

**TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR AL TÍTULO DE PROFESIONAL EN
MERCADERO Y PUBLICIDAD**

MODALIDAD CREACIÓN DE EMPRESA

PLAN DE NEGOCIO

Autores:

Karen Gisell Rodríguez Velásquez

Yenny Alejandra Zambrano Sánchez

Docente asesor (coautor):

Osmar Alba

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DEL ÁREA ANDINA

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONÓMICAS Y
FINANCIERAS**

PROGRAMA DE MERCADERO Y PUBLICIDAD

BOGOTÁ

2020

**TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR AL TÍTULO DE PROFESIONAL EN
MERCADERO Y PUBLICIDAD**

MODALIDAD CREACIÓN DE EMPRESA

PLAN DE NEGOCIO

Autores:

Asesor Temático:

Asesor Metodológico:

**FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DEL ÁREA ANDINA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONÓMICAS Y
FINANCIERAS
PROGRAMA DE MERCADERO Y PUBLICIDAD**

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DEL ÁREA ANDINA

AUTORIDADES ACADÉMICAS

Rector

DR. XXXXXXXXXXXXX

Vicerrector Académico

DR. XXXXXXXXXXXXX

Decano Facultad de Ciencias Administrativas Económicas y Financieras

DR. XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

Secretario Académico

DR. XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

Director del Programa

DR XXXXXXXXXXXXX

NOTA DE ACEPTACIÓN

JURADO 1

JURADO 2

Ciudad Bogotá D.C. Día _____ Mes _____ Año 2020

AGRADECIMIENTOS

DEDICATORIA

Tabla de contenido

DEFINICIÓN DEL PROYECTO:	11
1.1 Resumen ejecutivo	11
1.2 Descripción de la idea de negocio	12
1.3 Origen de la idea de negocio	14
1.4 Diagnóstico del sector económico	15
1.5 Factores clave de éxito	17
1.6 Factores clave del mercado	18
1.7 Factores diferenciadores y propuesta de valor	18
1.8 Socios clave.	19
ESTUDIO DE MERCADOS	22
2.1 Análisis de competencia	22
2.1.1 Competencia indirecta	22
2.1.2 Competencia directa	23
2.2 Análisis de la demanda	24
2.2.1 Demanda potencial	25
2.2.2 Demanda efectiva	27
2.2.3 Cuantificación de la demanda	28
2.3 Segmentación del mercado	28

2.4 Análisis comparativo del producto y su ventaja competitiva	31
2.5 Estrategias de mercado	36
2.5.1 Estrategias de producto	36
2.5.2 Estrategias de precio	36
2.5.3 Estrategias de distribución	37
2.5.4 Estrategias de comunicación	38
2.6 Conclusiones y recomendaciones del estudio de mercados	39
ESTUDIO TÉCNICO:	40
3.1 Características de la localización	40
3.2 Especificaciones técnicas de la planta y las maquinarias	41
3.3 Características técnicas del producto	47
3.3.1 Descripción del proceso de producción	48
3.4 Características de la cadena de suministros	49
3.4.1 Descripción de proveedores	49
3.5 Administradores de la aplicación:	51
3.5.1 Funciones y responsabilidades	51
3.6 Conclusiones y recomendaciones del estudio técnico	52
ESTUDIO ADMINISTRATIVO	54
4.1 Descripción general de la estructura de la empresa	54
4.1.1 Tipo de sociedad	54

4.1.2 Legalización	56
4.1.3 Organigrama	57
4.1.4 Misión	58
4.1.5 Visión	58
4.1.6 Objetivos y valores	58
4.1.7 Socios estratégicos	59
4.2 Políticas generales:	60
4.2.1 Proveedores:	63
4.2.2 Clientes:	64
5. ESTUDIO ECONÓMICO Y SOCIAL	66
5.1 Impacto social	66
5.1.1 Beneficiarios directos del proyecto:	67
5.1.2 Beneficiarios indirectos:	67
5.1.3 Aporte al desarrollo local o regional:	68
5.2 Impacto ambiental:	70
5.3 Conclusiones y recomendaciones del estudio económico social	72
6. ESTUDIO FINANCIERO	73
6.1 Proyecciones:	73
6.1.1 Inversión inicial.	73
6.1.2 Financiación y fuentes de financiación	75

6.1.3 Proyección de ventas	80
6.1.4 Proyección de costos y gastos	81
6.1.5 Flujo de caja proyectado	83
6.2 Indicadores de evaluación del proyecto	84
6.1.3 Conclusiones y recomendaciones del estudio financiero	85
7. CONCLUSIONES GENERALES	87
7.1 Presentación del proyecto en modelo Canvas	87
7.2 Recomendaciones generales	87
8. Listado de tablas	89
9. Listado de gráficas	94
10. Listado de anexos	96
10.1 Anexos	96

1. DEFINICIÓN DEL PROYECTO:

1.1 Resumen ejecutivo

Para las personas amantes de la comida saludable en especial la población vegana y vegetariana ha sido dolor de cabeza obtener sus alimentos con facilidad; ya que no existe un método o una aplicación en el mercado que se centre y se especialice en este nicho.

Nuestro plan de negocios, tiene por nombre “Healthy” que traduce “saludable”, consiste en una aplicación móvil de servicio especializado para personas veganas y vegetarianas. La plataforma se ocupa de ofrecer domicilios con variedad de restaurantes especializados en comida saludable ubicados en Bogotá, también cuenta con GPS para encontrar los establecimientos cercanos con el fin de dar recomendaciones según la ubicación del usuario, posee un blog de contenido de interés con recetas y recomendaciones para la interacción de la comunidad Healthy.

La aplicación está dirigida a población vegetariana y vegana ubicada en la ciudad de Bogotá con ciertos criterios de segmentación como la personalidad; esta se define como “El saludable” ya que este segmento ama la comida sana y sentirse bien con sí mismos a la hora de consumir algún alimento ,generalmente apoyan las tendencias ambientalistas y animalistas; estas personas están ubicadas en un rango de edad de 20 a 49 años de edad y poseen ingresos superiores a 3 salarios mínimos mensuales legales vigentes.

Para el desarrollo e implementación de esta plataforma se requiere la participación de una desarrolladora de apps, de tal modo que, se realizó una cotización con “Mi App” en donde se exponen los factores viables para la creación y el desarrollo de la aplicación, algunos requerimientos son:

Adaptabilidad móvil y tableta, acceso a conexión GPS, creación de base de datos con almacenamiento óptimo donde se ingresará número telefónico, redes sociales y correo electrónico; tendrá la posibilidad de interacción entre usuarios por medio del blog de contenido, sistema preestablecido en constante actualización para restaurantes y precios con sus respectivos productos, adicionalmente se realizará monetización mediante anuncios publicitarios. La app estará disponible en la tienda digital Play Store.

La duración del desarrollo del proyecto será de 15 meses requiriendo una inversión de \$50.620.111 (cincuenta millones seiscientos veinte mil cien pesos colombianos).

Algunos de los ingresos se obtendrán mediante el vínculo de Healthy con los restaurantes registrados en la aplicación, la suscripción de los usuarios “Healthy Diamante y Healthy Oro”, estas inscripciones poseen beneficios premium, “Healthy gratuito” contará con los principales beneficios de la aplicación como blog de contenido, domicilios con costos de envío y ubicación de los restaurantes más cercanos.

La aplicación cuenta con publicidad “Display” que permite que los restaurantes registrados se publiquen por medio de la misma plataforma.

Este plan de negocios posee gran potencial al tener variedad de beneficios en su implementación, por ejemplo, características específicas que a diferencia de otras aplicaciones generales para público vegetariano o vegano no tienen en cuenta, ya sea el convenio con restaurantes de alimentación saludable, GPS, blog de contenido de interés o la responsabilidad social corporativa que Healthy mantiene con el medio ambiente; esto causa que el consumidor realmente desee utilizarla al percibir que con esta mejorará sus hábitos de consumo de alimentos y ayudará al planeta.

1.2 Descripción de la idea de negocio

Healthy es una aplicación para Android encargada de ofrecer comodidad a las personas vegetarianas o veganas ubicadas en la ciudad de Bogotá ya que en este software es posible encontrar herramientas para facilitar el estilo de vida saludable, pues posee una lista de

restaurantes locales donde es posible solicitar domicilios por medio de la aplicación o número telefónico; cuenta con un sistema de GPS que permite el reconocimiento de restaurantes vegetarianos o veganos cercanos a la zona de ubicación del usuario. Adicionalmente en la aplicación se encuentra un blog de contenido donde la principal función es que el usuario logre compartir diferente contenido de interés como recetas o recomendaciones exclusivas para temas de alimentación saludable.

El cuidado del medio ambiente es fundamental para el funcionamiento de la aplicación, por esto, Healthy tiene en cuenta el impacto ambiental que se ha generado en los últimos años ya sea por el tráfico, el mal manejo de las basuras, etc.; por esto, para el transporte de los alimentos se usa exclusivamente movilidad amigable, es decir, la labor no debe contaminar en ninguna medida; los medios de transporte que se emplearán serán únicamente bicicletas y motocicletas eléctricas.

Inicialmente la aplicación solicitará nombre del individuo, apellido, documento de identidad, número telefónico y tipo de intereses (comida que prefiere consumir); con esta información es ideal realizar una base de datos filtrando la información general para la entrega de pedidos, relacionando los intereses con el blog de contenido y con la publicidad pertinente según la información ingresada; se recurre al data mining para realizar el filtro de los intereses y adaptarlo a la necesidad correspondientes. Esto ayudará a que la experiencia del usuario sea aún más específica en la compra de sus alimentos.

Modelo innovador: Healthy es una aplicación que consiste en beneficiar específicamente a las personas amantes de la comida saludable en especial la alimentación vegana o vegetariana ya que este estilo de vida va en aumento. En los últimos años se han creado distintas tendencias donde se apoyan estos hábitos de consumo de alimentos.

El estilo de vida vegano va en aumento en Colombia, sin embargo, de la misma manera que crece se incrementan las dificultades con las que se encuentra un individuo vegano o vegetariano, esto va desde la escasa oferta de productos en el supermercado y su elevado costo, la falta de información de la mayoría de las personas; asocian el veganismo con una simple dieta y suponen que es un tipo de alimentación deficiente (Arévalo 2018).

En el mercado no se encuentra una aplicación completa específica para el grupo objetivo, sin embargo, hemos notado que cada día esta comunidad crece en gran cantidad y para este

nicho es necesario contar con facilidad de adquirir comida de su gusto, como es posible con los alimentos tradicionales por medio de las aplicaciones generales de domicilios.

1.3 Origen de la idea de negocio

La idea del plan de negocio surge gracias a la investigación sobre ciertos grupos “olvidados” en el mercado de las aplicaciones, se logró identificar que para este segmento (personas veganas y vegetarianas) no es posible encontrar variedad de servicios o aplicaciones que les facilite adquirir comida de su preferencia con rapidez, o identificar alguna plataforma que se especializa en brindarles los principales beneficios que buscan a la hora de mejorar sus hábitos de consumo de alimentos; las aplicaciones similares analizadas suelen ser generales donde cualquier usuario puede ordenar comida rápida, típica, dulce, etc, no son aplicaciones para sólo un tipo de preferencias. Healthy tiene en cuenta las prioridades específicas para brindar un servicio completo a este nicho que va en crecimiento, es decir, encontramos un hueco en el mercado.

De esta investigación surgió la idea innovadora de desarrollar una aplicación especializada para que sea útil y rápida, favoreciendo los deseos alimenticios de la comunidad vegetariana y vegana en Bogotá, siempre pensando en el gran aporte que la aplicación tendrá al reducir las tasas de desempleo y motivando la orientación hacia la responsabilidad social corporativa al reducir contaminación con medios de transporte amigables con el medio ambiente como bicicletas y motocicletas eléctricas.

1.4 Diagnóstico del sector económico

Las necesidades del mercado para el desarrollo de Healthy surgen de estos principales interrogantes:

- ¿La aplicación se adapta como un método de solución factible al consumidor vegetariano o vegano en cuanto a la adquisición de comida saludable?
- ¿Posibilita la ubicación de restaurantes en la ciudad de Bogotá donde ofrezcan este tipo de alimentos saludables?
- ¿Podría una persona vegana o vegetariana encontrar variedad en su método de alimentación con el uso de la aplicación?
- ¿Existe una aplicación que cuente con envíos especializados para este segmento que cuente con un tipo de comodidades específicas?

Teniendo en cuenta las anteriores preguntas, se analizaron las necesidades para que Healthy pueda suplirlas, considerándola como una aplicación innovadora para el beneficio de la comunidad vegetariana y vegana de Bogotá.

En los escenarios descritos a continuación se ha podido evidenciarse una notable preocupación no solo por entender las características crecientes del mercado de los alimentos veganos y vegetarianos, sino por cuantificar y describir sus principales estados:

Por ejemplo, en España Díaz (2019) afirma: “La European Vegetarian Union (EBU) solicita a la Comisión Europea que lleve a cabo encuestas a través de Eurostat u otras autoridades para obtener cifras fiables sobre los estilos de vida de las personas, así como sobre el mercado de productos vegetarianos.” (p.1). En cuanto al crecimiento en este país es incierto por lo tanto se han interesado en adquirir encuestas para conocer de cuánta población estaría consumiendo este tipo de alimentos.

Siguiendo con el país de Estados Unidos. Datos de Google Trends (2018) afirma: “En junio se publica el informe “Top Trends in Prepared Foods 2017”, en el que se señala que el 6% de los consumidores norteamericanos se declaran abiertamente veganos, lo que supone un

crecimiento del 500% desde 2014. En el mismo informe se señala que un 44% por ciento de los consumidores alemanes señalan que siguen una dieta «baja en carne» frente al 26% de 2014.”(p.1). Es posible analizar que en un país con una gran cantidad de población esta tendencia de alimentación vegana y vegetariana está creciendo y se hace más fuerte cada día con un aumento del 500%

En Israel se ha visto que gran cantidad de población se considera vegana o vegetariana. Datos de Google Trends (2018) afirma: “ En marzo, el artículo «Israel has most vegans per capita and the trend is growing» se da el dato de que Israel tiene el mayor porcentaje de veganos per cápita en el mundo, estimado en el 5% de la población (alrededor de 400.000 humanos).”(p.1) Los datos que se muestran en este país son elevados sin embargo, se debe tener en cuenta que la cultura de esta sociedad interviene en qué tipos de alimentos se consumen.

Continuando con el país de México y teniendo en cuenta que la cultura mexicana es un poco similar a la colombiana. Datos de Google Trends (2018) afirma: “En 2016 el blog veganpolice.com.mx realizó el 1er Censo Vegano en México 2016, al que se apuntaron 3316 veganos mexicanos para conocer más sobre ellos.”(p.1) En México se realizó el primer censo vegano en el año 2016, teniendo en cuenta las tendencias de los otros países podemos suponer que está en crecimiento actualmente.

De esta manera se evidencia el incremento internacional de la comunidad vegetariana y vegana, lo cual ha sido tomado como una referencia para entender el comportamiento y las dinámicas comerciales del mercado de estos alimentos. Del mismo modo se aclara la imposibilidad para entender el fenómeno a nivel local, ya que no fue posible encontrar datos de la ciudad de Bogotá ni datos nacionales puntualmente para realizar un análisis más acertado.

Analizando el mercado de aplicaciones es importante destacar que el uso de las aplicaciones para solicitar domicilios también está creciendo en Colombia. Grupo Santino (2018) afirma: “Según un estudio de Fenalco, un 30% de los encuestados asegura que pide domicilios a través de una aplicación en su celular.”(p.1). Actualmente las personas usan plataformas de domicilios para evitar desplazarse a lugares lejanos de sus viviendas ya que consumir los alimentos en su hogar posee percepción de rapidez y comodidad.

1.5 Factores clave de éxito

Primeramente es la identificación de una idea innovadora ya que no existe aplicaciones especializadas para brindar mayor comodidad al usuario vegano o vegetariano en cuanto a la distribución de alimentos saludables; al hacer una comparación entre la competencia directa e indirecta se encontró que las demás aplicaciones no están pensadas específicamente para brindarles soluciones a este segmento en específico, las aplicaciones comunes mezclan el público por su gran variedad de alimentos ofrecidos. Healthy promete un servicio completo y de mayor facilidad a la hora de la adquisición de la comida saludable.

La aplicación contará con un programador para el diseño y control de la plataforma haciéndola entendible y fácil de usar para todos los usuarios; es fundamental la mejora continua de cada una de las funciones, por esto, es ideal identificar a tiempo las brechas y darle solución inmediata.

Healthy se compromete a que el personal encargado cuente con todos los certificados y la reglamentación de manejo de alimentos a la hora de hacer entrega de los pedidos al consumidor, de esta manera la aplicación se percibirá segura brindando mayor confianza y credibilidad a todos los usuarios.

La plataforma se centra específicamente en el público vegetariano y vegano diferenciándose así de las aplicaciones generales de domicilios de alimentos.

Además de pensar en el buen servicio al consumidor, se le da relevancia al cuidado del medio ambiente haciendo uso exclusivo de transporte amigable con el planeta; Healthy adopta responsabilidad social corporativa pensando en preservar e incentivar el cuidado del lugar donde vivimos.

1.6 Factores clave del mercado

En los últimos años las tendencias de consumo de alimentos han cambiado ya que en la actualidad; según el estudio de Instituto Superior de Investigaciones Biológicas, Dpto. Bioquímica de la Nutrición, Facultad de Bioquímica, Química y Farmacia, UNT-CONICET; la población universitaria tiene una mala alimentación y según esta investigación el exceso de grasa saturada y el elevado consumo de azúcares simples advierte la necesidad de incentivar cambios en la alimentación de los jóvenes para prevenir la aparición de obesidad y enfermedades por la mala alimentación. Ante la situación observada, es conveniente realizar campañas de educación alimentaria y de esta manera se podría inducir mejoras en la dieta y prevenir la aparición de enfermedades. Agregar las legumbres, cereales integrales, frutas y verduras mejoraría el funcionamiento de sus sistemas (De Piero, Bassett, Rossi , & Sammán, 2015). Por medio de las variables encontradas se identifican nuevas necesidades y preferencias para incursionar en el mundo de la alimentación saludable.

Las tendencias de mercado siempre van cambiando y evolucionando, en este momento estamos viviendo una época donde las personas se interesan más por los hábitos saludables como una mejor alimentación, tomar agua constantemente, uso de gimnasios y parques para realizar ejercicio. Es importante adquirir hábitos saludables sea por mejorar la salud o por otros aspectos físicos.

1.7 Factores diferenciadores y propuesta de valor

Healthy se diferencia de la competencia ya que es una aplicación especializada para la comunidad vegetariana y vegana. En cuanto a sus características de producto incluirá información sobre restaurantes con productos vegetarianos o veganos donde por medio de la

interacción de los usuarios se conocerán recomendaciones o comentarios en las calificaciones de los restaurantes.

Por medio del blog de contenido se podrá compartir recetas, recomendaciones, artículos o información de interés para este nicho.

Healthy tendrá una base de datos de los clientes que posibilita filtrar a los usuarios según sus intereses para realizar recomendaciones de acuerdo a cada uno de ellos, se sugerirá restaurantes y contenido de valor para este usuario en específico, todo esto con el uso de data mining por medio de algoritmos; la aplicación tendrá el plus de contar con GPS para el reconocimiento de establecimientos saludables cercanas a la zona de ubicación del GPS del usuario.

La aplicación hará domicilios puerta a puerta de comida vegana o vegetariana, los domiciliarios de la aplicación usan únicamente transporte amigable con el medio ambiente (bicicletas y motocicletas eléctricas).

1.8 Socios clave.

1. Socios que aportan capital a la aplicación (dos socios)
2. Restaurantes vinculados a la plataforma, a continuación se presentan los posibles restaurantes de comida saludable ubicados en la ciudad de Bogotá que se podrían vincular a la plataforma Healthy.
 - SPQR
 - Quinoa y Amaranto
 - La Ventana
 - La Mesa Vegetariana

- Soy vida
- La Cocinita Verde - Comida Vegana
- De Raíz cónica cafe
- NATIVA Arte y Comida Natural
- Herbívoro Cocina Vegana
- Caballete & Berenjena
- Pan de Nobles
- Sant Just Traiteur
- The Potasiancasual
- Addis Food
- Restaurante Vegetariano Vegan Bowl la castellana
- De Nobles
- Restaurante Naturalmente Vegano
- La Provence de Andrei
- Caballete y Berenjena
- Govindas
- Restaurante Vegetariano Govindas
- Lú, cocina vegana
- Boulevard Sésamo
- Caballete y Berenjena
- Vegotote Vegetariano El Champiñón
- VG TAL Cocina Vegetariana
- Fast Food
- Restaurante Vegetariano Jengibre
- Restaurante Lenteja Express.
- El Verdugo Vegeta.
- Casa Ley Té.
- Cantina y Punto (tiene menú vegano)
- Mandrágora
- La Revolución de la Cuchara
- Restaurante Vegetariano Flor de Loto
- Suati
- Prasadam vegetariano y vegano
- GOVINDA'S

- Sana que Sana
- Britannia Pub
- Naturalmente Vegan Food
- Tapas Macarena en Bogotá
- Sésamo express
- Soy vida Galerías
- Lenteja Express
- De Raíz Cocina Café
- Viva Mejor
- La Mesa Vegetariana
- EL tofu dorado
- Bio Plaza

2 ESTUDIO DE MERCADOS

Healthy a pesar de ser una aplicación especializada para veganos y vegetarianos no es la única que maneja un sistema de domicilios o que ofrece recetas y contenido para sus usuarios, existen otras aplicaciones en el mercado que brindan características similares, la ventaja que tiene Healthy se destaca por encima de la competencia ya que identificó un nicho de mercado totalmente abandonado y generalizado, por este motivo se crea un servicio totalmente enfocado a cumplir las necesidades del segmento vegetariano y vegano.

2.1 Análisis de competencia

2.1.1 Competencia indirecta

Al analizar la competencia indirecta se encontró algunas aplicaciones que ofrecen servicios similares más no iguales. Núñez (2018) afirma: “La app Recetas vegetarianas es una de las más interesantes y completas aplicaciones que permite encontrar toda clase de platos, pudiendo emplear filtros específicos o elegir entre tipos de plato, dificultad de elaboración o recetas típicamente veganas” (p.1). Por el contrario, Healthy ofrece recetas y contenido de valor teniendo en cuenta los filtros de intereses que permite ser especializado para cada uno de los usuarios; no es una aplicación general de contenido para personas saludables ya que incluye muchos más beneficios como la posibilidad de solicitar domicilios.

Al indagar acerca de aplicaciones que permitan localizar restaurantes de este tipo se identificó que existen dos en el mercado de aplicaciones. Núñez (2018) afirma: “La aplicación Happy Cow Find Vegan Food descubre restaurantes vegetarianos y veganos en

180 países del mundo. Se pueden encontrar establecimientos y tiendas saludables, leyendo comentarios de otros consumidores” (p.1). Esta aplicación se diferencia de Healthy porque esa plataforma no posee blog de contenido, GPS, ni domicilios, pero si cuenta con un sistema de mensajería eficaz para que sus clientes puedan opinar respecto a los restaurantes de comida vegetariana o vegana.

Otra aplicación encontrada fue Vegma ya que su función principal es localizar diferentes restaurantes en muchas partes del planeta. “Vegma es una aplicación para encontrar restaurantes alrededor del mundo con opciones de comida vegetariana, vegana, crudivegana; se debe ingresar la ciudad, se puede leer o escribir críticas y recomendaciones de los lugares que visitan las personas. Como dueño de restaurantes puede compartir información para encontrarla a través de este App, está disponible para iPhones únicamente” (Galbis, 2016,p.1). Haciendo una comparación con Healthy, Vegma no posee un sistema GPS el cual le permita ubicar los restaurantes cercanos a tiempo real, sin embargo, posee mayor cobertura y está disponible para sistema operativo IOS.

2.1.2 Competencia directa

Se encontró competencia fuerte como Rappi, Uber Eats y domicilios.com ya que son aplicaciones encargadas de brindar el servicio de domicilios de alimentos en las grandes ciudades de Colombia, estas plataformas distribuyen un amplio portafolio de comida de grandes restaurantes como Mcdonald's, Burger King, Presto, Avocalia, Crepes and Waffles, Wok, Suna, Popsy ,etc., donde se ofrecen diferentes productos como por ejemplo, almuerzos ,desayunos, comida rápida, bebidas, helados, sushi, ensaladas, etc.

Las plataformas mencionadas anteriormente no llevan mucho tiempo en el mercado sin embargo, son reconocidas y recordadas en la mente de todos los colombianos porque estas apps tienen un buen manejo de publicidad. A pesar de su recuerdo algunas de ellas no son

percibidas de la mejor manera debido a algunas deficiencias en las políticas de contratación y seguridad para cada uno de sus trabajadores.

Rappi, Uber Eats y domicilios.com no poseen una categoría específica orientada a algún segmento debido a que ofrecen una gran variedad de alimentos al público; en el caso de la comida saludable no se han enfocado en atacar específicamente el nicho de personas veganas o vegetarianas en la ciudad de Bogotá

Healthy se diferencia de la competencia ya que es una aplicación que se enfoca en brindar un servicio especializado y cómodo con variedad de beneficios para un grupo objetivo específico; esta aplicación ofrece domicilios de comida saludable en Bogotá, GPS para la localización en tiempo real de restaurantes cercanos a la ubicación del usuario, blog de contenido con recetas y recomendaciones de restaurantes según los intereses ingresados inicialmente en el registro para generar una experiencia más personal para cada uno de los usuarios. Del mismo modo que Healthy se piensa en contribuir con el cuidado del medio ambiente, también se preocupa porque todos sus trabajadores posean seguridad social la cual les permita trabajar de manera digna y segura.

2.2 Análisis de la demanda

En muchos países se está optando por dejar la compra de carne debido a que el consumo causa un impacto notoriamente malo con respecto al medio ambiente y a la calidad de salud de la población. Las ventas de alternativas a la carne alcanzaron 19.500 millones de dólares en 2018. Se realizó una investigación de mercado “Euromonitor International” donde se muestra que muchos de los consumidores de carne están reduciendo su consumo pues algunos medios como redes sociales se han encargado de dar a conocer los múltiples impactos negativos que la carne puede causar a largo plazo en los seres humanos, es decir, cada vez las personas son más conscientes de los riesgos que la carne contiene a la hora de la

alimentación (Díaz, 2019). Se identifica que las tendencias de consumo están cambiando porque las personas se interesan por su estado de salud; hay un gran interés en consumir alimentos percibidos como saludables que aporten al estado físico y generen sentimientos de bienestar consigo mismos.

El consumo de carne se ha reducido en las siguientes cantidades: En España hay alrededor de 3,6 millones de habitantes donde un 7,8% del total no prefieren comer carne o la comen no muy frecuentemente, la mayoría de estas personas se inclinan por basar su dieta de alimentación en productos vegetales. Es importante tener en cuenta que también se ha generado una tendencia animalista y mucha de esta población no consumen el alimento por la idea de crueldad ante los animales, según estadísticas las principales razones para no consumir carne son: (57%) ética frente a los animales, (21%) de sostenibilidad y (17%) por temas de salud (Díaz, 2019).

En México el 1% de la población de la ciudad mexicana de La Paz (Baja California Sur) es vegetariana, de ellos el 60% son mujeres y el 40%, hombres (Díaz, 2019). Se aclara que no existen estudios colombianos a cerca de la demanda de comida vegetariana o vegana, por esto, es importante analizar los datos internacionales para lograr entender la demanda de los alimentos saludables.

2.2.1 Demanda potencial

Análisis del Macro Entorno: Durante los últimos 5 años Colombia ha tenido una economía con tendencia creciente y ha sido de las que más ha avanzado en toda América Latina. Se deben tener en cuenta temas como la disminución en los índices de violencia; las reformas que se han realizado para las finanzas públicas, las formas de implementación del Banco de la República, que ha logrado llevar la inflación a niveles mínimos históricos, se han establecido de forma concreta el sistema de fondos de pensiones privadas, donde permite

alcanzar ahorros para los colombianos que han decidido ingresar a estos fondos. Estos son algunos de los avances que Colombia ha tenido para así lograr mayor confianza de los diferentes inversionistas y del mismo modo conseguir financiación por medio de dólares (Salinas, 2016).

Actualmente Colombia es percibida como un país de grandes ideas innovadoras donde existen variedad de fondos que apoyan el emprendimiento y la economía naranja.

Adicionalmente hay aspectos tales como la firma de tratados internacionales y la globalización de mercados que han permitido generar nuevas expectativas para empresas exportadoras y de la misma manera se encuentran entidades como PRO.COLOMBIA que incentiva al mercado interno a la exportación de productos y servicios. Estos tratados motivan el dinamismo por la construcción y crecimiento de la economía durante 2014 fue de 4,6%. Esta cifra es inferior en 0.3 puntos porcentuales a la registrada en 2013, cuando alcanzó 4,9%, y 0,1 puntos por debajo del 4,7% proyectado por el Gobierno (Salinas, 2016). Colombia está creciendo y su economía avanzando proporcionalmente, los emprendimientos, pequeñas, medianas y grandes empresas ayudan a que la economía nacional mejore y de esta manera permita generar mayores empleos y mejorar la calidad de vida de la población colombiana.

Avanzando por la historia de la economía colombiana, se destaca que durante el año 2015 debido a la caída en el precio del petróleo y la posterior subida del precio del dólar, se generó una inflación por fuera del rango meta del Banco de la República, lo que conllevó a que la tasa de intervención aumentará y se colocara en 5,75%, con el fin de controlar este impacto en la economía (Salinas, 2016). Colombia ha tenido variaciones en cuanto a su economía sin embargo, el gobierno tiene una política de apoyo a las empresas cuando se encuentren en dificultades como las anteriormente mencionadas.

Volviendo al tema de la comida saludable, en la actualidad la demanda por alimentos vegetarianos y veganos es cada vez más frecuente, ya que la sociedad se ha encargado de concientizar e intentar modificar los hábitos de consumo de alimentos “dañinos” para la salud, por esto, se han creado tendencias “fit” en el que está incluido el buen consumo de alimentos por ejemplo, vegetales, disminución de la carne o alimentos altos en azúcar y sal, la práctica de deporte o de ejercicio en gimnasios.

Según una encuesta realizada en EEUU, en el año 2006 el 2,3% de la población adulta (4,9 millones de personas) seguían una dieta vegetariana y afirmaban que nunca comían carne, pescado o aves. En cambio el 1,4% de la población adulta de Estados Unidos era vegana (Sin consumo de alimentos generados por animales como leche o huevos) (Salinas, 2016). La población en general está aumentando el consumo de comida saludable e intentando la mejora de hábitos.

2.2.2 Demanda efectiva

España es otro país que se suma a la tendencia “fit” la cual demuestra que el número de personas que se adaptan a una alimentación saludable está en constante aumento. En todo el mundo el incremento por mantener una alimentación más sana es muy notable, Según el informe “The Green Revolution”, a través de una encuesta realizada a más de 2000 personas mayores de 18 años, el 7.8% de la población que reside en España mantiene dietas vegetales o tiene preferencia por este tipo de dietas. También puede apreciarse que una de cada 10 mujeres es vegetariana. Además, el 51.1% reside en ciudades con más de 100.000 habitantes, mientras que el resto vive en poblaciones menores (Rodríguez, 2018).

En Estados Unidos el aumento de los hábitos saludables está en constante movimiento, según un informe de la empresa de investigación GlobalData asegura que, en 2014 el 1% de los encuestados decía ser vegano. En 2017, el porcentaje aumentó siendo el 6% de los encuestados los que referían seguir este tipo de dieta. Se han tomado datos internacionales debido a que no existen datos colombianos de este tema (Rodríguez, 2018).

Se toman datos internacionales ya que no fue posible encontrar estudios locales que permitan identificar con exactitud la demanda efectiva creciente en la ciudad de Bogotá, sin embargo, tomando de referencia el comportamiento internacional se analiza que las personas están teniendo mejores hábitos de alimentación.

2.2.3 Cuantificación de la demanda

Tabla 1

Cuantificación de la demanda

Total de Población mayor de edad en Bogotá	Personas de 20 a 49 años de edad	Personas con ingresos de más de 3 SMMLV 12,5% de la población
3.992.622	3.151.588	378.190

Tabla 1. Número de habitantes en Bogotá. Copyright 2020 por DANE. Obtenido de:
<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/proyecciones-de-poblacion>

No es posible cuantificar la demanda exactamente debido a que no existe un registro donde permita identificar la cantidad de demanda en la ciudad de Bogotá, en este caso se realizó un promedio. La demanda para Healthy son 378.190 personas en Bogotá.

2.3 Segmentación del mercado

Grupo Objetivo: Mujeres y hombres entre 20 a 49 años de edad con gran interés en un estilo de vida saludable, en los que incluye hábitos de buena alimentación específicamente con comida vegana o vegetariana. Estas personas quieren obtener un servicio especializado donde puedan adquirir sus alimentos fácil y rápidamente.

Estas personas usan su celular para encontrar localización de restaurantes cercanos o para solicitar domicilios.

Segmentación A Priori: Basándose en el comportamiento del consumidor se identifica la necesidad en este segmento para poder ingresar en el nicho del mercado.

Criterios de segmentación:

Objetivos: Brindar un servicio especializado para personas vegetarianas y veganas ofreciendo comodidad y facilidad para adquirir comida saludable.

Demográficos: Mujeres y hombres entre 20 a 49 años de edad con estudios superiores.

Socioeconómicos: Población perteneciente a los estratos 4,5 y 6 con alta capacidad de adquisición; según la encuesta de calidad de vida según el DANE, esta población se encuentra en las localidades de Usaquén, Suba y Chapinero y es el 12,5% de la población total de la ciudad con un ingreso de \$2.529.000 que equivale a 3.5 SMMLV teniendo en cuenta que un salario mínimo mensual vigente es de \$980.657 (Tovar, Guzmán, 2009).

Psicográficas (Personalidad y estilo de vida): Al indagar sobre este segmento se logra dividir por ciertas características las cuales permiten entender los gustos de este nicho de mercado.

Son ejecutivos y personas de negocios; estas personas buscan restaurantes por cuestión de tiempo, negocios; son amantes de la buena comida, con la capacidad de exigir en cuanto a su manera de consumir alimentos. Son personas que les gusta sentirse bien atendidos y pagan por la excelencia de un buen servicio, de buena comida. Son personas conscientes de la importancia de la salud, las personas que conforman este grupo siguen la tendencia del cuidado de la salud y de la conservación de la belleza, y por ello prefieren llevar una alimentación sana y balanceada; los individuos destinan gran parte de su ingreso en una buena comida, sin conformarse con recetas simple; son conscientes de la tendencia mundial que se está presentando en el sector gastronómico saludable (Tovar 2009).

El respeto y amor al medio ambiente junto con los animales es un factor importante ya que estas personas son sensibles cuando se trata del sufrimiento de algún animal, ya sean, vacas, gallinas, pollos, etc. La alimentación saludable es fundamental para estas personas porque

son conscientes que el consumo de carne produce riesgo de enfermedades cardiovasculares y diabetes (por cada 50 g diarios, un aumento del 50% de riesgo). En el caso de la diabetes, también se vería aumentado el riesgo con la carne roja; aumenta la flora putrefactiva del intestino, con la formación de tóxicos que hacen sufrir al hígado (Rodríguez, 2016). El grado de importancia que le dan a la alimentación fomenta el estilo de vida, ya que mínimo tres veces al día buscarán alimentos de buen sabor que aporten a su salud y a los buenos hábitos adquiridos.

Características demográficas: Las localidades de Bogotá en donde se encuentran mayor número de segmento vegetariano y vegano son Usaquén, Suba y Chapinero. Tovar (2019) afirma: “Según la encuesta de calidad de vida según el DANE, esta población se encuentra mayormente en las localidades de Usaquén, Suba y Chapinero y es el 12,5%” (p.35)

En la ciudad de Bogotá es posible encontrar restaurantes de todo tipo de alimentos, en esta lista podemos encontrar más de 140 restaurantes vegetarianos, según información obtenida por Google Maps. La oferta de alimentos saludables es variada y se ofrecen desde desayunos orgánicos hasta las comidas, pastelería libre de gluten y hamburguesas, con ingredientes que sustituyen las carnes como las albóndigas de lentejas, seitán y tofu, entre otros. Estos platos de comida están entre los \$5.000 y \$40.000 (Arias, 2014). Comparando los precios de algunos platos de comida tradicional, estos valores pueden llegar a ser muy similares ajustándose a las necesidades del grupo objetivo.

Características nivel educativo: Profesionales conscientes de que la buena alimentación es importante para llevar una vida saludable, individuos graduados en estudios superiores, sea profesional, especialidad o doctorado; poseen iniciativa y cultura para poder llevar hábitos saludables. Dentro de este segmento pueden estar deportistas profesionales, personas amantes del deporte y la actividad física o sujetos que quieran cuidar su cuerpo de una forma profesional.

Es fundamental que estos individuos conozcan todos los beneficios que estos alimentos saludables logran en su cuerpo a largo plazo.

2.4 Análisis comparativo del producto y su ventaja competitiva

Con el análisis F.O.D.A se destacan cada factor positivo y aspectos por mejorar de la aplicación; en el recopilado se incluye fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades, con el fin de identificar las características que aseguran el éxito o retraso de la viabilidad del proyecto.

Tabla 2.

Análisis D.O.F.A.

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> - Sólo está disponible en Bogotá. - Reconocimiento reducido. - Bajo impacto por tener un grupo objetivo muy específico. - La App solo estará disponible para Android. - Carga laboral para los ingenieros, domiciliarios y call center. - Falta de promociones. 	<ul style="list-style-type: none"> - Las aplicaciones semejantes son generales para todo tipo de personas, Healthy encontró un hueco en el mercado para personas amantes de la comida saludable. - No existe otra aplicación que tenga todos los beneficios en una sola como Healthy lo ofrece. - Tendencias del mercado alimentación saludable - Nuevos movimientos vegetarianos y veganos - Tendencias tecnológicas en aumento.

FORTALEZAS	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> - Cuenta con servicio de domicilio puerta a puerta. - Posee interacción de los usuarios ya que permite realizar comentarios y calificaciones del contenido y/o restaurantes en la app. - Única aplicación en el mercado completa específica para personas amantes de la comida saludable. - Cuenta con GPS el cual permite la localización de restaurantes, cercanas a la zona de ubicación establecida. - La empresa contará con un ingeniero de sistemas y/o electrónico el cual estará disponible para las posibles caídas del sistema. - Posee registro con usuario y contraseña para realizar los respectivos comentarios en forma de blog. 	<ul style="list-style-type: none"> - La competencia podría implementar en las aplicaciones para estar más completas y poder llegar al segmento vegetariano o vegano. - Caídas del servidor, con respecto a los módems para que la aplicación no sea lenta o no se quede sin funcionamientos, que siempre esté en continua disposición para el cliente. - Accesibilidad a un celular, es decir, cuentan con un dispositivo e internet, falta de cobertura por que personas no pueden tener el celular. - Implementación de aplicaciones similares.

Tabla 2. D.O.F.A aplicación Healthy. Copyright 2020 por Healthy. Obtenido de: Creación propia Healthy

El producto es innovador ya que al encontrar este hueco en el mercado hay muchas posibilidades a explotar debido a que ninguna aplicación existente se ha interesado por suplir completamente las necesidades de este grupo objetivo. Es una oportunidad atacar este segmento porque el mercado vegetariano y vegano está constante crecimiento y cada vez son más las personas que se interesan por consumir comida saludable y de buena calidad con el fin de llevar una vida con buenos hábitos de alimentación.

Tabla 3.
Cruce F.O.D.A.

	<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Las aplicaciones semejantes son generales para todo tipo de personas, Healthy encontró un hueco en el mercado para personas amantes de la comida saludable. - No existe otra aplicación que tenga todos los beneficios en una sola como Healthy lo ofrece. - Tendencias del mercado alimentación saludable. - Nuevos movimientos vegetarianos y veganos. 	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> - La competencia podría llegar a aumentar este tipo de restaurantes o lugares veganos y vegetarianos lo cual haría que nuestro segmento se vea atraído. - Caídas del servidor, con respecto a los módems para que la aplicación no sea lenta o no se quede sin funcionamientos, que siempre esté en continua disposición para el cliente. - Accesibilidad a un celular, es decir, cuentan con un dispositivo e internet, falta de cobertura por que personas no pueden tener el celular. - Implementación de aplicaciones similares.
FORTALEZAS	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS FA

<ul style="list-style-type: none"> - Cuenta con servicio de domicilio puerta a puerta. - Posee interacción de los usuarios ya que permite realizar comentarios y calificaciones de las recetas y/o restaurantes en la app. - Única aplicación en el mercado completa específica para personas amantes de la comida saludable. - Cuenta con GPS el cual permite la localización de restaurantes cercanos a la zona de ubicación establecida. - Posee registro con usuario y contraseña para realizar los respectivos comentarios en forma de blog. - La empresa contará con un ingeniero de sistemas y/o electrónico el cual estará disponible para las 	<ul style="list-style-type: none"> - Gracias a que se encontró un hueco en el mercado, Healthy no solo cuenta con domicilios, también trata a sus usuarios de manera directa con el fin de generar retroalimentación a la plataforma. - Las tendencias del mercado son favorecedoras porque ahora las personas se preocupan por llevar una vida más saludable y contar con sentido de pertenencia, la aplicación cuenta con un sistema de preferencias lo que facilita adquirir datos acerca de necesidades y deseos a satisfacer. 	<ul style="list-style-type: none"> - A Pesar de que la competencia quiera implementar las mismas estrategias que Healthy este quiere ir mejorando teniendo en cuenta las sugerencias de su usuarios, de esta manera ir destacando. - La aplicación contará con un ingeniero de sistema que estará disponible para reparar cualquier dificultad técnica que se presente.
--	--	---

posibles caídas del sistema.		
<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sólo está disponible en Bogotá. - Reconocimiento reducido. - Bajo impacto por tener un grupo objetivo muy específico. - La app solo estará disponible para Android. - Carga laboral para los ingenieros, domiciliarios y call center. - Falta de promociones. 	<p>ESTRATEGIAS DO</p> <ul style="list-style-type: none"> - A Pesar de que la aplicación sólo está disponible en Bogotá, se logrará un servicio totalmente completo y que de gran satisfacción para el cliente. - Muchas personas desean modificar sus hábitos alimenticios, por medio de Healthy identificarán la utilidad y la facilidad de acceso de la comida vegetariana y vegana, se solucionan los problemas de no encontrar comida fácilmente para este tipo de consumidor. 	<p>ESTRATEGIAS DA</p> <ul style="list-style-type: none"> - La aplicación solo se podrá usar en Bogotá, sin embargo al ser la pionera interesada exclusivamente en el segmento vegetariano y vegano, crea diferenciación al consumidor. - La aplicación irá creciendo si el segmento lo requiere. - Puede correr el riesgo de no tener algún reconocimiento ya que hay muchas más aplicaciones en el mercado que cuentan con sistemas a domicilios o ubicaciones de restaurantes en la ciudad.

Tabla 3. Cruce F.O.D.A. Copyright 2020 por Healthy. Obtenido de: Creación propia Healthy

2.5 Estrategias de mercado

2.5.1 Estrategias de producto

El producto es innovador, completo y específico para el segmento escogido ya que ofrece variedad de beneficios como GPS de localización real de restaurantes cercanos, recomendaciones de recetas o restaurantes, la facilidad y rapidez de solicitar domicilios de sus restaurantes preferidos.

Esta aplicación puede convertirse en un aspecto fundamental para su estilo de vida de una persona vegana o vegetariana porque Healthy piensa en las necesidades y en los deseos del usuario brindándole un servicio especializado y completo.

Las necesidades y aspiraciones se identifican por medio de los intereses iniciales ingresados en la aplicación, se continúa haciendo un filtro para conocer al usuario y sugerirle restaurantes o contenido, gracias a esto el cliente podrá recibir una experiencia más personalizada.

Healthy es percibido como una aplicación que piensa en brindar el mejor servicio al consumidor y asimismo se destaca por tener alta inclinación por la responsabilidad social corporativa preocupándose por el cuidado y perseverancia de medio ambiente.

2.5.2 Estrategias de precio

Precio de suscripción de restaurantes: \$50.000

Precio al consumidor (Suscripciones): Healthy cuenta con tres tipos de suscripciones, la primera, es gratuita con la intención de que cualquier usuario del segmento le sea posible

ingresar y realizar domicilios, las dos siguientes suscripciones poseen mayor cantidad de beneficios como domicilios sin costo de envío y acceso ilimitado al blog de contenido. Las inscripciones están distribuidas de la siguiente manera:

Healthy Diamante: Todos los costos de envíos de los domicilios serán gratuitos y la aplicación estará libre de publicidad con acceso ilimitado al blog y recetarios, uso ilimitado del GPS de localización de restaurantes, con un costo de suscripción al mes de \$15.000 (quince mil pesos colombianos).

Healthy Oro: Los 10 primeros pedidos serán sin costo, la aplicación estará libre de publicidad con acceso ilimitado al blog y recetarios, uso ilimitado del GPS de localización de restaurantes, con un costo de suscripción al mes de \$12.000 (doce mil pesos colombianos).

Healthy gratuita: Cualquier usuario podrá hacer uso de la aplicación con los respectivos costos de envío, publicidad en la app y un acceso limitado al blog de contenido y uso ilimitado del GPS de localización de restaurantes.

2.5.3 Estrategias de distribución

Para Healthy y su proceso de distribución se utilizará un intermediario el cual será **Play store**. Esta tienda virtual será la principal fuente de descargas ya que será publicada por el fabricante y de esta manera estará disponible gratuitamente para el usuario.

2.5.4 Estrategias de comunicación

Healthy se dará a conocer por medio de redes sociales tales como Facebook, Instagram y YouTube; inicialmente sólo se usarán redes sociales para generar publicidad y dar a conocer los principales beneficios de la aplicación, ya que por estos medios se aloja gran cantidad del segmento escogido y abarca a la audiencia ubicada en la ciudad de Bogotá.

Los restaurantes registrados en la aplicación tendrán la posibilidad de pautar dentro de la misma plataforma por medio de publicidad Display y Banner; los anuncios serán filtrados teniendo en cuenta los intereses ingresados por los usuarios en el registro inicial, con el fin de que los anuncios sean eficaces y generen una experiencia personalizada.

Para la realización de la publicidad se utiliza la plataforma de AdMob de Play Store donde por medio de ella, se proporciona publicidad de interés en Healthy por medio de textos, imágenes, videos y la instalación de aplicaciones complementarias. La plataforma de Admob permite contabilizar las visitas, filtrar el tipo de información dada por la publicidad (Libre, 2015).

Figura 1.

Ejemplos de publicidad display

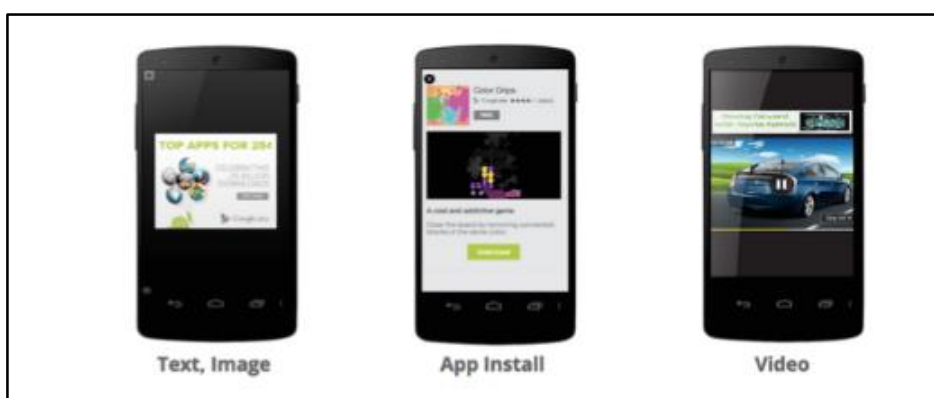


Figura 1. La publicidad en las Apps. Copyright 2015 por El androide libre. Obtenido de: <https://elandroidelibre.lespanol.com/2015/05/la-publicidad-en-las-apps-android-desde-un-punto-de-vista-tecnico.html>

Los tipos de anuncios publicitarios a usar son banners que normalmente aparecen arriba o abajo de la aplicación, los cuales tienen forma de rectángulos y aparecen por determinado tiempo, los anuncios multimedia que en algunos casos aparecen con audios o imágenes es una forma de presentar anuncios interactivamente para poder atraer al consumidor y los anuncios intersticiales que aparecen en la totalidad de la pantalla, por un periodo de tiempo determinado generalmente solo tardan entre 5 a 10 segundos y la persona le puede dar salir cuando lo desee, estos anuncios aparecen de manera espontánea en el inicio de la plataforma.

2.6 Conclusiones y recomendaciones del estudio de mercados

Teniendo en cuenta el estudio, se identifica un hueco en el mercado debido a que ninguna aplicación se encarga de profundizar específicamente en este grupo objetivo. Healthy es una gran oportunidad de negocio al notar que las aplicaciones generales como Rappi, UberEats y domicilios.com no atienden este tipo de necesidades.

Este nicho está en constante crecimiento debido a que se ha creado una tendencia no sólo nacional sino internacionalmente del cuidado de la salud, lo cual garantiza que más adelante la aplicación Healthy logrará una expansión a diferentes partes del mundo. Las personas están tomando conciencia acerca de la importancia que llevan los hábitos saludables a sus vidas, algunos de ellos consisten en, disminuir el consumo de carne por los altos riesgos que produce a la salud y reemplazar estos alimentos por productos vegetales.

Healthy será pionera al brindar un servicio especializado para este segmento porque en el mercado no se encuentra una aplicación con los múltiples beneficios que facilitarán la vida de una persona vegana o vegetariana.

3. ESTUDIO TÉCNICO:

Para el desarrollo de la aplicación se realizó un estudio técnico mediante un asesoramiento previo con 3 tipos de fuentes especializadas en el desarrollo de plataformas digitales, se tuvo en cuenta el diseño y la programación. La primera fuente a la que se acudió fue una empresa de desarrolladores de Apps llamado Parch App el cual facilitó los primeros componentes y características que Healthy requiere, como segunda instancia se solicitó el asesoramiento a un ingeniero de sistemas, este individuo indica el tipo de programación y requisitos legales que se necesitan para que la aplicación sea correctamente lanzada al mercado.

La siguiente fuente de información la brindó un ingeniero electrónico especializado en intercomunicaciones, asesorando el proyecto sobre la cantidad de equipos y recursos electrónicos que requieren para que la plataforma funcione correctamente durante todas las horas del día. Gracias al asesoramiento Healthy logró identificar todos los aspectos técnico fundamental para su lanzamiento.

3.1 Características de la localización

La plataforma especializada Healthy se encontrará únicamente en la tienda virtual de aplicaciones Play Store.

3.2 Especificaciones técnicas de la planta y las maquinarias

Para la implementación de la aplicación se debe tener en cuenta que estará puesta en el sistema operativo Android con un desarrollo híbrido el cual incluye un lenguaje de programación para ambas caras de la aplicación (Back y Front); el Front es todo lo que se ve a simple vista y Back es la parte donde se encuentran almacenados todos los datos con lenguaje PHP.

Para el desarrollo de la aplicación se debe cumplir con ciertos requerimientos, por esto, es necesario contar con un fabricante dedicado a la creación de plataformas móviles, siguiendo los siguientes lineamientos establecidos. Es importante resaltar que el precio de las aplicaciones varían según las características.

Para Healthy es importante tener:

- Adaptabilidad a móvil y tableta.
- Almacenamiento óptimo.
- Acceso a conexión GPS.
- Acceso a número telefónico, redes sociales y correo electrónico.
- Creación de base de datos con los usuarios de la App.
- Función para la interacción entre usuarios indicando visitas a lugares y brindando las respectivas recomendaciones.
 - Sistema de multilinguaje.
 - Monetización mediante anuncios publicitarios por medio de display.
 - Opción para pago con tarjetas crédito y débito.
 - Acceso de blog de contenido.
 - Opción para los operarios que distribuyen los pedidos, donde la plataforma notificará el restaurante de recogida y la dirección para entregar los determinados alimentos.

Para la realización técnica del producto es importante tener en cuenta:

- a. Para tener un adecuado manejo en los datos de cada usuario, el individuo debe firmar un acuerdo donde él acepta el uso de tratamiento de datos para la gestión de la app; esta condición aplica para clientes y restaurantes.
- b. Registrar el software en la DNDA (Dirección Nacional de Derechos de Autor).
- c. El desarrollo del back end de la app se podría planificar en 2 diferentes lenguajes que manejan el modelo de desarrollo MVC (Modelo vista controlador).

Node.js: Ofrece adaptabilidad ya sea móvil, web o incluso en otros dispositivos.

Android studio: Permite hacer la interfaz gráficas (frontend).

- d. El desarrollo del Front end se pueden desarrollar con el uso de:

HTML5, CSS, JavaScript

Este se pueden usar mediante diferentes frameWorks, uno de los recomendados es angular.

- e. El manejo del GPS se desarrolla consumiendo los servicios de API REST de Google maps. Generalmente el uso de estos servicios son gratuitos, sin embargo en algunos casos puede llegar a generar un cobro por la extensión del territorio
- f. El uso de tecnologías claves para permitir el desarrollo óptimo de las bases de datos de la aplicación son servicios AWS (Amazon web service) el cual hay 2 opciones válidas que son:

Amazon (2020) afirma:

AWS S3: Amazon Simple Storage Service (Amazon S3) es un servicio de almacenamiento de objetos que ofrece escalabilidad, disponibilidad de datos, seguridad y rendimiento líderes en el sector. Esto significa que clientes de todos los tamaños y sectores pueden utilizarlo para almacenar y proteger cualquier cantidad de datos para diversos casos de uso, como sitios web, aplicaciones móviles, procesos de copia de seguridad y restauración, operaciones de archivado, aplicaciones empresariales, dispositivos IoT y análisis de big data. Amazon S3 proporciona características de administración fáciles de utilizar que le permiten organizar los datos y configurar sofisticados

controles de acceso con objeto de satisfacer sus requisitos empresariales, organizativos y de conformidad. Amazon S3 está diseñado para ofrecer una durabilidad del 99,999999999 % (11 nueves) y almacena datos de millones de aplicaciones para empresas de todo el mundo. (p.1)

AWS RDS: Con Amazon Relational Database Service (Amazon RDS), es sencillo configurar, utilizar y escalar una base de datos relacional en la nube. El servicio suministra capacidad rentable y escalable al mismo tiempo que automatiza las arduas tareas administrativas, como el aprovisionamiento de hardware, la configuración de bases de datos, la implementación de parches y la creación de copias de seguridad. Lo libera de estas tareas para que pueda concentrarse en sus aplicaciones y darles el rendimiento rápido, la alta disponibilidad, la seguridad y la compatibilidad que necesitan. (p.1)

- g. Para el acceso a los datos de los usuarios mediante alguna red social se tendrá que consumir el servicio REST de la red, ya sea Facebook, Instagram, etc.
- h. Para el sistema de multilinguaje se podría usar un lenguaje de desarrollo llamado .NET el cual también maneja el modelo MVC.

Para el desarrollo de Healthy se tendrán que contar con las siguientes certificaciones:

Tabla 4.
Certificaciones necesarias para realizar una App

Edición de Windows Server 2019	Ideal para	Modelo de licencias	Requisitos de CAL	Precios de Open NL ERP (USD)
Centro de datos	Entornos de nube y centros de datos altamente virtualizados	Basado en núcleo	Windows Server CAL	\$6,155
Estándar	Entornos físicos o de baja virtualización	Basado en núcleo	Windows Server CAL	\$972

Essentials	Pequeñas empresas con hasta 25 usuarios y 50 dispositivos	Pequeñas empresas con hasta 25 usuarios y 50 dispositivos	Servidores especiales (licencia de servidor)	\$501
------------	---	---	--	-------

Tabla 4. Certificaciones necesarias para realizar una App. Copyright 2019 por Microsoft. Obtenido de: <https://www.microsoft.com/es-mx/cloud-platform/windows-server-pricing>

Tabla 5.

Características de Windows Server 2019 (Certificaciones)

● Característica no disponible ○ Característica no disponible

Característica	Edición Standard	Datacenter edition
Funcionalidad principal de Windows Server	●	●
Integración híbrida	●	●
Infraestructura hiper convergente	○	●
Contenedores de OSE*/Hyper-V	2	Sin límite
Contenedores de Windows Server	Sin límite	Sin límite

Servicio de protección de host	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Réplica de almacenamiento	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Máquinas virtuales blindadas (VM)	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Redes definidas por software	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Almacenamiento definido por software	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Tabla 5. Certificaciones necesarias para realizar una App. Copyright 2019 por Microsoft. Obtenido de:
<https://www.microsoft.com/es-mx/cloud-platform/windows-server-pricing>

Se realizó una cotización en el sitio web Miapp.com donde se cotizó el desarrollo de la aplicación Healthy, el cual cuenta con un sistema de GPS, base de datos personalizada, con un tipo de tecnología nativa y un sistema para registrar pedidos a cualquier hora durante el día. El valor de la cotización final fue de \$50.620.111(cincuenta millones seiscientos veinte mil pesos colombianos);esta cotización incluye todas las especificaciones mencionadas anteriormente.

La cotización también cuenta con distintos paquetes cada uno con diferentes precios debido a que el sitio sugiere más beneficios por cada paquete. Finalmente se escogió el plan B que cuenta con el desarrollo de las especificaciones propuestas y la garantía del funcionamiento adecuado. A continuación en la imagen 2 se muestran los cuatro paquetes que Mi App ofrece.

Figura 2.

Cotización MiApp.com

Cotización App desde CotizarMiApp.com ▶ Recibidos x 🔍 🖨️ 📧

info@cotizarmiapp.com mié., 11 mar. 12:44 ☆ ↶ ⋮
para mí ▾

¡Hola!

Nos gustaría poder ayudarle con la creación de su App.
Si le interesa, puede enviarnos más detalles por este medio.
Su código de descuento es 9B8390DC (Válido por 72hs).
Quedamos a su disposición.

CotizarMiApp.com

Pregunta	Respuesta	
¿Qué tecnología quisiera utilizar en su App?	Nativa	
¿En qué plataforma quiere que esté disponible?	Android+iOS	
¿Qué tipo de diseño requiere su App?	Personalizado	
¿Qué tipo de aplicación quiere desarrollar?	Empresarial	
¿Su App necesita registro e inicio de sesión?	Sí, con correo	
¿Su App tiene que enlazarse con su página web?	No	
¿Los usuarios podrán almacenar datos en su App?	No	
¿Su App requiere un panel de administración web?	Sí	
¿Qué idiomas requiere su App?	Un solo idioma	
¿Los usuarios recibirán notificaciones en la App (PUSH)?	Sí	

Moneda	Opción A	Opción B	Opción C	Opción D	Conversión
Dolares	3,963	13,210	23,777	40,950	
Pesos Argentinos	247.878,14	826.260,48	1.487.268,86	2.561.407,49	62,55
Pesos Chilenos	3.311.778,82	11.039.262,72	19.870.672,90	34.221.714,43	835,70
Real Brasileño	18.387,76	61.292,54	110.326,58	190.006,89	4,64
Boliviano	27.343,87	91.146,24	164.063,23	282.553,34	6,90
Guaraní Paraguayo	26.199.154,48	87.330.514,94	157.194.926,90	270.724.596,33	6.611,14
Pesos Uruguayos	165.569,13	551.897,09	993.414,76	1.710.880,97	41,78
Pesos Colombianos	15.186.033,56	50.620.111,87	91.116.201,37	156.922.346,80	3.832,07
Nuevo sol Peruano	13.949,34	46.497,79	83.696,03	144.143,16	3,52
Pesos Mexicanos	83.180,85	277.269,50	499.085,11	859.535,46	20,99

Los valores no incluyen IVA. Se entrega Factura A, B o E según corresponda. El valor de la cotización es estimativo y puede variar según los requerimientos finales. La cotización no implica un compromiso entre las partes. Al momento de la contratación se utilizará la cotización de dólar vigente.

Figura 2. Cotización Mi App. Copyright 2020 por MiApp. Obtenido por: Correo electrónico <https://www.cotizarmiapp.com/>

3.3 Características técnicas del producto

El desarrollo de esta aplicación será en Android Studio y el lenguaje de programación de la plataforma estará realizado en Java y Frontend basado en XML; para así lograr el Backend y asimismo el Frontend (parte llamativa de la aplicación). En cuanto a la base de datos se usará Oracle ya que esta opción permite ligar a la aplicación como un registro de clientes.

Oracle es la base de datos más recomendada a escoger porque genera variedad de herramientas como por ejemplo, la posibilidad de registrar gran cantidad de usuarios y dar ventajas de seguridad; la protección y buen funcionamiento de los datos es importante ya que Healthy es una aplicación que trabaja a tiempo real y la base de datos dará la fiabilidad de que no colapse si se tiene gran cantidad de usuarios interactuando a la vez.

Una vez se ejecute la programación el usuario mayor de edad podrá ingresar a la cara principal de la plataforma con la opción de registrar su nombre, email, usuario, contraseña, fecha de nacimiento y si desea su tarjeta de crédito o débito. Para la implementación de la tarjeta es fundamental conocer las funciones que Paypal maneja, es decir, en las ventanas de Paypal se maneja una API propia lo que facilita el acceso a los servicios; otra forma de implementación es usando un SDK de Paypal para Android. Para pagos rápidos con tarjeta se usará una API llamada Card.IO la cual se encarga de escanear de forma rápida y fácil los datos de la tarjeta de crédito o débito por medio de la cámara del celular para que esta información sea introducida en Healthy y sea usada cuando sea necesario al realizar pagos de domicilios, solo se debe poner frente a la cámara del celular.

3.3.1 Descripción del proceso de producción

En la pantalla principal (Layout) se encontrarán dos pestañas, se dividirán en comida vegetariana y vegana, una vez que el usuario ingrese a estas opciones se desplegará una lista de restaurantes donde podrá elegir su comida preferida, esta función se realiza por medio de la selección de botones que lo transportan a otro “Activity” (otra cara de la aplicación) donde se desplegará un checklist que permite visualizar una herramienta que nos ofrece Android Studio ; esta consiste en contener el listado de los restaurantes disponibles, donde el usuario tendrá el acceso a un filtro de alimentos como bebidas, ensaladas, combos, snacks, etc.

Al seleccionar el producto aparece una alternativa donde permite solicitar el plato, nuevamente la opción lo redireccionará a otro “Activity” donde será posible la realización de la compra; se debe usar otro de los controles que ofrece Android Studio como la herramienta EditText para agregar el tipo de pedido, cantidad, cupones de descuento, comentarios o la dirección en el caso de que sea diferente a la registrada.

En otra de las pestañas se encontrará el blog de contenido siguiendo por la lista de Activity mencionada anteriormente. El blog está dividido en recetarios, recomendaciones y contenido de interés; en esta pestaña el usuario tendrá la opción de crear entradas y compartirlas con personas de la comunidad saludable.

La siguiente pestaña es la de GPS de localización de restaurantes cercanos, permite al consumidor encontrar lugares de comida saludable; esta función será posible con ayuda de Google Maps y los lenguajes Java (nativo de android) y Frontend basado en XML.

En cuanto el registro de los restaurantes es necesario contar con usuario y contraseña para mayor seguridad, el paso a seguir es que cada uno de ellos ingresen sus menús; la carta debe estar filtrado por categorías de producto, es decir, bebidas, ensaladas, platos fuertes, etc., cada uno de estos alimentos deben llevar descripción y precio; también se deben agregar las promociones si las hay.

3.4 Características de la cadena de suministros

Es importante contar con certificaciones que distingan los tipo de calidad que se maneja empresa - aplicación, además que estas certificaciones cuentan con el aval de empresas de auditoría que confirman y dan confianza de su veracidad.

A continuación se mostrará las certificaciones de calidad que se tienen en cuenta para el funcionamiento de Healthy.

Se verificará el plan de saneamiento de cada establecimiento que esté vinculado con Healthy, se tendrá en cuenta las certificaciones médicas del personal que trabajan en los establecimientos de igual formas Healthy evaluará que los equipos y utensilios utilizados en estos establecimientos sean de buena calidad estén en buenas condiciones de salubridad.

De igual manera se tendrá en cuenta las certificaciones de calidad y su satisfacción de cliente, por tal razón se solicitará el certificado del ISO 9001. Healthy quiere contar con la seguridad y prevención de información para eso se utilizara la certificación ISO 27001 la cual ayuda a cumplir con lo respectivos requisitos.

3.4.1 Descripción de proveedores

Healthy posee una variedad de 50 restaurantes vegetarianos y veganos ubicados en la ciudad de Bogotá. Quienes proveen estos alimentos se especializan en brindar productos de la mejor calidad, es fundamental brindar el mejor servicio para que los establecimientos obtengan buenas recomendaciones. Los restaurantes tendrán que seguir las respectivas normatividades impuestas por el estado tales como las siguientes certificaciones de sanidad:

- a. Plan de saneamiento donde incluye programas de limpieza y desinfección, manejo de desechos sólidos y control integrado de plagas.
- b. Plan de Capacitación Continuo y Permanente; es ideal contener metodología, duración, docentes, cronograma y temas.
- c. Certificación médica del personal que trabaja en el establecimiento, en esta certificación debe constar su aptitud para manipular alimentos, las buenas prácticas de manufactura, pisos construidos en material sanitario, de fácil lavado y desinfección, paredes de tonos claros, con materiales resistentes, impermeables, techos diseñados de manera que eviten la acumulación de suciedad, la condensación y la formación de hongos, recipientes con tapa para almacenamiento de residuos en suficiente cantidad y suministro permanente de agua potable y conexión a alcantarillado.
- d. Equipos y utensilios ya que los restaurantes deben disponer de suficiente cantidad en buenas condiciones de mantenimiento, fabricados con materiales sanitarios que no contaminen los alimentos, que no sean porosos ni absorbentes; con acabado liso y sin grietas, defectos ni otras irregularidades.
- e. Los restaurantes deben tomar las medidas necesarias para que los alimentos no se contaminen. Ejemplos: no manipular dinero, no manipular alimentos sin uso de guantes, usar tapabocas de forma apropiada, aplicar permanentemente las buenas prácticas de manufactura (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2020).

Los restaurantes vegetarianos y veganos ubicados en Bogotá que cumplan con estas características tendrán la oportunidad de pertenecer a la aplicación, las anteriores recomendaciones son con el fin de brindar mayor seguridad y confianza a todos los usuarios de Healthy.

3.5 Administradores de la aplicación:

Las personas encargadas del funcionamiento óptimo de la plataforma son aquellas capacitadas para desarrollar las actividades de especificación preventiva y correctiva según requiera el control de la aplicación. Es importante destacar que las aplicaciones están en constante cambio y es fundamental adaptar a Healthy a las transformaciones del mercado.

Ingenieros de sistemas: Profesional en Ingeniería de sistemas, este individuo posee conocimiento avanzado en bases de datos, lenguajes de programación, manutención y control de Back y Front en aplicaciones para el sistema operativo Android.

Call center: Personas con habilidades comunicativas; estas personas se encargan de recibir llamadas si se genera alguna dificultad como demoras o problema con los pedidos, en algunos casos se encarga de dar mayor información acerca de los servicios que brinda la plataforma.

Distribuidores: Individuos que cuenten con bicicletas, bicicletas eléctricas o motocicletas eléctricas con interés en brindar un buen servicio de domicilios para todos los usuarios Healthy.

Restaurantes: Restaurantes saludables registrados en Healthy.

3.5.1 Funciones y responsabilidades

Gerente general: Es la persona al mando; es quien toma las decisiones finales y se encarga de coordinar las funciones en fin de una planeación estratégica. De este modo se cumplen todas las responsabilidades de las áreas.

Ingenieros de sistemas: Se encarga de que la plataforma funcione correctamente, tiene un control de la base de datos, inspecciona las páginas principales como el Front, Back y los Activity donde están incluidos los domicilios, blog de contenido, GPS de localización de restaurantes. El ingeniero también se encarga de realizar las modificaciones de diseño y realiza los respectivos mantenimientos si existiese algún problema con los servidores o la aplicación en general.

Mercadeo y ventas: Estas personas se especializan en la realización de estrategias de ventas y publicidad. Teniendo en cuenta los intereses iniciales ingresados en la aplicación se filtran y de acuerdo a esto, se realizan estrategias de comunicación para hacer de la experiencia del usuario más personalizada. Desarrollan piezas publicitarias, se encargan del manejo de los anuncios en redes sociales y trabajan cada día para lograr el posicionamiento deseado.

Call Center: Se encarga de recibir llamadas de los usuarios para conocer distintos aspectos que se pudieran presentar con sus domicilios; informan el lugar de recorrido donde podría ir su domicilio; solucionan quejas y atienden a las sugerencias. En algunos casos brindan información acerca de la aplicación y su funcionamiento.

Restaurantes de la aplicación: Restaurantes encargados de brindar los mejores alimentos y entregarlos a los domiciliarios en el menor tiempo posible.

Distribuidores: Domiciliarios encargados de entregar los pedidos en corto tiempo y en con la mejor calidad.

3.6 Conclusiones y recomendaciones del estudio técnico

En este orden de ideas cabe destacar, que es de suma importancia que el desarrollo de la aplicación se debe realizar bajo la ejecución de un ingeniero con las capacidades sobre los

lenguajes que se requieran para el desarrollo de la misma, tales como (Java, XML) este mismo será el encargado de realizar modificaciones en pro del buen desarrollo de la aplicación y así mismo en su proceso de puesta en marcha para futuros soportes.

Es de suma importancia que el contratista que sea designado para la ejecución del call center se cobije bajo una gran variedad de características técnicas y de atención al cliente para la mayor satisfacción del mismo y de este modo brindar soporte técnico en cuanto a fallas o dudas presentadas en la aplicación.

Es recomendable tener la asesoría de uno o varios desarrolladores Ingenieros de sistemas, Ingenieros de telecomunicaciones, según aplique la necesidad al momento de un soporte en cuanto a fallas presentadas sobre la plataforma o aplicación y de este modo poder tener el menor impacto posible reflejado hacia el cliente con unos tiempos designados según la falla que se presente.

Se requiere contar con personal técnico capacitado para realizar trabajos en horario hábil y no hábil para brindar soporte hacia los equipos encargados del buen funcionamiento de la aplicación tales como (servidores, discos duros, redes intranet y de mas), estas fallas deberán ser corregidas en el menor tiempo posible y escaladas según requiera la urgencia de la incidencia. Este mismo personal deberá realizar soportes preventivos para garantizar el buen estado de su plataforma y su aplicación para minimizar posible afectaciones sobre la misma, monitoreando factores importantes tales como bases de datos, memoria sobre los discos duros, procesamiento sobre servidores, canales de internet con saturación de ancho de banda entre otros.

Asimismo el cliente deberá acogerse a los términos y condiciones presentados por la aplicación tales como tener acceso a internet manejo de información personal con el fin de poder realizar las transacciones requeridas para el pago según aplique.

Para concluir se debe destacar que la importancia del personal técnico y de ingeniería es quien garantiza que la aplicación funcione de forma óptima y de tener fallas dar solución oportuna con el menor impacto reflejado hacia el cliente.

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

4.1 Descripción general de la estructura de la empresa

Healthy contará con 20 colaboradores; el personal se divide de la siguiente manera: 10 domiciliarios encargados de transportar los alimentos y 10 personas en el área administrativa, Para la legalización de la compañía es necesario seguir los pasos de constitución para una sociedad por acciones simplificada, asimismo contar con las leyes establecidas por el gobierno colombiano. Para el buen funcionamiento de la empresa es fundamental que los restaurantes pertenecientes a la aplicación cumplan de la misma manera con toda la reglamentación.

Healthy es una empresa con alta inclinación a la responsabilidad social, es por esto que motiva a sus proveedores y a la sociedad en general a tener un pensamiento ambientalista. La aplicación desea ser reconocida por sus valores y principalmente por brindar el mejor servicio a todos los usuarios.

4.1.1 Tipo de sociedad

Healthy se constituirá como una empresa por S.A.S. (Sociedades por Acciones Simplificadas). La constitución, transformación y es por medio de documento privado inscrito en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio del lugar en que la sociedad

establezca su domicilio principal, siempre que no ingresen aportes sujetos a escritura pública, caso en el cual la constitución se debe hacer mediante Escritura Pública ante notario, según lo dispuesto en el artículo 5 de la Ley 1258 de 2008 (Congreso de Colombia, 2008). El número necesario de accionistas mínimo para la creación de una sociedad por acciones simplificada es mínimo de una persona y no se tiene un límite máximo; para la aplicación Healthy serán dos accionistas.

Para la formación del capital se debe tener en cuenta que las sociedades por acciones simplificadas manejan capital autorizado, suscrito y pagado. Revista actualícese (2015) afirma:

- a. El capital autorizado; cuantía fija que determina el tope máximo de capitalización de la sociedad.
- b. El capital suscrito; la parte del capital autorizado que los accionistas se comprometen a pagar a plazos, máximo en dos (2) años, al momento de su constitución no es necesario pagar, en correspondencia con el artículo 9 de la Ley 1258 del 2008.
- c. El capital pagado; la parte del suscrito que los accionistas efectivamente han pagado e ingresado a la sociedad. (p.1)

En cuanto a las responsabilidades de los accionistas, estas personas deben responder hasta el monto de sus aportes por las obligaciones sociales. En caso en que las sociedades por acciones simplificadas sean utilizadas para defraudar a la ley, participado en actos defraudatorios, responderán solidariamente por las obligaciones emanadas de tales actos y por los perjuicios causados, más allá del monto de sus respectivos aportes. Continuando con el revisor fiscal; es voluntario; excepto cuando se tienen activos brutos a 31 de diciembre del año inmediatamente superiores a 5.000 SMMLV y/o cuyos ingresos brutos sean iguales o superiores a 3.000 SMMLV será obligatorio. (Revista actualícese, 2015).

4.1.2 Legalización

Para realizar la legalización de una sociedad por acciones simplificada se debe tener en cuenta los siguientes pasos. Revista actualícese (2015) afirma:

1. Redactar los estatutos de la S.A.S.; este es el documento más importante en la legalización, donde se debe incluir: nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas; razón social (seguida de la palabra Sociedad por Acciones Simplificada); el domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales, si tiene; el capital autorizado, suscrito y pagado; la clase, número y valor nominal de las acciones; y la forma de administración y el nombre de sus administradores, especificando sus facultades.

Es el mapa de las condiciones y reglas entre los socios. Por eso, debe estar muy bien redactado previendo todas las eventualidades que se puedan presentar, como la entrada o salida de un socio, la participación de un inversionista nuevo, las obligaciones y responsabilidades de cada socio, etc. A pesar que es muy sencillo constituir la S.A.S. es importante asesorarse por un abogado experto en emprendimientos para la elaboración de este documento o de un profesional que pueda conocer y mitigar los riesgos legales.

2. Llenar los formularios, el RUES, el formulario de establecimiento de comercio, el formulario para aplicar al beneficio por ser menor de 35 años y el formulario adicional de registros con otras entidades.
3. Inscribirse en el RUT, esto se hace en la página web de la DIAN y las oficinas de la cámara de comercio.
4. Realizar el registro ante la Cámara de Comercio
5. Pagar los impuestos, esto varía según el capital y las características de la S.A.S. (p.1)

Para la constitución de la sociedad se deben tener en cuenta los aspectos mencionados anteriormente, los trámites se pueden realizar por medio de la página web de la cámara de comercio.

4.1.3 Organigrama

Figura 3.
Organigrama Aplicación Healthy.

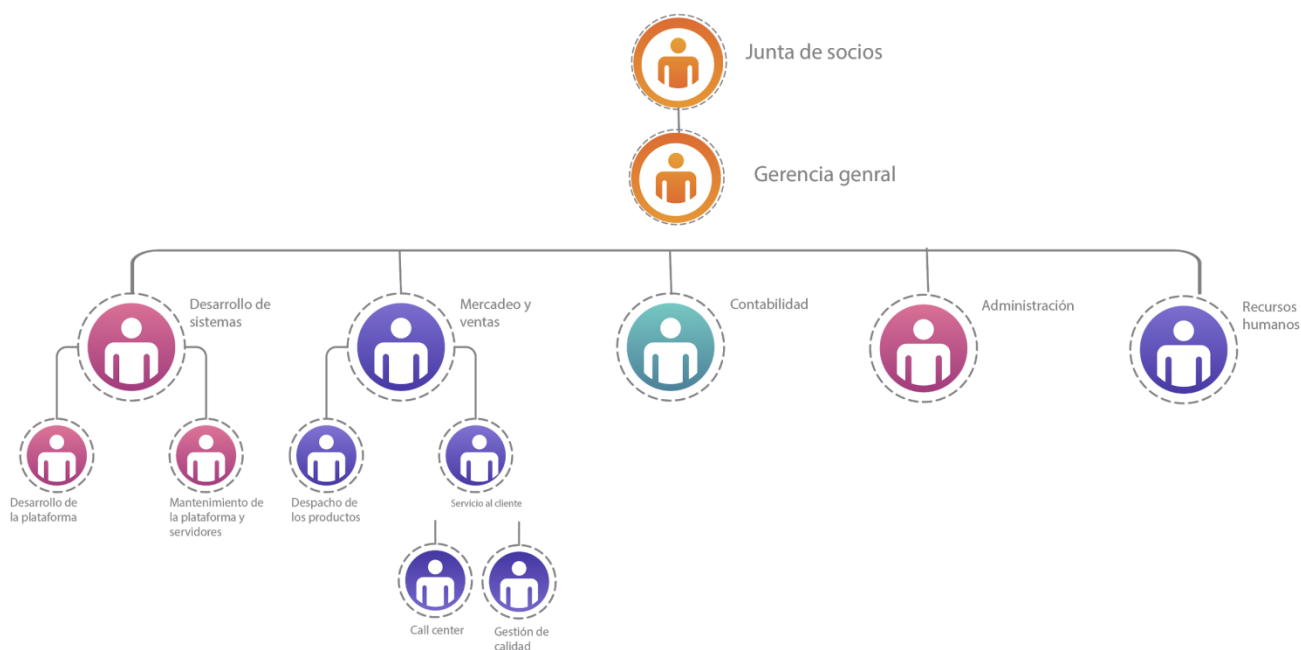


Figura 3. *Organigrama Aplicación Healthy.* Copyright 2020 por Healthy. Obtenido por: Creación propia Healthy

4.1.4 Misión

Brindar un servicio completo y especializado para las personas veganas y vegetarianas de la ciudad de Bogotá, facilitando así la adquisición de alimentos.

4.1.5 Visión

Para el 2022 seremos la plataforma con mayores descargas en la categoría de aplicaciones “saludables” así contribuiremos a mejorar los hábitos de los bogotanos.

4.1.6 Objetivos y valores

Los valores que Healthy tiene en cuenta para brindar el mejor servicio y aportar a la sociedad y al medio ambiente son los siguientes:

- a. Pasión:** Trabajar con gusto por lo que se hace, de esta manera se verá reflejado en la satisfacción del usuario.
- b. Compromiso:** Las necesidades del cliente, son las necesidades de Healthy.
- c. Excelencia:** Cada día se busca en qué se puede mejorar.

- d. Innovación:** Buscar nuevas alternativas para hacer de Healthy una aplicación competitiva y moderna.
- e. Responsabilidad social corporativa:** Velar por el cuidado del planeta, en Healthy únicamente se usan transportes que aporten y perseveren el cuidado del medio ambiente.

4.1.7 Socios estratégicos

Los socios estratégicos que certificarán la calidad del servicio serán la Secretaría Distrital de salud al verificar que el proceso de distribución de los alimentos sea el adecuado; es importante contar con todas las leyes de manejo de alimentos. Dentro de las normas que se deben tener son:

- a.** Ley 9 de 1979; por la cual se dictan medidas sanitarias.
- b.** Resolución 5109 de 2005 (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2020).

En cuanto al desarrollo y la disposición de la aplicación en la tienda virtual es fundamental tener de socio estratégico a Google Play Apps Policy Center quien facilitará el funcionamiento y seguridad de la app.

Este socio estratégico contiene las siguientes políticas para desarrolladores lo que permite una posición más segura en la tienda virtual. Google Play (2020) afirma:

- a. Contenido restringido:** Protección infantil, contenido inadecuado, servicios financieros, juegos de apuestas, actividades ilegales, Sustancias no aprobadas.
- b. Suplantación de identidad y propiedad intelectual:** Suplantación de identidad, propiedad intelectual.

- c. **Privacidad, seguridad y engaño:** Datos de los usuarios, permisos, uso inadecuado del dispositivo y de la red, comportamiento malicioso, comportamiento engañoso, información falsa, software malicioso.
- d. **Obtención de ingresos y publicidad:** Pagos, suscripciones, anuncios, programa de anuncios de familias.
- e. **Ficha de Play Store y promoción:** Promoción de aplicaciones, metadatos, valoraciones de los usuarios, opiniones y descargas, clasificaciones de contenido.
- f. **Spam y funcionalidad mínima:** Spam, funcionalidad mínima.
- g. **Cumplimiento obligatorio:** Cobertura de la política, proceso de cumplimiento, gestionar y denunciar infracciones de las políticas.
- h. **Actualizaciones y otros recursos:** Actualizaciones, otros recursos.
- i. **Otros programas:** Aplicaciones Instantáneas Android. (p.1)

4.2 Políticas generales:

Principalmente Healthy se interesa por ofrecer el mejor servicio especializado en alimentación saludable.

La responsabilidad social corporativa de Healthy es notable porque es una plataforma que se preocupa por no afectar el medio ambiente; es por esto que únicamente el transporte de alimentos se realiza en bicicletas y en motocicletas eléctricas. En la ciudad de Bogotá constantemente se viven alertas medioambientales debido a distintas razones como el manejo de las basuras y la contaminación de automóviles. Healthy además de querer cuidar a los bogotanos con la alimentación saludable también se enfoca en conservar el aire de Bogotá.

Para la plataforma es fundamental brindar seguridad y confianza sus colaboradores, por esto, cada uno de ellos contará con ARL, con el fin de que el valor de la “pasión” mencionado anteriormente sea practicado por todos los trabajadores de Healthy.

Términos y condiciones de Healthy: Healthy S.A.S. es una sociedad constituida conforme a las leyes colombianas, con domicilio en la ciudad de Bogotá D.C. Los presentes términos y condiciones de uso regulan la relación contractual de carácter comercial que une a los consumidores que acceden a la plataforma virtual, especialmente en la autorización de uso. La información generada, enviada, recibida, almacenada o comunicada por medios electrónicos, ópticos o similares, como pudieran ser, entre otros, el Intercambio Electrónico de Datos (EDI), Internet, el correo electrónico, el télex o el telefax (Ley 527 de 1999 art. 2 lit. a).

Plataforma: Es una plataforma que permite su uso gratuito descargándola en Google (Google Play). Los usuarios podrán utilizar la Plataforma exclusivamente para su uso personal, sin que esto implique el otorgamiento de una licencia de la tecnología de la plataforma de ningún tipo.

Cuenta del usuario: Es una condición necesaria la creación de una cuenta de usuario, donde se solicitarán datos como nombre, fecha de nacimiento, teléfono, dirección, dirección de correo electrónico y cédula de ciudadanía. Se encuentra prohibido tener más de una cuenta relacionada a cualquiera de los datos anteriormente mencionados. Esta información se utiliza para la plena

Descripción del servicio: El Operador exhibe a través de la plataforma los productos de consumo como alimentos y bebidas, que están a disposición de los usuarios para su conocimiento general. Esta comunicación de productos sirve como referencia a los usuarios para el encargo de pedido.

Para el proceso de solicitud de gestión del encargo de compraventa, los usuarios deben estar identificados en su cuenta y seguir el siguiente procedimiento:

- a. Ingresar a la plataforma especificando el domicilio para determinar los productos que se encuentran disponibles.
- b. Seleccionar el lugar de entrega. Suministrar la dirección exacta donde se realizará la entrega del producto seleccionado.
- c. Seleccionar el producto.
- d. Validación del producto. El usuario podrá confirmar el producto seleccionado.

- e. Valor. Se pone a disposición del Consumidor el valor a pagar por la gestión del domicilio.
- f. Pago. El Consumidor tiene tres opciones de pago, la primera consiste en cancelar el producto por medio virtual, el segundo con datafono a la hora de recibir el pedido o por medio de efectivo.
- g. Resumen del pedido. Se enviará vía correo electrónico el resumen del domicilio solicitado, con el detalle de la transacción.
- h. Entrega. Verificados todos los datos correspondientes a la transacción y al ámbito de cobertura de entrega de productos, el Mandatario entregará en la dirección suministrada y en el término definido al finalizar la operación, los productos comprados en virtud del encargo solicitado. En caso de no poderse realizar la entrega por razones imputables al Consumidor, deberá el Mandatario dejar constancia de este hecho.

Deberes del usuario: Con la aceptación de los presentes términos el usuario se obliga a: Suministrar información veraz; abstenerse de utilizar la plataforma para actos contrarios a la moral, la ley, el orden público y buenas costumbres; pagar oportunamente; recepción de los productos solicitados, verificar al momento de la validación que los productos.

Garantía: Las reclamaciones por garantía se deben realizar directamente a los domiciliarios, quienes tienen la obligación de responder por la gestión del pedido.

Consideraciones finales: Toda la información puesta a disposición en la Plataforma como imágenes, publicidad, nombres, marcas, lemas y demás elementos de propiedad intelectual; para hacerlo en virtud de las decisiones 351 de 1993 y 486 de 2000 de la Comunidad Andina de Naciones y la ley 23 de 1982.

La plataforma se encuentra disponible las 24 horas del día para su acceso y consulta. Para la realización de transacciones la disponibilidad de La Plataforma es de 24 horas al día. El Operador realiza los mejores esfuerzos para mantener en operación La Plataforma, pero en ningún caso garantiza disponibilidad y continuidad permanente de La Plataforma.

Para el comercio electrónico en cumplimiento de las disposiciones colombianas sobre mensajes de datos según la ley 527 de 1999, se comunica que la legislación nacional reconoce validez a los mensajes de datos y por tanto ellos adquieren carácter y entidad

probatoria. Para el manejo de la información, esta es suministrada por los usuarios de forma libre, para que esta sea administrada por la plataforma, aquello implica su recolección; almacenamiento; comunicación a los consumidores de información publicitaria y de mercadeo relacionada con su actividad comercial.

4.2.1 Proveedores:

Los proveedores de la plataforma Healthy son restaurantes de comida vegetariana o vegana ubicados en la ciudad de Bogotá; estos se encargan de ofrecer una gran variedad de alimentos saludables en sus respectivos menús, donde es posible encontrar, bebidas, platos fuertes, ensaladas, snacks, etc. Para la preparación de la comida es ideal que los restaurantes se especialicen en preparar alimentos con la mejor calidad posible.

Los establecimientos registrados en Healthy estarán correctamente constituidos frente a la cámara de comercio, deben cumplir con las leyes de salubridad y contar con todas las certificaciones del correcto manejo de alimentos.

Los restaurantes de comida saludable deben apoyar el cuidado del medio ambiente, por esto, es ideal que incluyan una política de preservación del medio ambiente como por ejemplo, reducción de residuos, disminución de uso de agua innecesaria, ahorro de la energía, reciclaje, etc. Healthy apoya a los establecimientos que quieran adquirir estas políticas, por lo tanto como agradecimiento se ubicará el restaurante en un lugar destacado dentro de plataforma.

4.2.2 Clientes:

Los clientes de Healthy son mujeres y hombres entre 20 a 49 años de edad con gran interés en un estilo de vida saludable, en los que incluye hábitos de buena alimentación específicamente con comida vegana o vegetariana. Estas personas quieren obtener un servicio especializado donde puedan adquirir sus alimentos con mayor facilidad.

Este segmento desea encontrar una aplicación donde la principal función sea simplificar el consumo y la adquisición de comida saludable.

4.2.3 Ventas:

El cliente Healthy tendrá la posibilidad de pagar con cualquier tipo de tarjeta sea crédito o débito, también tendrá la opción de pagar en efectivo en pago contra entrega a la hora de recibir sus pedidos.

Healthy cuenta con tres tipos de suscripciones:

- Healthy Diamante: \$15.000
- Healthy Oro: \$12.000
- Healthy Gratuito: \$0

El pago de estas suscripciones se pueden realizar por medio de cualquier tipo de tarjeta crédito o débito.

4.3 Conclusiones y recomendaciones del estudio administrativo

La plataforma trabajará cada día para alcanzar la misión y visión inculcando a cabalidad los principales valores como pasión, excelencia e innovación. La responsabilidad social corporativa es uno de los aspectos más importantes de la empresa ya que esta va de la mano con los aportes medioambientales que Healthy hará por medio de la disminución de contaminantes para el aire de Bogotá.

Al ser una empresa nueva generará empleo y aportará a la reducción de la tasa de desempleo en Colombia.

Se constituirá una Sociedad por Acciones Simplificada; para la legalización de la empresa se cuenta con documentación como RUT, RUES y Cámara de comercio, la cual debe estar regulada por medio de las entidades encargadas y cumplir con todas las leyes reglamentadas por el estado Colombiano.

5. ESTUDIO ECONÓMICO Y SOCIAL

5.1 Impacto social

Primeramente el desarrollo de Healthy facilitará el estilo de vida y la adquisición de comida saludable para el grupo objetivo; adicionalmente, contribuirá a la salud y el bienestar de muchos bogotanos amantes de la comida fresca porque la función principal de la plataforma es simplificar la distribución de comida vegetariana y vegana en diferentes partes de Bogotá, es decir, incluso personas no pertenecientes al grupo escogido tendrán la oportunidad de ordenar comida con estas características.

Por otro lado, Healthy tiene una gran inclinación a la responsabilidad social corporativa, esto consiste en el cuidado y la perseverancia del medio ambiente. Healthy contribuye a la disminución de contaminantes en el aire de Bogotá con el uso exclusivo de bicicletas y motocicletas eléctricas para el transporte de los pedidos. Adicionalmente, la aplicación incentiva a que los restaurantes se animen a implementar políticas del cuidado del medio ambiente como la reducción de residuos, reducción del consumo de agua innecesario, reciclaje, etc., como muestra de agradecimiento el restaurante es ubicada en un mejor lugar dentro de la aplicación.

Al ser una empresa nueva Healthy es generadora de empleo. “Según una encuesta hecha por el Banco de la República con analistas locales, en promedio, la desocupación en el país no cedería este año, ya que llegaría a 10,6%.”(El portafolio, 2020, p.1). Healthy conoce la situación de Colombia, por lo tanto aportará empleo en distintos cargos de la organización, ya sean administrativos u operarios.

5.1.1 Beneficiarios directos del proyecto:

Los beneficiarios directos son principalmente los usuarios amantes de la comida saludable ya que se simplificará el proceso de adquisición de comida de su antojo; quienes descarguen la plataforma no tendrán la necesidad de salir de casa y contarán con variedad de opciones como bebidas, platos fuertes, snacks, ensaladas, etc. Por otro lado, están los beneficios de contenido que Healthy ofrece permitiéndole al usuario adquirir mayores ideas para innovar en su alimentación.

Según la UVE para los usuarios son múltiples los beneficios que se obtienen tales como: En primer lugar, para la salud de las personas. En una sociedad con desequilibrios nutricionales patentes ocasionados por el omnipresente consumo de alimentos de origen animal, la alternativa vegetariana representa un modelo de alimentación mucho más saludable. (Perez, 2016, p.1)

Los restaurantes de comida saludable ubicados en Bogotá también se verán beneficiados porque el número de clientes aumentará y se facilitará la compra de los platos ofrecidos en sus respectivos menús.

Para los colaboradores se ofrecerán beneficios como por ejemplo, convenios con restaurantes que permitan obtener cupones de descuento, descuentos para eventos especiales; se les incluirá en sus días de trabajo un día de descanso para que comparta con su familia (dos veces al año).

5.1.2 Beneficiarios indirectos:

Medio ambiente de Bogotá: Healthy aporta al medio ambiente con la disminución de los contaminantes del aire de Bogotá porque el transporte de los alimentos se hace exclusivamente en bicicletas y en motocicletas eléctricas.

Empleo: Genera empleos administrativos y operativos.

Buena salud de los bogotanos: Mejora los hábitos de alimentación de los bogotanos ya que facilita la adquisición de diferentes opciones de comida saludable.

5.1.3 Aporte al desarrollo local o regional:

Con el desarrollo de Healthy se generarán empleos en la ciudad de Bogotá, debido a que es una plataforma nueva están disponibles cargos administrativos y operativos.

La tasa de desempleo en Bogotá para el trimestre abril – junio 2019 fue de 10,3%, inferior en 0.3 puntos porcentuales a la cifra registrada el mismo trimestre móvil del año anterior (10,6%). Con este resultado, la capital se ubicó como la cuarta ciudad con la tasa de desempleo dentro de las 23 ciudades y áreas metropolitanas del país. Por su parte, la tasa de desempleo en Colombia aumentó de 9,4% para abril - junio de 2018 a 10,1% para el mismo período de 2019.” (Escorcía, 2019, p.1)

Los domicilios enviados a los clientes se hará por medio de bicicletas y motocicletas eléctricas, esta práctica motivará a más personas a que usen este medio de transporte para tener un mejor estado físico y contribuir con el cuidado del medio ambiente.

En un informe del Tiempo “ Bogotá Cómo Vamos” indicó que el 8 % de los ciudadanos usan la bicicleta como principal medio de transporte, es decir un poco más

de 640 mil, y que el 83 % se siente satisfecho al usar este medio de transporte. El promedio de edad de los usuarios es de entre 18 y 25 años. La bicicleta es un medio amigable que no quiere grandes inversiones y su mantenimiento es muy económico. Es parte de la cultura de Bogotá –que cuenta con 385,6 kilómetros de ciclo rutas- y también de otras ciudades en el país que le apuestan a este medio alternativo (El tiempo, 2018, p.1)

Bogotá es una ciudad llena de ciclo rutas lo cual facilita el uso de medios de transporte conscientes con el ecosistema.

5.1.4 Coherencia con el plan de desarrollo nacional:

En el plan de desarrollo actual de la alcaldesa Claudia López consiste en disminuir las tasas de desempleo en Bogotá. Healthy aportará con nuevos trabajos. López (2019) afirma:

El empleo es el tema más importante para la ciudadanía de los relacionados con Desarrollo Económico. Esto se deduce de diversas encuestas como la de Pro Bogotá 8 y Bogotá Cómo Vamos. En esta última el tema ha subido progresivamente de importancia al pasar del séptimo (2011) al tercer lugar (2015) y, con el cambio de metodología, en 2018 aparece como una de las prioridades estratégicas. El trabajo decente debe ser una de las prioridades para la Alcaldía y la prioridad principal del Sector de Desarrollo Económico, dicho sea de paso, en concordancia con el Objetivo de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas titulado: Trabajo decente y crecimiento económico. El diagnóstico es claro, tanto en las cifras como en las posibilidades de política pública. (p.3)

Healthy se centrará en el cuidado del medio ambiente y promueve el uso de medios de transportes totalmente amigables para el planeta, apoya la iniciativa impuesta por el

presidente Iván Duque. El Presidente afirmó que promoverá el uso masivo de los vehículos eléctricos, lo que redundaría en la reducción de la contaminación del aire que causan los automotores tradicionales que utilizan gasolina o diesel, generando óxidos nitrosos, monóxido de carbono dióxido de carbono. Actualmente, Bogotá y Medellín tienen las zonas con el aire más contaminado del país al registrar las mayores concentraciones de material articulado en la atmósfera, según el más reciente estudio de calidad del aire entregado por el Ideam. (Semana, 2018).

5.2 Impacto ambiental:

Healthy implementa un tipo de transporte amigable con el medio ambiente ya que los domicilios se realizan exclusivamente en bicicletas y motocicletas eléctricas, esta práctica genera un impacto positivo en el aire de Bogotá porque se reduce el tráfico y sus contaminantes, se disminuye el consumo de gasolina u otros productos químicos que pueden atentar contra el medio ambiente.

Según un estudio titulado “Life Cycle Assessment of Transportation Options for Commuters” de 2010 del Massachusetts Institute of Technology, realizado por Shreya Dave, se estima que el uso de la bicicleta para ir a laborar genera de media 33 gramos de CO por pasajero y milla recorrida, una cantidad en la que se tiene en cuenta tanto el gas exhalado por el ciclista como el generado por la fabricación de la máquina o por la construcción de las infraestructuras requeridas. Las emisiones calculadas para la bicicleta son iguales para una persona que se desplaza caminando, mientras que aumentan a 85 gramos de CO por pasajero y milla recorrida para un autobús lleno, 210 gramos, 382 gramos para un carro tipo sedán, a 446 gramos para un carro deportivo, 619 gramos para una camioneta o a 674 para un autobús con la mayoría de los asientos vacíos (Dave, 2010).

Se identifica que la distribución de alimentos por medio de un transporte diferente a las bicicletas y motocicletas eléctricas puede llegar a ser muy nociva para el aire de Bogotá, asimismo afecta la salud de todos los habitantes de la ciudad. Por otro lado el tráfico se ve afectado cuando en su mayoría se prefiere usar carro, bus, etc.

Estas son algunas cifras del estudio desarrollado por el Grupo de Estudios de Sostenibilidad Urbana y Regional (SUR) de Los Andes y la Cámara de Comercio de Bogotá (CCB) presentado en el Foro: "10 años de la Movilidad en Bogotá: Avances y Desafíos" el 27 de noviembre. (Universidad de los Andes, 2017, p.1)

La investigación realizada por el Grupo de Estudios de Sostenibilidad Urbana y Regional (SUR) de Los Andes y la Cámara de Comercio de Bogotá (CCB) dice que al usar bicicleta se reduciría un espacio considerable en todas las calles, según los cálculos hechos por Felipe Pardo, del centro de investigaciones Despacio, junto con la Universidad de los Andes, en la misma área de un solo cupo de carro en el parqueadero (de 2,4 metros de ancho por 4,8 metros de largo) podrían ubicarse hasta 40 bicicletas plegadas. El Observatorio de Movilidad de la Cámara de Comercio de Bogotá, en el 2014, mostraba que en ese espacio caben 20 bicicletas no plegadas. Otra estimación que se puede realizar es que en la ciudad han dejado de rodar 3.968 TransMilenio (cupos para 160 pasajeros), 12.700 buses zonales del Sistema Integrado de Transporte (cupos para 50 personas) y 127.000 carros particulares, si se tuviera en cuenta que en cada uno caben cinco personas. (Cruz, 2017, p.1)

Es posible reducir los impactos medioambientales si se implementan políticas de cuidado del planeta; es por esto que Healthy se interesa en buscar alternativas de preservación y cuidado.

5.3 Conclusiones y recomendaciones del estudio económico social

El plan de negocio ayudará considerablemente al medio ambiente de la ciudad de Bogotá, las principales razones nacen de que en la actualidad se viven múltiples alertas por la calidad del aire en la ciudad. Healthy es una empresa responsable con el planeta, por lo tanto muestra una gran inclinación a la preservación y cuidado del entorno; la compañía únicamente usará transportes que sean amigables como por ejemplo, las bicicletas o motocicletas eléctricas las que permiten disminuir los productos químicos contaminantes.

Adicionalmente el tráfico disminuirá debido a que es posible ubicar cierta cantidad de bicicletas donde solamente se podría estacionar un automóvil. Healthy aprovechará esta oportunidad para motivar a los bogotanos a hacer el uso frecuente de este medio de transporte amigable con el medio ambiente.

Healthy disminuirá la tasa de desempleo en Bogotá y a medida que la empresa crezca irá contratando mayor número de colaboradores, la plataforma seguirá aportando con la economía nacional.

6. ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero que se ejecutó para Healthy se realizó mediante 3 cotizaciones a bancos ubicados en la ciudad de Bogotá, cada cotización con un valor de \$90.120.000 (noventa millones de pesos colombianos), se verificó sus tasas de interés y la duración de cada crédito. Finalmente se decidió por el banco Finandina, este préstamo se adapta a las necesidades que la compañía buscaba para financiar su proyecto. Se desarrollan las respectivas proyecciones donde se identifica que Healthy tendrá gran cantidad de ingresos para su sostenimiento mensual.

6.1 Proyecciones:

6.1.1 Inversión inicial.

Los emprendimientos colombianos han sido más valorados en los últimos años ya que muchos de los proyectos han sido realizados por jóvenes con grandes ideas. Al realizar una búsqueda de proyectos donde se aprecie el emprendimiento colombiano se logró encontrar eventos como Smart Capital, Antoni Lelo de Larrea Venture Partners (ALLVP) y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MINCIT), los cuales consisten en:

En Smart Capital se habla de la importancia del ecosistema emprendedor del país, el principal objetivo es promover la industrial de capital emprendedor y fortalecer capacidades. En la última edición hubo expectativas de negocios superiores a los 140.000 millones de pesos. Para el 2020 existen fondos internacionales que están llegando al país o incluyen a

Colombia en su tesis de inversión. Eso demuestra un gran apetito por invertir en el país por parte de comunidad extranjera (Calderón, 2020).

El proyecto Antoni Lelo de Larrea Venture Partners (ALLVP) es un fondo de inversión latinoamericano que administra más de 200 millones de dólares para impulsar emprendimientos en etapa de crecimiento y que tengan como objetivo transformar la vida de las personas en temas de tecnología. Fondo de inversión busca emprendimientos colombianos para financiarlos (El portafolio, 2020).

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MINCIT) crea el primer Fondo de Fondos colombiano para invertir en emprendimientos y empresas de economía naranja. El presidente Iván Duque, lideró una conversación entre los inversionistas públicos y privados del fondo, para dar a conocer los atributos de los emprendedores. El presidente suscribió oficialmente la creación del Fondo de Fondos, una alternativa de financiamiento por medio de fondos de capital, diseñado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, a través de Bancóldex e iNNpulsa Colombia, e invitó a los empresarios a prepararse para acceder a la financiación (Mintic, 2019).

Existen varios proyectos y fondos que apoyan los emprendimientos, por lo tanto es importante identificarlos y generar las propuestas innovadoras. Healthy posee gran potencial en el mercado de aplicaciones porque además de brindar un servicio de alimentación cuenta con opciones de entretenimiento e información.

6.1.2 Financiación y fuentes de financiación

Las dos socias de Healthy aportarán \$4,506.000 (cuatro millones quinientos seis mil pesos colombianos), es decir, cada una de ellas aportará \$2,253.000 (dos millones doscientos cincuenta y tres mil pesos colombianos) este valor equivale al 5% de la inversión inicial.

Healthy contará con la entidad inversora de emprendimiento Antoni Lelo de Larrea Venture Partners (ALLVP) porque son un fondo de inversión latinoamericano que actualmente administra más de 200 millones de dólares para impulsar emprendimientos en etapa de crecimiento y que tengan como objetivo transformar la vida de las personas en temas de tecnología. Esta entidad realizará el 10% de aporte equivalente a \$9.012.000 (nueve millones doce mil pesos colombianos).

Es necesario contar con un préstamo con en entidades financieras, por esto, se consultaron tres entidades financieras.

a. Banco Finandina

Figura 4.

Cotización Banco Finandina

Cuéntanos sobre ti
Ingresa tus datos personales

Proceso Exitoso
Karen Alejandra Pasaste con éxito el primer paso. Por favor continua con el registro de la información para obtener tu pre-aprobado en línea.

¿Cuánta plata necesitas?
Ingresa los datos del crédito a solicitar

¿Cuánto Necesitas? \$ 90.120.000 Plazo* 48 meses ¿Quieres una compra de cartera? Si quieres saber cuál es tu cuota aproximada de click aquí Tu cuota aproximada es de ... \$ 2.696.059

Si quieres una cuota más baja, puedes aumentar el plazo. Recuerda que la cuota puede variar una vez finalizado el proceso.

Atras Siguiente

Cuéntanos a qué te dedicas
Información de actividad económica

Figura 4. Cotización Banco Finandina. Copyright 2020 por Banco Finandina. Obtenido de:

<https://www.bancofinandina.com/>

La primera entidad consultada fue el Banco Finandina donde se cotizó por el valor de \$ 90.120.000 (noventa millones ciento veinte mil pesos colombianos), el préstamo tiene una duración de 5 años con unas cuotas aproximadas de \$2.690.059 (dos millones seiscientos noventa mil pesos colombianos), no tiene cláusula de permanencia lo cual permitiría la compra de cartera con un nivel de interés más bajo.

b. Banco de Bogotá

Figura 5.

Cotización Banco de Bogotá

Recargable - Emisión	\$6,500		
Recargable - Cargue	\$1,170		
Recargable - Cuota Manejo	\$8,700		
Transacciones Adicionales en Cajeros			
Propias	\$1,800		
AVAL	\$1,800		
Otras redes ²	\$5,350		
TARJETAS VISA VALE			
Tarjetas Visa Vale Alimentación y Gasolina			
Comisión Cargue	2%		
Comisión Expedición	\$4,100		
Comisión Re - Expedición	\$3,600		
Comisión Cargue mínimo	\$2.400		
* Nota: La comisión es negociable vía reciprocidad en cuenta			
- El cargue mínimo por tarjeta depende del tipo de convenio asociado al servicio.			
- Estas tarifas corresponden a las tarifas máximas del servicio y varían dependiendo del tipo de convenio asociado al servicio.			
HOME BANKING BANCA EMPRESARIAL			
Portal Empresarial y Corporativo			
Plan 20 transacciones incluidas	\$36,300		
Plan 50 transacciones incluidas	\$57,600		
Plan 75 transacciones incluidas	\$76,900		
Plan 100 transacciones incluidas	\$99,200		
Plan 200 transacciones incluidas	\$140,800		
Plan 400 transacciones incluidas	\$243,300		
Plan 800 transacciones incluidas	\$437,400		
Transacción adicional a cualquier plan	\$1,490		
Solicitud de Token (aplica a partir de la 10ma reposición por pérdida)	\$67,900		
Transacciones a través de Cajeros Automáticos			
Red AVAL			
Consulta de Cupo		\$4,300	
Avances en efectivo		\$9,700	Nota 1
Transacción NO EXITOSA (Nip errado, fondos insuficientes, excede topes, negado límite uso excedido) - Propias y Grupo Aval		\$1,800	
Otras Redes²			
Consulta de Cupo		\$5,350	
Avances en efectivo		\$5,350	
Transacción NO EXITOSA (Nip errado, fondos insuficientes, excede topes, negado límite uso excedido) - Propias y Grupo Aval		\$5,350	
En el Exterior²			
Consulta de Cupo		\$15,500	
Avances en efectivo		\$15,500	
Transacción NO EXITOSA (fondos insuficientes, clave errada a partir del 3er intento)		\$15,500	
Transacciones a través de Internet			
Avances con Tarjeta de Crédito		\$4,900	
Avance no exitoso con Tarjeta de Crédito		\$1,800	
Portafolios Integrales			
PYME Transaccional		\$39,500	
PYME Plan 20		\$73,000	
PYME Plan 50		\$90,300	
Cuota Administración Crédito Activo			
Crédito Activo Pyme		\$15,200	
Crédito Rotativo Persona Jurídica		0.1% con mín. \$53,500	
PORTAL NEGOCIOS			
Plan transacciones ilimitadas		Desde \$56,900	
Solicitud de Token		\$67,900	
RECAUDOS AVAL PAY CENTER			
Botón AVAL		\$2,400	
Botón PSE rango 1		\$2,400	
Botón PSE rango 2		\$2,400	
CRÉDITO MICROFINANZAS (MIPYME)			
Rango 2 SMMLV	7,50%	Rango 4 SMMLV	6,94%
Rango 8 SMMLV	4,50%	Rango 16 SMMLV	4,00%
Rango 25 SMMLV	3,50%		

Figura 5. Cotización Banco de Bogotá. Copyright 2020 por Banco de Bogotá. Obtenido de:

<https://www.bancodebogota.com/wps/portal/banco-de-bogota/bogota>

Figura 6.

Cotización Banco de Bogotá

CRÉDITO DE CONSUMO	
Crédito Microfinanzas (MIPYME) ^{Nota 3}	
Rango 2 SMMLV	7,50%
Rango 4 SMMLV	6,94%
Rango 8 SMMLV	4,50%
Rango 16 SMMLV	4,00%
Rango 25 SMMLV	3,50%
Crediestudiantil	
Estudio de Crédito hasta \$1,500,000	\$77,400
Estudio de Crédito desde \$1,500,000	\$63,400

Figura 6. Cotización Banco de Bogotá. Copyright 2020 por Banco de Bogotá. Obtenido de:

<https://www.bancodebogota.com/wps/portal/banco-de-bogota/bogota>

Figura 7.

Cotización Banco de Bogotá

Cartas de Crédito con Aceptación (30 días)	
Prórroga por cada 30 días (diferidas)	1.5% con mín \$6,300
Apertura Créditos Documentarios o No Documentarios (por 90 días)	1.5% con mín \$6,300
Apertura Créditos Documentarios o No Documentarios (por 30 días adic)	1.5% con mín \$6,300
Pago Créditos Rotatorios	1% con mín \$6,300
Expedición Cartas Crédito sobre el Interior contra recibo	1.5% con mín \$6,300
Por Expedición Créditos de aduana 1 utilización	1.5% con mín \$6,300
Cobranzas Recibidas País	
Cobros sobre la misma u Otra Plaza	5% con mín \$6,300
Cobranza mayor a 90 días por mes o fracción	\$3,400
Pago directo de los efectos	5% con mín \$6,300
Letras recibidas para la aceptación	2.5% con mín \$3,100
Cobro de Retención, Amortización y Rendimiento Títulos Valores	
Rendimiento Títulos Valores	2.5% con mín \$4,100
Rendimientos Valores con Interés Fijo	2.5% con mín \$4,100
Cobro de Valores amortizados	1% con mín \$4,100
CHEQUES	

Figura 7. Cotización Banco de Bogotá. Copyright 2020 por Banco de Bogotá. Obtenido de:

<https://www.bancodebogota.com/wps/portal/banco-de-bogota/bogota>

La siguiente entidad donde se realizó una cotización es el Banco de Bogotá, el cual maneja diferentes tasas de créditos varía totalmente de la cantidad de dinero, el valor que se solicitó fue de \$90.120.000 (noventa millones ciento veinte mil pesos colombianos) con una tasa de interés de 1.5% . La deuda aumentaría \$16.221.600 (dieciséis millones de pesos colombianos) si fuera a 12 cuotas, no tiene cláusula de permanencia y su tasa de interés puede variar.

c. Banco Sempli

Figura 8.

Cotización Banco Sempli

¿En qué vas a invertir tu crédito?

¿Cuánto dinero necesitas?

¿A qué plazo de pago?

Estima tu riesgo ?

Figura 8. Cotización Banco Sempli. Copyright 2020 por Banco Sempli. Obtenido de:

[https://www.sempli.co/?utm_medium=ad&utm_source=googleads&utm_campaign=Diligenciamiento del paso 3A nov 2019 a febrero 2020-Sempli](https://www.sempli.co/?utm_medium=ad&utm_source=googleads&utm_campaign=Diligenciamiento_del_paso_3A_nov_2019_a_febrero_2020-Sempli)
[Search&utm_content=prestamos_a3&gclid=EAIaIQobChMiiP2AxdTw6AIVBMDICh3maAnNEAAYASAAEgLSFvD_BwE](https://www.sempli.co/?utm_medium=ad&utm_source=googleads&utm_campaign=Diligenciamiento_del_paso_3A_nov_2019_a_febrero_2020-Sempli)

Figura 9.

Cotización Banco Sempli

Total capital		Plazo	Tasa de interés	Total intereses	Total a pagar
\$90,120,000		18 meses	1.50%	\$13,383,187	\$103,503,187

Simulación de cuotas

Cuota No.		Saldo capital	Capital	Interés	Valor cuota
1	Pagar deuda total	\$90,120,000	\$4,398,377	\$1,351,800	\$5,750,177
2	Pagar deuda total	\$85,721,623	\$4,464,353	\$1,285,824	\$5,750,177
3	Pagar deuda total	\$81,257,270	\$4,531,318	\$1,218,859	\$5,750,177
4	Pagar deuda total	\$76,725,952	\$4,599,288	\$1,150,889	\$5,750,177
5	Pagar deuda total	\$72,126,664	\$4,668,277	\$1,081,900	\$5,750,177
6	Pagar deuda total	\$67,458,387	\$4,738,301	\$1,011,876	\$5,750,177
7	Pagar deuda total	\$62,720,086	\$4,809,376	\$940,801	\$5,750,177

Figura 9. Cotización Banco Sempli. Copyright 2020 por Banco Sempli. Obtenido de:

https://www.sempli.co/?utm_medium=ad&utm_source=google-ads&utm_campaign=Diligenciamiento del paso 3A nov 2019 a feb 2020-Sempli-Search&utm_content=prestamos_a3&gclid=EA1aIQobChMIiP2AxdTw6AIVBMDICh3maAnNEAAYASAAEgLSFvD_BwE

Figura 10.

Cotización Banco Sempli

9	Pagar deuda total	\$53,029,194	\$4,954,739	\$795,438	\$5,750,177
10	Pagar deuda total	\$48,074,455	\$5,029,060	\$721,117	\$5,750,177
11	Pagar deuda total	\$43,045,395	\$5,104,496	\$645,681	\$5,750,177
12	Pagar deuda total	\$37,940,899	\$5,181,064	\$569,113	\$5,750,177
13	Pagar deuda total	\$32,759,835	\$5,258,779	\$491,398	\$5,750,177
14	Pagar deuda total	\$27,501,056	\$5,337,661	\$412,516	\$5,750,177
15	Pagar deuda total	\$22,163,395	\$5,417,726	\$332,451	\$5,750,177
16	Pagar deuda total	\$16,745,669	\$5,498,992	\$251,185	\$5,750,177
17	Pagar deuda total	\$11,246,677	\$5,581,477	\$168,700	\$5,750,177
18		\$5,665,200	\$5,665,199	\$84,978	\$5,750,177
			\$90,120,000	\$13,383,187	\$103,503,187

Figura 10. Cotización Banco Sempli. Copyright 2020 por Banco Sempli. Obtenido de:

https://www.sempli.co/?utm_medium=ad&utm_source=google-ads&utm_campaign=Diligenciamiento del paso 3A nov 2019 a feb 2020-Sempli-Search&utm_content=prestamos_a3&gclid=EA1aIQobChMIiP2AxdTw6AIVBMDICh3maAnNEAAYASAAEgLSFvD_BwE

El tercer banco fue Sempli el cual tiene una tasa de interés al 1,50% se cotizó \$90.120.000 (noventa millones ciento veinte mil pesos colombianos) para realizar el pago con un plazo de 18 meses, las cuotas son de \$5,750.170 (cinco millones setecientos cincuenta mil pesos

colombianos) lo que aumentaría la deuda en un total de \$12.883.060 (doce millones ochocientos ochenta y tres pesos colombianos)

El banco que se eligió fue Finandina debido a que su tasa de interés es la más baja y se acomoda al rango disponible de Healthy, las cuotas a cancelar mensualmente son de \$2.690.059 (dos millones seiscientos mil pesos colombianos); este es un valor cómodo que la empresa puede costear durante los 5 años del préstamo. Se genera un aumento del valor teniendo en cuenta los intereses y los plazos; esta será de \$37.058.832 (treinta y siete mil cincuenta y ocho pesos colombianos).

6.1.3 Proyección de ventas

Figura 11.

Resultado de proyección de ventas.

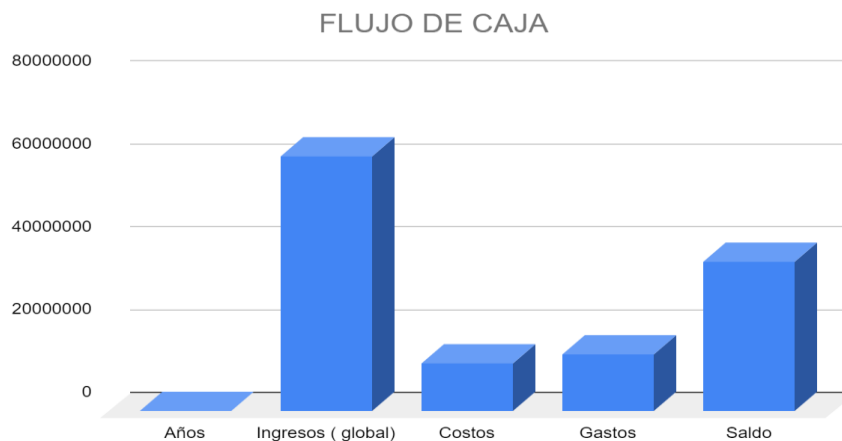


Figura 11. Resultado de proyección de ventas. Copyright 2020 por Healthy. Obtenido por: Creación propia Healthy

Como se evidencia en la figura número 10 Los ingresos son mayores y supera ampliamente a los costos y gastos mensuales que genera la empresa, el nivel de ingresos es de \$61.6000.000 por lo cual nos queda como ganancias mensuales \$36.021.142, estos indicadores demuestran que la rentabilidad de la empresa es bastante amplia y solo en el primer mes se puede evidenciar que el proyecto es totalmente viable.

6.1.4 Proyección de costos y gastos

Figura 12.

Resultado proyección de costos.

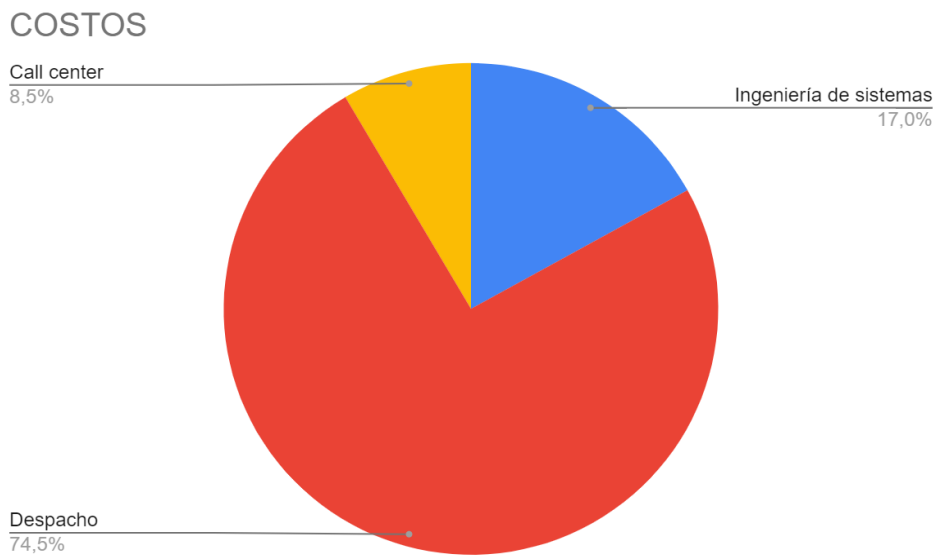


Figura 12. Resultado de proyección de costos. Copyright 2020 por Healthy. Obtenido por: Creación propia Healthy

La aplicación Healthy cuenta con tres principales costos como lo muestra la figura 11 estos costos son ingeniería de sistemas con el 51,6% (\$2.000.000 + prestaciones) Call center

con 25,8% (\$1.000.000) y el despacho será de 10 personas que equivale al 74,53% (\$11.778,030)

Figura 13.

Figura 12: Resultados proyección de gastos.

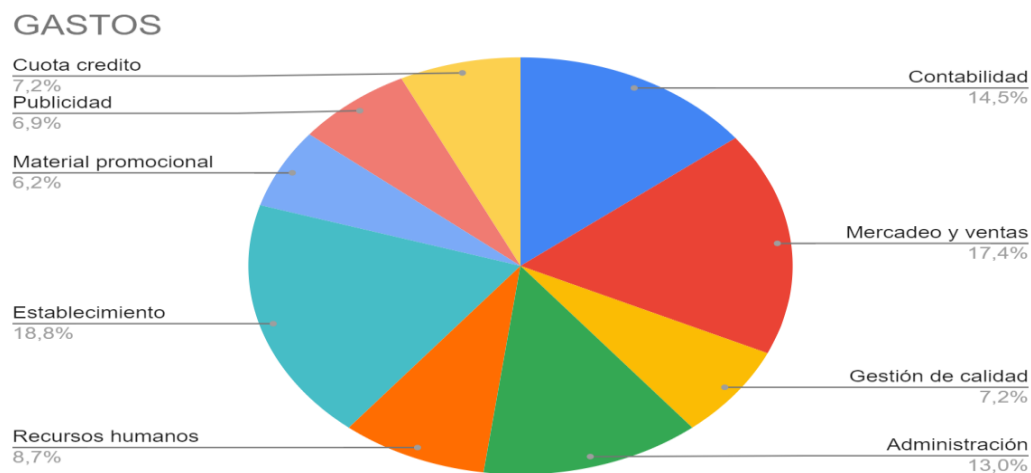


Figura 13. Resultados Proyección de gastos. Copyright 2020 por Healthy. Obtenido por: Creación propia Healthy

Lo gastos mensuales de la aplicación son \$13.800.828 como muestra la gráfica figura 12 , estos gastos están divididos en partes de salarios como contabilidad equivalente a 14,5% (2.000.000 + prestaciones), mercadeo y ventas con el 17,4% (\$2.400.000 + prestaciones), gestión de calidad 7,2% (\$1.000.000+ prestaciones) administración 13% (1.800.000+ prestaciones) recursos humanos 8,7% (1.200.000) seguido de gastos de establecimiento donde se incluye el valor de la oficina y los servicios públicos 18,8% (\$2.600.000), material promocional 6,2% (\$850.000) publicidad en redes sociales como Facebook, YouTube e Instagram 6,9% (\$995.828) y por último la cuota de crédito equivalente al 7,2% (995.828).

El gasto más grande que tiene la aplicación es equivalente al 20,6% del establecimiento.

6.1.5 Flujo de caja proyectado

Figura 14.

Figura 14: Resultados del flujo de caja proyectado.

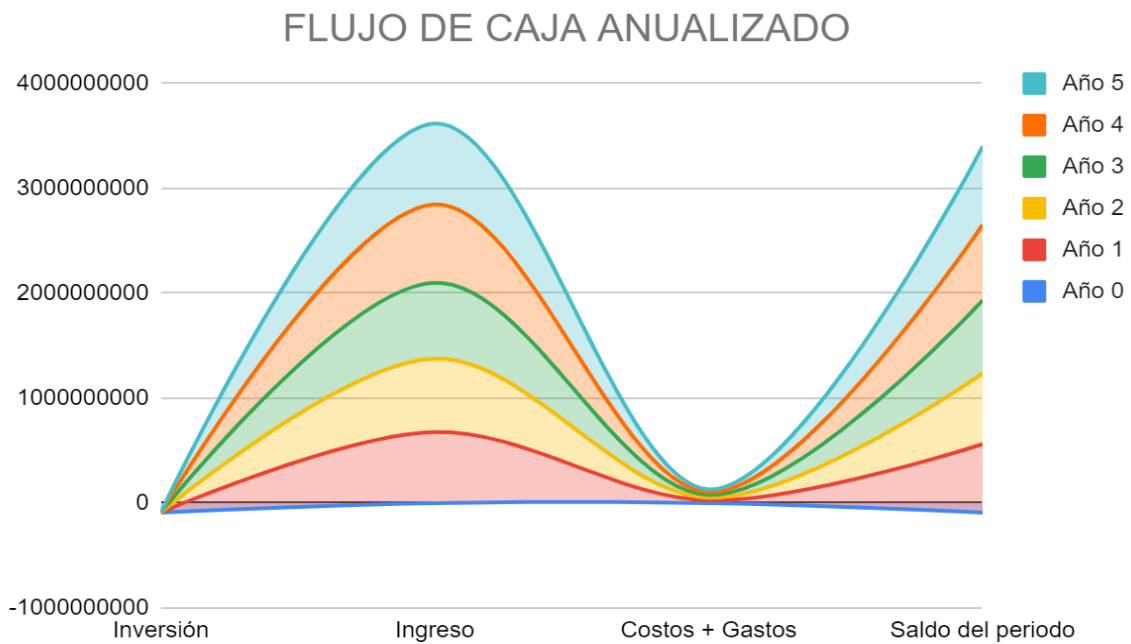


Figura 14. Resultado de Flujo de caja proyectado. Copyright 2020 por Healthy. Obtenido por: Creación propia Healthy

Como se evidencia en la figura 13, cada año su nivel de venta es mayor que sus gastos y costos denotando así que en solo el primer año se es posible cancelar la inversión inicial del proyecto, sus ingresos incrementan un %24.490 con una venta total de \$652.021.142.

En conclusión el proyecto es totalmente viable al lograr obtener este número de utilidades.

Figura 15.

Resultados del flujo de caja anualizado.

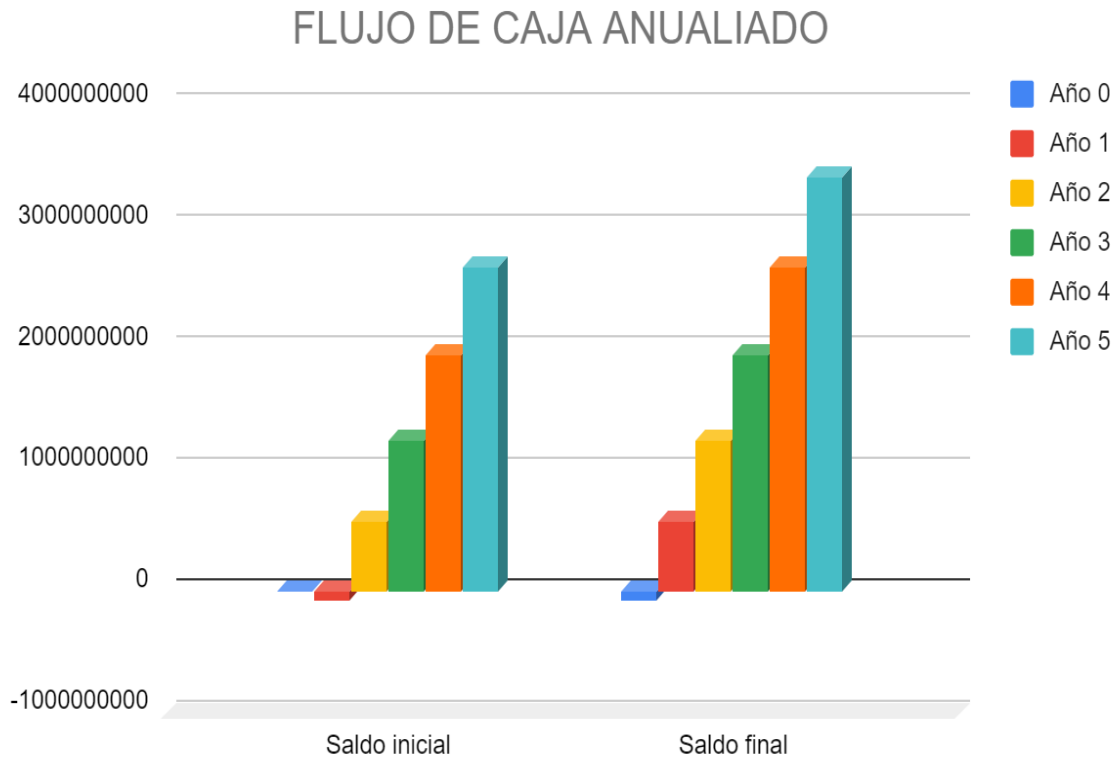


Figura 15. Resultado del flujo de caja anualizado. Copyright 2020 por Healthy. Obtenido por: Creación propia Healthy.

Como se muestra en la figura 14, a medida de que transcurren los años proyectados el negocio muestra un incremento, ya que en tan solo el primer año se logra pagar la deuda inicial de desarrollo del proyecto, sus primeras utilidades son de \$561.901.142 (quinientos millones sesenta y un mil novecientos pesos colombianos) lo cual permite suplir los gastos y costos del plan de negocios.

6.2 Indicadores de evaluación del proyecto

Tabla 6.

Resultados de indicadores de evaluación del proyecto.

Indicadores de crecimiento del sector	
PIB	3,3%
IPC	0,67%

Tabla 6. Resultados de indicadores de crecimiento del sector .Copyright 2020 por Healthy. Obtenido por: Creación propia Healthy.

Tabla 7.

Indicadores de proyecto

Indicadores de proyecto	
Recuperación de la inversión	Se recupera la inversión en el año 1
TIR	727%
TIO	32%
VNA	1.517.292.394,68
B/C	17,84

Tabla 7. Resultados de indicadores de evaluación del proyecto .Copyright 2020 por Healthy. Obtenido por: Creación propia Healthy.

6.1.3 Conclusiones y recomendaciones del estudio financiero

Análisis de los indicadores: Como se evidencia en el cuadro número 7 la TIR (727%) superan ampliamente la TIO, evidenciando que para el inversionista resulta más rentable invertir en el proyecto que colocar su dinero en otra opción de inversión que solo le rentaría el 32%. Este indicador permite que sea firme que el proyecto desde el punto de vista de la rentabilidad es completamente viable.

En cuanto a la capacidad del proyecto para valorizar los recursos puestos en él, el VNA (1.517 millones) muestra cómo al cabo de 5 años este negocio es capaz de generar un valor adicional al invertido inicialmente, lo cual reafirma la viabilidad del proyecto desde el punto de vista de su capacidad generadora de valor.

La relación beneficio costo muestra como cada peso invertido en el proyecto devuelve \$17,84 ; mostrando que el proyecto es capaz de retornar lo que se invierte en él, dejando una ganancia de \$ 17,84 por cada peso invertido, resultando altamente rentable y recomendable para el inversionistas

7. CONCLUSIONES GENERALES

7.1 Presentación del proyecto en modelo Canvas

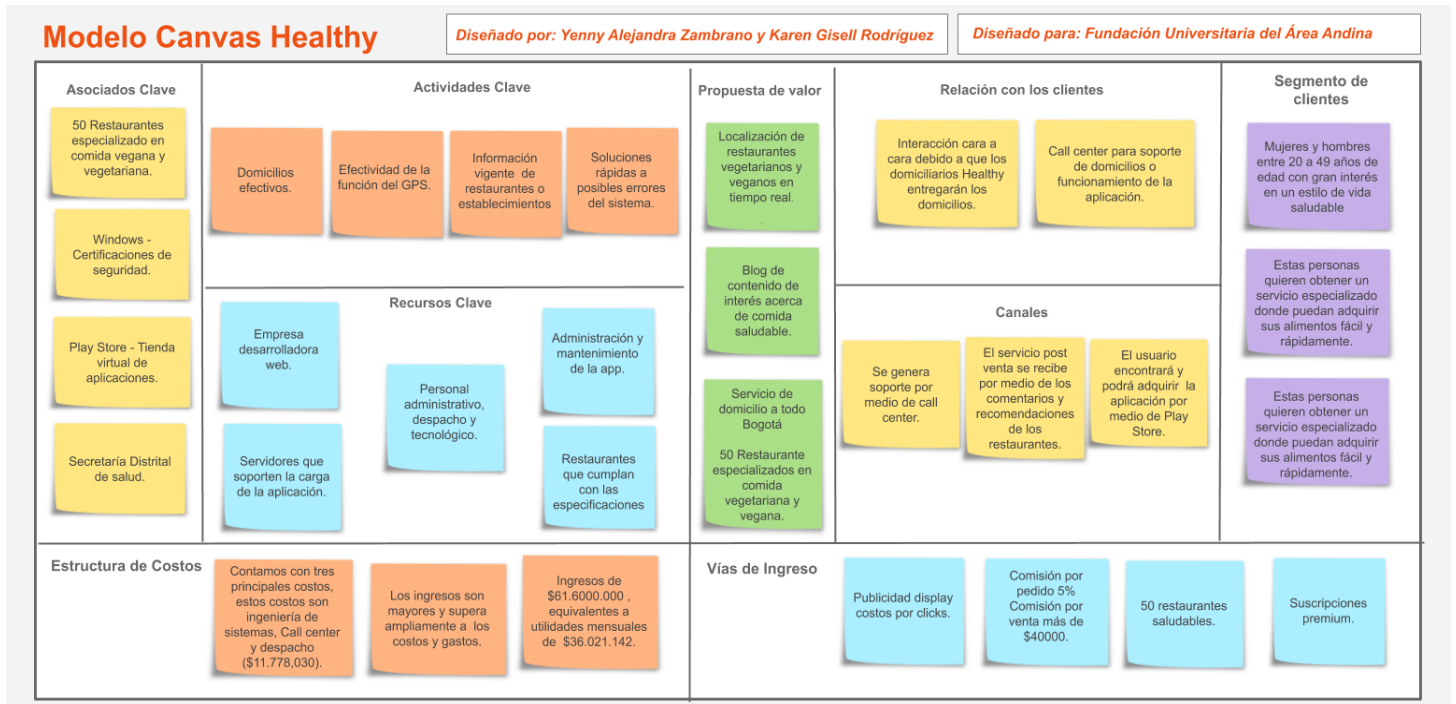


Figura 16. Modelo Canva plan de negocios Healthy. Copyright 2020 por Healthy. Obtenido por: Creación propia Healthy.

7.2 Recomendaciones generales

Healthy es una aplicación que piensa en la mejora del estilo de vida de la comunidad amante de la comida saludable en especial la población vegana y vegetariana ya que en la actualidad es un dolor de cabeza obtener sus alimentos con facilidad; ya que no existe un método o una aplicación en el mercado que se centre y se especialice en este nicho

Las características principales de Healthy como los domicilios en la ciudad de Bogotá, la ubicación de restaurantes cercanos a la localización del usuario, el blog de contenido de interés facilitan en un gran porcentaje a la población saludable que se le dificulta la adquisición rápida de estos alimentos; por medio de los beneficios brindados por Healthy el grupo objetivo puede satisfacer sus necesidades y deseos en cuanto a una alimentación saludable y de buena calidad.

La aplicación posee un diseño técnico que incluye adaptabilidad móvil, acceso a conexión GPS, creación de base de datos con almacenamiento óptimo de información de redes sociales y correo electrónico; tendrá la posibilidad de interacción entre usuarios por medio del blog de contenido, sistema preestablecido en constante actualización para restaurantes y precios con sus respectivos productos, adicionalmente se realizará monetización mediante anuncios publicitarios. La app estará disponible en la tienda digital Play Store. y la duración del desarrollo del proyecto será de 15 meses requiriendo una inversión de \$50.620.111 (cincuenta millones seiscientos veinte mil cien pesos colombianos).

Este plan de negocios posee gran potencial al tener variedad de beneficios en cuanto a su implementación, por ejemplo, la utilidad que le darán la población vegana y vegetariana por medio de los exclusivos beneficios que Healthy ofrece. Adicionalmente la aplicación se interesa en mantener responsabilidad social corporativa con el medio ambiente; esto generará buena percepción a los consumidores ya que al solicitar sus alimentos sabrán que aportan con la preservación del medio ambiente en Bogotá.

8. Listado de tablas

Tabla 1.

Cuantificación de la demanda

Tabla 2.

Análisis D.O.F.A.

Tabla 3.

Cruce D.O.F.A

Tabla 4.

Certificaciones necesarias para realizar una app

Tabla 5.

Características de Windows Server 2019 (Certificaciones)

Tabla 6.

Resultados de indicadores de evaluación del proyecto.

Tabla 7.

Indicadores de proyecto

Tabla 8.

Ingresos

INGRESOS			
	Cantidad	Mes	
Publicidad costos por clics	4000	2.000.000	
Suscripción restaurantes 50 restaurantes	50.000	2.500.000	
Comisión por pedido 5% Comisión por venta más de \$40000	100 por día - 3000 ventas totales al mes (20000 aprox)	4.000.000,00	Comisión recibida de 2000 ventas
Suscripciones premium			
Healthy Diamante (\$15000)	1500	22.500.000,00	
Healthy oro (\$12000)	1800	21.600.000,00	
Healthy gratuito (\$0)	2000	0	
Envíos (\$3000)	3000	9.000.000	
TOTAL		61.600.000	

Tabla 9.

Inversión inicial

Inversión inicial			
		Cantidad	
Mobiliario		6	4.000.000,00
Equipos (Sala servidores)			8.000.000,00
Equipo (Computadores)		6	6.000.000,00
Desarrollo de la aplicación			50.620.000,00
Licencias			20.000.000,00
Cámara de comercio			1.500.000,00
		TOTAL	90.120.000,00

Tabla 10.

Fuentes de financiamiento

Fuentes de financiamiento		
Cofinanciación (Antoni Lelo de Larrea Venture Partners (ALLVP))	10%	9.012.000,00
Socios	5%	4.506.000,00
Entidad financiera FINANDINA	85%	76.602.000,00
Tasa mensual	1,50%	
Plazo	4 años	
Cuotas	1.101.153,72	

Tabla 11.

Costos

Costos				
	Cantidad	Sueldo		Porcentaje
Ingeniería de sistemas	1	2.000.000,00	Prestaciones	16,98%
Despacho	10	8.778.030,00	Prestaciones	74,53%
Call center	1	1.000.000,00	Prestaciones	8,49%
		11.778.030,00	Mensuales	100,00%

Tabla 12.

Gastos

Gastos						
		Cantidad	Sueldo		Porcentaje	
Contabilidad		1	2.000.000,00		14,49%	Prestaciones
Mercadeo y ventas		2	2.400.000,00	1.200.000	17,39%	Prestaciones
Gestión de calidad		1	1.000.000,00		7,25%	Prestaciones
Administración		1	1.800.000,00		13,04%	Prestaciones
Recursos humanos		1	1.200.000,00		8,70%	Prestaciones
Establecimiento	Oficina					
	Espartillal	1	1.600.000,00	11,59%	18,84%	
	Servicios	(Luz, agua)	1.000.000,00	7,25%		
Material promocional	Chaquetas	15	450.000,00	3,26%	6,16%	
	Maletas	10	400.000,00	2,90%		
Publicidad	Facebook		205.000,00	1,49%	6,92%	
	Youtube		500.000,00	3,62%		
	Instagram		250.000,00	1,81%		
Cuota crédito			995.828,00		7,22%	
			13.800.828		100,00%	

Tabla 13.

Flujo de caja anualizado

Flujo de caja anualizado						
Año	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión	-90.120.000	0	0	0	0	0
Ingreso		677.600.000	699.960.800	723.059.506,40	746.920.470,11	771.568.845,62
Costos + Gastos		25.578.858	25.750.236,35	25.922.762,93	26.096.445,44	26.271.291,63
Saldo del periodo	-90.120.000,00	652.021.142,00	674.210.563,65	697.136.743,47	720.824.024,67	745.297.554,00
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Saldo inicial	0	-90.120.000	561.901.142	1.236.111.705,65	1.933.248.449,12	2.654.072.473,79
Saldo final	-90.120.000	561.901.142	1.236.111.705,65	1.933.248.449,12	2.654.072.473,79	3.399.370.027,78

9. Listado de gráficas

Figura 1.

Ejemplos de publicidad display

Figura 2.

Cotización MiApp.com

Figura 3.

Organigrama Aplicación Healthy.

Figura 4.

Cotización Banco Finandina

Figura 5.

Cotización Banco de Bogotá

Figura 6.

Cotización Banco de Bogotá

Figura 7.

Cotización Banco de Bogotá

Figura 8.

Cotización Banco Sempli

Figura 9.

Cotización Banco Sempli

Figura 10.

Cotización Banco Sempli

Figura 11.

Resultado de proyección de ventas.

Figura 12.

Resultado proyección de costos.

Figura 13.

Resultados proyección de gastos.

Figura 14.

Resultados del flujo de caja proyectado.

Figura 15.

Resultados del flujo de caja anualizado.

Figura 16.

Canva plan de negocios Healthy

10. Listado de anexos

10.1 Anexos

Archivo de Excel - Proyecciones

Bibliografía.

- Arévalo, M. (06 de junio de 2018). *La oferta vegana que se cocina en Bogotá*. Obtenido de <https://www.elspectador.com/opinion/la-oferta-vegana-que-se-cocina-en-bogota-columna-792884>
- Arias, N. (22 de Julio de 2014). *Restaurantes para los paladares vegetarianos, La república*. Obtenido de <https://www.larepublica.co/ocio/restaurantes-para-los-paladares-vegetarianos-2148686>
- Datos de Google Trends. (16 de Febrero de 2018). *Estadísticas sobre vegetarianismo y veganismo*. Obtenido de <https://www.respuestasvegas.org/2011/12/encuestas-sobre-veganismo.html>
- Dave,S. (Febrero de 2010). *Life Cycle Assessment of Transportations*. Obtenido de <https://files.meetup.com/1468133/LCAwhitepaper.pdf>
- El portafolio. (19 de Septiembre de 2018). *Los beneficios económicos del vegetarianismo y veganismo, El portafolio*. Obtenido de <https://www.portafolio.co/tendencias/vegetarianismo-una-oportunidad-de-negocio-aun-no-se-explota-521227>
- Galbis, K. (18 de Febrero de 2016). *Las 10 aplicaciones gratuitas más populares para veganos*. Obtenido de <https://veggisima.com/las-10-aplicaciones-gratuitas-mas-populares-para-veganos/>
- Núñez, A. (12 de Enero de 2018). *Las 5 mejores aplicaciones móviles para vegetarianos*. Obtenido de <https://www.ticbeat.com/salud/7-aplicaciones-moviles-vegetarianos/>
- Tovar Guzmán, D. (14 de Agosto de 2009). *Plan de negocios para la puesta en marcha de un restaurante vegetariano en Bogotá*. Obtenido de <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/9620/tesis115.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Zuleta, M. (06 de junio de 2018). *La oferta vegana que se cocina en Bogotá, El espectador*. Obtenido de <https://www.elespectador.com/opinion/la-oferta-vegana-que-se-cocina-en-bogota-columna-792884>
- Grupo Santino, D. (07 de Agosto de 2018). *Cuáles son las mejores empresas de domicilio para los restaurantes*. Obtenido de <https://gruposantino.net/2017/06/17/empresas-de-domicilios/>
- Libre, A. (05 de mayo de 2015). *La publicidad en las Apps Android desde un punto de vista técnico*. Obtenido de <https://elandroidelibre.lespanol.com/2015/05/la-publicidad-en-las-apps-android-desde-un-punto-de-vista-tecnico.html>
- Universidad de los Andes. (02 de diciembre de 2017). *Más bogotanos prefieren pedalear y caminar*. Obtenido de <https://uniandes.edu.co/es/noticias/ambiente-y-sostenibilidad/bogotanos-prefieren-pedalear-caminar>
- Revista Actualícese (2015) Tipos de Sociedades y sus diferencias. Obtenido de <https://actualicese.com/actualidad/2015/04/27/tipos-de-sociedades-y-sus-diferencias-ltda-s-a-comanditas-s-a-s-colectivas/>
- Congreso de Colombia (05 de mayo de 2008). *Ley 1258* Obtenido de <https://actualicese.com/ley-1258-de-05-12-2008/>
- De Piero, A., Bassett , N., Rossi , A., & Sammán, N. (2015). *Tendencia en el consumo de alimentos de estudiantes universitarios*. Obtenido de <http://scielo.isciii.es/pdf/nh/v31n4/49originalotros04.pdf>
- Díaz, D. (2019). *Estadísticas veganismo: ¿cuántos veganos hay?* Recuperado el 2020, de <https://respuestasveganitas.org/encuestas-sobre-veganismo/>
- El Portafolio. (04 de febrero de 2020). *El desempleo no cedería en el 2020 y llegaría al 10,6%*. Recuperado el 2020, de <https://www.portafolio.co/economia/el-desempleo-no-cederia-en-el-2020-y-llegaria-al-10-6-537792>

Escorcía, C. B. (31 de Septiembre de 2019). *Disminuye tasa de desempleo en Bogotá para el trimestre abril – junio de 2019*. Obtenido de <http://observatorio.desarrolloeconomico.gov.co/trabajo-decente-y-digno-mercado-laboral/disminuye-tasa-de-desempleo-en-bogota-para-el-trimestre>

López, C. (2019). *Más empleo, más desarrollo económico, más emprendimiento*. Obtenido de <http://plandegobiernoclaudialopez.com/Desarrollo-econ%C3%B3mico.pdf>

Pérez, V. (24 de Octubre de 2016). *¿Cómo es la vida de los vegetarianos?* Obtenido de <https://hipertextual.com/2016/10/la-vida-de-los-vegetarianos>

Salinas, L. (2016). *Proyecto para la creación de un restaurante vegetariano en la ciudad de Bogotá D*. Obtenido de <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/13210/Salinalina2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Calderón, H. (25 de febrero de 2020). *'El ecosistema emprendedor en Colombia ha evolucionado y es más atractivo para los inversionistas'*. Recuperado el 2020, de <https://www.dinero.com/emprendimiento/articulo/como-conseguir-inversion-para-emprendimientos-en-colombia/282103>

El portafolio. (28 de enero de 2020). *Fondo de inversión busca emprendimientos colombianos para financiarlos*. Recuperado el 2020, de <https://www.portafolio.co/negocios/inversion/fondo-de-inversion-busca-emprendimientos-colombianos-para-financiarlos-empresas-colombia-537521>

MINCIT. (19 de noviembre de 2019). *Fondo de Fondos, inversión inteligente para crecer*. Obtenido de

<http://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/industria/fondo-de-fondos-inversion-inteligente-para-crecer>

Alcaldía Mayor de Bogotá. (2020). *¿Qué debo saber si tengo o tendré un restaurante?* Recuperado el 29 de Marzo de 2020, de

<http://autorregulacion.saludcapital.gov.co/restaurantes>

Google Play. (2020). *Creemos la tienda de aplicaciones y juegos más fiable del mundo*. Recuperado el 29 de Marzo de 2020, de

<https://play.google.com/about/developer-content-policy/>

Cruz, M. R. (24 de septiembre de 2017). *Más de 1.200 toneladas de CO2 se evitan al año gracias a las bicis*. Recuperado el 29 de marzo de 2020, de

<https://www.eltiempo.com/bogota/contaminacion-que-se-evita-gracias-al-uso-de-la-bicicleta-en-bogota-98716>

El tiempo. (23 de octubre de 2018). *La bicicleta, ¿la solución para la movilidad?* Recuperado el 29 de marzo de 2020, de

<https://www.eltiempo.com/vida/medio-ambiente/por-que-la-bicicleta-es-una-buena-solucion-para-la-movilidad-284550>

DANE. (2020). *Proyecciones de población*. Recuperado el 31 de marzo de

2020, de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/proyecciones-de-poblacion>

Rodríguez, A. D. (2018). *Ventajas y desventajas de las dietas vegetarianas*

[.https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/9093/Ventajas%20y%20desventajas](https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/9093/Ventajas%20y%20desventajas)

[20de%20las%20dietas%20vegetarianas.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/9093/Ventajas%20y%20desventajas%20de%20las%20dietas%20vegetarianas.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Microsoft. (2019). Microsoft. Obtenido de [https://www.microsoft.com/es-](https://www.microsoft.com/es-mx/cloud-platform/windows-server-pricing)

[mx/cloud-platform/windows-server-pricing](https://www.microsoft.com/es-mx/cloud-platform/windows-server-pricing)

Google Play. (2020). Google Play. Obtenido de Google play:

<https://play.google.com/about/developer-content-policy/>

Semana. (08 de septiembre de 2018). *Semana sostenible* . Obtenido de Semana

sostenible: <https://sostenibilidad.semmana.com/medio-ambiente/articulo/ivan-duque-presidente-medio-ambiente-apuesta/41301>

Álvarez C. (04 de 2012). El país semana. Obtenido de El país semana:

<https://blogs.elpais.com/eco-lab/2012/03/lo-que-contamina-una-bicicleta.htm>

Banco de Bogotá. (2020). *Banco de Bogotá. Cotización crédito*. (Figura 3)

Obtenido de <https://www.bancodebogota.com/wps/portal/banco-de-bogota/bogota>

Banco Finandina. (2020). *Banco finandina .Cotización crédito*. (Figura 4, 5,6)

Obtenido de <https://www.bancofinandina.com/>

Banco Sempli. (2020). *Banco Sempli. Cotización crédito*. (Figura 7, 8,9)

Obtenido de Banco Sempli:

https://www.sempli.co/?utm_medium=ad&utm_source=google-ads&utm_campaign=Diligenciamiento_del_paso_3A_nov_2019_a_feb_2020-Sempli-Search&utm_content=prestamos_a3&gclid=EAIaIQobChMIiP2AxdTw6AIVBMDICh3maAnNEAAYASAAEgLSFvD_BwE