TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR AL TÍULO DE PROFESIONAL EN MERCADEO Y PUBLICIDAD

MODALIDAD CREACIÓN DE EMPRESA

PLAN DE NEGOCIO

Título del proyecto:

MUCILIO

Autores:

Andrea Carolina Marín Rodríguez

Docente asesor: Osmar Yesid Alba Cortes

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DEL ÁREA ANDINA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS

PROGRAMA DE MERCADEO Y PUBLICIDAD

BOGOTÁ

2021

TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR AL TÍULO DE PROFESIONAL EN

MERCADEO Y PUBLICIDAD

MODALIDAD CREACIÓN DE EMPRESA

PLAN DE NEGOCIO

Título del proyecto:

MUCILIO

Autores:

Andrea Carolina Marín Rodríguez

Docente asesor: Osmar Yesid Alba Cortes

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DEL ÁREA ANDINA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS

PROGRAMA DE MERCADEO Y PUBLICIDAD

BOGOTÁ

2021

TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR AL TÍULO DE PROFESIONAL EN MERCADEO Y PUBLICIDAD

MODALIDAD CREACIÓN DE EMPRESA

PLAN DE NEGOCIO

Título del proyecto:

MUCILIO

Autores:

Andrea Carolina Marín Rodríguez

Docente asesor: Osmar Yesid Alba Cortes

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DEL ÁREA ANDINA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS

PROGRAMA DE MERCADEO Y PUBLICIDAD

BOGOTÁ

2021

TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR AL TÍULO DE PROFESIONAL EN MERCADEO Y PUBLICIDAD

MODALIDAD CREACIÓN DE EMPRESA

PLAN DE NEGOCIO

Título del proyecto:

MUCILIO

Autores:

Andrea Carolina Marín Rodríguez

Docente Asesor: Osmar Yesid Alba Cortes

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DEL ÁREA ANDINA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS

PROGRAMA DE MERCADEO Y PUBLICIDAD

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DEL ÁREA ANDINA

AUTORIDADES ACADÉMICAS

Rector

DR. José Leonardo Valencia

Vicerrector Académico

DR. Martha Patricia Castellanos Saavedra

Decano Facultad de Ciencias Administrativas Económicas y Financieras

DR. Mauricio Andrés Hernández Ánzola

Secretario Académico

DR. María Angélica Pacheco Chica

Director del Programa

DR Diana Maritza Luque Mantilla

NOTA DE ACEPTACIÓN

_____

_____

_____

JURADO 1

_____

JURADO 2

_____

_____

Ciudad _____ Día_____ Mes Año _____

AGRADECIMIENTOS

Quiero extender un agradecimiento a cada una de las personas que hicieron posible concluir con éxito este proceso; Dios, mi familia, amigos, docentes y compañeros, quienes me acompañaron en este largo camino en el cual me motivaron y apoyaron para seguir adelante. Mi gratitud a la Fundación Universitaria del Área Andina quien a través de la terminación del trabajo de grado contribuyo a formar bases sólidas de conocimiento para mi vida profesional.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de grado principalmente a Dios, a mis padres y hermano quienes me apoyaron y aconsejaron para dar continuidad a mi carrera, gracias a ellos tengo la oportunidad de proyectarme y seguir motivándome para alcanzar mis metas, a mis amigos y maestros por guiarme y ayudarme. Para todos ellos hago esta dedicatoria con orgullo y satisfacción por este nuevo logro, estoy muy agradecida por tener personas tan maravillosas en mi vida.

Contenido

DEFINICIÓN DEL PROYECTO: 12
1.1 Resumen ejecutivo y descripción de la idea de negocio 12
1.3 Diagnóstico del sector económico 13
1.5 Factores clave del mercado 15
1.6 Factores diferenciadores y propuesta de valor 16
1.7 Aliados clave. 16
2. ESTUDIO DE MERCADOS 18
2.1 Análisis de competencia 18
2.1.1 Competencia indirecta 18
2.2.2 Demanda efectiva 20
2.2.3 Cuantificación de la demanda 21
2.3 Segmentación del mercado 21
2.3 Análisis comparativo del producto y su ventaja competitiva 23
2.5 Estrategias de mercado 25
2.5.1 Estrategias de producto 25
2.5.2 Estrategias de precio 27
2.5.3 Estrategias de distribución 28
2.5.5 Estrategias de comunicación 28
2.6 Conclusiones y recomendaciones del estudio de mercados 30
3. ESTUDIO TÉCNICO 33
3.1 Características de la localización 33
3.2 Especificaciones técnicas de la planta y las maquinarias 33
3.3Características técnicas del producto 33
3.3.1 Descripción del proceso de producción 34
3.3 Características de la cadena de suministros 35

3.4.1 Descripción de proveedores: 35
3.5 Personal en la producción 35
3.7 Conclusiones y recomendaciones del estudio técnico 38

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO 39
4.1 Descripción general de la estructura de la empresa 39

4.1.1 Tipo de sociedad 39
4.1.2 Legalización 39
4.1.3 Organigrama MUCILIO 40
4.1.5 Objetivos y valores 41
4.1.6 Aliados estratégicos 41
4.2 Políticas generales 42

4.2.1 Políticas de Proveedores 43
4.2.2 Políticas de Clientes 43
4.2.3 Políticas de Ventas 44
4.2 Conclusiones y recomendaciones del estudio administrativo 44

5. ESTUDIO ECONOMICO Y SOCIAL 45
5.1 Impacto social 45

5.1.1 Beneficiarios directos del proyecto 45
5.1.2 Beneficiarios indirectos 46
5.1.3 Aporte al desarrollo local o regional 46
6. ESTUDIO FINANCIERO 48
6.1 Proyecciones 48

6.1.1 Inversión inicial 48
6.1.2 Financiación y fuentes de financiación. 48
6.1.4 Proyección de costos y gastos 49
6.1.5 Flujo de caja proyectado 49
6.2 Indicadores de evaluación del proyecto 50

6.1.3 Conclusiones y recomendaciones del estudio financiero 50

7. CONCLUSIONES GENERALES 51

7.1 Presentación del proyecto en modelo canvas 51

7.2 Recomendaciones generales 51

8. Listado de tablas 52
9. Listado de graficas 53
10. Listado de anexos 54
11. Bibliografía y fuentes de consulta 55

DEFINICIÓN DEL PROYECTO:

1.1 Resumen ejecutivo y descripción de la idea de negocio

Actualmente un gran porcentaje de las aplicaciones de domicilio que existentes en el país enfocan su centró de operación en las ciudades principales, se evidencia que estas tienen una presencia limitada y hasta nula en los municipios y zonas rurales de Colombia.

Las personas residentes de los municipios se ven obligadas a ir directamente a locales comerciales y con dificultad logran acceder al número telefónico de los comerciantes que surten víveres o mercancías en general, teniendo una serie de barreras para realizar sus procesos de compra.

Para dar respuesta a estas necesidades, se plantea este plan de negocios que consiste en crear una aplicación de domicilios, para los municipios de Colombia tanto para el casco urbano como para las áreas rurales.

1.2 Descripción de la idea de negocio

Mucilio, es una aplicación para Android e IOS con la cual las personas que viven en los diferentes municipios del país pueden realizar sus compras desde cualquier lugar, ya sea en zona urbana o rural de los mismos. En ella los usuarios encontrarán los locales comerciales según su zona de ubicación.

1.3 Origen de la idea de negocio

La idea del plan de negocio surgió por la identificación de la necesidad de disponer de un servicio o plataforma eficaz y de fácil acceso para el comercio, que permita que los comerciantes coloquen sus productos en manos de los consumidores y estos últimos sepan dónde hallar lo que necesitan. La experiencia inicia en la zona rural de Subachoque, un

municipio de Colombia ubicado en Cundinamarca y qué pese a la cercanía a la capital y por los factores asociados a la pandemia se logró evidenciar esta necesidad.

Dada la emergencia generada por la pandemia COVID- 19 se evidenció que, en este municipio, como en la mayoría de los existentes en Colombia, no se cuentan con una aplicación que permita acceder a un servicio de domicilio y una plataforma que contenga información precisa de los locales comerciales de cada uno de ellos.

También se observa que muchas empresas de mensajería no llegan a las partes rurales de estos municipios por diferentes barreras de acceso, como ubicación, costo, falta de información, entre otros.

Buscando dar respuesta a estas necesidades surgió la idea innovadora de desarrollar una aplicación útil y rápida, enfocada en realizar domicilios en los diferentes municipios de Colombia, diseñada teniendo en cuenta la cultura y la disponibilidad de consumo en lo local, así los habitantes de forma cómoda recibirán sus pedidos sin la necesidad de salir de sus casas, haciendo largos y tortuosos recorridos por veredas o trochas; de esta forma también se genera empleo para las personas que residan en estos municipios, se genera un impacto económico en el mismo al dinamizarse el comercio y mejorar la cobertura de mercado para los comerciantes locales. De otro lado el componente social resulta en aspectos como la inclusión y la equidad al permitir que personas que difícilmente pueden llegar a los centros urbanos de comercio, puedan acceder a los productos usando las ventajas de la conectividad y el comercio digital.

1.3 Diagnóstico del sector económico

Dada la emergencia del COVID-19 las compras en línea aumentaron un 220% según estadísticas de la empresa Google (Portafolio, 2020). Es por ello que las Apps de domicilios se convirtieron en grandes aliados de los consumidores, pues mediante ellas se previene la

exposición y contagio frente al COVID-19 ya que se evitan las visitas a establecimientos comerciales o el salir a las calles.

Las aplicaciones de domicilio tuvieron un gran crecimiento durante el año 2020, esto lo se puede evidenciar en los testimonios dados por los altos ejecutivos de estas compañías.

Cofundador de Merqueo Miguel Mcallister, comunico que el crecimiento en la demanda de alimentos aumentó las ventas cuatro veces más durante el confinamiento y por ello ampliaran la capacidad de la operación a un 60%, por otra parte Fabián Gómez Gutiérrez, CEO y fundador de la plataforma Frubana, la cual distribuía alimentos a los restaurantes y a tiendas de barrio, tomo la decisión de abrir su operación a los hogares, viendo que ahora el 70% de las peticiones se enfocan en el suministro de tiendas de barrio y a los hogares, por último Camilo Sarasti, CEO de iFood, destacó que crecieron un 40% en domicilios, además instauraron un fondo para sus colaboradores que sean contagiados con el virus los cuales les dan 15 días de salario sobre el promedio de ingresos que han tenido últimamente. (Pabón 2020).

Esto demuestra que, si bien este año varios sectores económicos se encuentran en recesión, los negocios y emprendimientos de plataformas digitales aumentaron significativamente sus clientes, aumentando sus ingresos mensuales y posicionándose en el mercado actual.

1.4 Factores internos clave de éxito

Esta App es una idea innovadora dado que no existe una aplicación en el mercado que este enfocada en los municipios de Colombia particularmente en las zonas rurales de los mismos, las aplicaciones que existen se encuentran situadas en las ciudades principales del país, las cuales solo realizan entregas en las zonas urbanas.

La clave del éxito de esta empresa será prestar un buen servicio al cliente, garantizando rapidez al momento de recibir el pedido, así como al de enviarlo al destinario final sin importar si se trata de una zona urbana o rural de los diferentes municipios en cobertura.

Será una aplicación amigable para el usuario, dado que se contará con un sistema de fácil acceso y manejo, práctico y completo donde se encontrará una guía de los locales comerciales por zona de ubicación, y sector económico, generando así una búsqueda sencilla y sin mayor complicación.

Esta aplicación no solo aportará al mejoramiento frente al acceso del comercio, sino que también generará un crecimiento económico de los municipios mediante el aumento de las ventas de los locales comerciales y por medio de la generación de empleo para los habitantes de dichos municipios.

1.5 Factores clave del mercado

Actualmente los municipios y las zonas rurales de los mismos se han convertido en puntos de gran generación de comercio, obligando así a los locales comerciales y diferentes actores económicos a crear innovaciones para ser competitivos frente al mercado actual. Teniendo en cuenta el sector rural en el país, se evidencia que durante los últimos años se han presentado cambios culturales importantes tales como su estructura social, funcionamiento del mercado, acercamiento al uso de las TIC´S entre otros, acceso a los medios digitales, entre otros.

Por ende, se hace necesario hacer uso de estrategias de mercado como el aumento en el uso de tecnología para disminuir esas barreras existentes entre el sector urbano y el sector rural dado que cada vez más las personas que viven en la ciudad optan por trasladarse a las zonas rurales las cuales no cuentan con grandes superficies comerciales y se crea la necesidad de acceder a plataformas tecnológicas que faciliten el acceso al comercio central de estas zonas. Mucilio dará respuesta a esta necesidad.

1.6 Factores diferenciadores y propuesta de valor

Mucilio, a diferencia de las demás aplicaciones de domicilios existentes llegara a los municipios y zonas rurales de los mismos, con un servicio rápido, eficaz y de calidad.

Las personas que viven en la parte rural no tienen acceso a una aplicación de domicilios, aprovechando la funcionalidad de GPS de los celulares y que cada camino rural tiene un número asignado, el usuario podrá solicitar su pedido, enviando la ubicación y número de camino rural correspondiente para que el domiciliario pueda ingresar por el camino respectivo y llegar a la ubicación enviada.

1.7 Aliados clave.

Dados los propósitos operativos de la aplicación, lo que se puede esperar es que la lista de aliados con los que se puede contar es muy amplia; entre otros se tendrían:

- Todos los locales comerciales que existen en los municipios de Colombia donde se implemente el uso de la aplicación, los cuales se vincularan a la plataforma: restaurantes, supermercados, cafeterías, almacenes, farmacias, veterinarias, etc.
- Alianzas con las empresas de mensajería las cuales no realizan entregas en las zonas rurales de los municipios: Servientrega, 472, Saferbo, TCC, Interrapidisimo, Envia y Deprisa.
- El ministerio de las Tics, mediante la inversión en veredas que no cuentan con acceso a conectividad, medios tecnológicos y el conocimiento de la población en el uso de estas.
- Alcaldías Municipales, para las que es importante ampliar la infraestructura con inversión que mejore la conectividad en las veredas.

- Agremiaciones de productores agrícolas y comerciantes locales, mediante una alianza estratégica que permita abrir mercado a los productos de campo y la comercialización de estos en la plataforma digital Mucilio.

2. ESTUDIO DE MERCADOS

2.1 Análisis de competencia

2.1.1 Competencia indirecta

En la competencia indirecta se encuentran aplicaciones líderes en el país como Rappi, Domicilios.com, Uber Eat y Merqueo las cuales tienen su centro de operación en las ciudades principales del país, estas brindan el servicio de domicilio de restaurantes, supermercados, farmacias y tiendas especializadas, aunque con limitaciones para el mercado en lo rural.

También se encuentra como competencia indirecta las empresas de mensajerías como Servientrega, Interrapidicimo, 472, Saferbo, TCC, Envia y Deprisa las cuales llegan a todos los municipios, pero no cuenta con la infraestructura para llegar a las zonas rurales de los mismos.

2.1.2 Competencia directa

Como competencia directa se encuentran los domiciliarios informales que están ubicados en cada local comercial de los municipios y las redes de moto taxistas que sobre todo en los municipios más grandes vienen haciendo tareas de mensajería, pero recurriendo a la llamada Telefónica, esto implica desorden y un amplio peso de la informalidad sobre su modo de contratación y operación.

Los directorios o aplicaciones que registran dirección y número de contacto de los locales comerciales existentes en cada municipio.

2.2 Análisis de la demanda

La economía colombiana se ha visto muy golpeada durante el año 2020, a causa de la pandemia cuya afectación ha tocado todos los rincones del mundo. Según cifras del DANE durante el III trimestre del año 2020 el PIB se encuentra en un -9,0%, la tasa de desempleo está en dos cifras 15,8%, lo que ha generado un fenómeno de recesión. (DANE, 2020)

Dada esta situación económica devastadora para varios sectores económicos y como medida para atender esta crisis, el banco de la república creó una nueva política monetaria expansiva con el objetivo de bajar las tasas de interés a 3,75% y así incentivar la inversión, activar y promover el consumo. (Gómez, & Molina Pérez 2020).

Esta crisis demuestra que se necesitan políticas y medidas no convencionales para enfrentar la recesión en varios sectores económicos, generados por la emergencia declarada en el país desde el mes de marzo, las empresas se ven obligadas a crear proyectos y líneas de negocios innovadoras para poder seguir en el mercado y ser competitivo frente a esta nueva realidad social y económica.

2.2.1 Demanda potencial

La emergencia sanitaria declarada en el país y las medidas de protección tomadas desde el segundo trimestre de año como el aislamiento obligatorio, llevaron a que las personas hicieran un uso notable de las herramientas tecnológicas a su alcance, a medida del tiempo fueron las empresas las que se tuvieron que reinventar mediante el teletrabajo para seguir en marcha con sus operaciones diarias y por medio del uso de las TICS y del marketing digital

para sobrevivir a esta situación en el mercado y llegar a sus clientes de forma innovadora y casi totalmente tecnológica .

De acuerdo con Serna-Gómez et al., (2020), (Hoyos, & Sastoque 2020) se evidencio que, de las micro y pequeñas empresas del país, solo el 26,3% tienen acceso a internet, el 5,7% tiene redes sociales, el 7,4% realiza comercio electrónico y el 10,9% compra de proveeduría. Lo que demuestra que para las pymes y negocios comerciales sigue siendo un tanto ajeno el asunto del uso de los medios digitales y la conectividad como herramienta para fortalecer sus alcances en el mercado; asociado a lo anterior y relacionando esto con la situación especial que generó la pandemia, se puede afirmar que las empresas sigan y se sostengan en el mercado es de vital importancia afrontar los cambios actuales e invertir en temas tecnológicos, hecho que potencia las posibilidades de emprendimientos como este. (Hoyos, & Sastoque 2020)

Sin embargo, estos mismos autores, comentan como una de las herramientas más utilizadas por las empresas y sus clientes son las plataformas digitales, en América Latina, las compras en línea aumentaron un 300% durante la pandemia, siendo Colombia quien ocupa el primer lugar de compras en línea, también mencionan que las ventas en internet han sido una herramienta clave para el abastecimiento de los hogares colombianos, el e-commerce ha crecido entre 50% y 80% ante la coyuntura.

2.2.2 Demanda efectiva

Colombia tiene un proceso de digitalización deficiente: el 40% de la población colombiana no disfruta del acceso público a internet, y son las zonas rurales de los municipios quienes frente a esta pandemia y esta nueva realidad económica, más se han visto afectados dado que son muchas las empresas y los comercios regionales que no estaban preparados

tecnológicamente para sobrellevar un aislamiento obligatorio y permanecer en el mercado de formas innovadoras y hoy en día esenciales. (Bolaños, 2020)

Por ello se han visto obligados a tener un acercamiento a los medios tecnológicos actuales que permiten la interacción entre empresas y clientes, si bien la mayoría de los municipios no cuentan con grandes inversiones en TICS actualmente los entes gubernamentales trabajan en políticas públicas que garanticen el acceso a las tics.

Según (Bolaños, 2020) actualmente el 23% del total de la ciudadanía vive en zona rural de Colombia lo que ha generado un trabajo conjunto y una nueva cultura de acercamiento entre lo rural y lo urbano minimizando así cada día las barreras diferenciales de estas zonas, las actividades productivas, manejo espacial y de mercado, acceso a las diferentes actividades sociales y económicas actuales entre otras, siendo una alternativa de disminución de barreras el tema tecnológico.

2.2.3 Cuantificación de la demanda

Tabla 1: Población colombiana por ubicación

Cantidad de Municipios	**Distribución de la población por ubicación**		
	Población en las Cabeceras Municipales	**Población en los Centros Poblados**	**Población en la Rural disperso**
1101	37.207.299 (77.1%)	3.426.353 (7.1%)	7.624.842 (15.8%)

Fuente : https://www.dane.gov.co/files/censo2018/infografias/info-CNPC-2018total-nal-colombia.pdf
https://geoportal.dane.gov.co/geovisores/territorio/consulta-divipola-division-politico-administrativa-de-colombia/

La tabla 1 muestra como la fuente oficial estadística en Colombia reporta que la población rural del país llega a los 7.624.842 de personas, quienes para efectos de este plan de negocio están siendo tenidos en cuenta como demanda potencial.

2.3 Segmentación del mercado

Grupo Objetivo: Hombres y mujeres económicamente activos que residan en zonas urbanas y rurales de los Municipios de Colombia o que pasen temporadas en ellas y que cuenten con acceso a internet.

Los municipios con categorización 3, 4, 5, y 6**,** cuentan con una población entre 10.000 y 100.000 habitantes, son personas que viven tanto en las zonas rurales como urbanas, cuentan con ingresos que oscilan entre $15.000 hasta $100.000. (Delúquez. & Perea 2020). Estos municipios no cuentan con una aplicación de domicilios, pero si cuentan con conexión a internet y económicamente se encuentran en un grado intermedio. También en estos municipios se encuentran personas que viven en la ciudad, pero cuentan con casas de descanso en zonas rurales de los municipios.

Tabla 2 Categorización de los Municipios de Colombia

	Categoría	**Número de Municipios**
Intermedios	3	21
	4	22
Básicos	5	40
	6	965
Total de Municipios		1048

Fuente:https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/50570/La%20categorizacion%20de%20municipios%20en%20Colombia%2C%20%20un%20esfuerzo%20inconcluso%20y%20erra%CC%81tico%20_VF.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Las personas que viven en los municipios llevan un estilo de vida muy tranquilo, quienes se encuentran en la zona urbana cuentan en la mayoría de las ocasiones con fácil acceso a los locales comerciales presentes en el municipio, sin embargo, la contingencia COVID-19 y la nueva normalidad que vino con ella, produjo que estas personas se abstengan de salir y busquen alternativas como servicios de domicilios.

Las personas que viven en las zonas rurales por el contrario no cuenta con las mismas facilidades de acceso a los servicios pues en la mayoría de la ocasiones solo se transportan a la zona urbana el día de mercado, adicional a ello los servicios ya existentes en la mayoría de

las ocasiones no cuentan con cobertura en las áreas rurales, sumado a esto se vieron aún más afectados con la contingencia COVID-19 teniendo en cuenta variables como las medidas establecidas por los gobiernos locales como pico y cedula, toques de queda, etc.

Por otro lado, están las personas que cuenta con domicilio principal en las grandes ciudades, quienes son ejecutivos, empresarios, con un ritmo de vida más acelerado y estresante, por este motivo tienen casas de descanso en las zonas rurales de los municipios para salir de la cotidianidad y en sus visitas a ellas pueden requerir servicios de domicilios**.**

2.3 Análisis comparativo del producto y su ventaja competitiva

Para poder detectar los factores positivos y aspectos a mejorar de la aplicación se realizará el análisis F.O.D.A.

Tabla 3: Análisis F.O.D.A. MUCILIO

Matriz F.O.D.A.	**OPORTUNIDADES**	**AMENAZAS**
	-No existe una aplicación que realice domicilios en los Municipios de Colombia en las zonas urbanas y rurales. -Las aplicaciones que existen solo tiene su centro de operación en las ciudades principales y no llegan a las partes rurales. -Geolocalización que cuenta cada celular y así poder realizar las entregas	- Creación de aplicaciones similares - Las personas que no cuenten con una conexión a internet o un dispositivo móvil - Dificultad de acceso a los caminos rurales que exista en cada Municipio.

		- Servicio a domicilio propio de algunos locales comerciales o negocios.
FORTALEZAS -Servicio a domicilios puerta a puerta para zonas urbanas y rurales de los municipios. - Las personas que realicen los domicilios son personas que conocen el municipio. - La aplicación cuenta con GPS para poder llegar a las rutas que existe en cada municipio. - Contara con un directorio comercial de cada municipio y así los usuarios podrán saber dónde comprar.	**ESTRATEGIA FO** (Fortalezas y Oportunidad) -Al identificar esta necesidad en el mercado nace la idea de Mucilio, gracias a esta aplicación las personas podrán acceder de una forma mucho más fácil al comercio de los municipios del país desde la comodidad de sus casas ya sea en zona urbana o rural. -Al generar empleo a personas que residan y conozcan el Municipio donde se encuentren, se garantizara la entrega sin demoras de los pedidos.	**ESTRATEGIA FA** (Fortalezas y amenazas) - Si la competencia llegase a implementar las mismas estrategias, Mucilio ira mejorando teniendo en cuenta las sugerencias de los usuarios para ser mejor cada día - Cuando la aplicación presente inconvenientes contara con un ingeniero de sistemas para que brinde soporte.

DEBILIDADES(Internas)	**ESTRATEGIA DO** (Debilidad y Oportunidades)	**ESTRATEGIA DA** (Debilidades y Amenazas)
- Poder llegar a todos los municipios de Colombia. - Falta de promoción de la app en los Municipios. - Tiempo de entrega de cada pedido. - Carga laboral del ingeniero que realice el soporte de la app.	- Para que los pedidos lleguen a tiempo, se utilizara geolocalización y así los repartidores lleguen a tiempo con sus entregas sin contratiempos	- Se tratara de llegar a todos los municipios de Colombia, pero primero se realizara una prueba piloto en el municipio de Subachoque.

Fuente: Datos propios del estudio

2.5 Estrategias de mercado

2.5.1 Estrategias de producto

Mucilio es una plataforma digital innovadora hecha para facilitar el comercio en las zonas urbanas y rurales de los municipios, mediante la entrega a domicilio de diferentes productos y a un precio exequible, Mucilio también tiene varios beneficios dentro de ellos un directorio con todos los locales comerciales que existe en cada municipio, geolocalización para la entrega de los pedidos sin contratiempos.

Mucilio incorpora en su plataforma toda clase de servicios, integrando así la economía local a un solo clic, mediante un buscador clasificado por producto y servicio según las necesidades de los clientes y usuarios.

Con esta aplicación se contribuirá a la economía local de los municipios mediante la generación de empleo directo de personas residentes y conocedores de cada uno de los Municipios donde se encuentre Mucilio y así mismo mediante el aumento de demanda de las distintas empresas, locales comerciales y negocios dado que las personas que lleguen a estos podrán conocer más dónde poder realizar sus compras y además lo podrán hacer desde sus nuevos hogares.

Figura 1. ***Mockups Aplicación MUCILIO*****. Obtenido por: Creación propia de MUCILIO**

2.5.2 Estrategias de precio

La estrategia de precio que manejará MUCILIO será la siguiente:

El costo de la suscripción a la aplicación que deberán pagar los locales comerciales será la siguiente:

Precio para Cafeterías, Panaderías, Papelerías: $44.900

Precio para Droguerías: $49.900

Precios para Restaurantes: $54.900

Precio para Supermercados: $59.900

Cuando los locales comerciales empiecen a funcionar en la aplicación las ganancias serán divididas por porcentajes de la siguiente manera:

Porcentaje para Cafeterías, Panaderías, Papelerías: 10%

Porcentaje Precio para Droguerías: 20%

Porcentaje para Restaurantes: 20%

Porcentaje para Supermercados: 35%

El Costo de domicilio por Kilómetros

Urbano: $2.500

1 a 5 Kilómetros: $3.900

6 a 10 kilómetros: $9.900

11 a 15 kilómetros: $15.900

16 a 20 kilómetros: $23.900

Suscripción de los Usuarios:

Las personas que deseen utilizar los servicios de Mucilio podrán descargar la aplicación gratis desde las plataformas virtuales de Play Store y App Store, se suscribirán por medio de un correo electrónico y clave con los cuales podrán ingresar a la plataforma y realizar sus pedidos.

2.5.3 Estrategias de distribución

La forma de distribución para Mucilio, será por medio de los intermediarios **Play Store** y **App Stores**. Estas tiendas virtuales serán las principales fuentes de descarga para los usuarios que lo harán de una forma gratuita.

2.5.4 Estrategias de promoción

Mucilio ofrece a sus clientes y usuarios una promoción por compra de primera vez de envió gratis y bono de $25.000 acumulable para envíos al llegar al pedido número 10.

Para Mucilio Premium primer mes de servicio gratis.

2.5.5 Estrategias de comunicación

La aplicación Mucilio se dará a conocer por medio de las redes sociales Instagram y Facebook, donde por medio de post se mostrará las ventajas de Mucilio, como se utiliza, sus herramientas y sus múltiples beneficios.

En los municipios que cuenten con emisora, la aplicación se dará a conocer por medio de cuñas y así los habitantes sabrán que la aplicación tiene centro de operación en su municipio, también por medio de los clasificados de los periódicos municipales.

- Marca

La marca Mucilio establece una ventaja competitiva ofreciendo un servicio de confianza y seguridad, conectando con todos los sectores sin importar lo apartado que se encuentren y así realizando entregas llegas de felicidad.

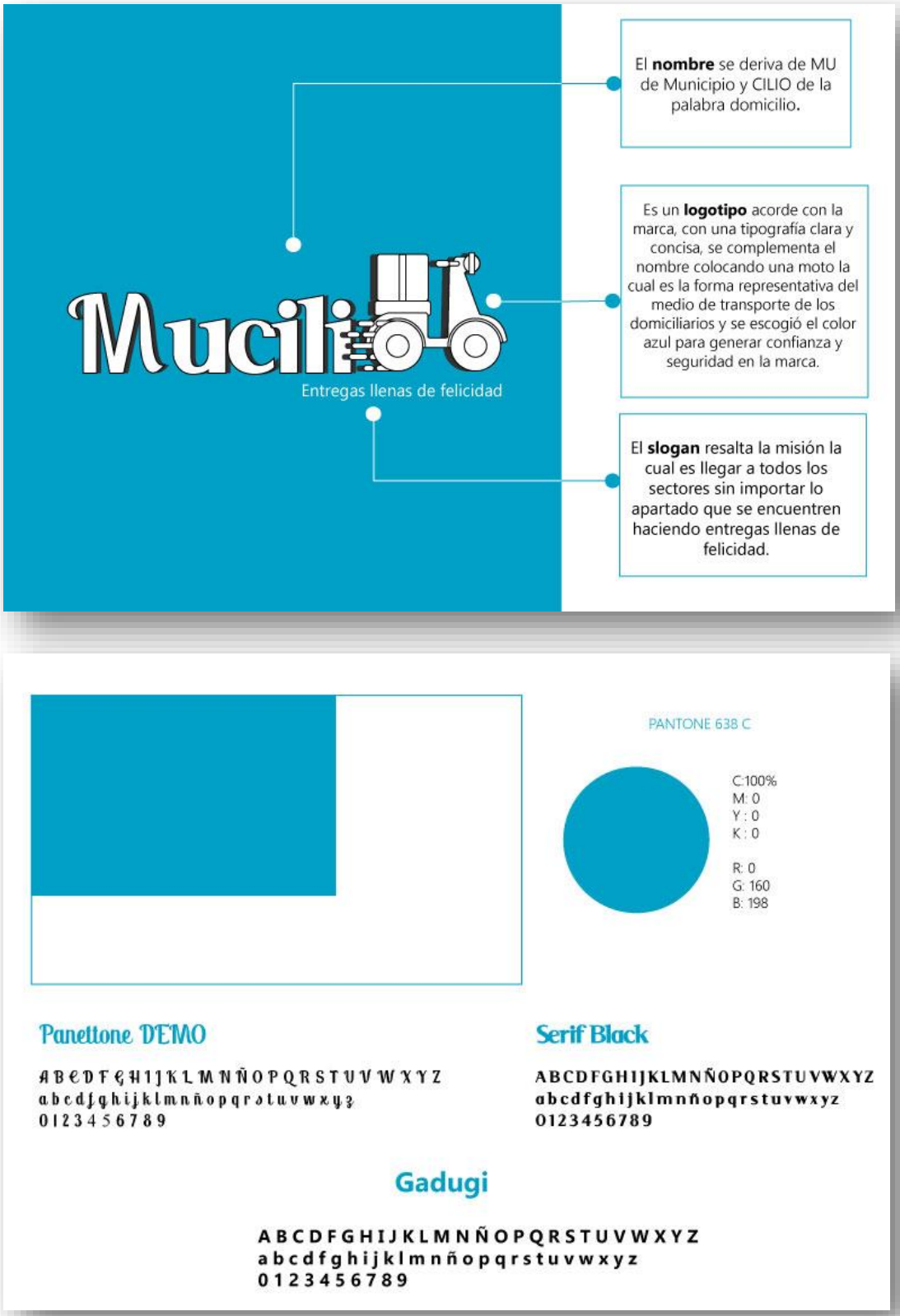

Figura 2. ***Marca MUCILIO*****. Obtenido por: Creación propia de MUCILIO**

- Guion cuña radial

Vecina 1: Vecina la veo preocupada.

Vecina 2: Si vecina, necesito ir al pueblo por unas compras, pero con el oficio de la casa, los niños y la clase virtual no me alcanza el tiempo.

Vecina 1: No se preocupe vecina, yo le tengo la solución descargue la aplicación Mucilio, todo lo que necesite se lo traen a la puerta de casa.

- Facebook

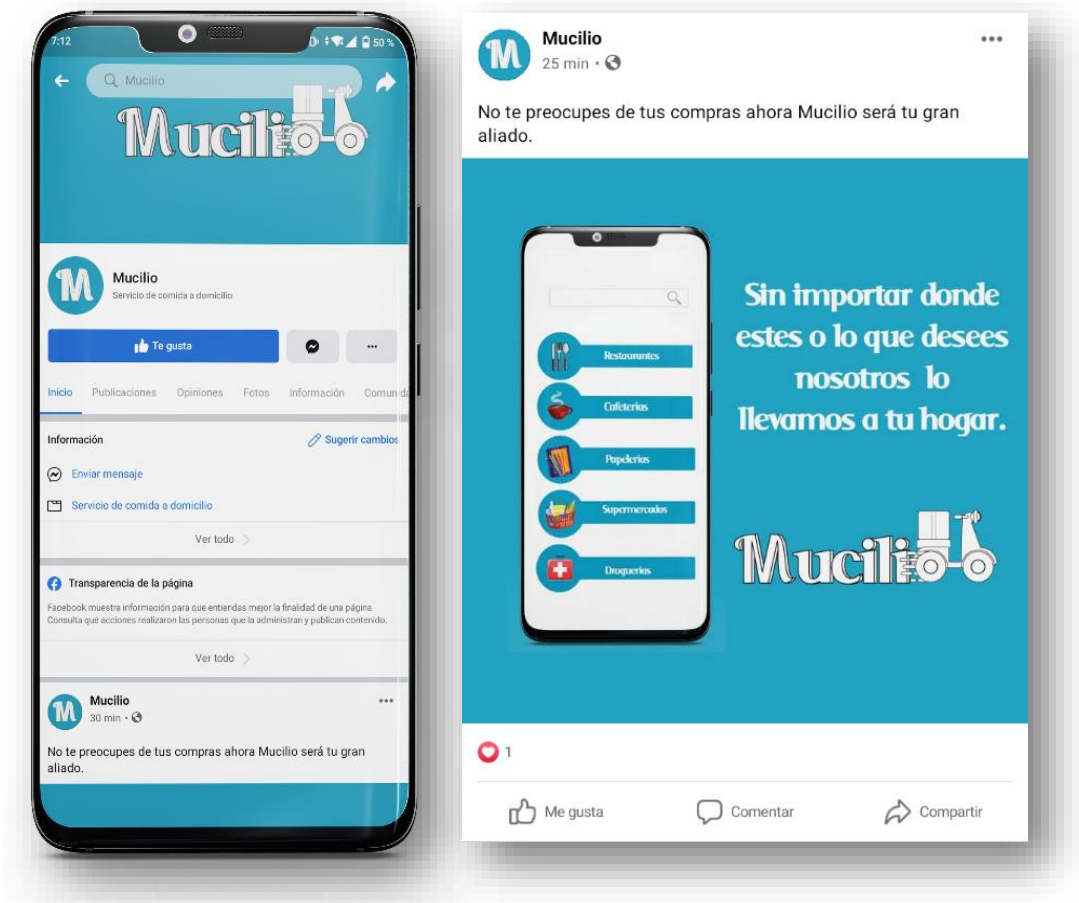

Figura 3. ***Piezas red social Facebook Aplicación MUCILIO*****. Obtenido por: Creación propia de MUCILIO**

- Instagram

Figura 4. ***Piezas red social Instagram Aplicación MUCILIO*****. Obtenido por: Creación propia de MUCILIO**

- Periódico

Figura 5. ***Pieza clasificado de periódico Aplicación MUCILIO*****. Obtenido por: Creación propia de MUCILIO**

2.6 Conclusiones y recomendaciones del estudio de mercados

En el estudio de mercados se puede identificar una gran oportunidad en el mercado debido a que actualmente no hay ninguna aplicación existente de domicilios que ofrezca sus servicios en los municipios de Colombia y mucho menos en las zonas rurales de los mismos; su centro de operación está enfocado en las principales ciudades del país o en los municipios de categoría especial, 1 y 2.

Así mismo dada la emergencia sanitaria del COVID-19 aumentaron los domicilios en el país, debido a esto las personas por evitar el contagio y por el confinamiento optaron por realizar sus compras por vía telefónica u online, con esta nueva normalidad MUCILIO se podrá posicionar en el mercado de los municipios de Colombia de categoría medias y básicos dado que en estos no se cuentan con los beneficios de una aplicación de domicilios.

3 ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico fue desarrollado bajo la asesoría de un ingeniero de sistemas, quien trabaja en una empresa de desarrollo de softwares llamada Diit Consultores SAS y a futuro sería la persona encargada de la administración de la plataforma y mejoramiento continuo de la aplicación.

3.1 Características de la localización

La aplicación MUCILIO está proyectada para funcionar tanto en Android como IOS, inicialmente se lanzará para Android.

3.2 Especificaciones técnicas de la planta y las maquinarias

El funcionamiento de la aplicación de Domicilios MUCILIO tiene un corazón tecnológico el cual tiene que operar 7x24 y tiene que funcionar con mejora continua, atendiendo las necesidades de negocio que aparecerán día a día. Por lo cual la aplicación no se contratará con una empresa, se tendrá un equipo de desarrollo al interior de MUCILIO.

La aplicación cumplirá con las siguientes especificaciones:

- Aplicación de compras con registro por email, Facebook o Google.
- Almacenamiento de perfiles de usuarios
- Almacenamiento en bases de datos de SQL azure
- Acceso a conexión con GPS
- Integración con API para pagos en línea.
- Sistema de notificaciones para la interacción entre cliente – comercio – domiciliario.

3.3Características técnicas del producto

El desarrollo de la aplicación tiene 4 capas:

1. Presentación.

La capa de presentación o front End, se desarrollará con HTML, CSS y JavaScript

2. Lógica de la aplicación.

La Lógica de la aplicación se desarrollará en el lenguaje Kotlin y algunos componentes en JAVA

3. Web Services.

La aplicación tendrá comunicación con componentes externos como son los APIS de las plataformas de pagos en línea y la comunicación con el sistema de GPS de Google para la ubicación de los domiciliaros.

4. Base de datos.

La base de datos de la aplicación estará alojada en SQL SERVER AZURE

3.3.1 Descripción del proceso de producción

Si el usuario ingresa por primera vez, la aplicación le solicitará registro, el cual lo podrá realizar por medio de su cuenta de GOOGLE, FACEBOOK o correo electrónico.

Si el usuario ya se encuentra registrado, al iniciar sesión en su aplicación, encontrará en la primera pantalla los diferentes tipos de comercios disponibles para realizar sus pedidos:

1. Perfil de usuario:

   Correo electrónico

   Nombre

   Dirección

   Consultar historial de pedidos

   Volver a realizar pedido.

2. Tipos de comercios disponibles:

   2.1 Restaurantes

   2.2 Droguerías

   2.3Cafeterías

2.4 Papelerías

2.5 Mercado

El usuario al ingresar a alguna de las opciones de comercio podrá realizar su pedido, al confirmar el pedido, este viajará al comercio para que sea aceptado, luego e iniciar su preparación, el pedido viaja a la cola de domiciliarios para que sea asignado un mensajero para el pedido.

3.3 Características de la cadena de suministros

La aplicación MUCILIO será el enlace entre los locales comérciales y los clientes brindando un servicio de calidad al momento de realizar las entregas.

3.4.1 Descripción de proveedores:

Los proveedores con los que va trabajar MUCILIO son los siguientes:

- Las tiendas de aplicaciones como lo son Play Store y App Store, donde las personas podrán descargar la App MUCILIO de forma gratuita.
- Un ingeniero de sistemas el cual trabaja en una empresa software llamada Diit Consultores SAS, este estará encargado de la creación y mantenimiento de la aplicación.

3.5 Personal en la producción

El manejo de la plataforma contara con un personal capacitado el cual le dará un adecuado funcionamiento, también le brindara soporte al momento de que lo requiera y las actualizaciones que se presenten el transcurrir el tiempo.

3.5.1 Perfiles de los puestos de trabajo

Administrador de la aplicación: Ingeniero de sistemas, persona experta en desarrollo de aplicaciones web, que pueda diseñar y planear los nuevos requerimientos que se generan en la aplicación día a día.

Desarrollador junior: Ingeniero de sistemas**,** persona con experiencia en desarrollo de aplicaciones que pueda recibir el requerimiento y plasmarlo en la aplicación.

Gerente de Mercadeo: Mercadólogo (a), persona con experiencia en creación de campañas, manejo de redes sociales y análisis de datos.

Atención al usuario y dispatcher: Persona con experiencia en servicio y atención al cliente.

Gerente de Contabilidad: Contador (a), persona con experiencia en aplicar, manejar e interpretar la contabilidad de una empresa.

Gerente de Talento Humano: Personas con experiencia en selección y vinculación de personal, planes de bienestar, capacitación y entrenamiento.

Domiciliarios: Personas que cuenten con un medio de transporte con el cual puedan realizar las entregas a los usuarios.

3.5.2 Funciones y responsabilidades

Administrador de la aplicación:

- Diseñar los nuevos requerimientos de la aplicación.
- Monitorear el correcto funcionamiento del sistema.
- Proponer nuevas funcionalidades.
- Mantener a la vanguardia el software utilizado en la aplicación.

- Aprobar el lanzamiento de nuevas versiones de software y de las nuevas funcionalidades.

Desarrollador junior:

- Implementar en la aplicación los nuevos requerimientos de software que se asignen
- Aplicar las mejores prácticas sobre el desarrollo de la aplicación
- Realizar pruebas unitarias de los desarrollos
- Garantizar que los nuevos desarrollos se integren correctamente con la aplicación
- Documentar las nuevas funcionalidades desarrolladas.

Gerente de Mercadeo:

- Diseñar, planificar elaborar e instaurar los planes de markething de la plataforma.
- Coordinar campañas publicitarias de la plataforma
- Realizar investigación de mercado.
- Manejo de Redes Sociales

Atención al usuario y dispatcher:

- Recibir y atender quejas sugerencias y o reclamos de los usuarios
- Recibir y asignar las solicitudes a los domiciliarios

Gerente de Contabilidad:

- Gestionar y controlar las operaciones diarias de la plataforma
- Realizar el pago de la nomina
- Analizar datos contables y estados financieros
- Instaurar y aplicar métodos, políticas y principios contables.

Gerente de Talento Humano:

- Supervisar pago de nomina
- Ejecutar y supervisar los procesos de selección, contratación y desvinculación de la compañía
- Diseñar, definir e implementar normas, políticas y procedimientos a seguir por el personal
- Monitorear y supervisar los registros de asistencia, permisos y vacaciones.

Domiciliarios:

- Recibir las asignaciones y realizar las entregas a los usuarios.

3.7 Conclusiones y recomendaciones del estudio técnico

Luego del estudio técnico, se evidencia que es de vital importancia para el funcionamiento de la aplicación, un equipo técnico dedicado al monitoreo y mejoramiento de la aplicación, el cual debe ser en todo momento. Además, las condiciones de conectividad y de tecnología actuales del país permiten implementar un negocio como este y desarrollarlo.

4 ESTUDIO ADMINISTRATIVO

4.1 Descripción general de la estructura de la empresa

La estructura que manejara MUCILIO es la siguiente: La empresa contara con domiciliarios que conozcan los municipios por lo cual deben ser habitantes de dichos lugares, detrás de la aplicación estará toda la parte administrativa la cual tendrá el manejo de la aplicación y el talento humano, todo lo concerniente a la legalización de la empresa, se llevara a cabo siguiendo lo establecido para la constitución de una sociedad por acción simplificada (S.A.S) y así mismos todos los locales comerciales que se suscriban a MUCILIO estarán legalmente constituidos.

4.1.1 Tipo de sociedad

MUCILIO se constituirá como una empresa bajo la modalidad de Sociedad por Acciones Simplificadas, sus siglas S.A.S. esta sociedad está reglamentada por la Ley 1258 de 2008, caracterizada por una estructura societaria de capital, regulada por normas de carácter dispositivo que permiten no sólo una amplia autonomía contractual en el diseño del contrato social, sino además la posibilidad de que los asociados definan las pautas bajo las cuales han de gobernarse sus relaciones jurídicas, esta sociedad se podrá constituir por una o varias personas naturales o jurídicas, para el caso de MUCILIO solo contara con un socio. (Cámara de Comercio, 2008)

4.1.2 Legalización

Para la legalización de una Sociedad por Acciones Simplificadas se debe presentar la siguiente documentación (Cámara de Comercio) solicita:

- Formulario registro único empresarial y social (RUES)
- Formulario del registro único tributario RUT
- Documentos de identidad de los accionistas

- Situación de control - Decreto 667 de 2018

  Cuando la constitución de una sociedad por acciones simplificada en la que el único accionista es una persona natural como lo es en el caso de MUCILIO, este deberá hacer la inscripción en el Registro Mercantil diligenciando un formato suministrado por la Cámara de Comercio en el que declarará su condición de controlante de la sociedad, en los términos previstos en el artículo 30 de la Ley 222 de 1995.

  En el formato se diligenciará la siguiente información:

✓ **Nombre sociedad subordinada:** Corresponde a la razón social de la sociedad SAS que se constituye.

✓ **Domicilio sociedad subordinada:** Ciudad o municipio elegido para desarrollar la actividad de la sociedad.

✓ **Actividad sociedad subordinada:** Se diligencia los códigos CIIU que se colocó en el formulario RUES.

✓ **Nombre:** El nombre del accionista único persona natural.

✓ **Domicilio:** Ciudad o Municipio de residencia del accionista único natural.

✓ **Nacionalidad:** Nacionalidad del accionista único persona natural.

✓ **Actividad:** Código(s) CIIU de la actividad(es) que realiza el accionista único persona natural.

4.1.3 Organigrama MUCILIO

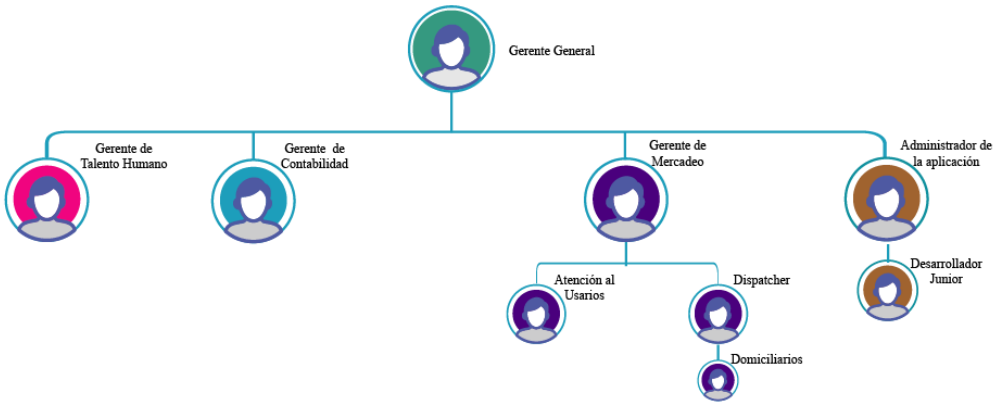

Figura 6. ***Organigrama Aplicación MUCILIO*****. Obtenido por: Creación propia de MUCILIO**

4.1.3 Misión

Conectarnos con todos los sectores sin importar lo apartados que se encuentren, llevando sus mayores deseos a la comodidad de su hogar, con entregas llenas de felicidad.

4.1.4 Visión

MUCILIO para el año 2023 logrará ser la empresa deseada por el mercado de domicilios; será la empresa líder en el mercado local del Municipio de Subachoque Cundinamarca, siendo reconocida por hacer entregas de felicidad

Para el año 2025 MUCILIO se posicionará en el mercado local y llegará a los Municipios principales de Cundinamarca - Colombia, con su sello de calidad y buen servicio.

4.1.5 Objetivos y valores

Objetivo general

Prestar un servicio innovador y de calidad en el mercado de los domicilios en el Municipio de Subachoque, llegando con nuestros servicios tanto en las zonas urbanas como rurales del mismo.

Objetivos específicos

- Realizar las entregas cumpliendo con los tiempos y plazos establecidos
- Llegar a todos los sectores sin importar la distancia
- Cuidar los envíos para que lleguen a sus destinos tal cual como el usuario lo solicitó
- Brindar practicidad en el manejo y uso de la aplicación

Valores

Soñadores - Positivos - Responsables - Comprometidos - Proactivos

4.1.6 Aliados estratégicos

Los socios estratégicos que tendrá la aplicación MUCILIO serán los siguientes

- Alianzas estratégicas con las empresas de mensajería que prestan sus servicios en el Municipio de Subachoque las cuales actualmente no cuentan con cobertura en las zonas rurales.
- Con la tienda virtual de Play Store inicialmente y a mediano plazo también con App Store.
- Los locales comerciales del Municipio, quienes serían la principal fuente de ingreso mediante la alianza consolidada de entrega de sus productos por comisión.

4.2 Políticas generales

MUCILIO S.A.S será una empresa legalmente constituida por ende cumplirá todas las normas existentes en el territorio colombiano frente a sus obligaciones y demás estipulaciones entre ellas se adopta la política general de Habeas data.

La Ley de Habeas Data, (Ley 1266 de 2008), esta hace referencia a todos los datos personales financieros, crediticios, comerciales y de servicios registrados en un banco de datos. La aplicación de esta ley está encaminada a regular el uso de esa información y otro tipo de datos. (Superintendencia de Industria y Comercio, 2008).

Política General de envió:

El servicio de MUCILIO inicialmente estará disponible solo en el Municipio de Subachoque Cundinamarca, el servicio de domicilio será puerta a puerta garantizando así las entregas por parte de la empresa.

Teniendo en cuenta sitios de ubicación y producto a entregar MUCILIO notificará al cliente el tiempo de entrega estimado del servicio.

Política General de promociones, bonos y descuentos

Las promociones, bonos, y descuentos que se implementen a través del servicio de domicilios de MUCILIO estarán sujetas a las reglas y condiciones que en cada oportunidad se establezcan, de manera anticipada.

MUCILIO informa que para la prestación de sus servicios se deberá tener en cuenta:

- Normas y decretos establecidos dentro del Municipio frente al horario de entrega de domicilios por contingencia COVID-19 y toques de queda.
- La entrega de licores estará sujeta a la normatividad vigente del Municipio.
- La entrega de domicilios de Medicamentos solo se hará bajo formula médica.
- Los clientes deben ser mayores de edad.

4.2.1 Políticas de Proveedores

Para prestar un servicio de calidad y cumplir con las políticas generales el proveedor se compromete a:

- Todos los negocios comerciales deberán estar legalmente constituidos.
- A entregar a MUCILIO todos los productos según el tipo, perfectamente empacados garantizando así la entrega en óptimas condiciones del mismo.
- Garantizar todos los protocolos de bioseguridad en cada uno de sus productos.

4.2.2 Políticas de Clientes

Para prestar un servicio de calidad y cumplir con las políticas generales el cliente se compromete a:

- Proporcionar una dirección válida localizable dentro del Municipio donde pueda ser entregado el producto.

- Proporcionar datos exactos de destinatario y número telefónico para ser contactado en caso de ser necesario.
- Diligenciar guía de recibido, con documento de identificación en mano, al momento de recibir el producto (aplica para todo producto exceptuando alimentos)

4.2.3 Políticas de Ventas

Para prestar un servicio de calidad y cumplir con las políticas generales MUCILIO pone a disposición los siguientes medios de pago:

- Pagos online se aceptan tarjetas débito y crédito
- Transferencias bancarias
- Nequi – Daviplata

4.2 Conclusiones y recomendaciones del estudio administrativo

Para toda empresa es esencial y de vital importancia implementar y establecer su planeación estratégica, dado que por medio de esta se enfoca el funcionamiento de la misma, así mismo el tener establecidas las políticas permite a la empresa tener un soporte jurídico frente a la prestación de sus servicios.

Se recomienda como cultura organizacional compartir y dar a conocer a todos los trabajadores de MUCILIO la planeación estratégica, con el objetivo de trabajar mancomunadamente por los mismos objetivos y con la misma visión empresarial.

5. ESTUDIO ECONOMICO Y SOCIAL

5.1 Impacto social

El impacto social que generara la aplicación MUCILIO está asociado con la inclusión, al permitir la facilidad de acceso a los bienes y servicios desde la comodidad de los hogares sin importar si se encuentran ubicados en zonas rurales o urbanas, hecho que en el momento no se da.

También contribuirá en el mejoramiento de la economía local, ya que los comerciantes tendrán un aumento significativo en sus ventas, dado que, por medio de la aplicación MUCILIO, más personas podrán conocer los productos o servicios que ofrecen los diferentes negocios y empresas de los Municipios.

Al ser MUCILIO una empresa nueva en el mercado generara empleos indirectos que pueden ser aprovechados por los habitantes de cada Municipio, teniendo en cuenta que ellos son los más idóneos para realizar las entregas puesto que conocen la estructura, vías y zonas de los municipios.

5.1.2 Beneficiarios directos del proyecto

La aplicación iniciara en el Municipio de Subachoque, que cuenta actualmente con una población de 16.183 habitantes, de los cuales 8.306 viven en la zona Rural y 7.877 viven en la parte Urbana (Alcaldía Municipal de Subachoque, 2020), también cuenta con 600 locales comerciales (León,2020). A futuro estos datos van aumentar dado que la plataforma se va a expandir a más municipios del país.

Se pude observar que los beneficiarios directos de MUCILIO son los siguientes

Locales comerciales: Serán los principales beneficiarios puestos que podrán ver un aumento en sus ventas.

Personas que compran: Los usuarios que van a utilizar la aplicación podrán realizar sus compras desde la comodidad de sus hogares, sin importar si se encuentran ubicados en zonas rurales o urbanas.

Personas para trabajar: Los habitantes de los municipios podrán trabajar con la aplicación dado que ellos son los más idóneos para realizar las entregas.

5.1.3 Beneficiarios indirectos

Los beneficiarios indirectos de la aplicación son:

Venta de Motos: Medio de transporte principal de los domiciliarios

Gasolineras y Talleres de Motos: El medio de transporte de los domiciliarios va ser en motos, por lo cual necesitaran de una estación de gasolina y realizar mantenimiento respectivo a sus motos.

Financiamiento del municipio: Los locales comerciales al ver un aumento en sus ventas así mimos pagaran sus impuestos al día.

5.1.4 Aporte al desarrollo local o regional

Los aportes al desarrollo local o regional que ofrecerá la aplicación MUCILIO serán los siguientes:

- Los campesinos podrán vender más fácilmente sus productos
- Disminución de los índices de desempleo
- Disminución de los índices de pobreza
- Aumenta el producto interno bruto del Municipio
- Mejoramiento de la calidad de vida de las personas

5.1.5 Coherencia con el plan de desarrollo nacional:

MUCILIO iniciara en el Municipio de Subachoque donde el plan de desarrollo actual del alcalde Jairo Martínez Cruz, tiene como uno de sus objetivos principales el mejoramiento continuo de la red vial rural y urbana (Alcaldía de Subachoque, 2020). Esto beneficiara a los domiciliarios de MUCILIO dado que no tendrán problemas de movilidad al momento de realizar las entregas en las zonas rurales como urbanas.

De otro lado, el plan de desarrollo nacional actual del presidente Iván Duque busca crear 1,6 millones de empleos y al mismo tiempo, adelantar acciones para disminuir el desempleo de 9,4% a 7,9% (DNP, 2019); MUCILIO contribuirá con la creación de nuevos empleos.

También en el plan desarrollo nacional se expresa que se quiere lograr que 11,8 millones de hogares (70%) estén conectados a internet (MinTic,2019). Esto ayudara que MUCILIO pueda lograr una buena conectividad en todo el país.

5.2 Conclusiones y recomendaciones del estudio económico social

En el estudio económico se puede observar que MUCILIO tendrá una gran contribución en la parte económica de los municipios, y brindara calidad de vida para los habitantes y los comerciantes verán un aumento en sus ventas.

MUCILIO va de la mano con en plan de desarrollo tanto municipal como nacional, dado que brindará empleo a las personas siendo una aplicación innovadora en el mercado, facilitando los procesos de adquisición de bienes y también se verá beneficiada la app por el tema de conectividad y mejoramiento de las vías.

6 ESTUDIO FINANCIERO

6.1 Proyecciones

6.1.1 Inversión inicial

La inversión inicial será de $34.082.710 millones, en este valor se embarca todo lo relacionado con mobiliarios (Sillas, portátiles, escritorios), contratación de los ingenieros de los cuales se estima que el desarrollo de la aplicación sea 4 meses para tener una primera beta de la aplicación para ser lanzado al mercado, publicidad y registro en la cámara de comercio.

6.1.2 Financiación y fuentes de financiación.

La fuente de financiación que utilizará MUCILIO será mixta, distribuida en un 10% con recursos propios y un 90% un crédito de libre inversión el cual será adquirido por medio del banco Scotiabank Colpatria; el préstamo será $30.674.439 con una tasa de 1,05% mensual a 60 meses de plazo.

6.1.3 Proyección de ventas

Se puede observar en la siguiente figura los ingresos que obtendrá el proyecto durante los siguientes 5 años.

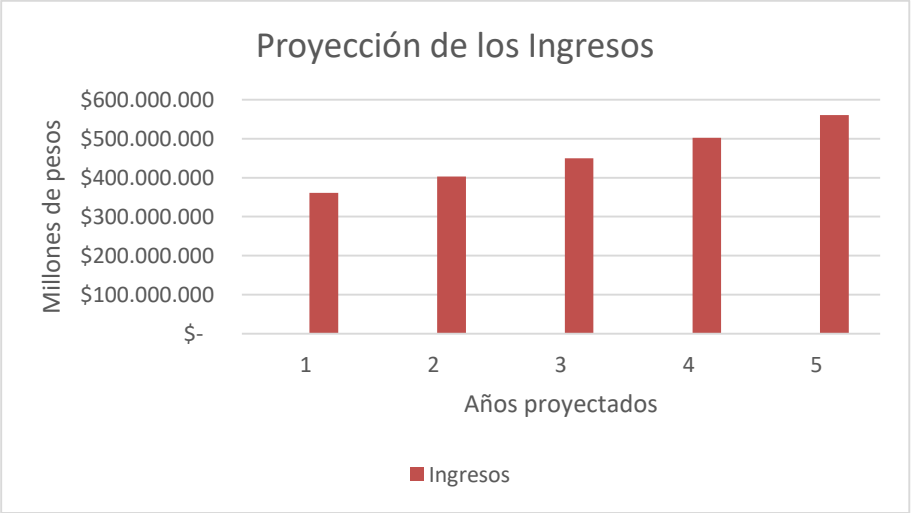

Figura 7. ***Proyección de los ingresos de MUCILIO*****. Obtenido por: Creación propia de MUCILIO**

6.1.4 Proyección de costos y gastos

Se puede observar en la figura número 8 el comportamiento de los costos y los gastos proyectados, que al compararse con la proyección de la figura número 7, evidencian la alta capacidad del proyecto para generar flujo de caja, lo que se traduce en una importante rentabilidad esperada para la empresa.

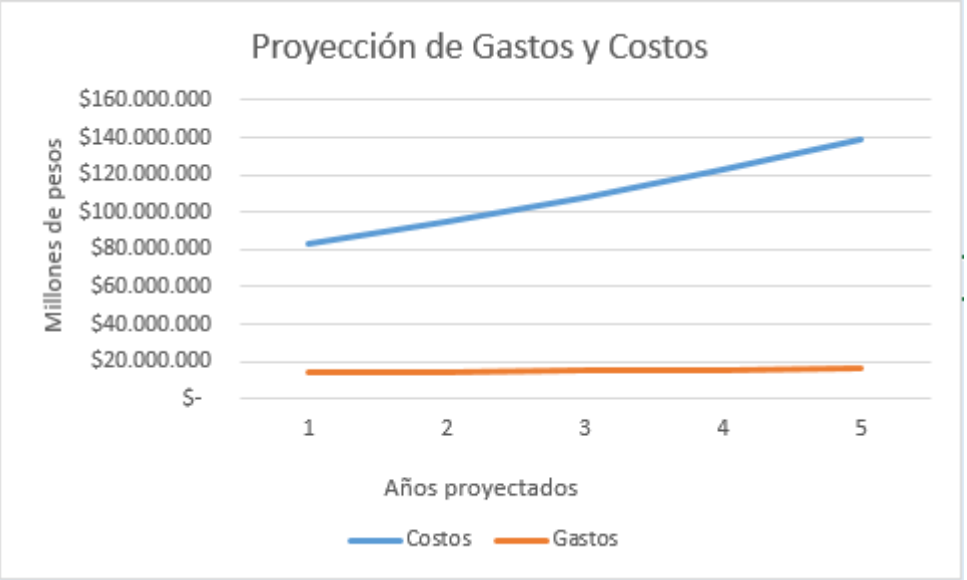

Figura 8. ***Proyección de gastos y costos MUCILIO*****. Obtenido por: Creación propia de MUCILIO**

6.1.5 Flujo de caja proyectado

En la figura número 9 se observa de forma comparativa que la capacidad del proyecto para generar ingresos frente a los costos y gastos es ventajosa, lo que hace notar que se puede esperar un flujo neto de caja positiva y sostenida durante los cinco años de la proyección.

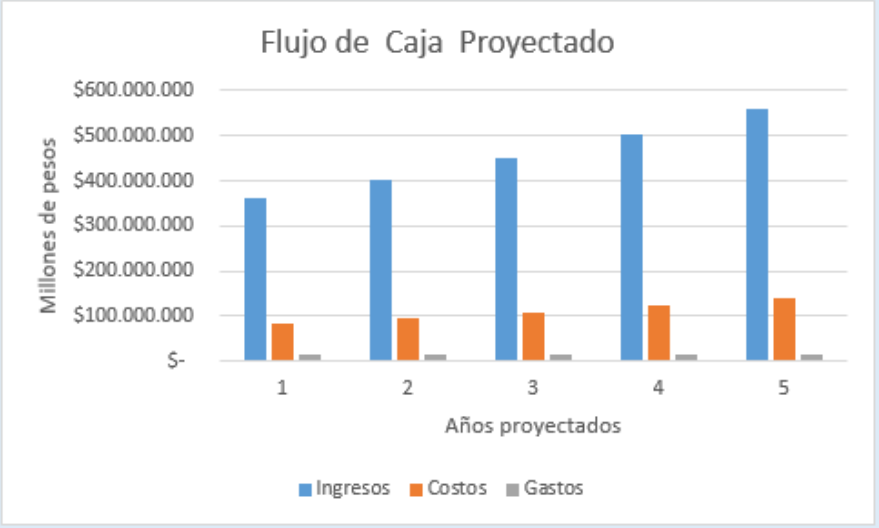

Figura 9. Flujo de caja proyectado MUCILIO. Obtenido por: Creación propia de MUCILIO

6.2 Indicadores de evaluación del proyecto

- TIR: la rentabilidad interna del proyecto es del 763% efectiva anual durante los 5 años
- TIO: 36%, para la determinación de la tasa de interés de oportunidad, se recurrió al Nasdaq, indicador de rentabilidad de las empresas del sector tecnológico.
- VAN: El cálculo del valor actual neto, muestra como los recursos colocados en el proyecto se valorizan en $625.190.592 millones en los cinco años, dejando evidencia que durante el tiempo de la proyección el negocio es capaz de crear valor adicional.
- B/C: la relación beneficio costo muestra la capacidad que tiene el proyecto de devolver los recursos que se invierten en él; para el caso particular de este negocio, por cada peso invertido este devuelve como beneficios $19,34 pesos; es decir, se recupera el peso invertido y quedan $18,34 pesos adicionales que podrían considerarse utilidad.

6.1.3 Conclusiones y recomendaciones del estudio financiero

- La TIR es más alta que la TIO por lo que se recomienda invertir en el proyecto.
- El VAN al arrojar un valor positivo sugiere que el proyecto es bueno ya que en 5 años los recursos se van a valorizar en $625.190.592
- Es una empresa que cuenta con una alta rentabilidad.

7 CONCLUSIONES GENERALES

a. Presentación del proyecto en modelo canvas

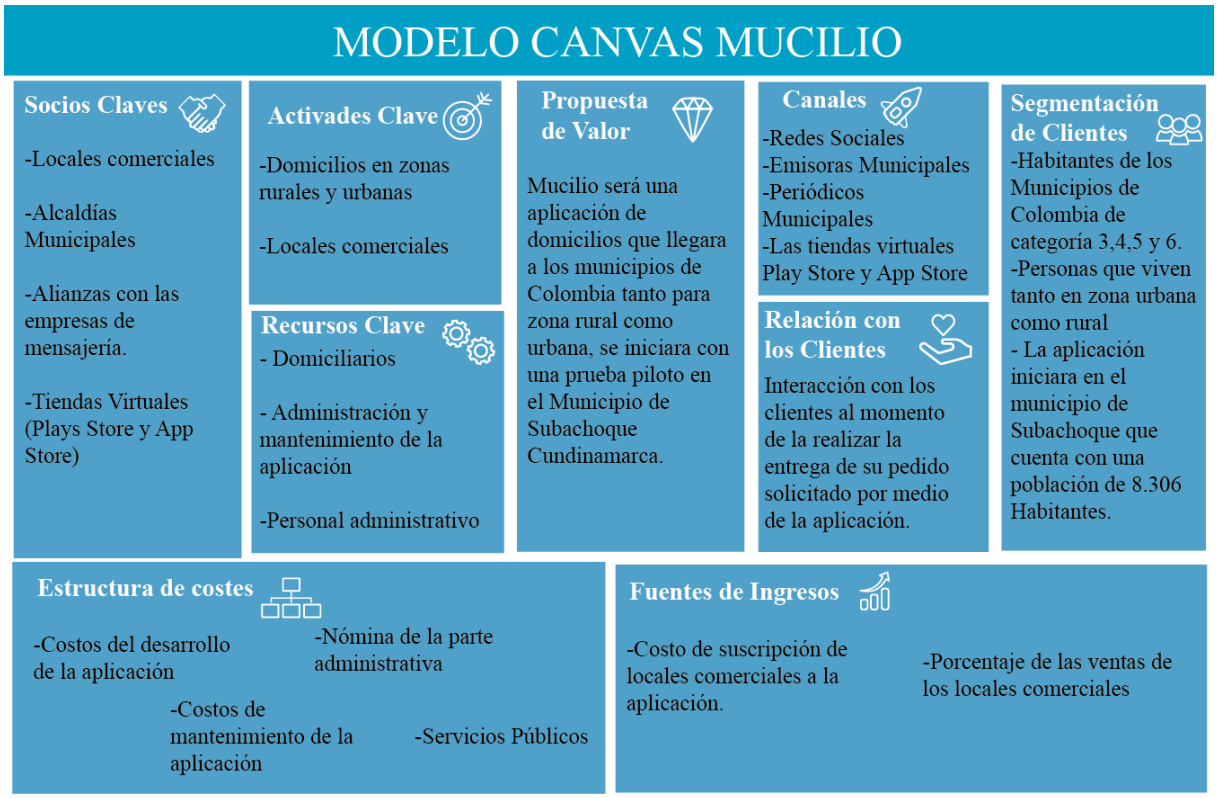

Figura 10. Modelo de Canvas MUCILIO. Obtenido por: Creación propia de MUCILIO

b. Recomendaciones generales

- MUCILIO al ser un proyecto innovador que contribuirá al desarrollo económico de los municipios de Colombia, empezando en el Municipio de Subachoque. También facilitará la vida de las personas que viven en las zonas rurales dado que por medio de un solo clic podrán adquirir bienes y servicios sin salir de la comodidad de sus hogares.
- Generará más empleo para los habitantes de los Municipios, puesto que ellos son los idóneos para realizar las entregas.
- Con las proyecciones realizadas en el análisis financiero, se muestra que será un proyecto con una alta rentabilidad.

8 Listado de tablas

Tabla 1 Población colombiana por ubicación……21

Tabla 2 Categorización de los Municipios Colombianos…….. 22

Tabla 3 Análisis FODA MUCILIO…….23

9 Listado de figuras

Figura 1. Mockups Aplicación MUCILIO…… 26

Figura 2. Marca MUCILIO…… 29

Figura 3. Piezas red social Facebook Aplicación MUCILIO……31

Figura 4. Piezas red social Instagram Aplicación MUCILIO…….31

Figura 5. Pieza clasificado de periódico Aplicación MUCILIO…….30

Figura 6 Organigrama de MUCILIO……. 40

Figura 7 Proyección de los ingresos de MUCILIO……. 48

Figura 8 Proyección de gastos y costos MUCILIO…… 49

Figura 9 Flujo de caja proyectado MUCILIO …… 49

Figura 10 Modelo de Canvas MUCILIO…… 51

10 Listado de anexos

1 Alcaldía de Subachoque, Certificado Dane

2 Audio secretario de hacienda de la Alcaldía de Subachoque

3 Excel Análisis financiero de MUCILIO

Datos financieros:

MODELO DE FINANCIACIÓN DEL PROYECTO		
Recursos propios	$	3.408.271
Recursos del sector financiero	$	30.674.439

	FUENTES DE FINANCIACIÓN ELEGIDAS			
	Fuente	Plazo	Cuota	Vf
100%	Colpatria	60	$691.673	

Anexo 4 Datos del sector Financiero (Fuente propia)

Proyección de ingresos:

Proyección ventas anualizadas					
Año	1	2	3	4	5
Unidades	$ 7.200	$ 7.877	$ 8.617	$ 9.427	$ 10.313
Precio de venta	$ 50.200	$ 51.204	$ 52.228	$ 53.273	$ 54.338
Ingresos	**$ 361.440.000**	**$403.323.667**	**$450.060.814**	**$502.213.861**	**$560.410.403**

Anexo 5 Proyección de ingresos (Fuente propia)

Proyección costos y gastos

Proyección costos anualizados					
Año	1	2	3	4	5
Unidades	7.200	7.877	8.617	9.427	10.313
Costo por unidad	$ 11.546	$ 12.008	$ 12.488	$ 12.988	$ 13.507
Costos	**$ 83.131.200**	**$ 94.583.354**	**$ 107.613.157**	**$ 122.437.945**	**$ 139.304.997**

Proyección gastos anualizados					
Año	1	2	3	4	5
Gastos	**$ 13.800.000**	**$ 14.352.000**	**$ 14.926.080**	**$ 15.523.123**	**$ 16.144.048**

Anexo 6 Proyección de costos y gastos (Fuente propia)

Flujo de caja:

Flujo de caja Anualizado					
Año	1	2	3	4	5
Ingresos	**$ 361.440.000**	**$ 403.323.667**	**$ 450.060.814**	**$ 502.213.861**	**$ 560.410.403**
Costos	**$ 83.131.200**	**$ 94.583.354**	**$ 107.613.157**	**$ 122.437.945**	**$ 139.304.997**
Gastos	**$ 13.800.000**	**$ 14.352.000**	**$ 14.926.080**	**$ 15.523.123**	**$ 16.144.048**
Deuda	**$ 8.300.074**	**$ 8.300.074**	**$ 8.300.074**	**$ 8.300.074**	**$ 8.300.074**
Saldo anual	**$ 256.208.726**	**$ 286.088.239**	**$ 319.221.503**	**$ 355.952.718**	**$ 396.661.284**

Anexo 7 Flujo de caja (Fuente propia)

11 Bibliografía y fuentes de consulta

Alcaldía Municipal de Subachoque 2020; certificado entregado por el alcalde Jairo Martínez (Certificado del DANE 20201510176481) (Anexo#1)

Alcaldía de Subachoque. (01 de 06 de 2020). Subachoque Cundinamarca. Obtenido de subachoque-cundinamar.gov.co: http://www.subachoque-cundinamarca.gov.co/planes/plan-de-desarrollo-municipal-20202023

Bolaños, D. M. P. (2020). Análisis de la política de gobierno digital 2018 y sus avances y retrocesos de cara a la emergencia del covid-19 en Colombia. *REIB: Revista Electrónica Iberoamericana*, *14*(1), 118-150.

Cámara de comercio (2008) ¿Qué son las sociedades por acciones simplificadas? Obtenido de ccb.org.co: https://www.ccb.org.co/Preguntas-frecuentes/Registros-Publicos/Que-son-las-sociedades-por-acciones-simplificadas

DANE. (SEPTIEMBRE de 2020). DANE.GOV. Obtenido de DANE.GOV: https://www.dane.gov.co/index.php/component/search/?searchword=PIB%20percapita&searchphrase=all&Itemid=109

Delúquez, Medina, K. M., & Perea Gómez, J. M. (2020) La Categorización de Municipios en Colombia, un esfuerzo inconcluso y errático.

DNP. (2019). DNP.GOV. Obtenido de DNP.GOV: https://www.dnp.gov.co/Paginas/Crear-empleos-y-aumentar-la-formalidad-desafios-del-Plan-Nacional-de-Desarrollo.aspx

Gómez Molina, A., & Molina Pérez, L. A. (2020). Incidencias, causas y efectos de la pandemia covid-19 en la economía colombiana.

Hoyos-Estrada, S., & Sastoque-Gómez, J. D. (2020). Marketing Digital como oportunidad de digitalización de las PYMES en Colombia en tiempo del Covid–19. *Revista científica anfibios*, *3*(1), 39-46.

León, J. A. (21-abril-2021). Entrevista al secretario de hacienda del municipio de Subachoque. (Marín, A.C, entrevistador).

MinTic. (23 de junio de 2020). MinTic. Obtenido de mintic.gov.co: https://mintic.gov.co/portal/inicio/Sala-de-Prensa/MinTIC-en-los-Medios/145844:Nuestra-meta-es-que-70-de-los-hogares-esten-conectados-Mintic.

PORTAFOLIO. (31 de MARZO d https://www.portafolio.co/negocios/domicilios-en-el-pais-alcanzaro https://www.portafolio.co/negocios/domicilios-en-el-pais-alcanzaron-cifras-historicas-539576n-cifras-historicas-539576e 2020). PORTAFOLIO.COM. obtendo de PORTAFOLIO.COM: https://www.portafolio.co/negocios/domicilios-en-el-pais-alcanzaron-cifras-historicas-539576

Serna-Gómez, H. M., Barrera-Escobar, A., & Castro-Escobar, E. S. (2020). Efectos en el empleo en las micro y pequeñas empresas generados por la emergencia del COVID-19: Caso Colombia (COVID-19 effects on micro and small enterprises' employment: The Colombian case). *Serna-Gómez, HM, Barrera-Escobar, A. & Castro-Escobar, ES (2020). Efectos en el empleo en las micro y pequeñas empresas generados por la emergencia del COVID-19: caso Colombia. ORMET, Universidad de Manizales*.

Superintendencia de Industria y Comercio. (2008). sig.gov.co. Obtenido de https://www.sic.gov.co/sobre-el-habeas-data-financiero