

- Calidad y seguridad en el servicio
- Monitoreo constante de los clientes para alcanzar la máxima eficiencia.
- Excelencia en la acción estratégica de promoción y divulgación de los clientes.
- Honestidad en el proceso de vinculación de clientes, evitando avalar
- Ética en la publicidad y en el manejo de la imagen de los clientes y consumidores o usuarios en cuanto a la información suministrada.

Políticas de calidad

Vincular proveedores que ofrezcan garantías de cumplimiento en los productos y beneficios ofertados en nuestra aplicación móvil.

Manejo y tratamiento de bases de datos e información dentro de los requisitos de ley, fundamentos normativos y coherencia con clientes, consumidores y usuarios.

Promover estrategias comerciales evaluadas y que realmente beneficien al consumidor final en razón costo-beneficio.

Evitar la generación de incumplimientos con procesos de retroalimentación para identificar fallas en el ejercicio de la actividad comercial entre todas las partes.

Procurar a toda costa la satisfacción de los usuarios o proveedores comercializados, siempre que dependa del manejo de la Móvil App - Food Veg'ligth.

MATRIZ DOFA - PROYECTO FOOD VEG-LIGHT		
COMPONENTE	FORTALEZAS	DEBILIDADES
DESARROLLO APLICATIVO MOVIL OPORTUNIDADES O1. Capacitaciones gratuitas TIC'S por entes gubernamentales O2. Conciencia de Nutrición y salud O3. Nuevas tendencias de vida saludable O4. Necesidad de información de productos a nivel nacional AMENAZAS A1. Competencia indirecta con posicionamiento A2. Lentitud en aplicación de las normas de control TIC A3. Constantes cambios de normatividad Tributaria, legal etc.	F1. Estructura Organizacional especializada F2. Procedimientos de Control F3. Capital Propio F5. Talento Humano capacitado F6. Ambientalmente amigable ESTRATEGIAS (FO) F5, O2, O3- Fuertes campañas marketing F5, O1 Generación procesos de Inducción utilizando mitologías actuales F1, O1, O4. Aplicación de metodologías e instrumentos y normatividad para formalización de funciones, evaluación del desempeño, capacitación innovación y bienestar social ESTRETEGIAS (FA) F1, A1 Mantenimiento de una Gerencia como compromiso Institucional F1, F2, A3, Formalización de los actos administrativos que implementen la empresa	D1. Marca Nueva D3. No se cuenta con contactos en el mercado D3. Inexpertos en emprendimiento de Empresas Informa. D4. Productos sustitutos (Internet) ESTRATEGIAS (DO) D1, O1 Aplicación del Código de Ética para competir en el mercado D1, O1 Sensibilización, socialización de las herramientas administrativas creando Revisión y ajuste del manual de funciones D1, D4, O4, O2 Aprovechamiento del Talento Humano para el crecimiento institucional ESTRATEGIAS (DA) D1, D2, A1, A2, Realización del seguimiento y verificación de las normas de desarrollo tecnológico, talento humano, y marketing

Tabla 24. DOFA Food Veg'Light (Autoría Propia)

6.3. Análisis de Procesos Organizacionales

6.3.1. Proceso Comercial

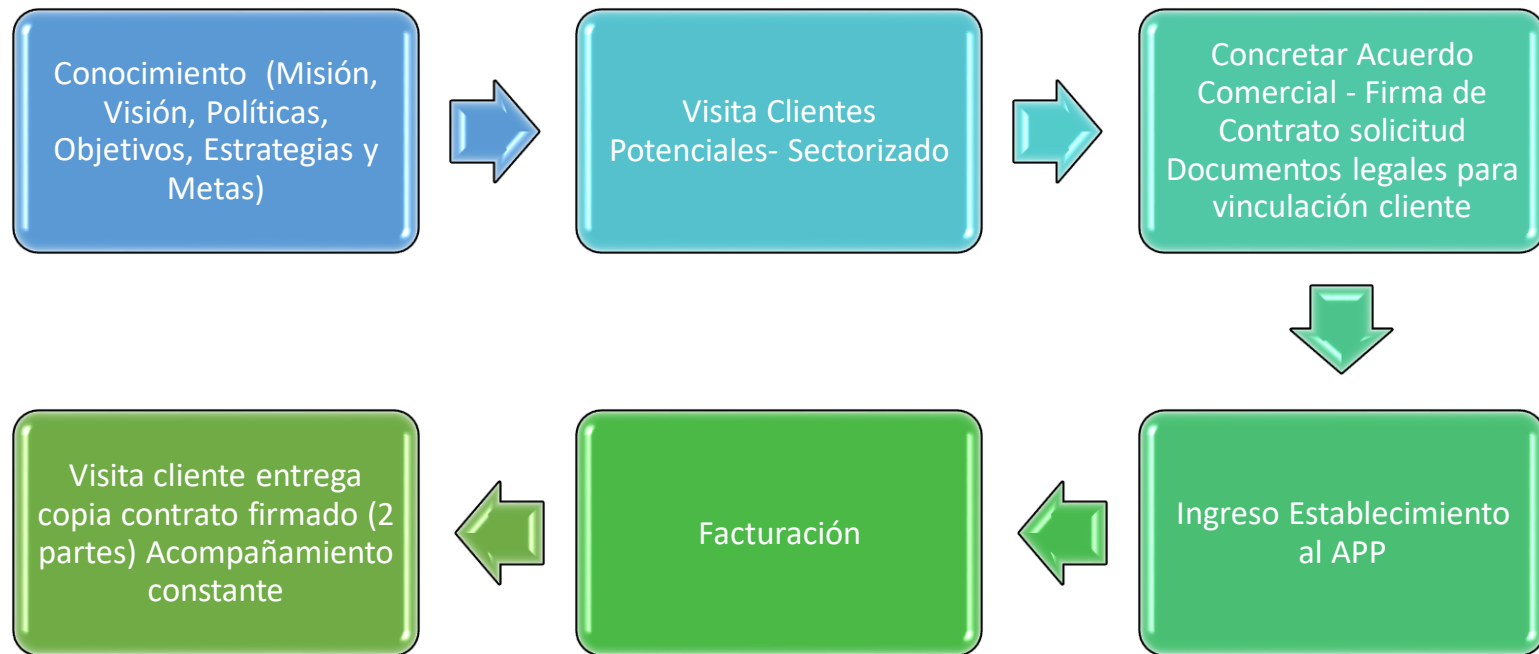
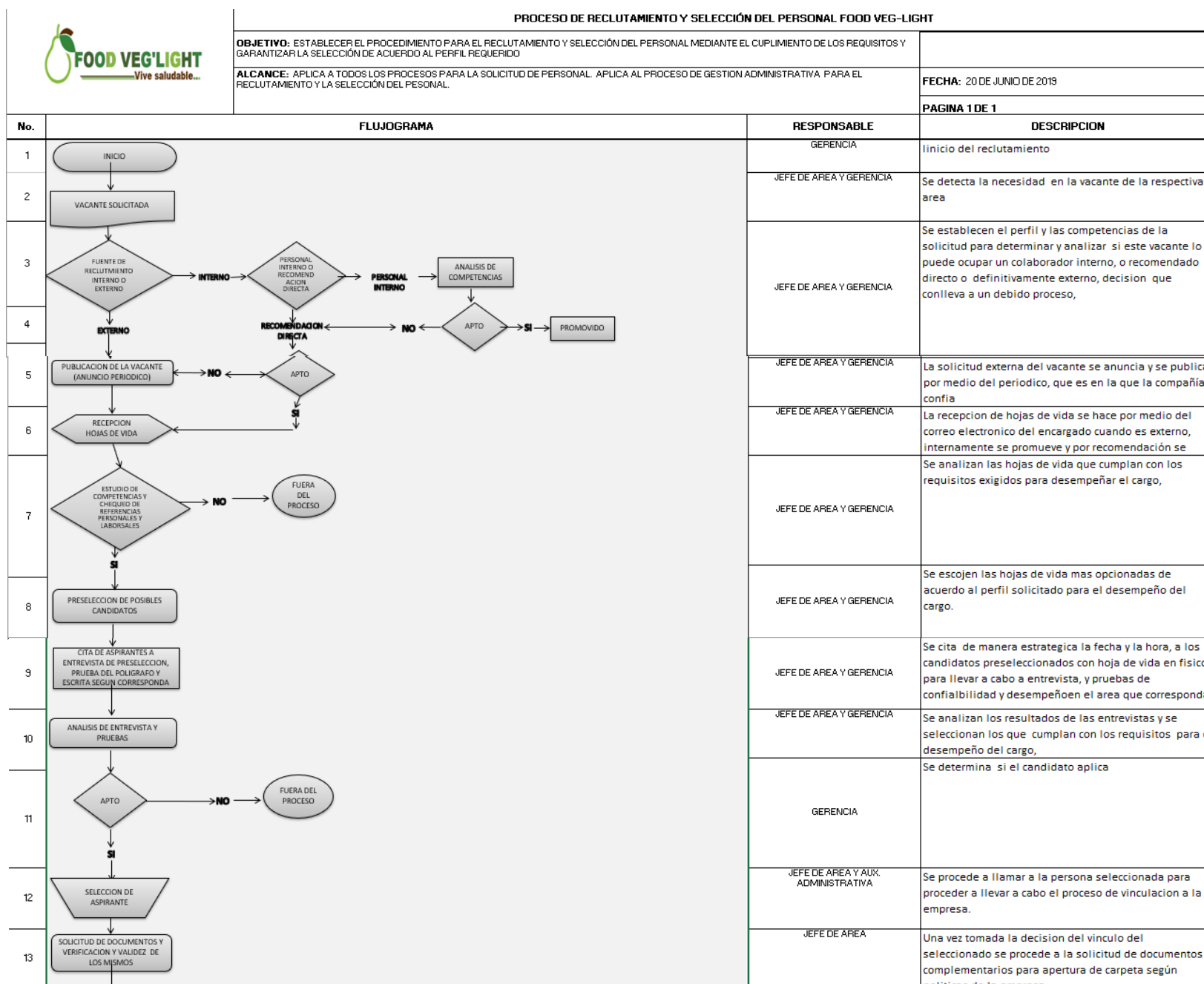


Ilustración 26. Análisis de Procesos Organizacionales (Autoría Propia)

6.3.2. Proceso de Selección de Personal

Proceso de Selección



13	SOLICITUD DE DOCUMENTOS Y VERIFICACION Y VALIDEZ DE LOS MISMOS	JEFE DE AREA	Una vez tomada la decision del vinculo del seleccionado se procede a la solicitud de documentos complementarios para apertura de carpeta según políticas de la empresa
14	EXAMEN MEDICO DE INGRESO	JEFE DE AREA	De la misma manera se remite a toma de examen medico de ingreso, el cual hace parte de los requisitos de documentos solicitados.
15	FIN	GERENCIA	Fin del proceso de reclutamiento
ELABORO: MONICA GARZONESGUERRA		REVISO:	APROBO:

Tabla 25. Proceso de Selección (Autoría Propia)

Proceso Contratación

		PROGRESO GESTION DEL TALENTO HUMANO	
		CARACTERIZACION DE PROCESO	CODIGO: 1
			VERSION: 01
		OBJETIVO: VINCULACION DEL PERSONAL	FECHA: 20 de Junio 2019
			PAGINA 1 DE 2
No.	FLUJOGRAMA DE CONTRATACION	RESPONSABLE	DESCRIPCION
1	INICIO	GERENCIA	Inicio del proceso de contratacion
2	INGRESO	JEFE DE AREA Y GERENCIA	Se asume el ingreso del seleccionado
3	ELABORACIÓN DEL CONTRATO DE TRABAJO	JEFE DE AREA Y GERENCIA	Se procede a elaborar el contrato tal como lo exige la ley, se establece la clase de contrato dependiendo la necesidad de la solicitud
4	AFILIACIONES S.S	JEFE DE AREA Y AUX. ADMINISTRATIVO	De la misma manera se lleva a cabo el vinculo a las entidades prestadoras de seguridad social tal como lo exige la ley
5	PRESENTACION DE LA EMPRESA	JEFE DE AREA	En la fecha de iniciación de labores lo primero es darle la información completa acerca de la presentación de la empresa, el objeto social su marco estructural.
6	ENTREGA DE DOTACIÓN AL PERSONAL QUE APLIQUE PERSONAL SMMIV PERSONAL ADMINISTRATIVO ENTREGA INMEDIATA DE LA CORRESPONDIENTE DOTACIÓN HASTA DOS SALARIOS MÍNIMOS (DESPUÉS DEL PERÍODO DE PRUEBA) MÁS DE DOS SALARIOS MÍNIMOS (NO CORRESPONDE)	JEFE DE AREA	Luego de tener claro el puesto y área en el que el seleccionado desempeñara sus funciones se establece la entrega de dotación según corresponda teniendo en cuenta si aplica, de lo contrario se procede al siguiente paso.
9	INDUCCION	JEFE DE AREA	Se lleva a cabo la respectiva induccion se según al puesto en el area que se vaya a desempeñar.
10	CAPACITACION	JEFE DE AREA	Se lleva a cabo la respectiva capacitacion se según al puesto en el area que se vaya a desempeñar.
11	PERIODO DE PRUEBA	JEFE DE AREA	El periodo de prueba se inicia en la fecha de contratacion y equivale a tres meses.
12	EVALUACION NO → FUERA DEL PROCESO SI → SEGUIMIENTO	JEFE DE AREA Y GERENCIA	luego de este periodo de prueba se califica el desempeño del seleccionado, arrojando una decision radical el vinculo a la compañía.
13	SEGUIMIENTO	JEFE DE AREA	De haber pasado este periodo de prueba satisfactoriamente, el nuevo COLABORADOR de FOOD VEG LIGHT, se mantiene en seguimiento continuo para el crecimiento y evolucion de la misma.
14	FIN	JEFE DE AREA Y GERENCIA	Fin del proceso de vinculo y contratacion.
ELABORO: MONICA GARZON E.		REVISO:	APROBO:

Tabla 26. Proceso de Contratación (Autoría Propia)

6.3.3. Proceso de Evaluación de Proveedores

Por ser un aplicativo móvil, su naturaleza se acoge 100% a la tecnología y estará sujeto a los constantes cambios de las misma, actualmente Android & IOS.

En cuanto a elementos de oficina se buscarán proveedores reconocidos con quien gestionar calidad y garantía.

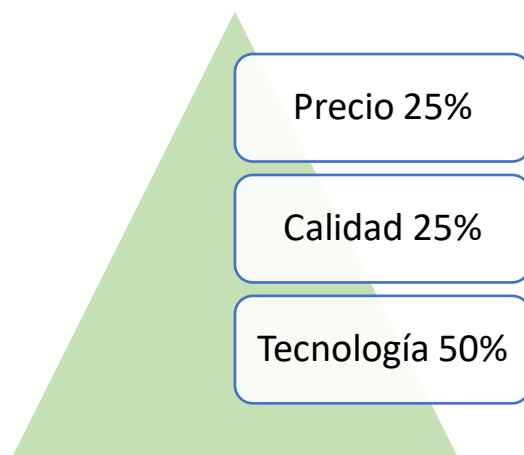


Ilustración 27. Proceso de Evaluación de Proveedores (Autoría Propia)

6.3.4. Proceso de Pagos y Desembolsos

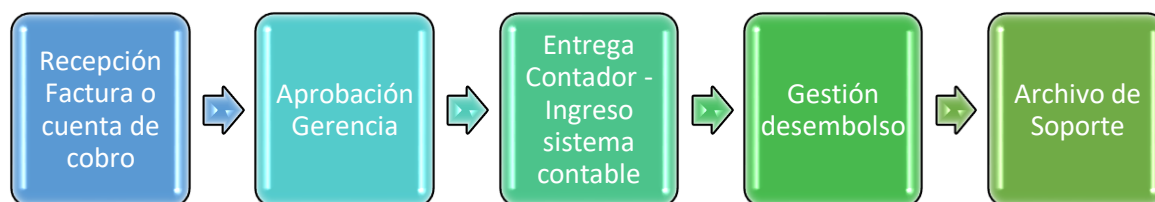


Ilustración 28. Proceso de Pagos y Desembolsos (Autoría Propia)

Recepción Factura o Cuenta de Cobro:

La empresa recibe la Factura o cuenta de cobro, de parte del proveedor que será radicada con la secretaria quien a su vez hará la entrega a Gerencia para la aprobación.

Aprobación de Gerencia

Gerencia revisa y aprueba para la entrega al contador.

Entrega al Contador:

Recibe la factura y hará los registros contables correspondientes que serán reflejados en los informes financieros.

Gestión Desembolso:

Se procede a realizar el pago según corresponda.

Archivo soporte:

Se realizará la gestión documental correspondiente, que será soporte ante los entes de control.

7. Formulación y Evaluación Financiera

7.1. Estudio Económico

Para dar inicio a este proyecto se visualiza inicialmente llegar el primer lanzamiento entre el 10% al 12% de los establecimientos Inscritos ante la cámara de comercio (3.500) de acuerdo al estudio de mercado, el cual podría tener variaciones.

7.2 Costos

COSTOS	MES 1	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
MANO DE OBRA	\$ 1.617.032	\$ 19.404.384	\$ 20.161.155	\$ 20.897.037	\$ 21.597.037
ARRIENDO	\$ 850.000	\$ 10.200.000	\$ 13.668.000	\$ 18.315.120	\$ 24.552.000
SERVICIOS PUBLICOS	\$ 250.000	\$ 3.000.000	\$ 3.504.000	\$ 4.092.672	\$ 4.788.000
DEPRECIACION (MAQUINARIA Y EQUIPO)	\$ 2.226.116	\$ 26.713.392	\$ 26.713.392	\$ 26.713.392	\$ 26.713.392
MANTENIMIENTO	\$ 100.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
ARRIENDO SERVIDOR Y SOFTWARE	\$ 8.164.388	\$ 97.972.656	\$ 97.972.656	\$ 97.972.656	\$ 97.972.656
SUBTOTAL COSTOS	\$ 13.207.536	\$ 158.490.432	\$ 163.219.203	\$ 169.190.877	\$ 176.800.000
GERENTE	\$ 2.377.032	\$ 28.524.384	\$ 28.524.384	\$ 28.524.384	\$ 28.524.384
ASESORIA CONTABLE	\$ 500.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000	\$ 6.000.000
ASEO (normas S.)	\$ 93.100	\$ 1.117.200	\$ 1.117.200	\$ 1.117.200	\$ 1.117.200
PAPELERIA	\$ 61.700	\$ 740.400	\$ 740.400	\$ 740.400	\$ 740.400
DOTACION PERSONAL	\$ 93.600	\$ 1.123.200	\$ 1.123.200	\$ 1.123.200	\$ 1.123.200
SUBTOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 3.125.432	\$ 37.505.184	\$ 37.505.184	\$ 37.505.184	\$ 37.505.184
SUELDO ASESORES	\$ 1.617.032	\$ 19.404.384	\$ 19.404.384	\$ 19.404.384	\$ 19.404.384
PUBLICIDAD	\$ 50.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000
SUBTOTAL GASTOS VENTAS	\$ 1.667.032	\$ 20.004.384	\$ 20.004.384	\$ 20.004.384	\$ 20.004.384
TOTAL COSTOS FIJOS Y GASTOS FIJOS	\$ 18.000.000	\$ 180.000.000	\$ 187.020.000	\$ 193.846.230	\$ 200.309.368
TOTAL COSTOS FIJOS Y GASTOS FIJOS	\$ 18.000.000	\$ 180.000.000	\$ 187.020.000	\$ 193.846.230	\$ 200.309.368

Tabla 27. Costos (Autoría Propia)

Punto de Equilibrio

Para este punto contemplaremos por línea de venta Inscripción, servicio de Publicidad y Combo Inscripción + Publicidad así:

Inscripción:

APP

PUNTO DE EQUILIBRIO	Inscripción
Costos fijos	\$ 55.474.284
costo variable(unt)	\$ 4.704 X DIA
precio de venta (unt)	\$ 90.000

costo fijo
PV/U CV/U

\$ 55.474.284	650
\$ 90.000 \$ 4.704	unidades

UNIDADES	VENTAS	C. FIJO	C. VARIABLE	C. TOTAL	UTILIDAD
0	\$ -	\$ 55.474.284	\$ -	\$ 55.474.284	-\$ 55.474.284
4104	\$ 369.360.000	\$ 55.474.284	\$ 19.303.955	\$ 74.778.239	\$ 294.581.761
4235	\$ 381.150.000	\$ 55.474.284	\$ 19.920.138	\$ 75.394.422	\$ 305.755.578
4388	\$ 394.920.000	\$ 55.474.284	\$ 20.639.803	\$ 76.114.087	\$ 318.805.913
4537	\$ 408.330.000	\$ 55.474.284	\$ 21.340.654	\$ 76.814.938	\$ 331.515.062
4691	\$ 422.190.000	\$ 55.474.284	\$ 22.065.022	\$ 77.539.306	\$ 344.650.694

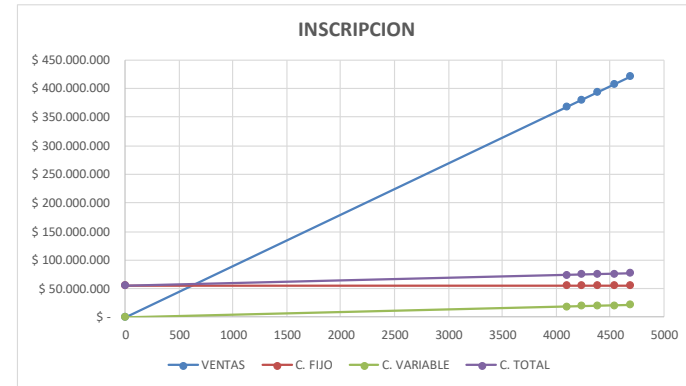


Tabla 28. Punto de Equilibrio (Autoría Propia)

Publicidad

PUBLICIDAD

PUNTO DE EQUILIBRIO	PUBLICIDAD
Costos fijos	\$ 55.474.284
costo variable(unit)	\$ 5.216 X DIA
precio de venta (unit)	\$ 95.000

Costo Fijo
PV/U- CV/U

\$ 55.474.284	618
95000-5.216	unidades

UNIDADES	VENTAS	C. FIJO	C. VARIABLE	C. TOTAL	UTILIDAD
0	\$ -	\$ 55.474.284	\$ -	\$ 55.474.284	-\$ 55.474.284
1032	\$ 98.040.000	\$ 55.474.284	\$ 5.382.963	\$ 60.857.247	\$ 37.182.753
1065	\$ 101.175.000	\$ 55.474.284	\$ 5.555.093	\$ 61.029.377	\$ 40.145.623
1103	\$ 104.785.000	\$ 55.474.284	\$ 5.753.303	\$ 61.227.587	\$ 43.557.413
1141	\$ 108.395.000	\$ 55.474.284	\$ 5.951.512	\$ 61.425.796	\$ 46.969.204

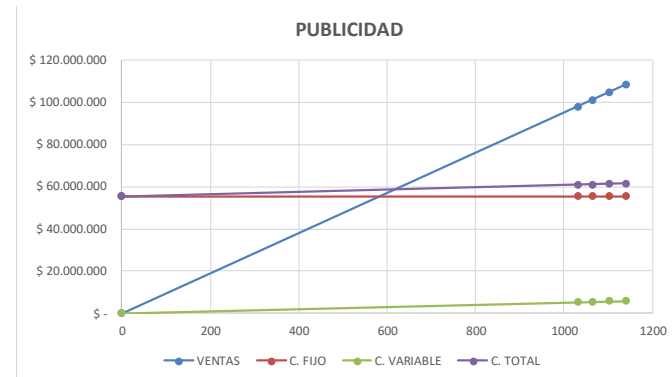


Tabla 29. Publicidad (Autoría Propia)

Combo Inscripción y Publicidad

COMBO INSCRIPCION Y PUBLICIDAD

PUNTO DE EQUILIBRIO	COMBO
Costos fijos	\$ 55.474.284
costo variable(unt)	\$ 5.216 X DIA
precio de venta (unt)	\$ 102.000

Costo Fijo
PV/U - CV/U

\$ 55.474.284	573
95000-28642571	unidades

UNIDADES	VENTAS	C. FIJO	C. VARIABLE	C. TOTAL	UTILIDAD
0	\$ -	\$ 55.474.284	\$ -	\$ 55.474.284	-\$ 55.474.284
1032	\$ 105.264.000	\$ 55.474.284	\$ 5.382.963	\$ 60.857.247	\$ 44.406.753
1065	\$ 108.630.000	\$ 55.474.284	\$ 5.555.093	\$ 61.029.377	\$ 47.600.623
1103	\$ 112.506.000	\$ 55.474.284	\$ 5.753.303	\$ 61.227.587	\$ 51.278.413
1141	\$ 116.382.000	\$ 55.474.284	\$ 5.951.512	\$ 61.425.796	\$ 54.956.204

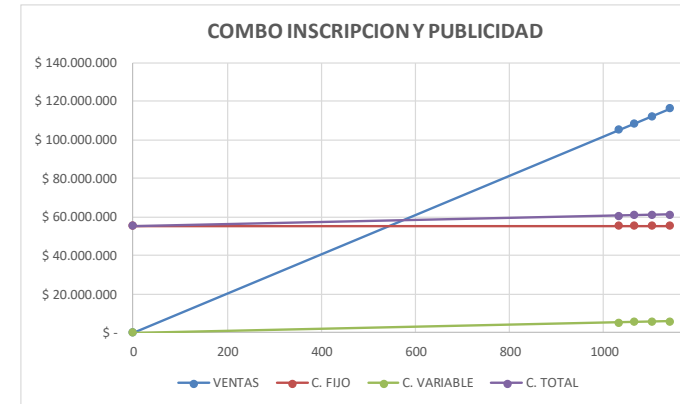


Tabla 30. Combo Inscripción y Publicidad (Autoría Propia)

7.4. Presupuesto de Ventas por Unidad y Precio

PROYECCIÓN DE VENTAS EN UNIDADES EN LOS PRÓXIMOS 5 AÑOS						
Producto	2018	2019	2020	2021	2022	2023
inscripción	1800	1858	1924	1990	2058	2128
Publicidad	498	514	532	551	569	589
I y publicidad	372	384	398	411	425	440
PRECIO DE VENTA UNITARIO PROYECTADO						
Producto	2018	2019	2020	2021	2022	2023
inscripción	\$ 90.000	\$ 93.510	\$ 96.923	\$ 100.170	\$ 103.175	\$ 106.270
Publicidad	\$ 95.000	\$ 98.705	\$ 102.308	\$ 105.735	\$ 108.907	\$ 112.174
I y publicidad	\$ 102.000	\$ 105.978	\$ 109.846	\$ 113.526	\$ 116.932	\$ 120.440

Tabla 31 Crecimientos. (Autoría Propia)

Inscripción			Publicidad			inscripción y publicidad		
Mes	Unidades	Tendencias de consumo	Mes	Unidades	Tendencias de consumo	Mes	Unidades	Tendencias de consumo
Enero	150	8,3%	Enero	25	8,3%	Enero	20	8,3%
Febrero	150	8,3%	Febrero	28	8,3%	Febrero	22	8,3%
Marzo	150	8,3%	Marzo	31	8,3%	Marzo	24	8,3%
Abril	150	8,3%	Abril	34	8,3%	Abril	26	8,3%
Mayo	150	8,3%	Mayo	37	8,3%	Mayo	28	8,3%
Junio	150	8,3%	Junio	40	8,3%	Junio	30	8,3%
Julio	150	8,3%	Julio	43	8,3%	Julio	32	8,3%
Agosto	150	8,3%	Agosto	46	8,3%	Agosto	34	8,3%
Septiembre	150	8,3%	Septiembre	49	8,3%	Septiembre	36	8,3%
Octubre	150	8,3%	Octubre	52	8,3%	Octubre	38	8,3%
Noviembre	150	8,3%	Noviembre	55	8,3%	Noviembre	40	8,3%
Diciembre	150	8,3%	Diciembre	58	8,3%	Diciembre	42	8,3%
TOTAL	1.800	100%	TOTAL	498	100%	TOTAL	372	100%

Tabla 32. Proyecciones (Autoría Propia)

Producto	2018	2019	2020	2021	2022	2023
inscripción	1800	1858	1924	1990	2058	2128
Publicidad	498	514	532	551	569	589
I y publicidad	372	384	398	411	425	440

Tabla 33 Proyección Food Veg'Light. (Autoría Propia)

7.4.1. Presupuesto Personal

**RELACION DE PERSONAL REMUNERADO PARA EL PROYECTO.
COSTO FIJO MENSUAL EMPLEADOS DE OPERACIÓN**

SALARIO BASICO MENSUAL VIGENTE**\$ 828.116****AUXILIO DE TRANSPORTE VIGENTE****\$ 97.032**

CARGO	SUELDO BASICO ACORDADO	PRESTACIONAL	AUXILIO DE TRANSPORTE	TOTAL
Desarrollar Aplicativo	\$ 1.200.000	SI	\$ 97.032	\$ 1.921.032

GASTO FIJO MENSUAL EMPLEADOS DE ADMINISTRACIÓN

CARGO	SUELDO BASICO ACORDADO	PRESTACIONAL	AUXILIO DE TRANSPORTE	TOTAL
Administrador de Proyecto	\$ 1.500.000	si	\$ 97.032	\$ 2.377.032
Secretaria	\$ 828.116	SI	\$ 97.032	\$ 1.355.768
Servicios generales	\$ 828.116	SI	\$ 97.032	\$ 1.355.768
Contador externo	\$ 500.000	NO		\$ 500.000

GASTO FIJO MENSUAL EMPLEADOS DE VENTAS

CARGO	SUELDO BASICO ACORDADO	PRESTACIONAL	AUXILIO DE TRANSPORTE	TOTAL
Asesor comercial	\$ 1.000.000	si	\$ 97.032	\$ 1.617.032

Tabla 34 Presupuesto personal. (Autoría Propia)

7.4.2. Presupuesto de otros gastos

COSTOS	MES 1	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
MANO DE OBRA	\$ 1.617.032	\$ 19.404.384	\$ 20.161.155	\$ 20.897.037
ARRIENDO	\$ 850.000	\$ 10.200.000	\$ 13.668.000	\$ 18.315.120
SERVICIOS PUBLICOS	\$ 250.000	\$ 3.000.000	\$ 3.504.000	\$ 4.092.672
DEPRECIACION (MAQUINARIA Y EQUIPO)	\$ 2.226.116	\$ 26.713.392	\$ 26.713.392	\$ 26.713.392
MANTENIMIENTO	\$ 100.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
ARRIENDO SERVIDOR Y SOFTWARE	\$ 8.164.388	\$ 97.972.656	\$ 97.972.656	\$ 97.972.656

Tabla 35 Tabla 6. Presupuesto de otros gastos. (Autoría Propia)

7.5. Estados Financieros

Estado de Resultados

ESTADO DE RESULTADOS					
APP FOOD VEG LIGHT					
Periodos del 2019 al 2023					
	2019	2020	2021	2022	2023
INGRESOS	\$ 265.117.607	\$ 284.686.998	\$ 304.227.629	\$ 324.008.509	\$ 345.075.543
(-) COSTOS	\$ 180.000.000	\$ 187.020.000	\$ 193.846.230	\$ 200.340.079	\$ 206.350.281
UTILIDAD BRUTA	\$ 85.117.607	\$ 97.666.998	\$ 110.381.399	\$ 123.668.431	\$ 138.725.262
(-) GASTOS ADMIN Y VENTAS	\$ 57.637.781	\$ 59.741.560	\$ 61.742.902	\$ 63.595.189	\$ 65.503.045
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 27.479.826	\$ 37.925.438	\$ 48.638.497	\$ 60.073.241	\$ 73.222.216
(-) INTERESES	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) DEPRECIACION	\$ 2.226.116	\$ 2.226.116	\$ 2.226.116	\$ 2.226.116	\$ 2.226.116
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 25.253.710	\$ 35.699.322	\$ 46.412.380	\$ 57.847.125	\$ 70.996.100
(-) TASA IMPOSITIVA(34%)	\$ 8.586.261	\$ 12.137.769	\$ 15.780.209	\$ 19.668.023	\$ 24.138.674
UTILIDAD NETA	\$ 16.667.448	\$ 23.561.552	\$ 30.632.171	\$ 38.179.103	\$ 46.857.426

Tabla 36 Estado de resultado anual. (Autoría Propia)

7.6. Flujo de Caja

Periodos del 2018 al 2023						
FLUJO DE CAJA PERIODOS 2018 AL 2021						
		3,90%	3,65%	3,35%	3%	3%
		1,039	1,0365	1,0335	1,03	1,03
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
ENTRADAS						
Aporte social	\$ 60.000.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Ingresos(ventas)		\$ 265.117.607	\$ 284.686.998	\$ 304.227.629	\$ 324.008.509	\$ 345.075.543
TOTAL ENTRADAS	\$ 60.000.000	\$ 265.117.607	\$ 284.686.998	\$ 304.227.629	\$ 324.008.509	\$ 345.075.543
SALIDAS						
Gastos de constitucion	\$ 189.000					
Gastos de adecuacion	\$ 3.000.000					
Gastos de apertura	\$ 28.425.806					
Costos		\$ 180.000.000	\$ 187.020.000	\$ 193.846.230	\$ 200.340.079	\$ 206.350.281
Gastos administrativos y de ventas		\$ 57.637.781	\$ 59.741.560	\$ 61.742.902	\$ 63.595.189	\$ 65.503.045
Depreciacion		\$ 2.226.116	\$ 2.226.116	\$ 2.226.116	\$ 2.226.116	\$ 2.226.116
Inventario	\$ 3.635.140					
Maquinaria y equipo	\$ 25.428.000					
Tasa Impositiva		\$ 8.586.261	\$ 12.137.769	\$ 15.780.209	\$ 19.668.023	\$ 24.138.674
TOTAL SALIDAS	\$ 60.677.946	\$ 248.450.159	\$ 261.125.446	\$ 273.595.458	\$ 285.829.407	\$ 298.218.116
SALDO	-\$ 677.946	\$ 16.667.448	\$ 23.561.552	\$ 30.632.171	\$ 38.179.103	\$ 46.857.426
(+) Depreciacion		\$ 2.226.116	\$ 2.226.116	\$ 2.226.116	\$ 2.226.116	\$ 2.226.116
FFN	-\$ 677.946	\$ 18.893.565	\$ 25.787.669	\$ 32.858.287	\$ 40.405.219	\$ 49.083.542
tir	\$ 677.946	\$ 18.215.619	\$ 44.003.287	\$ 76.861.574	\$ 117.266.793	\$ 166.350.335
-60000000	\$ 677.946	\$ 18.893.565	\$ 25.787.669	\$ 32.858.287	\$ 40.405.219	\$ 49.083.542
TIR	-\$ 60.000.000	\$ 18.893.565	\$ 25.787.669	\$ 32.858.287	\$ 40.405.219	\$ 49.083.542

TIR	38,553%
TIO(ROE)	6%
VPN	\$ 77.046.298,15

Tabla 37 Flujo de Tesorería. (Autoría Propia)

7.7. Estado Situación Financiera – Balance

BALANCE GENERAL				
APP FOOD VEG-LIGHT				
Periodos del 2018 al 2021				
	2018	2019	2020	2021
ACTIVOS				
ACTIVO CORRIENTE				
Caja	-\$ 677.946	\$ 18.893.565	\$ 25.787.669	\$ 58.645.956
	\$ 35.249.946	\$ 45.384.377	\$ 48.935.886	\$ 26.790.657
Gastos preoperativos (Diferidos)				
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 34.572.000	\$ 64.277.942	\$ 74.723.554	\$ 85.436.613
ACTIVO NO CORRIENTE				
Maquinaria y equipo	\$ 25.428.000	\$ 25.428.000	\$ 25.428.000	\$ 25.428.000
(-) Depreciación acumulada		\$ 2.226.116	\$ 2.226.116	\$ 2.226.116
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	\$ 25.428.000	\$ 23.201.884	\$ 23.201.884	\$ 23.201.884
TOTAL ACTIVOS	\$ 60.000.000	\$ 87.479.826	\$ 97.925.438	\$ 108.638.497
PASIVOS				
Impuestos por pagar(tasa impositiva)		\$ 8.586.261	\$ 12.137.769	\$ 15.780.209
CXP				
TOTAL PASIVOS	\$ -	\$ 8.586.261	\$ 12.137.769	\$ 15.780.209
PATRIMONIO				
Capital	\$ 60.000.000	\$ 60.000.000	\$ 60.000.000	\$ 60.000.000
Resultados del ejercicio		\$ 18.893.565	\$ 25.787.669	\$ 32.858.287
TOTAL PATRIMONIO	\$ 60.000.000	\$ 78.893.565	\$ 85.787.669	\$ 92.858.287
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 60.000.000	\$ 87.479.826	\$ 97.925.438	\$ 108.638.497
DIFERENCIA	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0

Tabla 38. Estado de situación financiera. (Autoría Propia)

Conclusiones y Recomendaciones

A través del desarrollo y planteamiento de esta investigación podemos evidenciar la factibilidad de su ejecución evidente en su VPN positivo, el favorecimiento del entorno y las recientes tendencias que influyen, sin embargo, se deben tomar las medidas necesarias para mitigar todos los riesgos posibles y hacer un cubrimiento suficiente en las principales ciudades del país con el fin de posicionar el aplicativo y mantenerse como pionero en esta línea de negocios. En caso de requerirlo contemplar ampliar el presupuesto de inversión buscando apoyo financiero en las entidades que ofrece actualmente el gobierno a desarrollo de proyectos TIC.

Igualmente se proyecta crecer a futuro en las principales ciudades del país donde se debe contemplar la ampliación del equipo de trabajo y la tecnología para dar cubrimiento satisfactorio a los aliados del aplicativo, Colombia presenta actualmente un auge por llevar una vida saludable se imponen nuevas culturas de alimentación, plantación y procesos de las mismas que tomará provecho Food Veg Light, a penetrar en la recordación de los usuarios siendo un aliado para comercializar los Productos y servicios que generan valor en el campo Colombiano y contribuyen en mitigar los riesgos de salud y disminuye la tasa de mortalidad de enfermedades crónicas, impacta igualmente en los servicios de salud, si existen estas tendencias se emiten nuevos conceptos sobre la salud y el bienestar de los hogares colombianos.

Los establecimientos comerciales actualmente recurren a tercerizar la publicidad y ventas de los productos a través de plataformas digitales quienes se imponen incluso en el manejo logístico al entregar sus productos, Food Veg Light se prepara para cumplir con las expectativas legales, y comerciales necesarias que otorguen fiabilidad a los clientes es importante el proceso de selección de los futuros establecimientos aliados.

La tecnología será la base del éxito del aplicativo, que otorgará cubrimiento a nivel nacional y se busca realizar un prototipo fácil de manejar amigable, con apariencia natural y adecuado a su misión.



Ilustración 29. Prototipo

Contará con espacio para calificar los diferentes PyS, que permitirán brindar información a nuevos usuarios, se buscara informar acerca de las propiedades de diferentes alimentos asesorados por expertos.

Se logra concluir la viabilidad positiva del proyecto y visualizar los diferentes retos y temas centrales en los que se debe enfocar los recursos para dar cumplimiento a la puesta en marcha.

Referencias

- Alfonso, K. (2018). Conozca las aplicaciones que están ayudando al desarrollo del sector agropecuario. Retrieved June 21, 2019, from <https://www.larepublica.co/internet-economy/conozca-las-aplicaciones-que-estan-ayudando-al-desarrollo-del-sector-agropecuario-2593192>
- ANDI. (2017). *ESTRATEGIA PARA UNA NUEVA INDUSTRIALIZACIÓN II COLOMBIA, UN PAÍS DE OPORTUNIDADES*. (B. Mac Master & I. Restrepo de Mitchell, Eds.). Bogotá: Talleres de Nomos. Retrieved from <http://www.andi.com.co/Uploads/estrategia-para-una-nueva-industrializacion-ii.pdf>
- Armijo, M., & Espada, M. V. (2015). *Macroeconomía del desarrollo. Calidad del gasto público y reformas institucionales en América Latina*. (CEPAL, Ed.). Santiago de Chile. Retrieved from https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/37012/1/S1420450_es.pdf
- Banrepcultural. (2017). Deuda externa - Enciclopedia | Banrepcultural. Retrieved June 21, 2019, from http://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php?title=Deuda_externa
- Bitar, S. (2016). Las tendencias mundiales y el futuro de América Latina: edición 2016. Retrieved from <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/40788>
- Cámara Comercio de Bogotá. (2018). “Food trucks”, negocio que crece sin reglas - Cluster de Gastronomía, Cámara de Comercio de Bogotá. Retrieved June 21, 2019, from <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Gastronomia/Noticias/2018/Julio-2018/Food-trucks-negocio-que-crece-sin-reglas>
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2019). Empresas del Cluster de software y TI de Bogotá generan innovaciones en realidad virtual y aumentada - Cluster de Software y TI, Cámara de Comercio de Bogotá. Retrieved June 21, 2019, from <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Software-y-TI/Noticias/2019/Enero-2019/Empresas-del-Cluster-de-software-y-TI-de-Bogota-generan-innovaciones-en-realidad-virtual-y-aumentada>
- Contexto Granadero, & Fedeorgánicos. (2018). “El país sigue siendo muy virgen en materia de orgánicos”: Fedeorgánicos | CONtexto ganadero | Noticias principales sobre ganadería y agricultura en Colombia. Retrieved June 21, 2019, from

<https://www.contextoganadero.com/reportaje/el-pais-sigue-siendo-muy-virgen-en-materia-de-organicos-fedeorganicos>

Dane. (2018). Bogotá Indicadores Demográficos. Retrieved June 21, 2019, from https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:mtZG6Q4vX0MJ:https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/poblacion/ITMoDto2005_2020/Bogota.xls+&cd=14&hl=es-419&ct=clnk&gl=co&client=firefox-b-d

Dinero. (2017). Descargas mundiales de aplicaciones móviles alcanza récord. Retrieved June 21, 2019, from <https://www.dinero.com/empresas/articulo/descargas-mundiales-de-aplicaciones-moviles-alcanza-record/251720>

DINERO, R. (2019). Oferta del mercado vegano y vegetariano en Colombia. Retrieved June 19, 2019, from <https://www.dinero.com/edicion-impresa/negocios/articulo/oferta-del-mercado-vegano-y-vegetariano-en-colombia/267318>

López, A., & Ramos, D. (2009). Argentina: Nuevas estrategias empresariales en un modelo más abierto. *P. Bastos, & F. Silveira, Desafíos y Oportunidades de La Industria Del Software En América Latina.*

MINAMBIENTE. (2014). *PROGRAMA NACIONAL DE BIOCOMERCIO SOSTENIBLE.* (M. de A. y D. Sostenible, Ed.). Bogotá. Retrieved from http://www.minambiente.gov.co/images/NegociosVerdesysostenible/pdf/biocomercio/_PROGRAMA_NACIONAL_DE_BIOCOMERCIO_SOSTENIBLE.pdf

MinTIC. (2018). Impulso al desarrollo de aplicaciones móviles. Retrieved June 21, 2019, from <https://www.mintic.gov.co/portal/vivedigital/612/w3-article-19488.html>

Petovel, P. (2019). 8 datos del mercado de aplicaciones para móviles que debes conocer. Retrieved June 21, 2019, from <https://www.merca20.com/8-datos-del-mercado-de-moviles-que-debes-conocer/>

Portafolio. (2018). Alimentos orgánicos, un negocio para sacar provecho en Colombia | Negocios | Portafolio. Retrieved June 21, 2019, from <https://www.portafolio.co/negocios/alimentos-organicos-un-negocio-para-sacar-provecho-en-colombia-520050>

República de Colombia, Presidencia, & Departamento Administrativo de la Función Pública. (2015). Decreto 1078 de 2015 Sector de Tecnologías de la Información y

- las Comunicaciones - Gestor Normativo Función Pública. Retrieved June 21, 2019, from <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=77888>
- Reyes, M. A., Morales, J., García, M., & Vila, N. (2017). Business plan MeetPal (Meet + Pals). Retrieved from <https://bdigital.uexternado.edu.co/handle/001/497>
- Saavedra, J. F. (2018). Comida Saludable: Todo está servido para crecer. Retrieved June 21, 2019, from <https://www.nielsen.com/co/es/insights/news/2018/Comida-saludable-todo-esta-servido-para-crecer.html>
- Silva Ruíz, J., Páez Pérez, P. N., & Rodríguez Tobo, P. (2008). *FINANZAS PÚBLICAS TERRITORIALES PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN PÚBLICA TERRITORIAL*. (E. ESCUELA SUPERIOR DE ADMINISTRACIÓN PÚBLICA, Ed.). Bogotá. Retrieved from <http://www.esap.edu.co/portal/wp-content/uploads/2017/10/6-Finanzas-Publicas-Territoriales.pdf>
- Uribe, J. D. (2002). El ajuste fiscal y el papel del Banco de la República | Banco de la República (banco central de Colombia). Retrieved June 21, 2019, from <http://www.banrep.gov.co/es/node/6407>
- Vargas Vega, L. (2019). Adoptar un estilo de vida de vegetarianismo o veganismo no es tan difícil como parece. Retrieved June 21, 2019, from <https://www.larepublica.co/especiales/mis-documentos-semana-santa-2019/adoptar-un-estilo-de-vida-de-vegetarianismo-o-veganismo-no-es-tan-dificil-como-parece-2853035>
- Villamizar, C. (2011). Capítulo III Crecimientosostenibleycompetitividad. In *Bases PND 2010-2015* (pp. 49–248). Bogotá. Retrieved from http://www.sic.gov.co/sites/default/files/documentos/Capitulo_III_Crecimiento_Sostenible_Competitividad.pdf

Bibliografía

- Banco de la Republica.* (2011). Obtenido de Banco de la Republica I Colombia:
<http://www.banrep.gov.co/es/tags/balance-fiscal>
- Camara de Comercio.* (12 de 2018). Obtenido de os alimentos sostenibles:
<https://www.ccb.org.co/Sala-de-prensa/Noticias-sector-Agricola-y-Agroindustrial/Noticias-2016/Los-alimentos-sostenibles-una-alternativa-para-el-futuro-del-planeta>
- COLOMBIA, A. B. (14 de ENERO de 2018). *MERCADOTECNIA PUBLICIDAD*. Obtenido de
 de REVISTA MERCA:
https://www.google.com.co/search?rlz=1C1RLNS_esCO781CO781&biw=734&bih=690&tbm=isch&sa=1&ei=1GnDW6vGFYre5gKllbugAw&q=mercado+de++aplicaciones+moviles+en+colombia+2018&oq=mercado+de++aplicaciones+moviles+en+colombia+2018&gs_l=img.3...18968.21797.0.22919.11.
- Dinero. (30 de Agosto de 2018). *Así prospera el mercado de alimentos saludable*. Obtenido de Revista Dinero: <https://www.dinero.com/edicion-impresa/negocios/articulo/mercado-de-alimentos-saludables-en-colombia-en-2018/261433>
- Falabella. (s.f.). *Falabella*. Obtenido de Falabella: <https://www.falabella.com.co/falabella-col/>
- Fedeorgánicos.* (08 de 2018). Obtenido de <http://www.fedeorganicos.com/sector-organico/>
- Homecenter. (s.f.). *Homecenter*. Obtenido de Homecenter:
https://www.homecenter.com.co/homecenter-co/?kid=bannext3069&gclid=EAlaIQobChMllcuGqfih4wIVih-GCh1KdwP3EAAYASAAEgIpavD_BwE
- Insights. (26 de Octubre de 2016). *38% DE LOS COLOMBIANOS COME FUERA DE SU HOGAR UNA O MÁS VECES A LA SEMANA*. Obtenido de Insights:
<https://www.nielsen.com/co/es/insights/article/2016/38-por-ciento-de-los-colombianos-come-fuera-de-su-hogar-una-o-mas-veces-a-la-semana/>
- La Republica. (14 de Noviembre de 2017). *Las diferencias entre los servicios ofrecidos por Rappi y UberEats*. Obtenido de La Republica:

<https://www.larepublica.co/empresas/las-diferencias-entre-los-servicios-ofrecidos-por-rappi-y-ubereats-2569114>

La Republica. (07 de 06 de 2018). Las Aplicaciones tecnológicas no se salvan de pagar impuestos en la región.

MINAMBIENTE. (05 de 09 de 2005). Obtenido de CONPES 3376: http://www.minambiente.gov.co/images/normativa/conpes/2005/Conpes_3376_2005.pdf

Ministerio de las TIC'S. (10 de Junio de 2018). *Impulso al desarrollo de aplicaciones móviles (APPS.CO)*. Obtenido de Ministerio de las TIC'S: <https://www.mintic.gov.co/portal/604/w3-propertyvalue-575.html>

MINTIC. (s.f.). *MINTIC*. Obtenido de Impulso al desarrollo de aplicaciones móviles APP: <https://www.mintic.gov.co/portal/vivedigital/612/w3-propertyvalue-575.html>

Personales, F. (s.f.). *¿Cómo Uber Eats puede potenciar las ventas de su restaurante?* Obtenido de Finanzas Personales: <https://www.finanzaspersonales.co/tecnologia/articulo/uber-eats-cuanto-cobra-uber-eats-a-los-restaurantes/76633>

Portafolio. (14 de 08 de 2018). Obtenido de <https://www.portafolio.co/negocios/alimentos-organicos-un-negocio-para-sacar-provecho-en-colombia-520050>

Revista Semana. (18 de 9 de 2018). *Revista Semana*. Obtenido de Tendencias: <https://www.semana.com/economia/articulo/rappi-el-secreto-del-exito/583525>

Uber Eats. (2019). Obtenido de Uber Eats: https://www.ubereats.com/restaurant/signup?lang=es-ES?utm_medium=eatsfooter&utm_source=website

Uber Eats. (2019). *Uber Eats*.