

Diseño una propuesta de una APP para los tenderos del barrio Quiriguá en la ciudad de Bogotá, con el propósito de comercializar sus productos.

JOSE DANIEL HERNANDEZ

ANGIE DAYANA MORENO BOHORQUEZ

HELBERT STICK RUIZ

TUTOR:

HAROLD RUIZ

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS

ESPECIALIZACION GERENCIA FINANCIERA

BOGOTÁ

2020

TABLA DE CONTENIDO

Contenido

INTRODUCCIÓN	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
2. 3	
3. 10	
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	10
4. 11	
Rappi	13
Domicilios.com	14
Marco Teorico	16
Tipos de APP	18
Nativas	18
Web	18
Plan nacional de desarrollo	22
5. 23	
Diseño Metodológico	26
Diseño del estudio	27
Diseño	28
Fuentes primarias	29
Fuentes secundarias:	29
Tabulación de la muestra	29
Mediciones	30
Resultados	30
ANALISIS DE LA INFORMACION	31
PROYECCIONES	32
Modelo de negocio	33

Plan financiero	35
Inversiones fijas	35
Inversiones diferidas:	36
Capital de trabajo:	36
Análisis de riesgo	36
Análisis de la competencia	36
Análisis de la competencia	38
Plan de Mercadeo	39
MISION VISION DE LA EMPRESA	40
VALORES CORPORATIVOS	40
ESTUDIO ADMINISTRATIVO	41
LEGALIZACION DE LA EMPRESA	42
PLANEACION DE LA EMPRESA	42
POLITICAS DE LA EMPRESA	43
Políticas internas	44
Estructura organizacional	44
Organigrama	45
PERFIL PARA EL CARGO DE GERENTE.	46
PERFIL PARA EL CARGO DE CONTADOR.	47
PERFIL PARA EL CARGO DE INGENIERO DE SISTEMAS	48
PERFIL DE GERENTE DE MERCADEO	48
PERFIL DE AUXILIAR DE SISTEMAS	49
PERFIL DE AUXILIAR ADMINISTRATIVA	50
PERFIL DE PERSONAL OFICIOS VARIOS	51
PERFIL DE PERSONAL VENDEDORES	51
PERFIL DE PERSONAL PUBLICIDAD	52
Pasos para crear una app	53
Bibliografía	55

TABLA DE CONTENIDO GRAFICOS

Ilustración 1-Compotamiento tiendas bajo costo	7
Ilustración 2-participacion tiendas sector	8
Ilustración 3-Venta y número de tiendas	8
Ilustración 4-top categorías ventas en línea	35
Ilustración 5-organigrama empresarial	46

INTRODUCCIÓN

Con la implementación de este proyecto se pretende generar una de App para los comerciantes de las tiendas de barrio específicamente los ubicados en el sector del Quiriguá en Bogotá, de una manera digital que permita vender y dar a conocer sus productos de manera online. Poder tener mayor acercamiento con sus clientes, comerciantes.

Para realizar este análisis se desarrollaran encuestas a comerciantes y clientes, estas permiten obtener los análisis de la información que arrojan las estadísticas aplicadas con el fin de ver que tan factible resulta el desarrollo del proyecto que se describe.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Los tenderos del país están enfrentado una problemática con la llegada de tiendas de bajo costo¹ y con un portafolio extenso las cuales están extendidas a nivel nacional en todos los estratos socioeconómicos del país, esta situación disminuyo los ingresos de los tenderos a nivel nacional y ha generado el cierre de muchos negocios familiares que llevan décadas en el mercado.

Según datos recientes de la firma investigadora de mercados Nielsen, en los últimos dos años desaparecieron unas 22.000 tiendas de barrio en términos netos las que cerraron menos las que abrieron. Esto representa cerca del 7 por ciento del total, lo que ha encendido de nuevo las alarmas. (Nielsen, 2019)

De qué manera que una app puede generar cambios en la cultura para la comercialización de productos en las tiendas del barrio Quiriguá, en la ciudad de Bogotá?

¹ (comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto por alimentos ,bebidas y tabaco)

2. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.

En Colombia hay 268.000 negocios de barrio, que muy seguramente van a sostenerse y evolucionar. En opinión del presidente de Fenalco, los tenderos, al igual que todos los empresarios, tienen dos caminos: sentarse a esperar a que pase la tormenta o aprender a bailar bajo la lluvia. “Y no dudo de que la segunda opción es la que escogen mayoritariamente”.

Colombia empezó un proceso de apertura económica en la década de los 90, con esta apertura llegaron al país muchos empresarios extranjeros para invertir en negocios, pero también para dar un diagnóstico del futuro de la economía del país.

Muchos de estos expertos en mercados, dieron un diagnóstico sobre el futuro de los pequeños comercios en el país, algunos se atrevieron a decir que las tiendas de barrio con el tiempo desaparecerían y que este mercado lo tomarían las grandes superficies que llegaban al país. Pero a pesar de estos pronósticos observamos que las tiendas de barrio toman una gran importancia para los hogares colombianos.

Cada día se establecen más de estos establecimientos en el país, por varios factores como los hábitos de consumo que tienen los colombianos, al cambiar estos hábitos obligan a los fabricantes a sacar nuevas presentaciones de productos, casi siempre presentaciones más pequeñas con precios bajos que permite que muchos de los consumidores los puedan adquirir.

Otro aspecto muy importante es que la mayoría de estas tiendas están localizadas cerca al lugar de residencia, permite que sean visitados por los consumidores y esto ligado al conocimiento del tendero con el cliente y un factor quizás el más importante es que los tenderos le otorgan a sus clientes el llamado fiado o cuentas a crédito, estos factores consolidan mucho más las tiendas de barrio que se convierten en un referente para la comunidad.

Un factor favorable es que **el 70% de los negocios de barrio cuentan con acceso a internet**. La respuesta de los tenderos a esta transformación digital es todavía insuficiente, pero imprescindible para el sostenimiento del sector. (Semana, 2020)

Hoy el comercio está dando un giro importante en la forma de comercializar sus productos y adquirir nuevos clientes y posicionar su marca en un sector que está cada vez tomando más relevancia como lo es el sector de los autoservicios y grandes superficies.

Actualmente en esta contingencia que vive el mundo en época de pandemia se vuelve aún más importante contar con un diferencial para no perder el campo de acción ya ganado en la historia y las tiendas de barrio tienen una desventaja competitiva bajo sus principales competidores y deben tomar medidas necesarias frente a los cambios de hábitos de compra de los consumidores.

Esto ha generado la migración de muchos clientes a distintos establecimientos lo cual demuestra que los medios digitales cobran demasiada relevancia, según cifras del 25 de mayo del 2020 nos muestran el siguiente panorama. Hoy operan en Colombia más de 300.000 tiendas de barrio, de acuerdo con Fenalco, el gremio de los comerciantes. Esto no significa que haya un camino de rosas, que no enfrenten problemas o que tengan los riesgos cubiertos sino que les plantea el ambicioso proceso de expansión de las principales cadenas de descuento que operan en el país –Justo & Bueno, Ara y D1–. Las tres suman unos 2.600 puntos en el territorio y cada vez llegan más a zonas que antes dominaban las tiendas de barrio.

Sin embargo, todo indica que a esta expansión se han sumado otros factores. Entre ellos, el fortalecimiento y la masificación de las plataformas tecnológicas, los cambios en los patrones de consumo, la escasa modernización de algunos establecimientos

(Nielsen, 2019)

Las tiendas de barrio representan el 52% del mercado de consumo masivo dado a su Rapidez, economía y variedad, esas son algunas de las características que hacen de las tiendas de barrio la principal opción al momento de comprar. Alrededor del 60% de sus productos valen menos de \$2.000 pesos y, según cifras de Tienda Registrada, para el primer semestre del año, en Colombia existen 266.000 tiendas de barrio, que representan el 52% del mercado de consumo masivo en el país.

El 42% de la frecuencia de sus visitas es diaria y su ticket promedio es de \$5.500 pesos. Son dinamizadoras de la economía y están abiertas casi 24/7, siendo los sábados, domingos y lunes los días de mayor tráfico”, dice el informe.

Tienda Registrada además señala que en el 2018 el 5,8% de las ventas de la tienda de barrio fueron representadas por productos lanzados ese año.

(Portafolio, 2019)

Para la gerencia de alimentos polar, se identifica que las tiendas de barrio son un canal de venta relevante para la economía con el nuevo sabor a Parrillada Mixta de Dogourmet incrementaron en un 23% la participación de mercado. En la actualidad es el fabricante de alimentos para mascotas con mayor presencia en las tiendas de Colombia; una tienda promedio puede lograr ventas cercanas a 100 mil pesos manejando los productos de mascotas de Alimentos Polar, asegura José Antonio Pulido, Gerente General de Alimentos Polar Colombia.

Respecto a su categoría de alimentos, nueve de cada diez tiendas en Colombia comercializan Harina P.A.N., posicionándola como la marca que tiene el liderazgo en su categoría y la que más ganancia le ofrece a los tenderos.

Por su parte, en la categoría de Avenas, las marcas Quaker y Don Pancho son las líderes en las tiendas con más del 70% de la participación de mercado. En esa línea, con el lanzamiento de los cereales Aritos Chocolate, Quaker se convierte en la tercera marca de mayor rotación de unidades de cereales listos en las tiendas de Colombia.

(Portafolio, 2019)

Las tiendas son fuertes en Colombia frente a otros países el 47% de los latinos prefieren entrar y salir más rápido de hacer sus compras, mientras que el 43% quiere gastar el tiempo lo menos posible porque creen que se deben dedicar a otras cosas. El 56% busca cercanía y la tienda de barrio es la que, al final, sigue dando todo eso. Los valores para Colombia son muy parecidos a estos porcentajes para la

región. El 65% de quienes van a la tienda a comprar corresponde a familias con niños. En Colombia ese indicador es del 70%

En el mundo hay 23 millones de tiendas tradicionales y en volumen son 48% de lo que se consume en la canasta Nielsen, en Colombia es el 50%, lo que significa que la mitad de los que se vende sale del canal tradicional, este comportamiento es muy parecido al de México, mientras que en Brasil el canal moderno está muy fortalecido.

¿Lo que no sabías de los tenderos y tiendas de barrio?

Según un estudio realizado por Fenaltiemendas - FENALCO, se estima que en toda Colombia, hay 120 mil actores del pequeño comercio (tiendas de barrio), y cada año se van sumando más a esta industria; la edad promedio de los Tenderos es de 42 años; más de 55% de tenderos son mujeres y un 40% son cabeza de hogar; en cuanto a estudios realizados, el 31% adelantaron su primaria; el 47% son bachilleres; el 14% tienen algún título técnico y el 8% de tenderos son universitarios.

Cada tienda es única según el programa Fenaltiemendas desarrollado por FENALCO, las tiendas del país se diferencian por la variedad de productos que venden, cómo sean atendidos los clientes por los tenderos, cuántas personas trabajan en una sola tienda, si la tienda está actualizada en cuanto a tecnología. La decoración del establecimiento, en qué sector está ubicada, ya que por lo general este pequeño comercio se encuentra geográficamente en barrios residenciales. (Fenalco)

- Colombia es el país con mayor penetración en Hispanoamérica con 2888 tiendas, seguido de México con 1269 tiendas, Argentina con 915 tiendas y Perú 400.
- Según Fenalco, el 18% de las personas hacen compras de reposición en estas tiendas.
- Las categorías que más crecen son leche, aseo del hogar y personal, carnes frías y de congelador, también tienen un crecimiento importante los licores nacionales e importados.
- En el periodo 2013-2018, estas tiendas tuvieron un crecimiento de un 45%, pero desde el 2016 se observa una reducción en las ventas. Al cierre del 2018 estos formatos tuvieron un crecimiento del 31%.

Comportamiento de tiendas de bajo Costo



PRINCIPALES JUGADORES



ILUSTRACIÓN 1-COMPOTAMIENTO TIENDAS BAJO COSTO

Fuente: Tiendas de bajo costo, Euromonitor, Bancolombia.

Actual mente las proyecciones de expansión de los líderes de del formato de bajo costo en Colombia están enfocadas en duplicar sus ingresos en los próximos cuatro años, todo lo anterior está determinado por la inyección de grandes capitales e inversión del sector financiero.

Proyección de la participación de las tiendas de bajo costo en el sector de los supermercados.

Participación Histórica Discounters en el sector Supermercados*

2013	2014	2015	2016	2017	2018
5.00%	5.56%	9.52%	13.18%	17.11%	20.94%

Fuente: Euromonitor, Bancolombia

ILUSTRACIÓN 2-PARTICIPACION TIENDAS SECTOR

Teniendo en cuenta la información anterior se espera que las tiendas sigan creciendo en el país. A continuación se presenta unas proyecciones en las ventas y participación.

Ventas y número de tiendas.

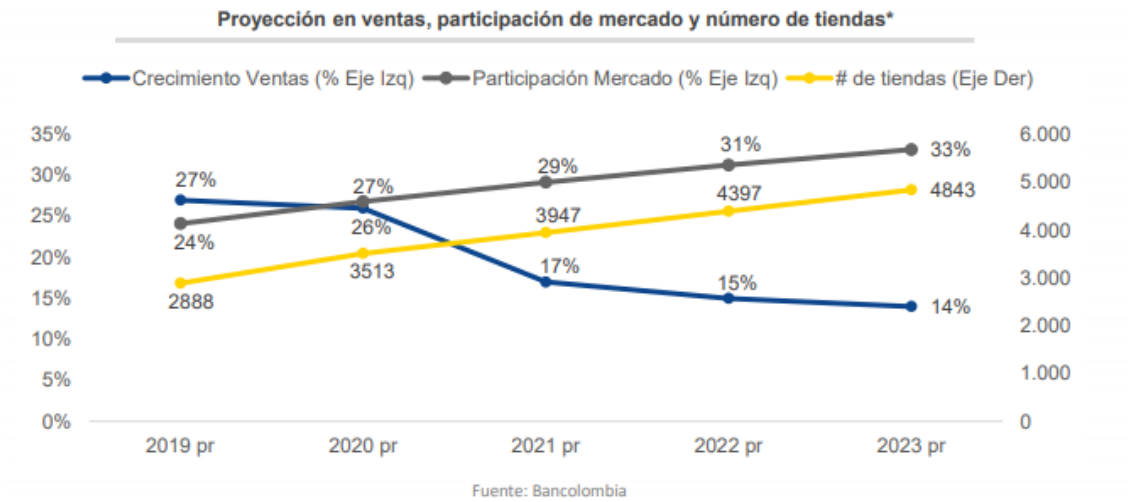


ILUSTRACIÓN 3-VENTA Y NÚMERO DE TIENDAS

Como se observa en el gráfico para el año 2023, estos formatos estarían participando en un 33% en el mercado.

(Grupo Bancolombia, 2018)

Ya no solo se publica sino también se vende, el ingreso de nuevos formatos al comercio de retail de Colombia como (D1, Justo y Bueno, Ara y Oxxo) Ara, D1 y Justo & Bueno ya agrupan a cerca de 11% del consumo en el país, esta propuesta de valor viene en auge desde 2016 y a ella se sumaron otros jugadores como Ara y Justo & Bueno. Cada uno con un plan de expansión ambicioso que han completado, junto con D1, un universo de tiendas que ya alcanza las 2845 y aumenta cada día y pinta las calles de las ciudades colombianas de rojo, naranja y azul.

Hoy D1 es la cadena con mayor presencia en los hogares en el país (52%), le siguen de cerca Ara y J&B, superando a cadenas de supermercado tradicionales con muchos más años de historia. Hoy representan entre los 3 el 11% del consumo en Colombia.

Según el Panel de Hogares de Nielsen, 5.7 canales al trimestre, en promedio, para completar su compra. Lo valioso de la disrupción generada por las tiendas de descuento es justamente que ofrecen una alternativa más para decidir, según preferencias, cercanía o bolsillo; donde comprar determinadas categorías. A su vez, ha despertado en muchos jugadores del retail tradicional la necesidad de innovar y diferenciarse, enamorando nuevamente a sus clientes con estrategias más enfocadas en factores más allá del precio.

¿Estamos esperando a un D1 con e-commerce, domicilios, personalización, productos saludables y sostenibles? Aún queda mucho para que veamos el modelo 2.0 de este formato, que a pesar de tener 10 años, sigue sacudiendo una industria a la que se le ha exigido reinventarse y con conceptos de economía, proximidad y una atención más cercana hace que las tiendas de barrio no sean competitivas frente a estos formatos, dado que estas están formadas por comerciantes empíricos y con poca estudio técnico de lo que el mercado hoy ofrece y aún más lejos de conocer las herramientas tecnológicas que hace lograr tener una proximidad a todo tipo de cliente que hoy las visita.

Es por ello que los comerciantes de las tiendas de barrio deben encontrar valores diferenciales que permitan seguir cautivando a los compradores que aun las visitan. Esta problemática la están viviendo la mayoría de las tiendas de barrio a lo largo del país. En la actualidad las tiendas de barrio se enfrentan a pequeños mercados que son propiedad de grandes marcas (D1, justo&bueno y Oxxo) que con sus precios bajos han puesto en jaque no solo a las grandes superficies sino a las tiendas de los barrios, actualmente las tiendas de barrio tienen algunos beneficios diferenciales frente a las grandes superficies como su atención personalizada, el hecho de fiar, una cercanía del tendero con el cliente entre otras. (Republica, 2020)

Es por estas razones que los tenderos tienen grandes retos para sacar sus negocios adelante y lograr su estabilidad y rentabilidad. Teniendo en cuenta esta problemática es

necesario agrupar a los tenderos del barrio Quiriguá de la ciudad de Bogotá con una plataforma digital que les permita ofrecer sus artículos a los habitantes del sector de acuerdo a sus necesidades y poderlos entregar en sus viviendas utilizando una aplicación mediante la cual cada establecimiento tiene comunicación en tiempo real. Sumado a la situación actual la mayoría de los clientes no cuentan con el tiempo necesario para dirigirse al establecimiento a adquirir los artículos que necesitan lo que hace más interesante la propuesta.

3. OBJETIVOS

3. OBJETIVO GENERAL

Diseñar una propuesta de una APP para los tenderos² del barrio Quiriguá en la ciudad de Bogotá, con el propósito de comercializar sus productos.

3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- Realizar un diagnóstico a través del método Pest que permita conocer el macro entorno que condiciona la implementación de la idea de agrupar a los tenderos del barrio Quiriguá en la ciudad de Bogotá.
- Elaborar un estudio de mercado con el fin de analizar y recopilar información de los tenderos, clientes potenciales y hábitos de compras de una infraestructura tecnológica que permita desarrollos económicos de los tenderos.
- Evaluar el funcionamiento de la APP para identificar las oportunidades las necesidades que tiene los tenderos del barrio Quiriguá en la ciudad de Bogotá
- Generar un cronograma de las actividades a desarrollar para la implementación de una APP.
- Calcular el costo de la implementación de una APP que permita dar a conocer y comercializar sus productos, teniendo en cuenta los equipos tecnológicos a utilizar, el montaje de la APP, el mantenimiento y soporte de la misma

² Persona que tiene una tienda o trabaja en ella, particularmente si es de comestibles.)

4. JUSTIFICACIÓN

El principal objetivo de este proyecto es mostrar a los tenderos del barrio Quirigua en la ciudad de Bogotá los riesgos que se tienen en la actualidad frente a la competencia de las grandes superficies y tiendas de bajo costo que están llegando al país y también orientarlos a que tengan en cuenta las nuevas tecnologías para el beneficio de sus negocios y de esta forma sean rentables.

Los problemas actuales de los tenderos obedecen a la mayor competencia de grandes formatos, falta de modernización, el uso de las nuevas tecnologías y en otros casos a las normas de las alcaldías locales, según Nilsen es preocupante el cierre de muchos de estos establecimientos, en los dos últimos años han desaparecido alrededor de 22.000 establecimientos, los tenderos atribuyen estos cierres a la expansión de cadenas como D1, Justo&Bueno, Ara y Oxxo. Actualmente opera en Colombia aproximadamente 300.000 tiendas de barrio que se mantienen pese a las grandes adversidades que tiene el sector en estos momentos. (Nilsen)

Pero si se realiza una investigación más a fondo también existen otros factores, entre ellas es el cambio de hábitos de consumo, la masificación de las plataformas digitales y en otros casos hasta la falta de claridad con las políticas para el funcionamiento de los establecimientos pues deben cumplir requisitos que exceden su capacidad tanto de infraestructura como económicas.

La idea de este proyecto es darle a conocer a los propietarios de las tiendas de barrio los beneficios que pueden traer las nuevas tecnologías para sus establecimientos, además el incremento que pueden tener sus ventas sin realizar una gran inversión.

Otro aspecto muy importante es que (Tenderos en peligro) en la actualidad tienen en los barrios muchas personas jóvenes que están sin trabajo, este proyecto nos ayudaría a emplear a muchos de estos jóvenes quienes serían los encargados de entregar los pedidos a los clientes en el sector, esto es un beneficio adicional, porque al contratar jóvenes del sector nos permite realizar las entregas en menor tiempo ya que ellos ya conocen en sector.

Algo muy importante en este proyecto es que se generaría un alto impacto en este sector, porque la mayoría de clientes podrían obtener sus artículos en lugares de confianza

sin la necesidad de salir de sus casas, como los clientes conocen a los tenderos de toda la vida este proyecto acercaría a clientes con tenderos y generaría mayor fidelidad.

Con implementación de nuevas tecnologías permitirán que los tenderos confíen más en las tecnologías y comiencen a incorporar otras como los pagos en datafono o pagos en línea.

General mente los propietarios de las tiendas de barrio son personas con poca educación que desconfía de las tecnologías por esta razón una de las acciones adicionales sería capacitar a cada propietario con el uso de las tecnologías, el uso de las redes sociales para poder promocionar sus negocios y de esta forma darse a conocer, además capacitarlos con el uso de aplicaciones que permita tener comunicación directa con clientes y otros propietarios.

Merqueo es una compañía de tecnología que opera bajo una plataforma en línea para entrega de mercados a domicilio. Nació en el año 2004 en Colombia y actualmente tiene operación en Bogotá, Medellín y Ciudad de México, las 24 horas, los 7 días de la semana.

Esta plataforma permite a los usuarios hacer mercado a través de su página web o aplicación móvil disponible para teléfonos Android y otros dispositivos. En esta aplicación el cliente selecciona los artículos, programa el día y la hora de entrega de su pedido y selecciona el método de pago.

Una de las ventajas de la aplicación según sus creadores es que permite ahorrar tiempo y en algunos casos en dinero mediante una solución tecnológica.

El supermercado ofrece un stock de 5.000 referencias de la canasta familiar aproximadamente, maneja una relación con los proveedores lo que permite ofrecer buenos precios, además ha centralizado toda la cadena de inventario a puerta cerrada, donde se realiza el despacho y posterior transporte de productos al cliente por la aplicación. Esta operación se realiza sin ninguna intermediación lo que reduce los costos al consumidor final.

En un artículo portafolio, Sebastián Noguera, gerente general de merqueo manifiesta que la plataforma se desarrolló con el propósito de facilitar con servicio a domicilio las compras de mercado que hacían los clientes en cadenas reconocidas realizo

un giro en comercializarlos directamente con el fin de convertirse en un supermercado virtual que compita directamente con tiendas de bajo costo como D1 y Ara.

Con este cambio pone a esta plataforma en una categoría en la que el objetivo no es ser el más rápido, sino que buscan ser los más económicos, afirmo noguera.

Además, lanzan una estrategia es la categoría de súper ahorro, consiste en un portafolio de 1.000 artículos a precios muy competitivos, en las marcas reconocidas este ahorro puede ser del 25% y en las marcas propias hasta de un 60%.

Su éxito se basa en la oferta de productos de la canasta familiar con precios bajos, merqueo busca trasladar el éxito de este modelo de negocio al mundo digital. La plataforma creció por encima del 1.000% y ha generado muchos empleos para atender a sus más de 100.000 clientes. Gracias al crecimiento de los domicilios amplio su cobertura a otras localidades. (Linda Patiño, 2018)

Como se puede observar estas nuevas ideas innovadoras utilizando las tecnologías pueden ayudar a crecer a los pequeños comercios que brindan un servicio personalizado en los diferentes barrios de la capital

Rappi, Es una compañía multinacional colombiana que actúa como un portal de contacto, la sede principal está en la ciudad de Bogotá donde fue fundada en el año 2015.

Una la característica de Rappi es que ofrece un gran portafolio de los productos y servicios que ofrece, según su fundador Sebastián Mejía dice “queremos ser una tienda de todo”. La aplicación permite que los consumidores realicen pedidos del supermercado, comida, medicamentos, pero también permite enviar dinero en efectivo a alguien. Los corredores pueden hasta pasear los perros del cliente.

Mediante la interfaz de usuario luce como los estantes de los supermercados y los usuarios pueden agregar sus productos a la cesta, una ventaja es que los clientes pueden realizar sus pagos en efectivo o con tarjeta débito o crédito. Su plataforma incorpora Grability, una plataforma de comercio electrónico que es utilizada por otros comercios como Walmart, Grupo éxito y cencosud.

La empresa que fue fundada por tres jóvenes que no pasan de los 35 años, nació como una aplicación que ofrecía productos a domicilio de una tienda de barrio, dejaron un

campo abierto donde la gente podía colocar sugerencias, de pronto se dieron cuenta que la gente comenzó a pedir, hamburguesas, crepes, medicamentos, y mercado y además se dieron cuenta que la gente pedía favores. Esta idea de negocio que empezó como un servicio en las tiendas de barrio, hoy se cotiza en los mercados internacionales en 1.000 millones de dólares.

Simón Borrero uno de los fundadores dice que hoy un Rappitendero hace cosas como prestar dinero, pagar recibos, comprar boletas de un concierto, sacar a pasear el perro, llevar a un familiar al médico.

Rappi se convirtió en un intermediario entre grandes empresas y el comprador. Inclusive ya se pueden pedir productos que no se venden en Colombia, además tiene entre sus aliados a empresas como; Procter and Gamble, grupo Éxito, Carulla, El corral, crepes & waffles y Coca –cola. Otro aspecto muy importante es que actual mente posee expertos en realizar mercados tanto de verduras como de carnes lo que genera mucha confianza en los clientes. (Virtual, 2018)

Como podemos observar una aplicación que estaba dirigida a las pequeños comercios y tiendas de barrio se ha convertido en un aliado estratégico de multinacionales y que en la actualidad el precio como empresa alcanza los miles de millones de dólares.

Domicilios.com Domicilios.com inició en Colombia en 2007, cuando dos estudiantes de la Universidad de Los Andes, José Guillermo Calderón y Miguel McAllister crearon su primer piloto, un directorio digital con los nombres de todos los restaurantes. Se unieron luego con Pablo González, y con una inversión de US\$100.000, por parte de un inversionista, lanzaron el concepto de pedir comida en línea. Posteriormente consiguieron otra inversión del fondo español Axon Partners de US\$ 1,5 millones, y rápidamente, se volvieron los líderes en Colombia, Perú, Ecuador y Argentina.

Las necesidades de capital para soportar este crecimiento los llevó a asociarse con Delivery Hero quienes compraron la participación de varios inversionistas. Delivery Hero, de origen alemán, es el líder del mercado mundial en este sector en varios países

de Europa, América, África y Asia. En 2017 salieron a la Bolsa de Frankfurt siendo hasta ahora la única compañía tecnológica de origen colombiano que cotiza en bolsa.

Los fundadores vendieron su participación y se fueron a crear nuevas compañías como Merqueo, que lidera McAllister y Muy, que lidera Calderón.

“El mercado colombiano tiene un gran potencial de crecimiento y nuestra alianza acelerará las inversiones en el país. Contaremos con un equipo de alta experiencia para liderar este proceso de integración entre las dos compañías, que unirá las buenas prácticas de ambas empresas y creará una cultura que priorizará a los clientes de nuestros negocios-restaurantes, socios domiciliarios y, por supuesto, a los colombianos”, explica Carlos Moyses, vicepresidente Corporativo de iFood en América Latina. Una vez el acuerdo sea aprobado, Moyses quedará a cargo del plan de integración e iniciará la nueva operación. Las empresas indican que la negociación traerá una serie de beneficios para la industria de comida a domicilio en Colombia. “Para los restaurantes y para los socios domiciliarios significará negocios adicionales, y los usuarios tendrán acceso a una amplia y completa lista de productos y servicios junto a la experiencia y liderazgo de iFood”.

“Vemos un potencial enorme en esta alianza. No sólo nos permitirá continuar participando en uno de los mercados de domicilios más atractivos de América Latina, sino que al unir fuerzas con iFood también damos la bienvenida a excelente conocimiento operativo y de innovación. Esto nos ayudará a seguir creciendo nuestros servicios en Colombia. Esperamos poder comenzar nuestra colaboración pronto para compartir conocimientos y continuar invirtiendo en soluciones locales que tengan un impacto global”, señaló Ariel Burschtin, cofundador y CEO de Delivery Hero América Latina. Fundada en 2011, iFood es una de las mayores foodtech en el mundo y la líder en Brasil, gestionando más de 26 millones de órdenes por mes. Adicional a la operación en Brasil, está presente en Colombia y México. La compañía brasileña tiene inversores en Movable, líder global en tecnología en contenido móvil, y Just Eat, líder mundial en el concepto de marketplace y comida a domicilio. (emprendedores, 2020)

Marco Teórico

Una APP viene de la abreviatura en inglés application. Es decir, una APP es un programa. Pero con unas características especiales.

Esto se refieren sobre todo a aplicaciones destinadas a tablets (como el iPad o equipos Android) o a teléfonos del tipo smartphone (como el iPhone o el Samsung Galaxy). También las hay en Windows 8.

Son más dinámicas que los programas tradicionales. Algunas dependen de Internet para su funcionamiento, Por ejemplo las asociadas a Facebook o Twitter, las de noticias o el estado del tiempo, son una buena combinación entre un programa de siempre y un gadget de Escritorio. Su instalación es instantánea, basta hacer un par de click para que se descarguen y empezar a usarlas.

Son de forma pequeñas y específicas. Es raro que ocupen más de unos pocos MB. Y su uso suele limitarse a algo muy concreto. No tienen decenas de opciones distintas como muchos programas normales, pueden ser juegos, herramientas para redes sociales o recogida de noticias e información de todo tipo, utilidades para fotos, vídeos o música, etc.

¿Cómo puedo descargarlas?

Se encuentran disponibles principalmente en tiendas virtuales. Los teléfonos y tablets suelen incluir una opción que da acceso directo a ellas. Algunas tiendas puedes visitarlas también escribiendo su dirección URL en el navegador del dispositivo.

Lo mas usual es tener que registrarse para poder descargar aplicaciones. Pueden hacerlo desde el propio dispositivo de forma gratuita. En las tiendas se separan de forma clara las aplicaciones gratis y de pago. Están agrupadas en categorías para que resulte más fácil buscar las que prefieras. También incluyen listas con las más populares. O buscadores con los que localizar aplicaciones concretas.

- Instala un emulador de Android
- Como BlueStacks. Es gratis y te permite usar apps Android en Windows.
- Tienda de Windows 8

Estas son una novedad, porque sus apps se destinan también a PCs y no sólo a dispositivos móviles.

Google Play (Android Market) maneja aplicaciones para teléfonos, tablets o equipos Android de cualquier marca. Tiene casi 700.000 para todos los gustos. Es difícil que no encuentres en ella juegos o utilidades de tu agrado. La mayoría de las APP de Google Play son gratis y se añaden continuamente otras nuevas.

Samsung Apps Incluye también aplicaciones Android, como Google Play. Pero diseñadas de forma específica para dispositivos Samsung.

Windows Phone Tiene unas 100.000 apps para teléfonos Windows Phone de la marca que sea (Nokia, Samsung, HTC, LG, etc.).

Apple app store Es la reina de las tiendas de aplicaciones. Pero sólo pueden descargarlas dispositivos Apple con el sistema operativo iOS, como el iPhone o el iPad.

Blackberry apps Es para teléfonos Blackberry, como habrás supuesto ya. Tiene más de 100.000.

OVI Store Dirigida a teléfonos Nokia que NO sean Windows Phone. Cuenta con unas 30.000 aplicaciones.

Tipos de APP

Hay dos fundamentales en el medio :

Nativas

Están creadas para un cierto sistema operativo (SO). Tu dispositivo debe tener ese SO para que puedas instalarlas en él, las aplicaciones nativas destinadas por ejemplo al sistema iOS del iPhone no funcionan en Android, y al revés. También debes tener en cuenta la versión del SO “ sistema Operativo”. Una aplicación diseñada para una versión moderna de Android, por ejemplo, puede no funcionar en un dispositivo que tenga una más antigua. Igual que hay programas para XP que no funcionan en Windows 7.

Web

Las web apps se instalan y/o ejecutan en el navegador de Internet, a veces como un plugin. Su ventaja es poder usarlas en cualquier dispositivo con navegador, sin importar el SO “Sistema Operativo” que utilice.

MARCO LEGAL

Decreto o ley	Año	Definición	Aplicación al proyecto	Justificación
Decreto 3466	1982	Se dictan normas relativas a la calidad a la garantía, las leyes, las propagandas, fijación publica fe precios de bienes y servicios, la responsabilidad de sus productores, expendedores y proveedores.	Artículo 14, Marcas, leyendas y propagandas, Toda propaganda que se dé al consumidor de bienes y servicios debe ser veraz.	Ese decreto es muy importante para nuestro proyecto, porque regula toda la publicidad, además obliga a los productores a tener responsabilidad sobre los bienes y servicios que ofrecen, de esta manera se puede entregar al cliente el producto que se ha prometido con todas sus características.
Ley 633	2001	Es de origen tributario sin embargo el artículo 91 hace referencia acude a la institución de naturaleza comercial como lo es el registro mercantil.	Artículo 91, Todas la paginas Web y sitios de internet de origen colombiano y cuya actividad económica sea de carácter comercial financiera o prestación de servicios debe inscribirse en	Con el plan de desarrollo presentado por el gobierno nacional, las ideas de negocio con proyección a la tecnología para aplicar en Mi Pymes tendrán un cofinanciamiento, rebajas a nivel tributario y en otros casos se realizaran convocatorias para acceder a las regalías destinadas para emprendedores en estos sectores.

			el registro mercantil.	
Ley 527	1999	Se define y se reglamenta el acceso y uso de los mensajes de datos, del comercio electrónico y de las firmas digitales.	<p>Artículo 44, Cualquier actividad transaccional, mercantil o de servicios se someterá a los requisitos establecidos por la ley.</p> <p>Artículo 48, Consentimiento o para aceptar mensajes de texto, previamente para que el consumidor exprese su consentimiento para registros electrónicos o mensajes de datos.</p>	En la actualidad muchos mercados quieren entregar información mediante los diferentes medios digitales a sus clientes, por esta razón es muy importante tener una reglamentación para este fin, es fundamental que los clientes acepten recibir esta información, con esta ley se reglamenta la información enviada y recibida para evitar cualquier inconveniente en el futuro.
Ley 1564	2012	Es autentico un documento cuando existe certeza sobre las persona que lo ha	Este decreto autoriza a personas que generan facturas a	Actual mente para comercial artículos mediante un mercado electrónico es importante conocer la reglamentación en el tema de la facturación

		elaborado manuscrito firmado o cuando exista certeza respecto a la persona que se atribuye el documento.	utilizar medios electrónicos para su elaboración.	electrónica además es importante que los tenderos del Barrio Quirigua conozcan el uso de los medios electrónicos.
Decreto 1377	2013	Este decreto tiene como objeto reglamentar la ley 1581 de 2012 por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales.	Artículo 25, Contrato de transmisión de datos personales, salvaguardar la seguridad de las bases de datos donde se contengan datos personales.	Con la reglamentación y uso de los datos personales, es fundamental conocer el decreto, también es importante que los tenderos del barrio Quirigua también lo conozcan, porque el proyecto está basado en el manejo de información tanto de clientes como de proveedores.
Constitución nacional, artículo 333		La actividad económica e iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos sin	El estado por mandato de la ley impedirá que se obstruya o se restrinja la libertad económica y evitara o controlara cualquier abuso que personas o	En la constitución nacional se informa que toda actividad económica es libre, siempre y cuando se cumpla con los requerimientos estipulados por las entidades de control. Esto faculta a cualquier colombiano a impulsar sus innovaciones, en el plan de gobierno actual 2018-2022 el gobierno se compromete a impulsar las iniciativas que tengan como

		autorización de la ley	empresas hagan de su posición dominante en el mercado nacional.	propósito impulsar las Mi Pyme, es el propósito de nuestro proyecto.
Ley 527	1999	Por medio de la cual se define y se reglamenta el acceso y uso de los mensajes de datos, del comercio electrónico y de las firmas digitales y se establecen las entidades de certificación y se dictan otras disposiciones.	Regula los mensajes de datos, la prestación de servicios electrónicos a través de redes de información incluido el comercio electrónico y la protección de los usuarios de estos sistemas.	Al reglamentar el uso de datos personales, mensajes de texto o información mediante los medios tecnológicos, nos permiten conocer el alcance y las limitaciones que tenemos en nuestro proyecto.

Plan nacional de desarrollo

En el plan de desarrollo presentado por el Presidente Iván Duque realiza varios pactos con los diferentes sectores de la economía nacional, esta forma los pactos sirven para impulsar varios sectores y de esta forma activar la economía nacional y disminuir el desempleo en el país.

Dentro de estos pactos podemos destacar el pacto por la ciencia, la tecnología e innovación, este permite brindar beneficios económicos y tributarios a los emprendedores que los impulsen, a continuación se realiza un breve recuento sobre este pacto.

Pacto por la ciencia, la tecnología y la innovación

Conocimiento científico y desarrollo de tecnología e innovaciones para transformar la sociedad colombiana y su sector productivo.

Dentro del plan de desarrollo tiene varias estrategias que permite desarrollar proyectos:

- Cofinanciamos proyectos de investigación, desarrollo tecnológico e innovación dirigidos a Mi Pymes por medio de beneficios tributarios.
- Incentivaremos la innovación mediante el uso de la compra pública innovadora por parte del estado.
- Llevaremos a cabo convocatorias para usar las regalías del Fondo de Ciencia, Tecnología e innovación en proyectos regionales.

Estas estrategias las desarrollaran en el plan de desarrollo mediante duplicar la inversión en actividades de ciencia, tecnología e innovación.

5. MARCO REFERENCIAL

5.1 Marco Teórico

Hace 15 años, las principales clasificaciones de riqueza mundial las dominaban los países. Sin embargo, desde hace un par de años, el poder económico se transfirió, en buena medida, a las grandes empresas y a algunas personas naturales.

Esto significa que, hoy por hoy, la mayor parte de la riqueza, el dinero y la capacidad de inversión se encuentra, cada vez más, en manos de privados y es por esto que las Alianzas Público Privadas (APP) han adquirido gran relevancia como medio para el desarrollo de obras de interés público, especialmente la infraestructura que requieren los países.

Un buen ejemplo de esto es que de las empresas más grandes del mundo, medidas por ingresos anuales según el ranking de la revista Fortune 500, la compañía Wall Mart supera el tamaño del PIB de Colombia. Las 500 empresas más grandes del mundo suman el 37% del PIB mundial.

En consecuencia, las alianzas público privadas representan una gran oportunidad para la región latinoamericana, la cual abarca el 15% de la superficie mundial, con 625 millones de habitantes y un atraso de más de 15 años en infraestructura respecto a las regiones desarrolladas del planeta.

Además, el último informe de la Cepal indica que más del 30% de la región vive en condición de pobreza, lo que ha facilitado el ingreso al poder político de líderes populistas que aprovechan esta deuda social para ofrecer promesas incumplibles. Es por eso que las APP representan también un medio para combatir la desigualdad y disminuir las posibilidades de caer en gobiernos de corte populista.

En Colombia las APP tienen su origen en el decreto 222 de 1983, el cual permitió el acceso de los privados a la construcción de obras públicas por medio de contratos de concesión. Más adelante, en 1991, se dictaron nuevas disposiciones en pro de involucrar a los particulares en el desarrollo de infraestructura.

Luego de esto se generaron importantes desarrollos en los Conpes hasta que finalmente, en el 2012, se creó la Ley 1508 de alianzas público privadas por la cual se estableció su régimen jurídico.

Recientemente se adoptó el modelo peruano de obras por impuestos, el cual permite a los particulares incursionar en el desarrollo de obras públicas mientras cumplen sus obligaciones tributarias. Esta gran iniciativa peruana puede tener mayor éxito si se centra en el apoyo a nuevas empresas.

El índice de APP infrainscope, creado conjuntamente por la revista The Economist y el BID, le da a Colombia una buena calificación. Sin embargo, este estudio presenta como una de nuestras debilidades el clima de negocios y los obstáculos tributarios.

Así, el nuevo gobierno debe fortalecer esta herramienta, en especial la modalidad APP de iniciativa privada sin obligatoriedad de desembolso de recursos públicos.

Esto puede contribuir al que debe ser el principal propósito de Colombia en el futuro inmediato: pasar del tercer mundo al primero, como lo dice el título del libro escrito por el líder de Singapur, Lee Kuan Yew. “Fuente la Republica, Julio 6 del 2018” (citar)

Empresarios israelíes participaron del seminario “Invierta en Colombia”, evento organizado por la Cámara de Comercio Israel – América Latina y PROCOLOMBIA, en donde se dio a conocer el potencial colombiano en sectores como software, hotelería, cosméticos, farmacéuticos, agroindustria y servicios de ingeniería.

De acuerdo con un informe elaborado por el Economist Intelligence Unit (EIU), el entorno para las APP está mejorando a medida que aumenta la demanda de proyectos de infraestructura que requieren capital privado y por esta razón un grupo emergente de países ha mejorado su capacidad y disposición para las inversiones de este tipo de asociaciones.

El grupo de países está encabezado por Colombia en donde “ha habido esfuerzos concertados, en los cambios normativos y la creación de capacidad”, precisa el documento EIU., que agrega que los marcos institucionales y legales, y el clima de inversión positivo han sido fundamental para la gestión de las inversiones APP en Colombia.

Por su parte el Director de Planeación Nacional, Mauricio Santa María dijo que una de las ventajas de las Asociaciones Público Privadas es que “estas pueden llegar a donde haya posibilidad de inversión grande, en donde el Estado pueda asociarse con un particular y así redunde en beneficio de la sociedad”.

Señaló que a un año de haber sido aprobada la Ley que le da marco jurídico a las APP, el sector privado ya ha presentado 45 iniciativas para ser financiadas a través de este esquema.

Construcción y dotación de infraestructura hospitalaria, de planteles educativos y hasta de cárceles, hacen parte de los sectores a los que pueden llegar los recursos de las Asociaciones Público Privadas en Colombia, concluyó el Director del DNP.

Diseño Metodológico.

En este proyecto se aplica la investigación proyectiva, este tipo de investigación busca considerar los aspectos que componen un problema, está conformada por unas formas exploratorias y de indagación que permite obtener nuevos conocimientos. Con este tipo de investigación se busca soluciones para diversos problemas, además permite la obtención de nuevos conocimientos.

El objetivo es informar la metodología que se utilizara para dar a conocer la app a los tenderos en el barrio Quirigua de la localidad de Engativá en Bogotá. Se tendrá en cuenta la realización de encuestas, análisis de variables, los instrumentos utilizados para la evaluación de las encuestas, los instrumentos utilizados para la recolección de la información y el proceso y análisis de la misma.

Mediante una investigación proyectiva proponemos una solución a la situación que se presenta en los tenderos del barrio Quirigua, la propuesta es ofrecer el uso de una App, la cual permite dar a conocer el establecimiento a los clientes del sector, poder brindar los productos y servicios que tiene cada establecimiento. El propósito es indagar, explicar y proponer estas ideas de negocio que ayudaran a los tenderos a crecer en el mercado actual.

Con los desarrollos tecnológicos actuales los mercados locales e internacionales han cambiado de una forma radical, permite que realizar las compras de mercados y elementos de uso personal sea mucho más fácil de lo que era hace una década atrás, la mayoría de las personas con solo un click en su teléfono pueden acceder a un gran portafolio de productos y servicios que ayuda a simplificar la vida, es por esta razón que cobra una gran importancia el mostrar a los tenderos del barrio Quirigua en la ciudad de Bogotá los riesgos que tienen en la actualidad frente a la competencia de las grandes superficies y tiendas de bajo costo que están llegando al país y orientarlos a tener en cuenta las nuevas tecnologías para el beneficio de sus negocios y de esta forma ser más rentables.

Los problemas actuales de los tenderos obedecen a la mayor competencia con los grandes formatos, la falta de modernización, el no utilizar las nuevas tecnologías y en otros casos a las normas de las alcaldías locales, según nilsen es preocupante el cierre de muchos de estos establecimientos, los dos últimos años han desaparecido alrededor de

22.000 establecimientos, los tenderos atribuyen estos cierres a la expansión de cadenas como D1, Justo&Bueno, Ara y Oxxo. Actualmente operan en Colombia aproximadamente 300.000 tiendas de barrio que se mantienen pese a las grandes adversidades que tiene el sector en estos momentos. (Nilsen)

Pero si se realiza una investigación más a fondo también existen otros factores, entre ellas el cambio de hábitos de consumo, la masificación de las plataformas digitales y en otros casos la falta de claridad con las políticas para el funcionamiento de los establecimientos pues deben cumplir requisitos que exceden su capacidad tanto de infraestructura como económicas.

Diseño del estudio.

El diseño del estudio sobre la factibilidad de crear una app para los tenderos del barrio Quirigua en la localidad de Engativá, permite identificar la problemática que tienen en la actualidad los tenderos no solamente los de este sector de la ciudad sino la mayoría de tenderos de la ciudad, con la llegada de grandes superficies y con el uso masivo de las plataformas de compras online. El estudio de factibilidad que está orientado a los tenderos del barrio Quirigua mediante encuestas donde se quiere obtener la percepción sobre el uso de una app.

Dentro de la metodología se realizarán 30 encuestas a los tenderos, esto con el propósito de conocer más a fondo las necesidades en temas tecnológicos de estos establecimientos y conocer en términos cuantitativos cuál sería el impacto económico en cada uno de los negocios. Además en términos cualitativos es importante conocer cuál es la perspectiva con el uso de una app para poder interactuar con sus clientes. Se utilizaron técnicas como la encuesta para la recolección de esta información. El principal objetivo de la encuesta es obtener información en términos económicos y sociales y de esta forma poder calcular los beneficios que puede traer a cada uno de los tenderos del barrio Quirigua el uso de las nuevas tecnologías.

Para este estudio se definió a los tenderos del barrio Quirigua, sin importar el tamaño del establecimiento y la cantidad de clientes que pueden atender en el día.

Diseño.

La encuesta se realizó en los meses de septiembre y octubre de 2020 y se aplicó inicialmente a 10 tenderos del barrio Quirigua de la localidad de Engativá, para realizar las encuestas se tuvieron en cuenta algunas actividades que se relacionan a continuación.

-Se realizaron algunas reuniones con algunos tenderos del barrio con el propósito de darles a conocer la propuesta y dar a conocer los beneficios que puede traer a sus negocios.

-Las personas que realizaran las encuestas son: Dayana Moreno y Helbert Ruiz, quienes hacen parte de la investigación, no fue necesario reclutar personal externo para realizar estas encuestas.

-Capacitación, se realizaron reuniones con el propósito de conocer los cuestionarios que tienen las encuestas, también para conocer cuáles son las técnicas de evaluación y se realizaron las retroalimentaciones necesarias.

-Para la realización de las encuestas se acordó que se realizarían 2 semanales y cada uno de los integrantes del grupo seleccionaría sectores específicos donde se concentran la gran mayoría de tiendas del barrio Quirigua. Para seleccionar a los tenderos que se le aplicaría la encuesta se tuvo en cuenta el interés de cada uno de ellos y los elementos tecnológicos con que contaban (computador, teléfonos inteligentes) en total son 10 tenderos encuestados.

-Se tuvo en cuenta que la información suministrada por cada uno de los tenderos se maneja con la mayor privacidad y respeto, con el propósito de generar un ambiente de confianza entre los responsables del estudio y los tenderos del barrio Quirigua.

Instrumento para la recolección de la información de los tenderos

Fuentes primarias:

La encuesta realizada a los tenderos del barrio Quirigua de la localidad de Engativá, se tuvo en cuenta algunos aspectos como; identificación del establecimiento, si este cuenta con servicio a domicilio, o utiliza alguna de las plataformas actuales para la venta online, si la persona encargada del negocio es el dueño o es el administrador, el valor aproximado que estaría dispuesto a pagar por un servicio mediante una App para dar a conocer su negocio y una opinión de las aplicaciones actuales.

Fuentes secundarias:

Se tendrá en cuenta otras investigaciones existentes sobre el uso de las nuevas tecnologías en los establecimientos comerciales para la comercialización de bienes y servicios.

Tabulación de la muestra

Con la tabulación de la información podemos determinar varios aspectos, como la participación de las tiendas en el mercado general, la percepción de los encargados de los establecimientos frente a las aplicaciones actuales, un valor aproximado del valor invertido por la utilización de la app vs el crecimiento de las ventas en cada establecimiento, nivel de conocimiento de los encargados con las herramientas tecnológicas.

El estudio se realizó en dos etapas; la primera se seleccionaron los establecimientos con los cuales sería factible el uso de la App mi tienda virtual y la segunda etapa es la capacitación de los encargados de los establecimientos para el uso correcto de la aplicación y de esta forma se convierta en una herramienta de fácil uso y evitar que sea una barrera para comunicarse con los clientes.

Mediciones

Para la medición y evaluación de las diferentes variables se utiliza cálculos en tablas de Excel de la misma forma se realizarán gráficos en el mismo programa teniendo en cuenta aspectos como:

- Proyección en el crecimiento del establecimiento.
- Proyecciones en el aumento de cliente en los establecimientos.
- Satisfacción en el servicio prestado por parte de los administradores de la app mi tienda virtual.

Resultados

Luego de evaluar los resultados de la encuesta a los 10 tenderos se obtiene una información acerca del interés que tienen los tenderos del barrio Quirigua con la utilización de una App, para dar a conocer los servicios que presta cada establecimiento y esta forma tener la posibilidad de interactuar con los clientes. Además se obtiene información de la viabilidad del proyecto y el interés de invertir en el mismo por parte de los tenderos del barrio Quirigua de la localidad de Engativá



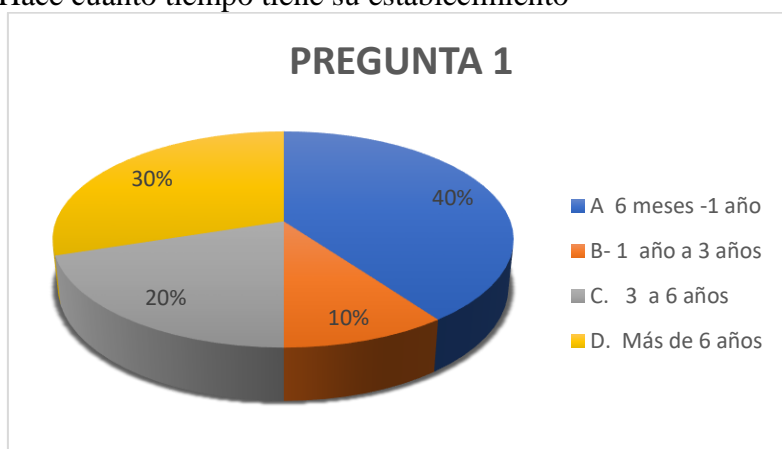
ENCUESTA TENDEROS QUIRIGUA

NOMBRE NEGOCIO: _____ **CIUDAD:** _____
_____ **PROPIETARIO** _____ **EMPLEADO** _____ **SEXO** F _____ M _____

Tipo de local Arrendado _____ **Propio** _____

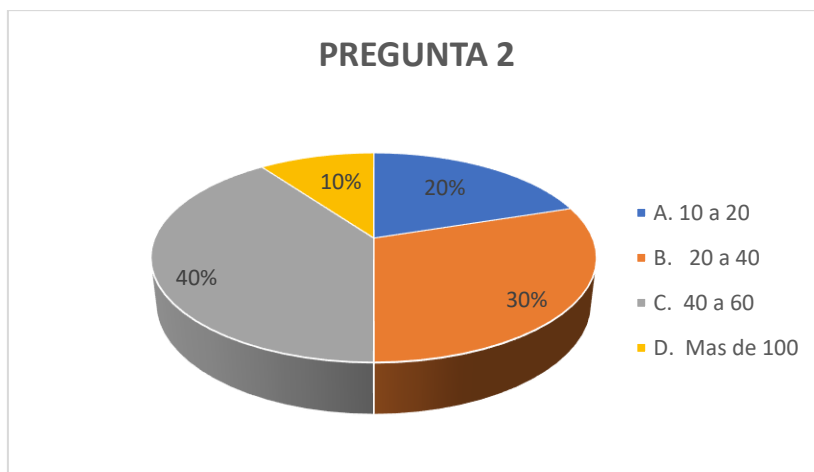
Preguntas

1. Hace cuánto tiempo tiene su establecimiento



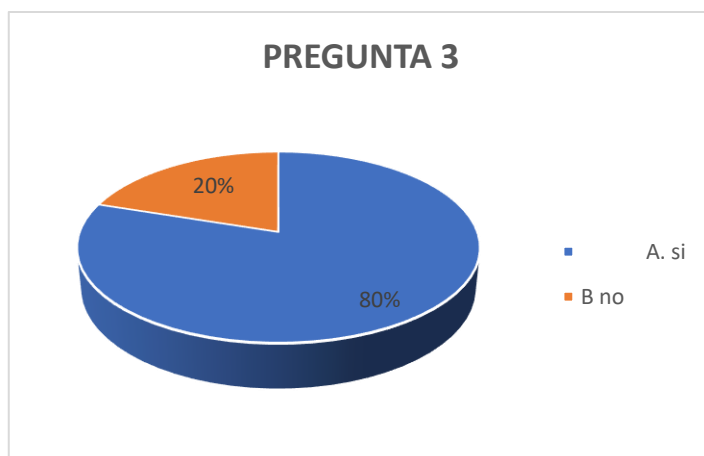
Análisis: la mayor participación de los encuestados tiene su negocio reciente promedio de 6 meses a 1 año.

2. Cuantos clientes atiende usted diariamente



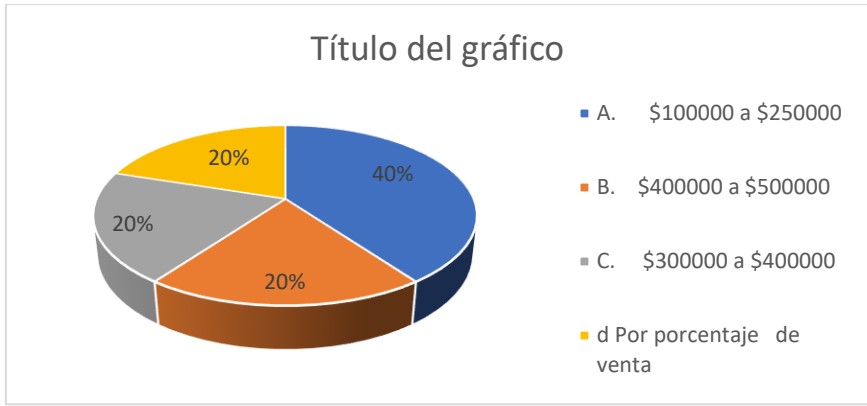
Análisis: promedio de clientes atendidos diariamente en un punto de venta es de 40 a 60 gran cantidad de clientes que visitan frecuentemente el establecimiento esto genera mayor impacto y acercamiento al cliente final

3. Cree usted que es importante la venta por medios digitales:



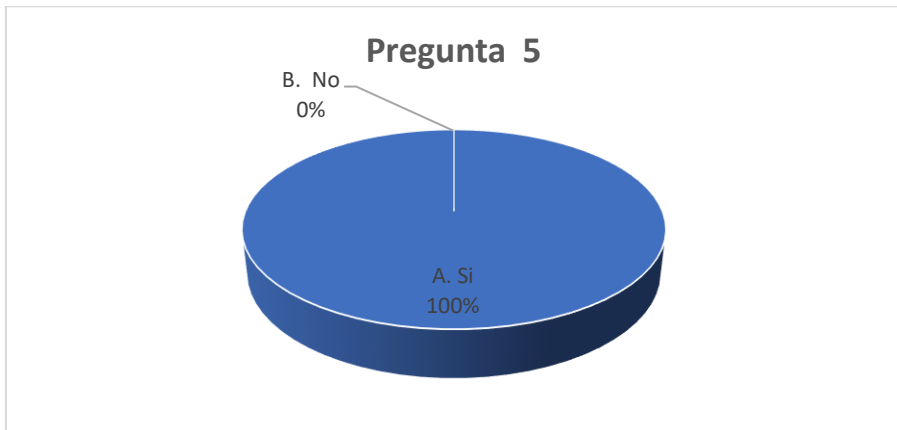
Análisis: se ve un potencial en los medios digitales ya que en este momento las empresas o negocios deben estar digitalizados y de esta manera se evidencia en el número de encuestados

4. Cuanto estaría dispuesto a pagar por una herramienta que genere ventas digitales a su negocio mensualmente



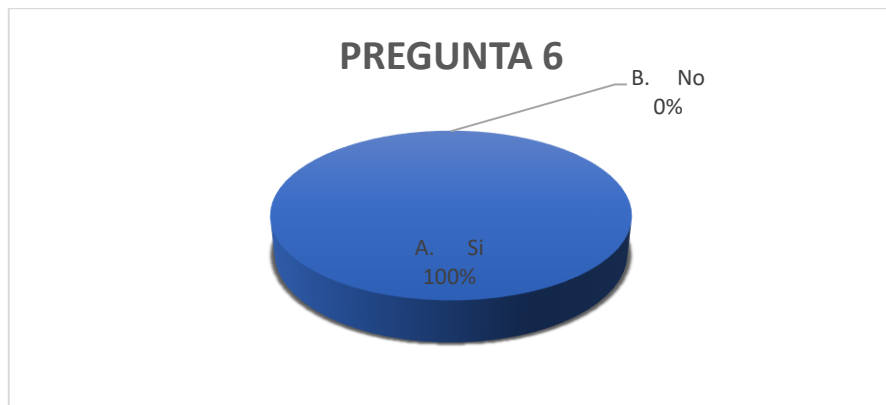
Análisis: Promedio de pago por una herramienta digital está en un valor de \$100.000 a \$250.000 costo por el cual pagaría el 40% de nuestros encuestados dejándonos evaluar el costo del aplicativo el 60% está dispuesto a pagar sobre esta valor total.

5. Le gustaría poder generar ventas por medio digital (de ser la respuesta SI continua con la encuesta)



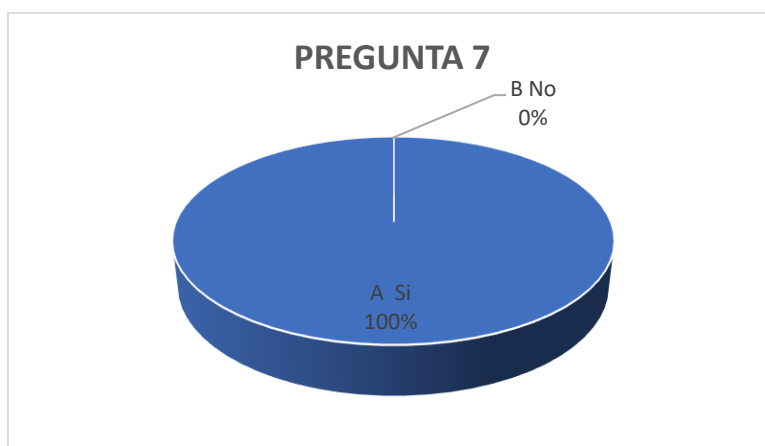
Análisis: el 100% de los encuestados están interesados en manejo digital y ventas por este medio evidenciando la vanguardia de los medios digitales

6. Estaría dispuesto a tener herramienta tecnológica (Celular) para la toma de pedidos y despachos



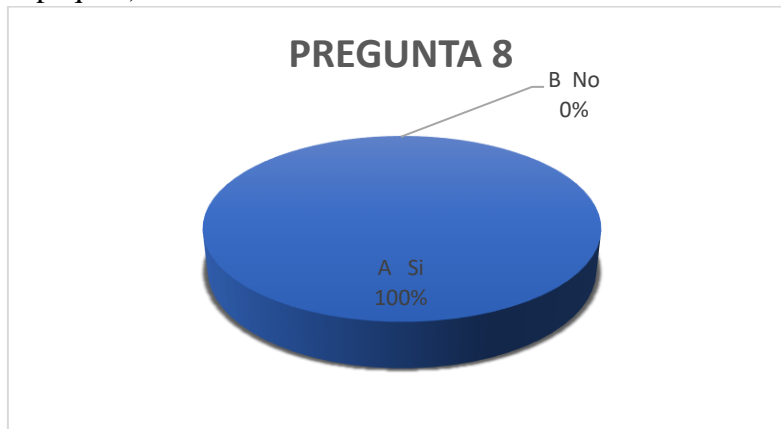
Análisis: el 100% de los encuestados está dispuesto a manejar herramienta tecnológica para su negocio dándonos la oportunidad de mercado como app

7. Si el valor agregado de la herramienta es dirigido a análisis de ventas y frecuencia de compra de clientes estaría Dispuesto a invertir en esta herramienta.



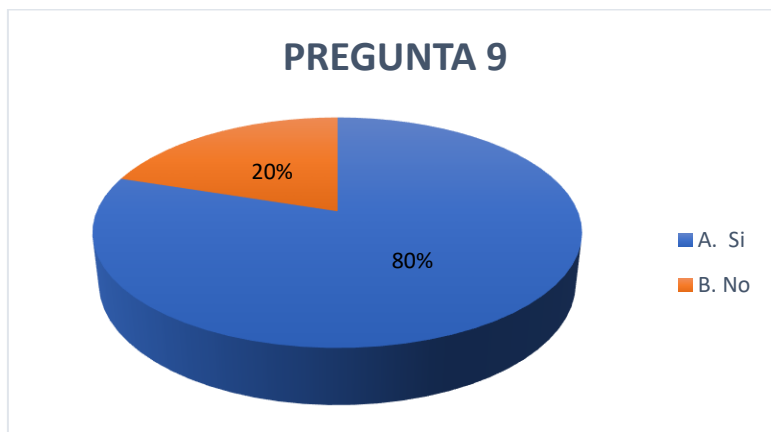
Análisis: El 100% de los encuestados están dispuestos a invertir en una herramienta que de un panorama de ventas y deje conocer más del mercado y de su negocio

8. Le gustaría que se diera algún incentivo adicional al cliente final (bolsa de empaque)



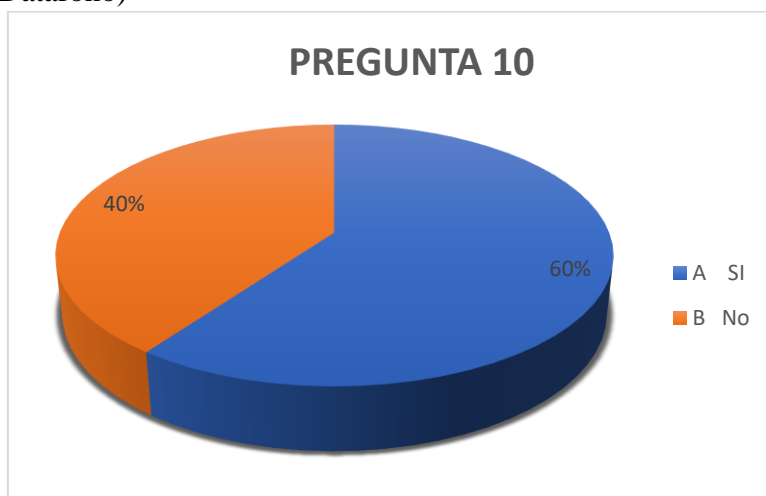
Análisis: Los encuestados ven como plus adicional la entrega de cualquier motivacional para cliente final, evidenciando como oportunidad siempre tener presente al cliente final y entrega de un plus adicional.

9. Cree usted que esta herramienta le genera un valor agregado para incrementar sus ventas.



Análisis: la herramienta se evidencia en una gran participación como un plus agregado para el punto de venta , evidenciando en la app una gran oportunidad de ingreso en el mercado encuestado

10. Si el pago de pedidos se generara por medio de tarjetas estaría de acuerdo (Datafono)



Análisis: el 80% está dispuesto a manejar pagos electrónicos esto genera una oportunidad de incremento ya que en este momento la mayoría de los consumidores realizan pagos electrónicos

Análisis General: se evidencia una gran oportunidad en el ingreso de la app con los tenderos de barrio Quiriguá evidenciando oportunidad en manejo de herramientas aceptación de tecnología para facilitar ventas y tener incrementos significativos en su PDV , Adicional se evidencia la aceptación con valor agregado de seguimiento en ventas y frecuencia .

Análisis documental

VARIABLES	INSTRUMENTOS
<ul style="list-style-type: none"> - Reformas tributarias. - Acuerdos comerciales. - Facilidades tributarias para emprendedores. - Inestabilidad en los planes de desarrollo. 	Ficha de análisis documental.
<ul style="list-style-type: none"> - Crecimiento en ventas de nuevos productos en las tiendas. 	Formulario de entrevista.

<ul style="list-style-type: none"> - Comportamiento de compra de habitantes del barrio Quirigua en la ciudad de Bogotá. 	
<ul style="list-style-type: none"> - Inestabilidad del dólar. - Inflación. - Desempleo. - Estructura económica del sector del barrio Quirigua. - Costos de arriendos y servicios públicos para los tenderos. - Movilidad en el sector 	<p>Ficha de análisis documental.</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Hábitos de compra de los habitantes del sector del barrio Quirigua. - Frecuencia de compra de los clientes que visitan a las tiendas del sector. 	<p>Encuestas</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Uso de tecnologías en las compras de alimentos y productos de uso personal. - Innovación en la venta online. 	<p>Entrevistas.</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Comportamiento de apps existentes en la entrega de productos a domicilios. - Entrega de domicilios por las tiendas que prestan servicio a domicilio en el barrio Quirigua. 	<p>Observación</p>

ANALISIS DE LA INFORMACION

Para realizar el análisis de la información se utilizara el método descriptivo la cual tiene como finalidad definir, clasificar, catalogar el objeto del estudio que se realiza. En este método lo podemos expresar en términos cualitativos y

cuantitativos, con los cualitativos podemos evaluar algunas características de la población en particular.

La información que se recoge mediante los instrumentos utilizados la podemos tabular para obtener los resultados que buscamos y de la misma forma la podemos graficar para conocer las tendencias que puede tener el estudio mediante los instrumentos utilizados.

PROYECCIONES

E-commerce en Colombia va por buen camino.

Cada vez más negocios ingresan al comercio electrónico, lo que ha impulsado a los colombianos a realizar sus compras por la Web.

Internet se ha convertido en uno de los grandes acompañantes de la vida cotidiana de los colombianos. Ocho de cada diez personas en el país aseguran navegar en la red diariamente, ya sea por sus teléfonos móviles, en su hogar o en los sitios de trabajo. Pero con esta alta demanda de uso de internet es difícil explicar por qué los colombianos siguen utilizando tan poco el e-commerce. Probablemente la respuesta esté en que todavía no existe una cultura de compra online. O tal vez en que la oferta aún no satisface las necesidades de los consumidores.

Sin embargo, un reciente estudio de BlackSip encontró que, sí hay oferta, los comercios cada vez ingresan más al mundo digital para mejorar sus ventas y que los colombianos, pese a que hay un rezago en la penetración de internet, están cada vez más dispuestos a hacer sus compras de productos y servicios en la web. De acuerdo con la firma, Colombia ocupa el cuarto lugar en Latinoamérica en el mayor número de ingresos en términos de ventas, después de Brasil, México y Argentina. Al respecto, en 2018 el país registró ventas por US\$6.000 millones y es la nación que más crecimiento registra en los últimos años y con mejores perspectivas en la región: se espera un incremento de 20% para 2021.

“Es de destacar el pronóstico de crecimiento que tiene Colombia. Dentro de los 4 países líderes era el que más baja cuota de mercado tenía en 2017, pero es la nación con mejores perspectivas de crecimiento para los próximos años. Se espera que para 2021 las ventas de retail en e-commerce en Colombia superen

US\$10.000 millones, superando el tamaño de Argentina y muy cercano al de México”, dice el estudio.

Según María Paula Silva, country manager Colombia de BlackSip, cada vez más comercios están incursionando en este modelo digital de venta, lo que ha llevado a que la oferta para el consumidor aumente. “Si uno hacía una encuesta en las tiendas de un centro comercial hace tres años sobre quiénes tenían e-commerce en ese momento, probablemente 20% habría respondido afirmativamente. Hoy, si hacemos la misma pregunta, cerca de 90% lo tienen. Esto genera oferta para el usuario y lo anima a comprar”, comentó Silva. (Dinero R. , 2016).

De acuerdo al artículo anterior las categorías que más venta tienen por las plataformas son calzado y tecnología, pero hay una que está entrando con mucha fuerza que es la venta de alimentos y bebidas. Según el análisis que realiza la revista dinero, Colombia tiene una gran oportunidad de crecimiento en las ventas online y puede convertirse en una potencia en las ventas mediante las diferentes plataformas. Dentro el plan de desarrollo del gobierno nacional este tipo de emprendimiento es reconocido y puede recibir beneficios y ayudas para fortalecerlo.

Este proyecto al ser una idea de negocio novedosa podemos decir que el crecimiento en los próximos cinco años puede ser muy importante, puede ser una fuente de empleo muy importante que permite brindar oportunidades laborales a sectores que más lo necesitan.

Modelo de negocio

El modelo de negocio está basado en aplicaciones de internet, el comercio electrónico actualmente crece de una forma muy acelerada, se calcula que ocho de cada diez personas aseguran navegar en la red diariamente ya sea desde su teléfono, desde el hogar o en sus sitios de trabajo. Pero a pesar de esta situación el mercado electrónico es bajo actualmente en el país, todavía no tenemos la cultura de comprar artículos online.

Según un estudio de la firma Blacksip, encontró que cada vez ingresan más negocios al mundo digital con el propósito de mejorar sus ventas y utilidades, de acuerdo a esta firma

Colombia ocupa el cuarto lugar de Latinoamérica con mayores ingresos por las ventas mediante estos canales. En el 2018 el país registro ventas por US\$6.000 millones y es el país que mayor crecimiento presenta en los últimos años, se espera un crecimiento del 20% para el año 2021, se espera que para el 2021 las ventas superen los US\$10.000 millones.

Según cifras existentes de e-commerce en el país los colombianos cada día usan más sus teléfonos para consultar o realizar sus compras online, según mercado libre en los últimos tres años los colombianos que usan estas plataformas han cuadruplicado el dinero que utilizan para estas compras; pasaron de gastar US\$25 en 2016 a US\$109 en 2019, las categorías de moda, calzado y tecnología siguen liderando el mercado online y actualmente han cogido mucha fuerza la venta de bebidas y alimentos, el informe señala que estas categorías pasaron de vender US\$ 58 millones a vender US\$ 337 millones en lo corrido del año.

Según el reporte de Blacksip del 16 de agosto de 2019, publicado en la revista dinero, aunque el mercado en Latinoamérica ha evolucionado en la zona este mercado está rezagado. EL 8% de los compradores están en Latinoamérica, pero solo aporta el 1.9% de las ventas E-commerce a nivel global. Estados unidos hace ocho veces más la cantidad de transacciones de Latinoamérica.

En un periodo de cinco años Latinoamérica pasó de 104 millones de compradores a 156 millones y se espera que las ventas E-commerce para el 2019 alcancen los US\$ 64.000 millones, sin embargo este crecimiento está por debajo de Asia que crece entre un 11% y un 15% en los últimos años.

(Dinero, 2019).

Top categorías ventas en línea Colombia

Top categorías más compradas en línea

% de Consumidores Globales que declaran haber comprado en 2018



ILUSTRACIÓN 4-TOP CATEGORÍAS VENTAS EN LÍNEA

Fuente: <https://business-intelligence.grupobit.net/>

En el gráfico anterior se observa el porcentaje de compras online, esto significa que cada día más personas adquieren bienes y servicios mediante las diferentes aplicaciones.

Plan financiero

La financiación de este proyecto debe tener en cuenta las siguientes categorías:

Inversiones fijas:

Estas inversiones corresponden a la infraestructura, equipos, mobiliario, a continuación se relaciona cada uno de los elementos que lo componen;

Inversiones diferidas:

Están constituidas por gastos de constitución del modelo de negocio, montaje entre otros.

Capital de trabajo:

Corresponde al capital necesario para operar en condiciones normales, dentro de este capital podemos enumerar los siguientes aspectos:

- Pago de nómina y servicios públicos por un periodo mínimo de dos meses.
- Los costos de adquisición de equipos tecnológicos y sus insumos necesarios para su funcionamiento.
- Producto de proceso, corresponde al mantenimiento y funcionamiento de la APP.

Análisis de riesgo

Matriz

Plan de implementación

Para la implementación de la app para tenderos del barrio Quirigua se desarrollara teniendo en cuenta un cronograma de actividades.

4. Patente

Equipo gerencial

Factor inicial para una compañía que se está poniendo en marcha

Mercado y competencia

Análisis de la competencia

El boom de las apps en Colombia

Una avalancha de aplicaciones ha llevado a Colombia a lo más alto del emprendimiento digital en la región.

Varias de estas iniciativas hoy ya son negocios sostenibles con estrategias de mercadeo acertadas que responden a necesidades de la sociedad moderna con innovación y en muchos casos con el acompañamiento del Estado o la empresa privada.

La oferta de aplicaciones o apps que existen en las tiendas virtuales es hoy incalculable y cada día se crean más, muchas de ellas con el objetivo de mejorar las condiciones de los ciudadanos con el apoyo de la tecnología.

En ese sentido es improbable saber cuántas aplicaciones digitales han nacido, muerto o sobrevivido en Colombia desde el 2012, cuando surgieron varios de los proyectos y redes de iniciativa privada y pública más importantes que buscan impulsar el emprendimiento tecnológico.

Tenerlas todas en un solo dispositivo como celulares o tabletas rebasaría las capacidades técnicas y operativas, pues ahora son tantas y tan diversas que casi se podría afirmar que existe una para el requerimiento concreto de cada tipo de usuario.

Así que no es raro encontrar en este amplio mercado de apps diseñadas por mentes y mano de obra 100% colombiana, por ejemplo, un aplicativo para programar una alarma vibradora instalada a la cama de los más somnolientos (0'clock), un sistema para orientar por vías accesibles a personas en condición de discapacidad (Mapp accesible Colombia), herramientas lúdicas para niños hiperactivos (Kraneando), soluciones para entrenamiento en la medición de hidrocarburos (Koil), un servicio virtual de reserva en su restaurante favorito (Tu Mesa) o una aplicación para acceder a consultas médicas gratis y sin cita previa (1doc3) o para hacer los sueños realidad (Making dreams upp).

Desde ese punto de vista, Rodríguez J, gerente de Apps.co y Contenidos Digitales del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTic) asegura que ellos son los empresarios del futuro y que Colombia se está consolidando en emprendimiento digital.

“El país va por buen camino en este tema gracias a las iniciativas del Gobierno y el sector privado para el desarrollo o creación de empresas que trabajan con contenidos digitales, aplicaciones web o móviles”.

(RCN, 2016)

Análisis de la competencia

El 61% de los colombianos utiliza Rappi y las tres ciudades en las que es más popular son Bogotá con el 67%, seguida de Cali con el 61%, Barranquilla con el 55% y finalmente Medellín con el 48%.

La segunda aplicación que más utilizan los colombianos es Domicilios.com con el 26%. Al igual que Rappi, Bogotá es la ciudad que más utiliza la app con el 33%, mientras el 27% de las personas en Medellín pide a través de esta plataforma, el 17% lo hace en Barranquilla y el 13% en Cali.

Adicionalmente, el estudio revela que el 26% de las personas en el país no utiliza ninguna aplicación, con Medellín como la ciudad cuyos ciudadanos, en una mayor proporción, no usa ninguna app de domicilios.

Cali, con el 28% ocupa la segunda posición, Barranquilla la tercera con el 27% y en Bogotá, el 22% manifestó no usar apps de domicilios.

Los siguientes puestos del Rankin los tienen iFood, Uber Eats y Merqueo con el 17%, 12% y 10%, respectivamente.

De otra parte, el 82% de los usuarios es recurrente en la categoría Restaurantes, que es la más solicitada en todas las ciudades, el 41% las utiliza para la categoría Mercado, el 21% solicita licores, el 18% compra medicamentos y el 8% pide ropa y calzado.

Adicionalmente, de acuerdo con el estudio de Mobimetrics, el principal medio de pago utilizado es el efectivo y esto se da en general en todas las ciudades con el 83%. Sin embargo, en Barranquilla se da un mayor uso de monederos electrónico.

La tarjeta débito es el segundo medio de pago más utilizado con el 30%, monedero electrónico con el 27% y la tarjeta de crédito con el 21%.

Por otro lado, el 90% de los usuarios manifiesta no haber tenido inconvenientes con estas aplicaciones. Quienes los han presentado se quejan de demoras en la entrega y problemas técnicos con la App.

(dinero, 2020)

Plan de Mercadeo

En la actualidad con las nuevas tendencias en la compra de artículos, los consumidores se preocupan por encontrar información completa en las diferentes apps que existen en el mercado. Las compras en los tiempos actuales han migrado en gran proporción a las diferentes aplicaciones existentes.

Con estas tendencias que han tenido las compras actuales, ofrecemos una nueva alternativa de realizar las compras y las diferentes consultas, esta aplicación está dirigida a los tenderos del barrio Quirigua.

Al ofrecer esta herramienta tecnológica podemos asegurar que es una herramienta muy práctica y de fácil uso tanto en los tenderos del barrio Quirigua, como por parte de los clientes del sector.

Cuando presentamos una APP dirigida a los tenderos del barrio Quirigua el objetivo es que los tenderos dé a conocer sus productos y servicios que prestan y la comunidad del barrio pueda utilizar esta herramienta para poder realizar sus compras a domicilio o para recoger en la tienda.

Para la promoción de la app se realizaran diferentes actividades con el propósito de dar a conocer la app a los tenderos del barrio Quirigua, se utilizaran diferentes medios de comunicación, a continuación podemos enumerar los más importantes:

- Visita a tenderos: mediante visitas programadas podemos dar a conocer los beneficios y aportes que puede generar la app a cada uno de los negocios y de esta forma dar a conocer que mediante esta herramienta pueden ofrecer sus productos y servicios que tienen para ofrecer.
- Facebook, mediante esta aplicación podemos dar a conocer la aplicación, para que los interesados puedan contactarnos. Según información de Facebook Colombia ocupa el puesto 14 en el mundo con más de 16 millones de usuarios que utilizan esta red social, Bogotá es la novena capital del mundo con una cifra aproximada de 6 millones de usuarios. Como se puede observar a esta red social pertenece un gran porcentaje de la población.

- Charlas informativas: Se programaran charlas informativas con los interesados en hacer parte de esta herramienta tecnológica, se informara las bondades y beneficios que puede traer esta aplicación para cada establecimiento comercial.
- Otra forma de dar a conocer la app es mediante la plataforma de Instagram, es una buena opción y con una baja inversión, mediante estas plataformas se puede segmentar el público.

MISION VISION DE LA EMPRESA

- Misión, visión y valores corporativos, conceptos fundamentales para el buen desarrollo de la empresa.

- MISION:

Ser una opción rápida y practica para los clientes del barrio Quirigua, ofreciendo productos de la canasta familiar de manera rápida y eficaz y con la confianza de tener como vendedor al tenedero del barrio.

- VISION:

Consolidarse como una aplicación en la que los tenderos y personas del común puedan encontrar la posibilidad de adquirir y comercializar artículos de la canasta familiar sin necesidad de desplazarse a los diferentes establecimientos y convertirse para el año 2030 como una de las APPS más reconocida al momento de adquirir productos de primera necesidad.

VALORES CORPORATIVOS

Compromiso: En ofrecer productos de alta calidad siempre frescos.

Precio justo: Ofrecer precios justos en cada uno de los productos que se ofrecen mediante la plataforma.

Honestidad: Ofrecer productos de excelente calidad garantizando siempre entregar lo ofrecido.

Respeto: Darle un trato digno a cada uno de los clientes que nos prefieren.

Trabajo en equipo: Entregar siempre nuestro mejor servicio a los clientes, y garantizar excelencia en cada uno de los procesos.

Plan de implementación

- Estudios previos, acciones y actividades de la mejor manera.
- Obtención de ayudas.
- Tramites de constitución.
- Presentación de la planificación y centrarnos en un calendario, gráficos, diagrama de Gant, proyect, cada actividad y cual precede.

ESTUDIO ADMINISTRATIVO

La empresa se va a constituir por la modalidad de sociedad por acciones simplificadas SAS, es una sociedad de capitales constituida por una o varias personas naturales o jurídicas.

Dinero, 2019. Según información publicada por la revista semana en la actualidad existen 6980 empresas registradas mediante esta sociedad, las SAS son un medio jurídico para constituir micro, medianas y grandes empresas. Esta sociedad brinda a los empresarios las ventajas de una sociedad anónima.

Una de las características de esta sociedad es que limita la responsabilidad de los empresarios ante la eventualidad que la empresa le va mal no pueden afectar el patrimonio personal y familiar de las personas que la conforman.

Las SAS permiten a los empresarios escoger las normas que más conviene a la sociedad. Otra ventaja muy importante es que la sociedad realice el pago de sus aportes en diferido hasta en dos años y no exige una cuota o porcentaje mínimo.

LEGALIZACION DE LA EMPRESA

A continuación relacionamos los pasos que se deben tener en cuenta para la creación de una empresa SAS, según información pública por la cámara de comercio de Bogotá.

- Se debe consultar si el nombre que se asigna a la empresa es posible registrar.

- Toda compañía debe contar con una serie de estatutos se deben preparar, redactar y suscribir.
- Ante la cámara y comercio se debe tramitar el Pre – Rut, antes de proceder al registro, se deben presentar estatutos y formularios diligenciados cedula del representante legal y su suplente.
- Inscripción en el registro, En la cámara de comercio se realizara un estudio de legalidad de los estatutos, además se debe cancelar un impuesto de registro que equivale a un 0.7% del capital asignado.
- Una vez la empresa está registrada con el Pre –Rut, debe abrir una cuenta bancaria, sin la apertura de la cuenta bancaria la DIAN no procederá a registrar el RUT como definitivo.
- Con el certificado bancario se debe tramitar ante la DIAN la Rut definitiva.
- Llevar el Rut definitivo aportado por la DIAN a la cámara de comercio para que el certificado de existencia y representación legal de la compañía no figure como provisional.
- En la DIAN se debe solicitar la inscripción de libros en la cámara de comercio, estos serán el libro de actas y el libro de accionistas.
- En la DIAN se debe solicitar una resolución de facturación en principio manual, se debe tener en cuenta que sin facturas usted puede contratar pero no se pueden cobrar los servicios.
- Se debe registrar la empresa en el sistema de seguridad social, para poder contratar empleados.

PLANEACION DE LA EMPRESA

Para la implementación de una APP para los tenedores del Barrio Quirigua en la localidad de Engativá, se realizara una planeación que se describe a continuación, teniendo en cuenta los objetivos de la organización las políticas internas, la responsabilidad social entre otros.

El principal objetivo que se busca es brindar una herramienta digital que permita a los tenedores del barrio Quirigua dar a conocer sus productos y tener una comunicación permanente con cada uno de los clientes, con los que se puede interactuar, donde el cliente

puede realizar sus compras para ser enviadas a su lugar de residencia o para recoger en la tienda.

Otros objetivos secundarios, será la de ofrecer un portafolio de productos y servicios, asesorar a los posibles compradores sobre productos nuevos y en oferta, contribuir al crecimiento de los tenederos del barrio Quirigua.

POLITICAS DE LA EMPRESA

PROPOSITO

Mi App online, considera el valor de la integridad como un elemento esencial en la forma de desarrollar negocios. La organización se compromete a desarrollar una idea de negocios de una forma honesta, ética y libre de cualquier acto de corrupción y de una forma donde existe el respeto y la confianza en cada uno de los participantes.

Estos lineamientos y procesos permiten que todos los colaboradores cumplan con las políticas establecidas.

Alcance

Estas políticas se aplican a cada uno de los participantes como lo son accionistas y colaboradores que hacen parte de mi app online.

Responsabilidades

Funcionarios: Dar cumplimiento en todo momento y circunstancia de las políticas establecidas.

Dirección: Dictar medidas para la adecuada ejecución de las políticas, además aplicar las medidas disciplinarias por el incumplimiento de las mismas.

Políticas internas

- Cada uno de los funcionarios que hacen parte de la organización debe permanecer en las instalaciones plena mente identificada.
- No se permite el ingreso de los funcionarios a las instalaciones bajo los efectos de bebidas embriagantes o sustancias alucinógenas.

- Abstenerse de ingresar a las instalaciones de la compañía bebidas embriagantes o sustancias psicoactivas.
- Abstenerse de ingresar armas de cualquier tipo.
- Garantizar todas las medidas de autocuidado que garanticen estilos de vida saludable.
- No se permiten relaciones sentimentales al interior de la compañía.
- Siempre se debe garantizar que los funcionarios se encuentren en buen estado de salud.
- El personal debe estar debidamente capacitado dependiendo para el cargo que fue asignado.
- Tener una buena relación laboral con cada uno de los integrantes de la compañía.

Estructura organizacional

La estructura organizacional de una empresa define como va a funcionar una empresa, sus características, su función principal para la que fue creada.

La estructura de la empresa será conformada por las siguientes personas:

	ROL	CANTIDAD	SALARIO
FIJOS	Gerente de la compañía	1	5.000.000
FIJOS	Gerente de mercadeo	1	4.000.000
FIJOS	Ingeniero de sistemas	1	3.000.000
FIJOS	Auxiliar de sistemas	1	1.500.000
FIJOS	Auxiliar administrativa	1	980.700
FIJOS	Personal oficios varios	1	980.700
FIJOS	Vendedores	2	1.200.000

Intermitentes	Contadora	1	1.500.000
Intermitentes	Publicista	1	2.000.000

Los cargos mencionados tendrán un contrato a término indefinido esto con el fin de tener un vínculo laboral permanente y de esta forma evitar la deserción laboral que se puede presentar.

Organigrama

El organigrama se ajusta a la operación de la organización, el método utilizado es en forma vertical, es uno de los métodos más utilizados. El estilo de dirección será basado en el liderazgo, la toma de decisiones se realizara por parte de los líderes de cada proceso.

Organigrama

organizacional



ILUSTRACIÓN 5-ORGANIGRAMA EMPRESARIAL

Ilustración: Autoría propia

A continuación se relaciona cada uno de los perfiles de las personas que se desempeñaran en cada una de las funciones:

PERFIL PARA EL CARGO DE GERENTE.

- Dirigir y controlar el punto de venta aplicando las políticas de la compañía.
- Coordinar las actividades de cada departamento trabajando en conjunto con los jefes asignados.
- En el caso de relaciones laborales con terceros será el encargado de representar la compañía.
- Tener habilidades de negociación.
- Análisis de la información.
- Orientación y liderazgo tanto para el cliente interno como externo.

Requisitos para ocupar el cargo

Contar con la titulación universitaria como Administrador de empresas

Contar con una especialización acorde a su pregrado cursado

Experiencia en el cargo: de 2 a 5 años

Edad: entre 28 y 35 años

Debe vivir en la ciudad de Bogotá

Salario: 5.000.000

Horario laboral.

De 9:00 a.m. – 5:00 p.m.

PERFIL PARA EL CARGO DE CONTADOR.

- Tener todos los conocimientos contables.
- Controlar y analizar los procedimientos en cuanto a registros contables, tributarios y financieros.
- Decidir en aspectos contables de la empresa.

Requisitos.

Contar con la titulación universitaria como Contador Público.

Contar con la tarjeta profesional.

Experiencia en el cargo: mayor a 2 años.

Edad: de 23 a 30 años.

Debe vivir en la ciudad de Bogotá.

Salario: 1.500.000

Horario laboral.

Prestación de servicios cuando la empresa lo requiera.

PERFIL PARA EL CARGO DE INGENIERO DE SISTEMAS

- Debe ser integro, ético profesional que genere confianza dentro de la compañía.
- Tener los conocimientos técnicos para evaluar, desarrollar y mantener las aplicaciones de la compañía funcionando permanente mente.
- Demostrar un nivel de liderazgo dentro de la organización y fuera de ella para poder demostrar las bondades la aplicación y de esta forma poder posesionarla en el mercado.
- Tener buena capacidad de innovación que permita realizar nuevos desarrollos de aplicaciones complementarias.
-

Requisitos para ocupar el cargo

Tener la titulación universitaria como Ingeniero de sistemas

Tener una acreditación como desarrollar de sistemas de información.

Experiencia en el cargo: mayor a 2 años.

Edad: de 23 a 40 años.

Debe vivir en la ciudad de Bogotá.

Salario: 3.000.000

Horario laboral.

De 8:00 Am a 5:00 Pm

PERFIL DE GERENTE DE MERCADEO

- Tener habilidades de negociación.
- Orientación al cliente interno y externo.
- Ser creativo, tener habilidades para desarrollar nuevos proyectos.
- Habilidades para trabajar bajo presión, para el logro de los resultados de la compañía.
- Habilidades de proyección, mediante indicadores.
- Tener la capacidad de investigar, supervisar y ejecutar los proyectos de la compañía.
- Visión estratégica para poder posesionar la aplicación para tenderos del barrio Quirigua.
- Implementar estrategias que permitan impulsar las estrategias comerciales que tiene la compañía.
- Capacidad de liderar grupos de trabajo para obtener las metas establecidas por la organización.
- Habilidades para ejecutar cada una de las actividades teniendo en cuenta los recursos asignados para cada una de ellas.
- Tener habilidades de comunicación verbal y escrita e interpretar los informes presentados por la gerencia de la compañía.

Requisitos para ocupar el cargo

Tener la titulación universitaria como Ingeniero de sistemas

Tener una acreditación en gerencia de mercadeo.

Experiencia en el cargo: mayor a 2 años.

Edad: Mayor de 40 años

Debe vivir en la ciudad de Bogotá.

Salario: 4.000.000

Horario laboral.

De 8:00 Am a 5:00 Pm.

PERFIL DE AUXILIAR DE SISTEMAS

- Tener conocimiento de mantenimiento de equipos informáticos.
- Mantenimiento de hardware y software.
- Detectar fallas y errores de los diferentes dispositivos tecnológicos.
- Apoyar la instalación, implementación y reparación de las diferentes redes que maneja la compañía.
- Realizar mantenimiento preventivo a los equipos tecnológicos que se utilizan en la compañía.
- Poseer buena comunicación con compañeros y clientes.

Requisitos para ocupar el cargo

Tener la titulación como técnico laboral en auxiliar de sistemas.

Experiencia en el cargo: mayor a 2 años.

Edad: De 20 a 30 años

Debe vivir en la ciudad de Bogotá.

Salario: 1.500.000

Horario laboral.

De 8:00 Am a 5:00 Pm

PERFIL DE AUXILIAR ADMINISTRATIVA

- Poseer conocimientos sobre el manejo del archivo, controlar y elaborar la correspondencia.
- Tener los conocimientos para llevar un control de las transacciones que realiza la compañía.
- Tener conocimiento sobre la liquidación de nómina y seguridad social.

- Poseer la capacidad de interactuar con clientes y terceros.
- Poseer la capacidad de resolver reclamos y realizar el seguimiento de los diferentes reclamos.

Requisitos para ocupar el cargo

Tener la titulación como técnico laboral en auxiliar administrativo.

Experiencia en el cargo: mayor a 2 años.

Edad: De 20 a 30 años

Debe vivir en la ciudad de Bogotá.

Salario: 980.000

Horario laboral.

De 8:00 Am a 5:00 Pm

PERFIL DE PERSONAL OFICIOS VARIOS

- Tener una buena actitud de servicio.
- Conocer los principios básicos de orden y limpieza, utilizando las nuevas tecnologías de limpieza.
- Adaptación al cargo, ser receptiva (o) ante las instrucciones.
- Responsabilidad en su trabajo, haciendo caso a las instrucciones para tener un buen desempeño.
- Tener la capacidad de realizar trabajos en equipo.

Requisitos para ocupar el cargo

Ser bachiller titulado

Experiencia mínimo de dos años desempeñando esta labor.

Su lugar de residencia debe ser Bogotá.

Salario: 980.000

Horario: de 8:00 a 5:00 Pm

PERFIL DE PERSONAL VENDEDORES

- Debe tener una buena actitud.
 - Debe conocer la organización donde va a desempeñar su labor.
 - Conocer la diferentes aplicaciones que se van a utilizar.
 - Tener capacidad de liderazgo y de comunicación verbal y escrita.
 - Tener la capacidad de persuadir y tener la capacidad de trabajar bajo presión.
 - Poseer habilidades de contactar a las personas y poder comunicarse con extraños.
 - Ser muy empático, para de esta forma poder tener un dialogo con otras personas.
 - Tener buenas relaciones humanas, que tenga buen comportamiento con sus familiares, amigos.
-
- **Requisitos para ocupar el cargo**
 - Tecnólogo en mercadeo y ventas
 - Experiencia mínimo de dos años desempeñando esta labor.
 - Su lugar de residencia debe ser Bogotá.
 - Salario: 1.200.000 + comisiones por ventas.
 - Horario: de 8:00 a 5:00 Pm

PERFIL DE PERSONAL PUBLICIDAD

- Titulado como publicista profesional
- Poseer la capacidad de planificar y dirigir todas las actividades relacionadas con la publicidad.
- Capacidad de diseñar campañas publicitarias.
- Innovación, utilizando las nuevas tecnologías para las actividades relacionadas.
- Excelencia desarrollando actividades en grupo direccionadas a campañas de publicidad.
- Espíritu creativo con buena comunicación.
- Poseer un alto grado de creatividad e imaginación para el desarrollo de campañas publicitarias.

Requisitos para ocupar el cargo

- Profesional en publicidad.
- Experiencia mínimo de dos años desempeñando esta labor.
- Su lugar de residencia debe ser Bogotá.
- Salario: 2.000.000.
- Horario: Según la necesidad de la compañía.

Pasos para crear una app

El primer paso para la creación de una app, es tener una idea y evaluar si esta idea encaja con el negocio al cual será dirigida

El segundo paso para tener en cuenta es el objetivo, en este paso debemos determinar que se quiere conseguir con la aplicación, porque si lo que se busca es ganar dinero se debe crear un plan de negocios y la forma como vamos a financiar el proyecto, aunque la mayoría de las aplicaciones son desarrolladas para obtener beneficios económicos.

El tercer paso es tener en cuenta a quien está dirigido el proyecto, se debe analizar cuál será la demanda de esta aplicación, además se debe analizar qué tan fácil será su uso, para poder garantizar que la mayoría de la población objetivo la pueda utilizar.

El cuarto paso es el concepto, al desarrollar una aplicación se debe tener en cuenta que la idea, el objetivo y el público objetivo deben estar claros. Además se debe tener en cuenta que la aplicación sea fácil de manejar y que les guste a las personas que la van a utilizar y que tenga un diseño atractivo y que funcione sin problemas.

Ventajas de la app para los tenderos del barrio Quirigua

- Ofrece un valor agregado a los clientes.
- Los tenderos van a tener una comunicación con los clientes y además el cliente puede estar informado de las ofertas disponibles.

- La tener a los clientes en la aplicación tiene la posibilidad de tener los datos del cliente en el teléfono o computador, esto les permite crear una gran base de datos.
- Al tener permanente comunicación con los clientes, estos están comunicados y pueden realizar sus pedidos para entregar a los clientes o para recogerlos en la tienda esta situación permite que ahorren tiempo y se les facilite la vida

Bibliografía

Dinero, R. (16 de 8 de 2019). E-commerce en colombia va por buen camino. *E-commerce en colombia va por buen camino*, pág. 1.

emprendedores. (08 de 04 de 2020). *domicilios.com*. Obtenido de forbes:
<https://forbes.co/2020/04/08/tecnologia/ifood-adquiere-domicilios-com-con-una-fusion-que-sacudira-el-mercado-de-los-domicilios/>

Fenalco. (s.f.). *Fenalco*. Obtenido de <http://www.fenalco.com.co/fenaltiendas/la-importancia-de-las-tiendas-de-barrio-en-colombia>

Grupo Bancolombia. (01 de 01 de 2018). <https://www.grupobancolombia.com/wps/wcm/connect>.
 Obtenido de <https://www.grupobancolombia.com/wps/wcm/connect>:
<https://www.grupobancolombia.com/wps/wcm/connect>

Linda Patiño. (01 de 06 de 2018). Asi funciona el primer supermercado Virtual. *Periodico el Tiempo*.

Nielsen. (19 de 05 de 2019). *Revis Semana* . Obtenido de
<https://www.semana.com/economia/articulo/desapareceran-las-tiendas-de-barrio/645878>

Nilsen . (s.f.).

Portafolio. (21 de 08 de 2019). Obtenido de <https://www.portafolio.co/economia/tiendas-de-barrio-representan-el-52-del-mercado-de-consumo-masivo-532791>

Republica, L. (13 de 01 de 2020). *La década de las tiendas de descuento*. Obtenido de
<https://www.larepublica.co/consumo/la-decada-de-las-tiendas-de-descuento-2950870>

Revista Dinero. (01 de 10 de 2017). Las apps moviles colombianas mas exitosas. *Las apps moviles colombianas mas exitosas*, pág. 1.

Semana, R. (04 de 04 de 2020). *Como sobreviven en la cuarentena*. Obtenido de
<https://www.semana.com/economia/articulo/tiendas-como-sobreviven-la-cuarentena/661299>

Tenderos en peligro . (s.f.). *El Espectador* .

Virtual, R. s. (2018). Rappi: Una idea millonaria que vino de los usuarios. *Revista Semana*.