

Proyecto Mercaline

Egdar Fernando Chavez Quintero

Gina Fernanda Reyes Reinoso

Liseth Geraldine García Garzón

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior

Escuela de Ciencias Administrativas

Administración de Empresas

Bogotá D.C

2016

Proyecto Mercaline

Egdar Fernando Chavez Quintero

Gina Fernanda Reyes Reinoso

Liseth Geraldine García Garzón

Docente:

Nestor Gerardo Echevarria Salamanca

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior

Escuela de Ciencias Administrativas

Administración de Empresas

Bogotá D.C

2016

1. Idea de negocio

MERCALINE es un servicio de venta y distribución de productos de la canasta familiar (abarrotes, prececederos y congelados), en el cual buscamos ofrecer precios bajos llevándolos directamente a casa.

Es un servicio que está enfocado a estratos socioculturales 2,3, y 4, y minimercados en la ciudad de Bogotá. El servicio funciona a través de una APP que los usuarios pueden descargar en sus teléfonos móviles y escoger entre muchos productos y referencias, los productos que se ajusten a sus necesidades y preferencias. Se manejan las marcas preferidas, sin embargo el usuario tendrá la opción de sugerir marcas y/o referencias que no encuentre dentro de los productos ofertados.

Mercaline busca cubrir las necesidades que tienen las personas de realizar sus compras en poco tiempo, ya que hoy por hoy el tiempo es cada vez más reducido y las condiciones de tráfico de Bogotá muchas veces juegan en contra.

Valor agregado

Mercaline permite a los usuarios administrar sus listas de mercado, con el fin de que siempre tengan a la mano su lista de pendientes y cuando vayan a cerrar el pedido no olviden pedir nada sin un costo adicional.

Descripción del servicio

Mercaline es un servicio ofrecido a través de una APP y una página web, en donde los usuarios después de llevar a cabo un proceso de registro, pueden empezar a llevar la lista de su mercado y en el momento en que deseen cerrar el pedido y enviarlo, realizando el pago electrónico y dejando instrucciones sobre lugar, fecha y hora de entrega.

Misión

Somos una empresa dedicada a la venta y distribución de productos de la canasta familiar con el fin de ahorrar tiempo y desplazamiento a nuestros clientes brindándoles comodidad y facilidad a través de una mejor experiencia de compra online, garantizando una entrega oportuna y en las condiciones requeridas.

Visión

En el año 2020 MERCALINE será reconocido como uno de los aliados favoritos de los hogares bogotanos a la hora de realizar compras online de productos de la canasta familiar.

Justificación

La idea de crear la APP surge al ver como día a día es más difícil moverse en Bogotá y el tiempo para compartir en familia o realizar nuestras actividades favoritas cada vez es más reducido a causa de las múltiples ocupaciones de las familias, sumado a los altos niveles de congestión vial que experimenta nuestra ciudad y que no parece tener mejoría pronto.

Objetivo General

Volvemos aliados de los hogares bogotanos a la hora de mercar, ofreciendo soluciones rápidas a bajos costos.

Objetivos específicos

- Implementar el desarrollo de una aplicación móvil en donde las personas tengan la posibilidad de realizar su mercado automáticamente ahorrando tiempo.
- Establecer alianzas comerciales directamente con distribuidores mayoristas, siendo competitivos en precios.
- Crear una base de datos que recopile toda la información de gustos y preferencias de los clientes con el fin de generar estrategias de fidelización.
- Masificar la compra de productos de primera necesidad no perecederos a través de nuestra APP logrando un posicionamiento en el mercado.

Valores

Responsabilidad

Trabajamos fuerte para cumplir lo que le prometemos a nuestros clientes cada vez que solicitan un servicio.

Aprendizaje

Atender a cada uno de nuestros clientes es una experiencia enriquecedora, por eso aprendemos de cada una de ellas para brindar en el próximo servicio algo mejor que en el anterior.

Trabajo en equipo

Somos una empresa que sabe que la mejor forma de tener clientes felices es que los colaboradores también lo sean, por eso trabajamos en mantener un equipo de trabajo satisfecho con la labor que desempeña.

Análisis Fuerzas Porter

Poder de negociación de los clientes o compradores: Nuestros clientes son personas entre los 18 y 50 años, de estratos 2, 3 y 4 en la ciudad de Bogotá. El poder de negociación de nuestros clientes esta muy bien contemplado, por eso trabajamos en dar precios justos y manejar los sugeridos de los productores, esto con el fin de no afectar el precio de venta de nuestros productos, nuestra utilidad está en las cantidades que compra nuestro aliado.

Poder de negociación de los proveedores o vendedores: Contamos con un aliado llamado Mega Ofertas S.A., con el cual tenemos un acuerdo en donde nos vende los productos que vende normalmente por mayor, pero nos los vende al detal, a cambio nosotros tenemos una figura inhouse para que administre el inventario que el no puede administrar por unidades en su sistema. La ganancia que obtiene es incrementar sus ventas.

Amenaza de los nuevos competidores entrantes: Estando en una Era Digital no es extraño que las industrias quieran desplazarse hacia las plataformas web y aunque encontramos cada vez más competidores lo vemos también como una oportunidad, ya que es positivo que los clientes cada vez estén más familiarizados con la tecnología y las compras online.

Amenaza de los productos sustitutos: Merqueo, Rappi, Mercadoencasa.

Rivalidad en la industria: En el mercado hay empresas con un enfoque similar a el de Mercaline, sin embargo nuestro propósito es trabajar en brindar un excelente servicio y hacer que los clientes hablen de nosotros para lograr capturar todo el mercado que podamos atender.

Impulso al desarrollo de aplicaciones móviles (APPS.CO)

Esta es una iniciativa diseñada desde Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC) y su plan Vive Digital para promover y potenciar la creación de negocios a partir del uso de las TIC, poniendo especial interés en el desarrollo de aplicaciones móviles, software y contenidos.

Impulsor de la iniciativa: Viceministerio General

Iniciativa: Impulso al desarrollo de aplicaciones móviles. Constitución Apps.co

Dependencia Responsable: Despacho Viceministro General

Objetivos

Fortalecer el ecosistema de emprendimiento TIC a nivel nacional

Hitos y Metas

Hito	Actividades	Ponderación	Indicadores	Meta
Acercar la industria de aplicaciones y contenidos digitales a los diferentes sectores de la economía	Acompañamiento a equipos fase descubrimiento de Negocios	30%	Empresas beneficiarias en la fase de Crecimiento y Consolidación	75
	Acompañamiento empresas fase Crecimiento y Consolidación	30%	Equipos acompañados etapa descubrimiento de Negocios	320
	Identificar proyectos susceptibles para generación de contenidos y aplicaciones de gobierno y otros sectores	20%	Programas de capacitación generados	10
	Implementar programas de capacitación del talento humano	20%		
Generar una estrategia para impulsar el sector de aplicaciones y contenidos digitales.	Desarrollo de la estrategia de fortalecimiento sector de contenidos digitales	20%	Generar una estrategia para impulsar el sector de aplicaciones y contenidos digitales.	1

Logros

Avances hasta diciembre de 2016

Cuenta con una plataforma web con 80 mil registros. Al mes de diciembre de 2016, 75 mil emprendedores están aprendiendo diferentes habilidades para el desarrollo de sus negocios. 1.300 equipos de emprendedores han validado su idea de negocio. 277 equipos han participado en la fase de crecimiento y consolidación. Se ha generado 1.373 empleos.

Beneficiarios

75.400 colombianos han participado en nuestra iniciativa.

Oferta Apps.co para acompañamiento a emprendedores

Exploración

Esta fase busca que las personas entiendan los problemas que los rodean, conozcan sus causas y piensen en soluciones con factores disruptivos en los que utilicen la tecnología como facilitador de los servicios o productos que proponen.

Para esta etapa, la iniciativa de Apps.co y Contenidos Digitales del MinTIC ofrece los Bootcamps de Emprendimiento TIC. Éstos son talleres de ideación basados en la metodología de 'Pensamiento de Diseño y Educación Experiencial, donde los ciudadanos de municipios con ecosistemas de emprendimiento nacientes participan para idear soluciones para sus regiones.

Descubrimiento de Negocios TIC

Esta dirigida a equipos de personas con ADN emprendedor para descubrir un mercado que tenga una necesidad o problema que el equipo quiera solucionar. Es ideal que el grupo esté conformado como mínimo por un experto en el tema a solucionar, un técnico con la capacidad de construir una solución de base tecnológica, un diseñador y un líder comercial orientado al mercado.

La iniciativa de Apps.co ofrece la fase de Descubrimiento de Negocios TIC para acompañar equipos en un periodo de 20 semanas divididas en dos sub-fases: 'Descubrimiento de Negocios' (8 semanas) y 'Apropiación y Afinación' (12 semanas). En este proceso, los futuros empresarios digitales hacen validaciones, experimentos, crean prototipos, implementan pilotos y negocian con sus primeros clientes, aplicando metodologías ágiles de emprendimiento de clase mundial, que se han ajustado a la cultura colombiana. Los mentores, expertos técnicos y en mercadeo de las entidades aliadas en 17 ciudades, potencian los logros de los emprendedores.

Crecimiento y Consolidación de Negocios TIC

La iniciativa de Apps.co busca en la Fase de Crecimiento y Consolidación llevar a los emprendimientos a lograr un punto de equilibrio o alcanzar el estado de inversión. Para lograr esto, cuenta con expertos en diferentes disciplinas para que las empresas puedan crecer y la ejecución de la estrategia comercial es el núcleo de esta fase que dura 20 semanas. Entidades aliadas en cinco ciudades del país (Bogotá, Bucaramanga, Medellín, Cali y Barranquilla) apoyan el acompañamiento de las empresas

Expansión

La iniciativa de Apps.co y Contenidos Digitales del MinTIC ofrece acompañamiento y gestión comercial internacional con la marca Colombia Bring It On y el enlace con inversionistas. Actualmente estamos diseñando una nueva etapa de expansión para este momento de avance de las empresas.

Con esta metodología de acompañamiento, el MinTIC está creando la 'Nueva Generación de Empresarios Digitales', emprendedores que desde su condición de ciudadanos crean sus empresas y se proyectan internacionalmente. (www.mintic.com, 2016)

2. Plan de Marketing

Estrategia de Producto

Marca

La idea de negocio consiste en un servicio de venta y distribución de productos de la canasta familiar.

Es un servicio que está enfocado a estratos socioculturales 2, 3 y 4 en la ciudad de Bogotá. El servicio funciona a través de una APP que los usuarios pueden descargar en sus teléfonos móviles y escoger entre muchos productos y referencias, los productos que se ajusten a sus necesidades y preferencias. Se manejan las marcas más reconocidas, de igual forma el usuario tendrá la opción de sugerir referencias que no encuentre dentro de los productos ofertados.

El servicio apunta a cubrir las necesidades que tiene las familias en cuanto a disponibilidad de tiempo para poder realizar sus compras de abarrotes y productos de aseo hogar.

Teniendo en cuenta la descripción del servicio se realizó el proceso de Naming donde se evaluó la aceptación de los siguientes nombres entre un grupo reducido de posibles clientes.

Opciones Marca

- Mercaapp
- Mercafast
- Mercaeasy
- Mercaline
- Merca – Time

MARCAS	Puntaje 1	Puntaje 2	Puntaje 3	Total
Mercaapp	7	3	3	13
Mercafast	6	7	6	19
Mercaeasy	1	6	6	13
Mercaline	9	8	9	26
Merca – Time	6	4	4	14



1. Selección del color según psicología y valores empresariales

Naranja: Innovación, modernidad, juventud, diversión y vitalidad.

Amarillo: Calidez, amabilidad, luminosidad, positividad y alegría.

Marrón: Cálido, Acogedor, Natural y Robusto

Mercaline se proyecta como una opción innovadora, moderna que brinda confianza y calidez a nuestros clientes.

2. Selección de la representación visual de la marca y slogan

Nuestro logo integra aplicaciones móviles, el solicitud del servicio, la agilidad de nuestros slogan el cual le recuerda a dedicarse a hacer lo que más encargamos de sus tareas.

Empaque: Diagrama de



conceptos tales como el uso de engranaje y la armonía entre la recepción del mismo así como la procesos. Todo integrado a nuestro nuestros clientes que pueden les gusta mientras nosotros nos

servicios centrales.



Estrategia de Distribución

Conceptos

Minoristas: Mercaline será una empresa que compra y vende productos para venderlos de uno a uno a cada usuario registrado en nuestra APP o página Web

Canales de distribución online

- E-commerce dedicado
- Plataformas Apps
- Social commerce
- Voz a voz programa de volanteo

Venta directa: Mercaline manejará su venta a través de su App y después de recibir la solicitud del pedido y ser debidamente cancelado por los medios de pago electrónicos, se procederá al proceso de alistamiento y entrega en el lugar pactado a gusto del cliente (En la puerta de la casa, oficina u otro lugar programado por el cliente)

Manejaremos una App así como página Web. La App estará disponible para plataformas Android y Apple la cual tendrá un fácil acceso para mejor manejo de cada usuario a la hora de elegir su producto, de igual manera nos será de gran ayuda para tener un mayor control por usuario y manejo nuestra contabilidad para manejar el estándar, preferencias y promedios de visita a nuestra App.

Factores claves en la elección de canales de distribución

- **Producto:** Mercaline únicamente venderá productos de la canasta familiar los cuales se venderán a cómodos precios unitariamente o al por mayor con un tope de pedido mínimo establecido, llevándolo al lugar que el cliente lo desee. (Siempre y cuando esté dentro del perímetro establecido previamente). Cuando el cliente esté ingresando sus datos para la creación del usuario, al ingresar la dirección la App realizará una verificación automática que indicará si el área donde desea realizar la entrega cuenta con cobertura o no.
- **Empresa:** contaremos con una bodega de despacho por medio de nuestra página web y apps tendremos conexión con nuestros clientes para brindarles una oportuna atención en los tiempos pactados, inicialmente seremos empleados los tres socios actuales, un analista en almacén y contratación por prestación de servicios de mensajeros.
- **Competencia:** Consideramos que la utilización del canal por parte de otros competidores no nos afecta porque contamos con un alto control de calidad, en la recepción de alimentos, y limpieza de acuerdo a los controles de registro sanitario INVIMA además entrega eficiente y eficaz, para obtener confianza y seguridad de nuestros clientes al momento de consumir los productos. Nos diferenciamos de otros competidores en la medida que nosotros somos punto de venta y no tan solo un servicio de mensajería.
- **Mercado y del entorno:** Los consumidores potenciales de Mercaline serán aquellos padres solteros u personas con tiempo muy limitado a los cuales ayudaremos optimizando su tiempo de forma más fácil y ágil por medio de nuestra App, ofreciéndoles productos de la canasta familiar a mejores costos que en los almacenes de cadena comunes.
- **Disponibilidad de intermediarios:** El valor de domicilio será inversamente proporcional a la cantidad comprada, es decir entre más compre más económico será el domicilio. El cliente deberá inscribirse a nuestra App obtener su usuario y contraseña para poder acceder a su compra la cual debe pagarse con tarjeta debido o crédito con anticipación de la llegada al sitio de destino programada.

Estrategia de Promoción

1. Publicidad

Iniciando operación, Mercaline se enfocará en el sector sur occidente en la ciudad de Bogotá, y como queremos llegar directamente a las personas que usan tecnología, que mejor que hacer publicidad por redes sociales.

Tipos de publicidad

Racionalidad: Seremos enfáticos en resaltar las bondades de nuestros productos y servicios por encima de los que puede ofrecer la competencia, nuestros valores agregados se centran en:

- Precios favorables por debajo de la competencia.
- No inversión de tiempos ni desplazamientos por parte de los clientes.
- Entrega oportuna dentro de los tiempos pactados.

Motivacional: El tiempo es uno de los recursos no renovables más valiosos que tiene el ser humano. Hoy nos aqueja la falta de tiempo para la diversión, tiempo para el deporte, para la

familia, para el trabajo, para el ocio, y para el estudio. Mercaline trabaja para que sus clientes ganen tiempo para hacer lo que más les gusta.

Comparación: Ofrecemos los productos más reconocidos en el mercado y de mayor rotación con menores costos, esto sustentado bajo la premisa que no debemos invertir grandes cantidades de dinero en acondicionamiento y embellecimiento de puntos de venta. Nuestra bodega no ahorra en condiciones higiénicas o salubres, pero no tendremos que invertir en otros costos asociados al mantenimiento de grandes puntos de venta.

Estrategia Creativa:

Nombre de la Marca: Mercaline.

Público Objetivo: Residentes y personas que laboren en la zona sur occidente de la ciudad de Bogotá. Nuestro producto no está enfocado a un género en particular dado que cubre las necesidades básicas de todo ser humano. Enfocado a población con capacidad adquisitiva promedio y con tiempo limitado, aunque al tener Mercaline precios muy competitivos toda persona con o sin conflictos de tiempos limitados, es un cliente en potencia.

Que es: Mercaline entrega a domicilio productos de la canasta familiar no perecederos, esto sin que el cliente deba hacer desplazamientos o inversión del tiempo para el desarrollo de dicha actividad.

Beneficio Principal del Producto: Precios bajos sin desplazamientos o inversión de tiempo.

Razón o respaldo: Mercaline se compromete a entregar los productos requeridos por sus clientes en los días y tiempos solicitados.

Personalidad de la marca: Integridad, Aprendizaje, Flexibilidad y Puntualidad son nuestras características.

Medios de Comunicación: Nuestra estrategia se centrara en canales virtuales, redes sociales, voz a voz en la zona y volanteo en la misma zona por medio de entrega segmentada junto con recibos de servicios públicos.

2. Relaciones Publicas:

Mercaline maneja su publicidad en dos canales, uno el de la publicidad no pagada, es decir mediante redes sociales o a través del voz a voz. Y publicidad paga a través de volanteo tanto en las calles de la zona, así como la entrega de publicidad segmentada por medio de la facturación de las empresas de servicios públicos.

3. La promoción de ventas

Se establece un programa de fidelización de clientes, mediante la acumulación de puntos por compras. Estos puntos podrán ser redimidos en efectivo para compras dentro de la misma tienda virtual. Nuestro programa de fidelización también incluye el hacernos participen en una fecha tan importante como es la fecha de cumpleaños de nuestros clientes más fieles haciéndoles entrega de un detalle de valor simbólico. (Fidelización en el programa de comprador frecuente)

Se trabajará en estrategias comerciales con nuestros proveedores para poder tener promociones continuas en todo el año, estas alianzas se deben traducir en programas de Rebajas y entrega de obsequios para nuestros clientes.

4. La fuerza de ventas

MERCALINE es una empresa dedicada a la venta y distribución de productos de primera necesidad no perecederos por medio de aplicaciones móviles y web, por lo cual nuestra fuerza de ventas se enfocara en las redes sociales, páginas web y publicidad en las aplicaciones ya que estas serán nuestro punto de enlace con clientes potenciales, para poder gestionar nuestra fuerza de ventas se necesitara personal capacitado en el área de marketing digital ya que es de vital importancia que lo que desea transmitir MERCALINE sea bien aceptado por la población a la cual estamos enfocados y así poder tener la aceptación esperada.

Estrategia de Precio

MERCALINE realiza la compra de sus productos ofertados directamente un distribuidor mayorista, representantes y grandes distribuidores, dependiendo de los acuerdos comerciales y condiciones de financiamiento, nuestros productos deben estar siempre por debajo de los precios de la competencia en cuento a puntos de venta directa se refiere. (ver anexo tabla de precios Excel)

Adicional a la facturación por venta directa de productos, Mercaline también facturará el servicio de domicilio de acuerdo a la siguiente tabla de rangos y precios.

3. Marco Teorico

Definición sobre APP

Una aplicación móvil, app o app (en inglés) es una aplicación informática diseñada para ser ejecutada en teléfonos inteligentes, tabletas y otros dispositivos móviles y que permite al usuario efectuar una tarea concreta de cualquier tipo profesional, de ocio, educativas, de acceso a servicios, etc, facilitando las gestiones o actividades a desarrollar.

Por lo general se encuentran disponibles a través de plataformas de distribución, operadas por las compañías propietarias de los sistemas operativos móviles como Android, iOS, BlackBerry OS, Windows Phone, entre otros. Existen aplicaciones móviles gratuitas u otras de pago, donde en promedio el 20-30 % del costo de la aplicación se destina al distribuidor y el resto es para el desarrollador.² El término app se volvió popular rápidamente, tanto que en 2010 fue listada como Word of the Year (Palabra del Año) por la American Dialect Society.

Al ser aplicaciones residentes en los dispositivos están escritas en algún lenguaje de programación compilado, y su funcionamiento y recursos se encaminan a aportar una serie de ventajas tales como:

- Un acceso más rápido y sencillo a la información necesaria sin necesidad de los datos de autenticación en cada acceso.
- Un almacenamiento de datos personales que, a priori, es de una manera segura.
- Una gran versatilidad en cuanto a su utilización o aplicación práctica.
- La atribución de funcionalidades específicas.

- Mejorar la capacidad de conectividad y disponibilidad de servicios y productos (usuario-usuario, usuario-proveedor de servicios, etc.).

Llegado a este punto es importante que una “app” no es una aplicación web, tampoco es un sistema operativo, ni un servicio de alojamiento informático o web.

Un sistema operativo es un programa o conjunto de programas informáticos que gestiona el hardware de un dispositivo y administra el servicio de aplicaciones informáticas (Windows, iOS, Android, etc.).

Las aplicaciones web son herramientas alojadas en un servidor, a las que los usuarios pueden acceder desde Internet (o Intranet) mediante un navegador web genérico o específico, dependiendo del lenguaje de programación (moodle) .

Un servicio de alojamiento informático o web permite a organizaciones e individuos subir, alojar, gestionar o almacenar contenido en servidores físicos o virtuales. Por ejemplo: Dropbox sería una aplicación de software destinada a ser un servicio de alojamiento de archivos multiplataforma en la nube, a la cual se puede acceder a través un interfaz web o de una app.

En los últimos años los servicios de informática distribuida han permitido que las organizaciones, incluidas las educativas, puedan gestionar sus procesos, actividad y aplicaciones informáticas a través de empresas que ofrecen comercialmente "software como servicio" (SaaS) alojado en un centro de datos o en servicios en la "nube", y grandes redes de ordenadores pueden formar una "malla" que representa una potencia considerable (Google, Amazon, Microsoft).

Fuente: Wikipedia

APPS MÓVILES: LA FORTALEZA DE LOS NEGOCIOS.

En la actualidad se puede afirmar que cada usuario tiene al menos un dispositivo móvil con acceso a Internet para consultar su información personal o empresarial; sin embargo, la facilidad de tener un Smartphone, tableta o ambos ha dado inicio a la carrera empresarial por la creación de aplicaciones a la medida de las necesidades de los usuarios, que ganen su lealtad en línea.

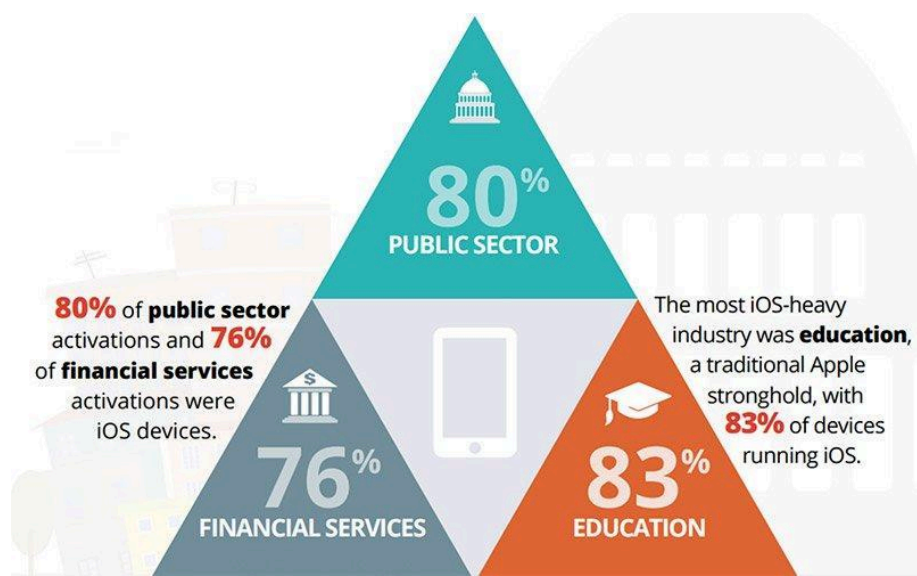
Y es que de acuerdo con el informe de Good Technology ‘Mobility Index Report Q1 2015’, si el año hubiera empezado en abril del 2014 y terminado en marzo de 2015, la activación total de aplicaciones empresariales móviles hubiera reportado un incremento de 160%, lo cual indica que las organizaciones se están preocupando por tener soluciones disponibles en cualquier momento y lugar.

“Las tabletas son una de las principales herramientas de trabajo que se están utilizando en la actualidad; son simples y cómodas de llevar, y brindan toda la seguridad necesaria para afrontar los riesgos de BYOD”, explicó Agustín Tórres, Gerente Regional de Ventas para AOC Colombia.

Según el estudio, los navegadores y aplicaciones para mensajería segura son los dos principales usos empresariales en móviles; sin embargo, están seguidos de cerca por las aplicaciones personalizadas para edición y acceso a documentos. En particular, los programas relacionados con documentos crecieron de manera importante en el último trimestre con respecto al anterior.

“Las aplicaciones de ERP, CRM, programas de analítica, inteligencia de negocios o plataformas como la de Google para realizar trabajos en conjunto están disponibles en aplicaciones nativas o web para ser utilizadas en cualquier dispositivo”, agregó Agustín Torres.

De igual manera, la penetración de dispositivos y el uso en un sector económico específico tienen relación con el sistema operativo. En el trimestre analizado, iOS supera a Android en las industrias reguladas (sector público, servicios financieros y educación).



Pero Android supera a iOS en las tecnologías no reguladas, como las emergentes (47%) y energía (44%), donde las compañías consideran a este sistema operativo más ‘amigable’ con relación a las aplicaciones y herramientas dispuestas desde las organizaciones.

“Las nuevas versiones de los sistemas operativos incorporan soluciones de seguridad como el uso de VPN y programas que manejan la movilidad con el fin de controlar y rastrear los movimientos de datos e información”, dijo el experto de AOC.

Las organizaciones continúan buscando la mejor manera de adaptarse a las nuevas tendencias y mientras realizan este proceso deben encontrar un equilibrio entre los riesgos y las ventajas que les trae utilizar la nube, buscar el dispositivo adecuado que se necesite para cumplir con el objetivo de negocio y así adaptarse a la realidad empresarial.

Fuente: Colombia Digital

(<https://colombiadigital.net/actualidad/noticias/item/8580-apps-moviles-la-fortaleza-de-los-negocios.html>)

Metodo de Estudio

Método de inducción-deducción: Este es el método que se basa en lo lógica directamente, sus razonamientos son estructurados por jerarquías directas (premisa mayor, premisa menor y conclusión), es aplicado en especial a las matemáticas, aunque su estructura es la más aplicable a todos los métodos de investigación.

Sus partes son las siguientes:

- Ø Observación: Aquí se percibe la asociación de los fenómenos, donde se presenta la inducción, lo que nos permite formular teorías y deducciones.
- Ø Deducción: Esta es la conclusión producida por el proceso de observación.
- Ø Experimentación: Se considera que entre más experimentaciones y movimientos existan mayores deducciones se producirán y se producirán leyes con mayor probabilidad de ser verdaderas.

Fuentes de Información

Se denominan fuentes de información a diversos tipos de documentos que contienen datos útiles para satisfacer una demanda de información o conocimiento. Conocer, distinguir y seleccionar las fuentes de información adecuadas para el trabajo que se está realizando es parte del proceso de investigación.

- Ø Las fuentes primarias: contienen información nueva y original, resultado de un trabajo investigativo. Aquí encontramos las encuestas que se realizaron a las personas sobre la adaptación que tendrían hacia las apps para la obtención de productos de primera necesidad no perecederos.
- Ø Las fuentes secundarias: Libros electrónicos, físicos, artículos extraídos de periódicos y revistas, páginas de internet, etc.

4. ESTUDIO LEGAL

Constitución y registro

Pasos para la inscripción de empresas en Colombia

1. Consultar que el nombre esté disponible.
2. Prepare, redacte y suscriba los estatutos de la compañía.
3. PRE-RUT. En la Cámara de Comercio, puede tramitar el PRE-RUT antes de proceder al registro. Es necesario presentar estatutos, formularios diligenciados, la cédula del representante legal y la de su suplente.
4. Inscripción en el Registro. En la Cámara de Comercio llevarán a cabo un estudio de legalidad de los estatutos; debe tener en cuenta que es necesario cancelar el impuesto de registro, el cual tiene un valor del 0.7% del monto del capital asignado.
5. Es obligatorio que con la empresa registrada y el PRE-RUT, se proceda a abrir una cuenta bancaria. Sin la certificación de apertura de la cuenta, la DIAN no procederá a registrar el RUT como definitivo.
6. Con el certificado bancario se debe tramitar en la DIAN el RUT definitivo.
7. Llevar el RUT definitivo aportado por la DIAN a la Cámara de Comercio para que en el Certificado de existencia y representación legal de la compañía, ya no figure como provisional.
8. En la DIAN, se debe solicitar una resolución de facturación, en principio manual. Sin facturas es posible contratar, pero no se pueden cobrar los servicios.

9. Toda compañía debe solicitar la Inscripción de Libros en la Cámara de Comercio; éstos serán el Libro de actas y el Libro de accionistas. La falta de registro de los libros acarrea la pérdida de los beneficios tributarios.
10. Se debe registrar a la empresa en el sistema de Seguridad Social, para poder contratar empleados.

Fuente: <http://mprende.co/legal/10-pasos-para-crear-una-empresa-en-colombia>

Requisitos puntuales para la comercialización de alimentos:

1. Matrícula mercantil vigente.
2. Certificado Sayco & Acinpro. No aplicable para nuestro proyecto ya que no tiene un punto de venta abierto al público.
3. Registro Nacional de Turismo. Este registro es obligatorio para los prestadores de servicios turísticos relacionados en el artículo 12 de la Ley 1101 de 2006, dentro de los cuales se encuentran los restaurantes turísticos con ventas anuales superiores a los 500 SMMLV. No aplicable para nuestro proyecto ya que no tiene un punto de venta abierto al público.
4. Concepto sanitario. Todo establecimiento debe cumplir con las condiciones sanitarias que se describen en la Ley 9 de 1979, que está compuesta por títulos de carácter general como los de protección del medio ambiente, suministro de agua, y salud ocupacional, así como algunos específicos como el título V denominado Alimentos, en el que se establecen las normas específicas a las que están sujetos los establecimientos industriales y comerciales en los que se realicen actividades que se relacionan con alimentos.

En el caso de las personas jurídicas y naturales que ejercen actividades en torno a los alimentos como su fabricación, procesamiento, distribución y comercialización, deben también cumplir con los requisitos sanitarios establecidos en la Resolución 2674 de 2013. Esta norma alude específicamente en el capítulo VIII a las condiciones sanitarias que deben cumplir los restaurantes y establecimientos gastronómicos.

Es así como los establecimientos deben garantizar el cumplimiento de las leyes ya mencionadas y otras a las que haya lugar. Muestra de dicha garantía se logra a través de la obtención del Concepto sanitario, el cual es emitido por la autoridad sanitaria pertinente una vez radicada la solicitud y realizada la auditoría de inspección, vigilancia y control del establecimiento.

La autoridad sanitaria encargada de emitir el concepto sanitario para los establecimientos que realizan expendio de alimentos es la Secretaría Distrital de Salud o sus entes territoriales.

La solicitud de inspección sanitaria se debe radicar ante la autoridad pertinente o acceder a la página web: www.bogota.gov.co – SDQS (Sistema Distrital de Quejas y Soluciones),

registrarse y solicitar que se realice la visita ingresando los datos requeridos, y allí se procede a enviar la solicitud a la entidad correspondiente y a dar respuesta al usuario.

5. Otras normas. Se debe cumplir con las normas que se expidan en el lugar donde se establezca el establecimiento comercial referente al uso de suelo, intensidad auditiva, horario, ubicación y actividad comercial. Es así como se tendrá que validar, entre otros:

Uso de suelo. Verificar que la actividad económica del establecimiento comercial se pueda desarrollar en la ubicación que se ha escogido, de acuerdo con el Plan de Ordenamiento Territorial y la reglamentación específica del municipio, y solicitar el respectivo certificado de Uso de suelo a la Oficina de Planeación. En el caso de los establecimientos ubicados en Bogotá, se podrá obtener mayor información sobre la norma que aplica a un predio e información adicional del mismo, en el enlace: <http://sinupotp.sdp.gov.co/sinupot/index.jsf> de la Secretaría de Planeación Distrital ingresando en el icono Consulta que se encuentra en la parte superior derecha.

Registro de publicidad exterior visual o una Certificación de intensidad auditiva. Validar si, por las características del establecimiento, este requiere realizar dichos trámites. Sobre estos dos ítems en particular se puede encontrar información en la página web: www.secretariadeambiente.gov.co en Trámites en línea.

Otros requisitos de carácter obligatorio no estipulados en el Decreto 1879 de 2008.

6. Concepto técnico de seguridad humana y protección contra incendios. Este es expedido por el Cuerpo Oficial de Bomberos y busca asegurar el cumplimiento de los temas de seguridad humana y sistemas de protección contra incendios. Para el caso de los establecimientos ubicados en Bogotá, la siguiente página web está disponible: www.bomberosbogota.gov.co en Trámites y servicios, Concepto técnico. Visitas de inspección. A través de esta ruta se podrá encontrar los puntos de atención y los trámites a realizar para obtener el concepto en referencia.
7. Lista de precios. Los precios de los productos deben hacerse públicos, bien sea en empaques, envases o en una lista general visible.
8. Inscripción en el RIT. Todo establecimiento de comercio debe quedar inscrito en el Registro de Información Tributaria (RIT) a través del diligenciamiento del Formulario

RIT Establecimiento de Comercio. Este formulario también permite realizar la actualización o clausura de dichos establecimientos.

Para el caso particular de los establecimientos ubicados en Bogotá, se podrá encontrar mayor información en la página web de la Secretaría Distrital de Hacienda: www.shd.gov.co en Pagos y servicios, Servicios en puntos de atención, Inscripción, novedades y cancelación del RIT. Así mismo, se podrá descargar el formulario correspondiente en el mismo sitio web www.shd.gov.co en Contribuyentes, Formatos.

9. Certificado de manipulación de alimentos. Este es de carácter obligatorio para todos los empleados que manipulen alimentos y se debe renovar anualmente. Existen varios institutos que cuentan con la autorización como Empresa Capacitadora en Manipulación Higiénica de Alimentos.

Trámite voluntario:

10. Depósito de la enseña comercial. La enseña comercial es un signo como palabras, imágenes, colores, logotipos, entre otros, que permite identificar un establecimiento de comercio. Por lo anterior, al momento de abrir las puertas de un establecimiento al público, las empresas deben garantizar la protección de la enseña comercial del mismo. Dicha protección se garantiza realizando el depósito de la enseña comercial, el cual es una inscripción que hace el empresario o comerciante en el registro público de la propiedad industrial, administrado por la Superintendencia de Industria y Comercio. El depósito otorga un derecho de exclusividad de propiedad industrial desde la fecha en la que se presenta la solicitud y termina cuando la enseña comercial se deje de usar o cuando cesan las actividades del establecimiento que la usa. Para mayor información al respecto es posible ingresar al enlace: <http://www.sic.gov.co/drupal/nombres-y-ensenas-comerciales> de la Superintendencia de Industria y Comercio.

Fuente:

<http://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-Lacteo-de-Bogota-Region/Noticias/2016/Abril/Conozca-los-requisitos-para-abrir-un-nuevo-negocio-de-productos-alimenticios>.

5. Estudio Administrativo

Tipo de Sociedad

Se constituye Mercaline como una SAS, teniendo en cuenta los siguientes aspectos:

CRITERIOS	SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA
Riesgo patrimonial	Los accionistas no pueden ser obligados al pago de ninguna deuda social. Sólo hay responsabilidad cuando se utilice la sociedad en fraude a la ley o en perjuicio de terceros.
Costo de la creación	<p>Trámites notariales. Presentación personal (\$4.000 aprox.).</p> <p>Impuesto de Registro. (0.7% del capital suscrito de la sociedad y 0.3% del valor de la prima en colocación de acciones).</p> <p>Derechos de registro. (\$32.000).</p> <p>Matrícula mercantil. (Dependerá del monto de los activos totales. Para el año 2014 oscila entre \$32.000 y \$1.600.000).</p>
Flexibilidad	Es una sociedad esencialmente flexible. No requiere de una Junta Directiva; dicho órgano es opcional y en caso de tenerla no necesita tener suplentes (incluso puede ser de un único miembro). Puede tener el número de accionistas que se quiera desde 1; Salvo que se establezca en los estatutos las sociedades por acciones simplificadas no tienen que tener reserva legal; no requieren de revisor fiscal a no ser que para el año inmediatamente anterior (i) el valor de sus activos brutos sea igual o superior a 5000 salarios mínimos legales mensuales vigentes o (ii) los ingresos brutos del año precedente sean iguales o superiores a 3000 salarios mínimos legales mensuales vigentes. La cesión de acciones no requiere reforma estatutaria. Permite la elaboración de acuerdos de accionistas, y la emisión de acciones especiales.
Escalonamiento	En principio las acciones son libremente negociables y la negociación no conlleva una reforma de los estatutos. La cesión de acciones puede lograrse simplemente mediante el endoso de las acciones y el registro de la cesión en el Libro de Registro de Accionistas. Se puede restringir la transferencia hasta por 10 años o sujetarla a autorización de la asamblea u otro órgano o al derecho de preferencia por estatutos. La suscripción y pago del capital puede hacerse en las condiciones, proporciones y plazos que determinen los accionistas. El plazo para el pago de las acciones no puede superar los 2 años. Pueden emitirse distintos tipos de acciones.
Imagen	Poco Favorable. Hoy en día, cerca del 93% de las empresas que se crean en Colombia son SAS. La flexibilidad de su estructura permite adaptar su funcionamiento a las necesidades de negocio particular, bien sea pequeña o grande. Algunos advierten sus riesgos precisamente por la carencia de normas imperativas que conllevan a excesos de atribuciones por parte de los accionistas y/o los

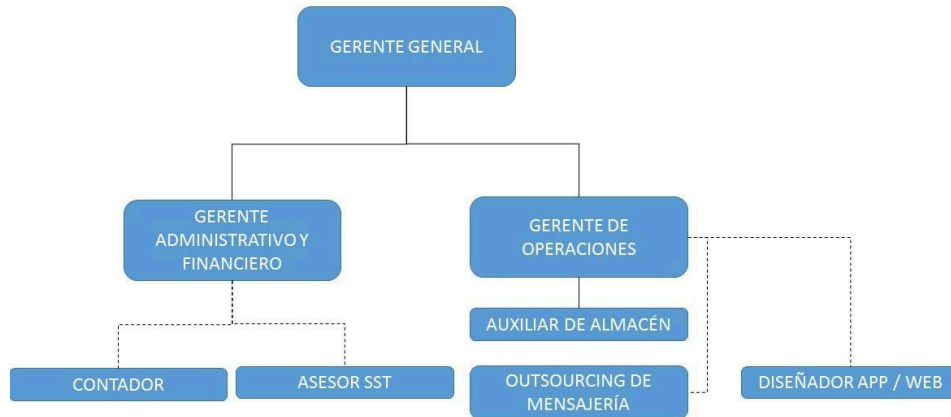
	administradores, y la imposibilidad de cotizar las acciones en la bolsa.
Sucesión Patrimonial	Por ser una sociedad de capital, la muerte de alguno de los socios no implica la disolución o liquidación de la sociedad. La acción entrará a formar parte de la sucesión del causante, y una vez se transfiera permitirá ejercer los mismos derechos del accionista fallecido. En todo caso, pueden establecerse limitaciones estatutarias para la transferencia de acciones.
Costos Tributarios	Impuesto de renta: 25% CREE: 9% Ganancia ocasional: 10% Impuesto de renta: 25%

Gastos de Constitución

Para los gastos de constitución y registro se identifican los siguientes conceptos con los respectivos pagos que se deben realizar en cada parte del proceso.

CONCEPTO	VALOR
Autenticación notaria. 3 Socios	\$10.350,00
Registro en Cámara de comercio. Base \$30.000.000	\$210.000,00
Formulario de registro	\$4.000,00
Derecho de inscripción	\$31.000,00
Matricula, Primer año	\$0,00
Certificados de existencia 2	\$8.600,00
Inscripción de los libros	\$10.300,00
TOTAL	\$274.250,00

Estructura Organizacional



Funciones

Gerente General

Responsable legal de la empresa.

Velar por el cumplimiento de los requisitos legales de la sociedad.

Define estrategias comerciales y de dirección de la compañía.

Responsable por las negociaciones y alianzas comerciales.

Gerente Administrativo y Financiero

Responsable por el manejo financiero de la compañía.

Responsable por las relaciones con entidades financieras.

Responsable por el manejo contable y tributario.

Responsable por la administración de personal y cumplimiento de las normas legales.

Gerente de Operaciones

Responsable por la operación de la compañía.

Manejo de relaciones con el outsourcing de mensajería.

Responsable por la satisfacción del cliente.

Responsable por el mantenimiento y actualización de las plataformas móviles.

Auxiliar de Almacén

Responsable por el control de inventarios.

Responsable por el alistamiento de las entregas.

Responsable por la solicitud de servicios ante el outsourcing de mensajería.

Costos Administrativos

Dentro de los gastos administrativos encontramos lo correspondiente al arriendo, administración y servicios públicos. También se incluyen gastos menores como papelería, cafetería, aseo y transportes.

CONCEPTO	VALOR
Arriendos y servicios	
Arriendo Local	\$1.700.000,00
Administración	\$150.000,00
Servicios Públicos	\$830.000,00
Gastos Generales	
Papelería	\$80.000,00
Aseo	\$80.000,00
Cafetería	\$80.000,00
Transporte	\$340.000,00
TOTAL	\$3.260.000,00

Gastos de Personal

La nómina de Mercaline incluye los siguientes cargos:

Gerente General.

Gerente Administrativo y Financiero.

Gerente de operaciones.

Auxiliar de almacén.

Para los costos laborales se incluye lo correspondiente a salarios y cargas prestacionales así como los honorarios que se cancelaran por servicios contables y mantenimiento de las plataformas digitales.

CONCEPTO	VALOR
Costos Laborales	
Salarios	\$6.983.140,00
Carga Prestacional 41%	\$2.660.280,52

TOTAL	\$9.643.420,52
Honorarios	
Contador	\$500.000,00
Seguridad y salud en el trabajo	\$400.000,00
Admon y mantenimiento plataformas	\$2.000.000,00
TOTAL	\$2.900.000,00

Modelo de Contratación

Dentro del modelo inicial, MERCALINE S.A.S., contará con 4 empleados de planta, los cuales tendrán un contrato a término indefinido, garantizando el cumplimiento de todas las obligaciones de ley en cuanto a pago de prestaciones sociales y aportes de seguridad social.

MERCALINE S.A.S, se apoyara mediante contratos de prestación de servicios para los temas relacionados con Contabilidad, diseño y mantenimiento de las plataformas móviles y SST y medio ambiente.

La entrega de mercancías se hará a través del servicio de mensajerosasap.co, sin embargo para que un mensajero de mototriciclo pueda prestar sus servicios para MERCALINE, deberá aprobar un proceso de seguridad que incluye un referenciación laboral y personal, así como un estudio en centrales de riesgos.

Gastos de Puesta en Marcha

Para la adecuación de las instalaciones se dota la bodega con puestos de trabajo, equipos de cómputo y comunicaciones.

Referente a las plataformas móviles se cancelan los derechos de dominio, hosting, diseño y parámetros de seguridad.

Los dominios se registran por medio de intermediarios ante “Internet Corporation for Assigned Names and Numbers” (Icann), y se deben renovar anualmente. Los .com y .net se pueden comprar con empresas como Imaginamos.com y valen alrededor de 15 dólares.

El dominio .com.co sólo se pueden comprar con la Universidad de los Andes.. El valor de este dominio es de \$ 160.000 pesos por dos años.

La Página Web con tienda online está compuesta por un catálogo de productos y de la integración a una plataforma de pagos en línea. El valor de acuerdo a nuestra necesidad es de \$ 4.000.000.

Dentro de los costos de puesta en marcha también se deben contemplar los estudios de seguridad que se le hace a los mensajeros preseleccionados para prestar sus servicios con nosotros, estos estudios se hacen con la firma especializada Acel Ltda un costo de \$ 85.000 por persona.

CONCEPTO	VALOR
Arriendos	
Administración 3 primeros meses - Base \$ 100,000	\$300.000,00
Arriendo 3 primeros meses bodega - Base \$ 1.700.000	\$5.100.000,00
Muebles y encerados	
Archivador	\$219.900,00
Escritorios – 3	\$779.700,00
Sillas escritorios – 3	\$299.700,00
Sillas de espera – 6	\$395.400,00
Estantes y mesa auxiliar y sillas	\$575.000,00
Equipo de Cómputo y Oficina	
Computadores – 3	\$4.437.000,00
Impresora – 1	\$499.000,00
Teléfonos fijos – 3	\$179.700,00
Plataforma Digital	\$ 4.205.000
Estudios de seguridad mensajeros	\$ 850.000
TOTAL	\$17.840.400,00

6. Estudio Financiero

Ingresos

Las siguientes cifras se hacen sobre el ejercicio de la búsqueda del punto de equilibrio, sin embargo se proyecta alcanzar este punto de equilibrio durante los 6 primeros meses de funcionamiento.

Punto de equilibrio 107 ventas mensuales.

CANTIDAD	VALOR PROMEDIO	TOTAL
107,00	\$ 600.000,00	\$ 64.200.000,00

Egresos

Costos Variables

Corresponden a los costos dependientes de las ventas realizadas durante el periodo, se realizan sobre la base de encontrar el punto de equilibrio.

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR
Compra de mercancías	107,00	\$ 44.940.000,00
Transporte	107,00	\$ 3.210.000,00
Empaque	107,00	\$ 535.000,00
TOTAL		\$ 48.685.000,00

Costos Fijos

Corresponde a costos de funcionamiento los cuales no dependen del volumen de ventas que realice la compañía.

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR
Arriendos y servicios públicos	Mes	\$ 2.680.000,00
Gastos Generales	Mes	\$ 580.000,00
Laborales	Mes	\$ 7.564.835,56
Honorarios y Mto Plataformas Digitales	Mes	\$ 2.900.000,00
Obligaciones Financieras	Mes	\$ 1.041.256,00
Publicidad	Mes	\$ 600.000,00
Depreciaciones	Mes	\$ 123.250,00
TOTAL	Mes	\$ 15.489.341,56

De acuerdo a las cifras propuestas se obtiene como resultado del ejercicio una utilidad antes de impuestos de \$ 25.658

Fuentes de Financiamiento

Para la constitución y puesta en funcionamiento de Mercaline se dispone de los siguientes recursos financieros:

1. Los socios fundadores (tres) realizan un aporte de ahorros propios para constituir la empresa por un monto de \$ 10.000.000 cada uno.
2. Se tramita un crédito con a través de Bancoldex bajo la modalidad de Línea de Crédito AECI para Microempresas - Capital de Trabajo, a cinco años por un monto de \$ 50.000.000 con una tasa de DTF + 3,6 EA a cinco años.

DTF a abril de 2017, 6.53% EA

Fuente: https://www.bancoldex.com/documentos/809_Tasas_novigilados.pdf

La cuota mensual del crédito queda en \$ 1.041.256 mensuales, contados desde el mes de junio de 2017 y vigente hasta el mes de mayo de 2022

TABLA DE AMORTIZACION						
DIGITE LA INFORMACIÓN			CONVERSION DE TASAS			
Valor Financiación	\$ 50.000.000,00		Efectiva Anual:	9,53%		
Tasa (mensual):	0,76%		EMV:	0,76%		
Tiempo (meses):			ETV:	2,30%		
Fecha de Inicio	1	5	2017	ETA:	2,25%	
	Día	Mes	Año			
TABLA DE AMORTIZACION CUOTA FIJA				MONTO DEL CREDITO	\$	50.000.000
valor total acumulado		\$	-	\$	50.000.000,00	\$ 12.475.333,00
						\$ 62.475.333,00
Cuota	Vencimiento	Saldo capital	Abono adicional a capital	Abono capital	Intereses	Total cuota
0	1 May 2017	\$ 50.000.000,00				
1	1 Jun 2017	\$ 49.339.470,00	\$ -	\$ 660.530,00	\$ 380.726,00	\$ 1.041.256,00
60	1 May 2022	0	\$ -	\$ 1.033.361,00	\$ 7.868,00	\$ 1.041.229,00
			\$ -	\$ 50.000.000	\$ 12.475.333	\$ 62.475.333

