

Las plataformas tecnológicas el nuevo horizonte de las fruterías en el barrio Ponteviedra de la ciudad de Bogotá D.C.

Las plataformas tecnológicas el nuevo horizonte de las fruterías en el barrio Pontevendra
de la ciudad de Bogotá D.C.



Las Plataformas Tecnológicas el Nuevo Horizonte de las Fruterías en el Barrio
Pontevendra de la Ciudad de Bogotá D.C.

Autores

CARLOS FERNANDO GUTIÉRREZ GAMBOA

Especialización En Administración Financiera

INGRID ALEXANDRA AGRAY MONGUI

Especialización Gerencia De Mercadeo

MARÍA VICTORIA LOSADA MUÑOZ

Especialización Gerencia De Mercadeo

MAYRA ALEJANDRA HERRERA HERNÁNDEZ

Especialización Gerencia De Mercadeo

Tutor

GERMAN GARCÍA GALINDO

Bogotá, D.C., Noviembre 23 de 2020

RESUMEN

Las empresas representan la base fundamental de la economía de un país o región, siendo necesario desde los gobiernos local y nacional velar por el crecimiento de las empresas. Con empresas sólidas un país se vuelve más atractivo para inversionistas locales y extranjeros, haciendo que la economía de un país mejore y los índices de desempleo y pobreza disminuyan de manera considerable. Hoy en día debemos velar por empresas sostenibles, que generen empleo, disminuyan contaminación ambiental y que económicamente sean sólidas. Al identificar que algunas de las empresas colombianas que se ajustan dentro de la categoría de “Micro establecimientos” no cuentan con las herramientas necesarias para llevar a cabo el desarrollo de sus actividades de forma exitosa, se hace necesario conocer las herramientas para promover la comercialización de sus productos; esto con el fin de incrementar sus ingresos, expandir su negocio, garantizar su permanencia y diversificar sus servicios.

Se realiza una investigación de tipo descriptivo con un enfoque cuantitativo, acerca del desconocimiento o falta de interés que tienen los micro establecimientos del sector de las fruterías ubicadas en el barrio Ponteviedra de Bogotá, para iniciar el proceso de dar a conocer las diferentes plataformas tecnológicas y resaltar la importancia del uso adecuado de éstas en las fruterías del barrio Ponteviedra de la ciudad de Bogotá D.C. Identificar las limitaciones, el temor y desconocimiento por parte de los micro establecimientos de utilizar las plataformas tecnológicas existentes.

Palabras claves: Micro establecimientos, fruterías, desconocimiento, plataformas tecnológicas, domicilios, emprendedores, productos, servicios, expansión, negocio.

ABSTRACT

Companies represent the fundamental economy base of a country or region, being necessary from local and national governments to ensure the growth of companies. With solid companies, a country becomes more attractive to local and foreign investors, causing a country's economy to improve and the unemployment and poverty rates to decrease considerably. Today we must ensure sustainable companies that create jobs, reduce environmental pollution and are economically sound. When identifying that some of the Colombian companies that fit into the category of "Micro establishments" do not have the necessary tools to carry out the development of their activities successfully, it is necessary to know the tools to promote the commercialization of their products; this in order to increase their income, expand their business, guarantee their permanence and diversify their services.

A descriptive research is carried out with a quantitative approach, about the ignorance or lack of interest that micro establishments of the greengrocer sector located in the Bogota's Pontevendra neighborhood have, to start the process of publicizing the different technological platforms and highlight the importance of the proper use of these in the greengrocers of the Pontevendra neighborhood of the city of Bogotá DC Identify the limitations, fear and ignorance on the part of the micro establishments to use the existing technological platforms.

KeyWords: Micro establishments, greengrocers, ignorance, technological platforms, homes, entrepreneurs, products, services, expansion, business.

CONTENIDO

1	INTRODUCCIÓN.....	7
2	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	9
2.1	Antecedentes del problema:.....	9
2.2	Descripción del problema:.....	10
3	OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN.....	12
3.1	Objetivo general.....	12
3.2	Objetivos específicos.....	12
4	JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	13
4.1	Conveniencia.....	13
5	MARCO TEÓRICO.....	14
5.1	Marco Normativo.....	14
6	MARCO METODOLÓGICO.....	22
6.1	Establecer el diseño de la investigación y su alcance, en términos del tipo de estudio a realizar.....	22
6.2	Definición conceptual y operacional de las variables objeto de medición.....	22
6.3	Instrumentos para la recolección de información.....	25
6.4	Tamaño de la muestra y selección de individuos que harán parte del estudio.....	26
6.5	Estadísticas de las encuestas.....	28
7	ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	32
7.1	Plataformas Tecnológicas.....	34
8	CONCLUSIONES.....	40
9	FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN.....	42
10	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	43

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Normatividad vigente en Colombia para las Mipymes.....	14
Tabla 2. Clasificación del tamaño empresarial.....	21
Tabla 3. Variables y Definiciones Conceptuales	22
Tabla 4. Variables y Definiciones Operacionales	23
Tabla 5. Calculador estadístico de muestras para investigación (S.C, s.f.).....	25
Tabla 6. Fruterías que conocen las plataformas tecnológicas	33
Tabla 7. Fruterías que tienen implementada alguna plataforma tecnológica	34
Tabla 8. Cuestionario para iniciar el proceso de registro del negocio	35
Tabla 9. Formulario para iniciar el proceso de registro del negocio	36
Tabla 10. Formulario para iniciar el proceso de registro del negocio	37
Tabla 11. Formulario para iniciar el proceso de registro del negocio	38

1 INTRODUCCIÓN

La línea de investigación del presente trabajo fue la modernización de organizaciones, en el campo del emprendimiento y la gerencia en las grandes, medianas y pequeñas empresas G3Pymes; desde un tipo descriptivo.

Las empresas pequeñas, medianas y grandes, son las que mueven en gran parte la economía de un país, generando empleo, desarrollo, crecimiento y mejorando las condiciones de vida de los habitantes. En junio de 2020 la tasa de desempleo fue del 19.8% y para el mismo mes del año 2019 fue del 9.4%, siendo esto un aumento del 10.4%.

Actualmente los establecimientos comerciales están siendo sujeto de profundos y rápidos cambios tecnológicos, los cuales están constituidos en las TIC. Para Cualquier establecimiento comercial es de suma importancia contar con más clientes y atenderlos de manera excelente, la valoración de un establecimiento comercial como lo son las fruterías del Barrio Pontevendra en la Ciudad de Bogotá, estaba basando en la cantidad de ventas que realice y el menor costo de las mismas. Con la emergencia que afronta el país a causa del COVID-19, algunos establecimientos fueron cerrados y fue necesario implementar estrategias de atención al cliente, una de ellas fue la utilización de domicilios. La revolución de la información está afectando la competencia desde tres aspectos. 1. Cambia la estructura de la industria y altera las reglas de la competencia. 2. Crea ventajas competitivas, otorgando a las empresas nuevas formas de vencer a sus rivales. 3. Crea nuevos negocios dentro de los existentes, frecuentemente dentro de las propias operaciones de la compañía (Castel & Sanz, 2009).

Según la Gran Encuesta a las Microempresas (GEM) Anif 2020, se entrevistó a 1.500 microempresarios de los sectores de industria, comercio y servicios, la encuesta se realizó en las principales ciudades de Colombia, con especial participación de Bogotá (incluyendo municipios aledaños), Medellín, Cali, Barranquilla, Bucaramanga, Pereira, Cúcuta y Manizales. Teniendo en cuenta la distribución del total de la muestra el 61% pertenecen al sector de comercio y el 34 % a la línea de alimentos y bebidas, las microempresas destacaron que los principales problemas para el desarrollo de las

Las plataformas tecnológicas el nuevo horizonte de las fruterías en el barrio Pontevendra de la ciudad de Bogotá D.C.

actividades, es la falta de demanda, la alta competencia y los costos de la materia prima

En Colombia rigen cuatro leyes para la Mipymes, las cuales fueron suscritas por el Congreso.

En cuanto a metodología, lo primero que se realizó fue un recorrido a la totalidad del Barrio Pontevendra para identificar las fruterías, encontrándose diez y de estas, siete accedieron al diligenciamiento de la encuesta, dos se encontraban cerradas y una no suministró información. La encuesta contó con cinco preguntas y lo más destacada es que tres de siete fruterías tienen implementadas plataforma tecnológicas para domicilios.

En el desarrollo de la presente investigación, podremos observar en el capítulo dos el planteamiento del problema de investigación, en el tres los objetivos de la investigación, en el cuatro la justificación de la investigación, en el cinco el marco teórico, en el seis el marco metodológico, en el siete el análisis de resultados, en el ocho conclusiones, en el nueve futuras líneas de investigación y en el diez las referencias.

2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

2.1 Antecedentes del problema:

El ámbito empresarial está sujeto a una serie de rápidos y profundos cambios que inevitablemente están propiciando una transformación de los procesos, las estrategias y las estructuras organizativas (Drucker, 1994; Day y Glazier, 1994; Worrall et al., 1998). Sin duda alguna, uno de los mayores catalizadores de esta transformación lo constituyen las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), por lo que alcanzar beneficios derivados de su utilización supone uno de los retos más importantes en marketing (Brady, Saren y Tzokas, 1999; Castells, 2001; Vilaseca y Torrent, 2005).

El uso adecuado de las TIC que se realice, marcará la diferencia entre el éxito y el fracaso de la organización. Ya que estas pueden conferir a la empresa la capacidad de alcanzar una visible ventaja competitiva sobre sus rivales, a la vez que le puede ayudar a mantener una rentabilidad cada día más amenazada (López, 1998). Así mismo, a través de la utilización de las TIC, la empresa puede incrementar la productividad, sobre todo al favorecer el establecimiento y fortalecimiento de las relaciones que mantiene con el exterior (Rodríguez y Diz, 1999; Vilaseca y Torrent, 2004).

Los siguientes son algunos de los cambios más importantes que las TIC han propiciado en la distribución comercial durante los últimos años. (Jiménez Zarco & Martínez Ruiz, 2006)

Empresas:

- Diferentes formas de organización y coordinación
- Costes menores
- Posibilidad de ofrecer servicios nuevos
- Redefinición de los segmentos de mercado
- Reformulación de las actividades tradicionales

Las plataformas tecnológicas el nuevo horizonte de las fruterías en el barrio Ponteviedra de la ciudad de Bogotá D.C.

(Castel & Sanz, 2009) Señalan que la revolución de la información está afectando la competencia desde tres aspectos:

- Cambia la estructura de la industria y altera las reglas de la competencia.
- Crea ventajas competitivas, otorgando a las empresas nuevas formas de vencer a sus rivales.
- Crea nuevos negocios dentro de los existentes, frecuentemente dentro de las propias operaciones de la compañía.

Lo cual permite visualizar la importancia de las TIC en las organizaciones, dado que tales tecnologías no sólo afectan la forma como se realizan las actividades individuales, sino que también mediante nuevos flujos de información han mejorado de modo significativo la habilidad de explotación de los enlaces entre las actividades dentro y fuera de la organización (Castel & Sanz, 2009).

2.2 Descripción del problema:

Las empresas ya sean grandes, medianas o pequeñas, son la base fundamental de la economía de un país, estas contribuyen al desarrollo y crecimiento económico de la sociedad y son las generadoras de empleo disminuyendo las tasas de desempleo, para el mes de junio de 2020, la tasa de desempleo del total nacional fue 19,8%, lo que significó un aumento de 10,4 puntos porcentuales frente al mismo mes del año anterior (9,4%). (DANE, 2020)

Durante el primer trimestre del año, según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (Dane) la economía colombiana creció 1,1%, cuando al final de este periodo se vio afectada por la pandemia del coronavirus. La economía colombiana durante el primer bimestre de 2020 venía con un comportamiento favorable del 4,1%, en enero con una expansión económica de 3,5% mientras que febrero se había disparado al 4,8% y en el mes de marzo se contrajo -4,9%. (Portafolio, 2020).

Actualmente, con los grandes desarrollos tecnológicos se está cambiando la forma de hacer empresa, la transformación digital es la relación del uso y la apropiación de tecnologías de la información que, combinadas con la capacidad de liderazgo y el

Las plataformas tecnológicas el nuevo horizonte de las fruterías en el barrio Ponteviedra de la ciudad de Bogotá D.C.

cambio organizacional, mejoran o cambian radicalmente el desempeño y el modelo de negocio de las empresas. (TIC, 2019)

Las empresas son la base fundamental de la economía del país, del desarrollo y crecimiento económico y en alto grado generadoras de empleo, en los últimos años Colombia se ha caracterizado por ser una economía abierta adquiriendo experiencia alrededor de la globalización, logrando un variado portafolio de productos y servicios, a pesar de todo el crecimiento y evolución los microestablecimientos en Colombia presentan dificultades, limitaciones o desconocimiento de la importancia de la implementación o el uso de las plataformas tecnológicas en los pequeños establecimientos para la comercialización y distribución de los productos.

3 OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Objetivo general

Dar a conocer las diferentes plataformas tecnológicas y resaltar la importancia del uso de éstas en las fruterías del barrio Pontevendra de la ciudad de Bogotá D.C.

3.2 Objetivos específicos

1. Determinar la cantidad de fruterías existentes en el barrio Pontevendra de la Ciudad de Bogotá D.C.
2. Establecer la estrategia del negocio enfocada a un mercadeo digital y sostenible.
3. Establecer la estrategia comercial para fidelizar al cliente y posicionar en el mercado al empresario.
4. Describir las plataformas tecnológicas que podrían ser implementadas en las fruterías del barrio Pontevendra.

4 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

El campo de investigación se enfoca en el emprendimiento y gerencia; el grupo de investigación es de gerencia en las grandes, pequeñas medianas empresas G3Pymes; **la línea de investigación** es modernización de organizaciones.

Según, César Ricardo Vega Pinzón, gerente de estrategia TIC de la CCB, opinó que las pequeñas y medianas empresas, en muchas oportunidades, desconocen lo que necesitan: “Sabén qué les gusta, cuál es el resultado y qué desean obtener, pero no saben cuál es la herramienta que las lleva a conseguir ese resultado”.

4.1 Conveniencia

Esta investigación estará enmarcada dentro del cumplimiento de los objetivos de desarrollo sostenible especialmente enfocados al ODS 9. Industria, innovación e infraestructura, ODS 8. Trabajo Decente y Crecimiento Económico y ODS 2 Hambre Cero.

Proveerá a las fruterías ubicadas en el barrio Pontevedra de la ciudad de Bogotá, información para atender al cliente en casa sin necesidad que este se traslade hasta el sitio, generando como primer impacto que los empresarios mantengan y atraigan más clientes, logrando una fidelización de los clientes, como segundo impacto se tiene que los clientes mejoraran su calidad de vida ya que no tendrán que preocuparse por salir a buscar el establecimiento y hacer la compra, un tercer impacto es que si se aumenta la demanda en los establecimientos se hace necesario e inevitable aumentar la compra de abastecimiento por parte del empresario al agricultor y de esta manera aportar mayor recurso a los agricultores, los cuales se encuentran en las zonas rurales de la ciudades y son la población más vulnerable.

5 MARCO TEÓRICO

5.1 Marco Normativo

Inicialmente es importante conocer en primera instancia la normatividad vigente en materia de las MiPymes.

En la revisión de la literatura se identificó primero la normatividad relacionada con las MiPymes. En la Tabla 1, se presentan las leyes que rigen el funcionamiento de las MiPymes.

Tabla 1. Normatividad vigente en Colombia para las Mipymes

Regulación	Análisis sobre la regulación
LEY 590 DEL 2000 CONGRESO DE COLOMBIA	Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas. (COLOMBIA E. C., Secretaria del Senado, 2020)
LEY 905 DEL 2004 CONGRESO DE COLOMBIA	Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones. (COLOMBIA E. C., Secretaria del Senado, 2004)
LEY 1314 DE 2009 CONGRESO DE LA REPUBLICA	Por la cual se regulan los principios y normas de contabilidad e información financiera y de aseguramiento de información aceptados en Colombia, se señalan las autoridades competentes, el procedimiento para su expedición y se determinan las entidades responsables de vigilar su cumplimiento. (COLOMBIA E. C., Secretaria del Senado, 2009)
Ley 1429 de 29 de diciembre de 2010 Congreso de Colombia	"Por la cual se expide la ley de formalización y generación de empleo" (COLOMBIA C. D., 2010)

Fuente: Elaboración propia

En Colombia hay dos entidades que se encargan de apoyar y controlar las tecnologías de información y el comercio electrónico, las cuales son el Ministerio de las TIC y La Cámara Colombiana de Comercio.

Las plataformas tecnológicas el nuevo horizonte de las fruterías en el barrio Ponteviedra de la ciudad de Bogotá D.C.

El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, según la Ley 1341 o Ley de TIC, es la entidad que se encarga de diseñar, adoptar y promover las políticas, planes, programas y proyectos del sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (Abudinen, 2020).

La cámara colombiana de comercio electrónico es una entidad privada sin ánimo lucro que promueve la industria ecommerce y centraliza las cifras del comportamiento del comercio electrónico del país, la promoción de las nuevas alternativas de comercio electrónico y las políticas públicas que lo regulan.

En el año 2020 a causa de la emergencia sanitaria el gobierno nacional, sancionó el decreto 457 del 22 de marzo de 2020, el cual compila las normas a seguir en la pandemia del covid19, dentro de las actividades autorizadas en el aislamiento obligatorio, en el inciso 12 del artículo 3 indica.

“12. La comercialización presencial de productos de primera necesidad se hará en mercados de abastos, bodegas, mercados, supermercados mayoristas y minoristas y mercados al detal en establecimientos y locales comerciales a nivel nacional, y podrán comercializar sus productos mediante plataformas de comercio electrónico y/o por entrega a domicilio”. (Olmos., 2020).

En el inciso 20 del mismo artículo cita.

“20. La comercialización de los productos de los establecimientos y locales gastronómicos mediante plataformas de comercio electrónico o por entrega a domicilio. Los restaurantes ubicados dentro de las instalaciones hoteleras solo podrán prestar servicios a sus huéspedes””. (Olmos., 2020).

De acuerdo a lo anterior los establecimientos gastronómicos se vieron llamados a reinventarse para no perder la totalidad de su clientela y buscar nuevas maneras de llevar sus productos al cliente final, con la implementación de plataformas y activando el servicio de domicilios.

Para junio de 2020 más 22.000 establecimientos gastronómicos en Colombia ya habían cerrado definitivamente sus puertas y más de 160.000 empleos directos fueron

Las plataformas tecnológicas el nuevo horizonte de las fruterías en el barrio Ponteviedra de la ciudad de Bogotá D.C.

cancelados esta cifra fue dada por Acodres, la mayoría de los establecimientos de comidas aún están dando la lucha por no cerrar definitivamente.

La implementación correcta de las plataformas tecnológicas en el servicio de domicilios es el factor que puede hacer la diferencia para miles de estos establecimientos, para lograr vencer la crisis y no cerrar sus puertas, aun hoy cuando se abre la economía a la nueva normalidad el uso de las plataformas estará vigente.

La organización mundial de la salud estima que la duración de la pandemia será por lo menos de 2 años y hasta ese momento se podrá hablar del retorno a una normalidad total, por lo que el proyecto no solo es viable normativamente sino también es necesario para apalancar la economía del país.

También es importante mencionar que en esta era digital los establecimientos colombianos estaban rezagados en la implementación de tecnologías que les permitieran diversificar su negocio.

La transformación tecnológica y digital es un tema que se ha vuelto un gran reto para las pequeñas y medianas empresas en Colombia, pues según el Registro Único Empresarial y Social (Rues), en el país el 94,7% de las empresas registradas son microempresas y el 4,9% son pequeñas y medianas en donde tan solo el 34,4% de todas ellas le apuesta a la innovación tecnológica según el Dane (Dinero, 2016).

Scheel (2005) señala que el desempeño competitivo de una empresa se alcanza cuando se utilizan las tecnologías para establecer sinergias entre las actividades básicas de los negocios, así como para su apoyo a las estructuras industriales y sus conductores externos, todos juntos bajo un marco integral y una visión estratégica común de un alto desempeño competitivo (Saavedra García & Tapia Sánchez, 2019).

Las plataformas tecnológicas el nuevo horizonte de las fruterías en el barrio Pontevedra de la ciudad de Bogotá D.C.

Según Crainer, S. y D. Dearlove (2001), la nueva economía está marcada más por el espíritu emprendedor que por la tecnología. La tecnología sólo es buena si se sabe utilizar y se identifican mercados para su venta. Los negocios emergentes que tendrán éxito a largo plazo en la carrera del oro de la tecnología serán los que se fundamenten en los principios empresariales de satisfacer la demanda del consumidor más que los que se basen únicamente en el brillo de la nueva tecnología (dit.upm.es, s.f.)

En la medida que los procesos cotidianos de una empresa estén basados en el tratamiento de información se producirá una creciente incidencia de la IT. Este hecho resulta evidente en las áreas de administración y finanzas, pero también se está extendiendo a las de producción, comercial, recursos humanos, etc. De esta manera, el impacto sobre las plataformas tecnológicas, según M. J. Martínez (1999), puede resumirse en los siguientes aspectos (dit.upm.es, s.f.).

- Los sistemas de comunicación de alta velocidad son operativos en, prácticamente, cualquier lugar de la tierra. Esto significa la posibilidad de mantener una comunicación rápida, fiable, económica y capaz de manejar un gran volumen de información, tanto desde ordenadores fijos (vía fibra óptica) como desde dispositivos móviles (vía telecomunicaciones).

Por otro parte, y de acuerdo con el estudio global “Analytics como fuente de innovación empresarial”, realizado por el Instituto Tecnológico de Massachusetts en 2017, más de la mitad de las empresas en el mundo (55%), usan los datos como herramienta de conocimiento e influencia para obtener ventajas competitivas en el mercado y para planificar sus estrategias comerciales, lo cual es un punto fundamental para cualquier compañía, en este caso para las fruterías del barrio de Pontevedra, que mediante la implementación de nuevos mecanismos tecnológicos como los sistemas de gestión de la información y las herramientas de marketing digital puede lograrlo al recopilar y organizar toda aquella valiosa información que recibe de sus clientes día a día y mejorando así su gestión de procesos en todas sus áreas.

Las plataformas tecnológicas, y muy especialmente los mercados en línea, se han convertido en verdaderos motores de innovación y crecimiento, al actuar como agrupadores de la actividad de pequeñas y medianas empresas, que hoy pueden tener un alcance general con costes de infraestructura muy menores. Con toda, esta nueva realidad ha generado un gran impacto en los mercados existentes (Jurídica, 2019).

A lo largo del tiempo, se ha modificado la manera como los consumidores y los productores hacen intercambio de bienes y servicios con la redefinición de la trascendencia de las plataformas digitales como elemento principal para facilitar dichas transacciones, generando reducción de los costos de transacción, el uso eficiente de las tecnologías y menor irregularidad en la información mucho más exitoso y eficiente, que ha dado lugar a nuevas formas de interactuar en los mercados.

Las plataformas tecnológicas proporcionan confianza y el uso de mecanismos de reputación a los que ofrecen servicios, a la vez ponen en contacto a un propietario con un usuario o cliente en cuestión de segundos (COMERCIO, 2018).

Según Fenalco, Las microempresas colombianas enfrentan diversos obstáculos, uno de los principales tiene que ver con su corta duración. Las pequeñas y medianas empresas tienen un ciclo de vida demasiado corto, un promedio de 12 años, debido a su incapacidad de autosostenimiento derivado, en muchas oportunidades del difícil acceso a créditos.

Sin embargo, algunos microempresarios que sobrepasan los dos años de funcionamiento con la debida instrucción reducen drásticamente su riesgo de cierre. Esto debido a que logran obtener habilidades en la gestión de proveedores y ventas, muchas veces. Por otra parte, está el acceso restringido a los programas de

financiación, todo esto sumando a la falta de conocimiento sobre las posibilidades que ofrece el mercado en materia crediticia. (FENALCO, 2020).

Según confecámaras, en Colombia de acuerdo con el tamaño de la empresa medido por el valor de sus activos, se evidencia que el conjunto de nuevas unidades productivas está conformado principalmente por microempresas (99,6%), seguido por las pequeñas empresas (0,37%) y el restante se encuentra en las medianas y grandes empresas (0,03%). (CONFECAMARAS, CONFECAMARAS, 2019).

Para el periodo de enero a junio de 2020, se evidencia que el conjunto de nuevas unidades productivas está conformado principalmente por microempresas (99,53%), seguido por las pequeñas empresas (0,44%) y el restante se encuentra en las medianas y grandes empresas (0,03%). (CONFECAMARAS, CONFECAMARAS, 2020)

Las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC), que se han convertido en un catalizador de los procesos organizacionales, sin lugar a dudas se constituyen en herramientas de apoyo a la gestión empresarial, apalancando la construcción de estrategias orientadas a la competitividad y la innovación, generando así sostenibilidad para la organización y la sociedad (Stern, 2002). Aun así, la incorporación de las TIC al ámbito de la empresa es un proceso complejo, pues involucra multiplicidad de dimensiones (Peirano y Suarez, 2004) (Gálves Albarracín, Riascos Erazo, & Contreras palacios).

Existen diversos estudios que demuestran que las TIC se utilizan como agente facilitador de la consolidación socioeconómica de las Mipymes, incluyéndose en las agendas de desarrollo de varios países (Caldeira y Ward, 2002) y ratificándose así lo mencionado por Porter (2001), quien resalta las ventajas competitivas que las TIC pueden generar en beneficio del negocio. En este sentido, las organizaciones han encontrado en la computación en la nube (herramientas en la web) una oportunidad para acceder a las TIC a un menor costo comparado con tecnologías “*in situ*”

Las plataformas tecnológicas el nuevo horizonte de las fruterías en el barrio Ponteviedra de la ciudad de Bogotá D.C.

(Marston, Li, Bandyopadhyay, Zhang y Ghalsasi, 2011). Esto es aplicable a muchas prácticas y herramientas, entre ellas la gestión de clientes y la planificación organizacional. (Edgar Julián Gálvez Albarracín*, 2014)

De acuerdo con Gates y Hemingway (2000), el manejo confiable y oportuno de la información es el elemento que mejor puede diferenciar a una empresa de la competencia. Por ejemplo, le puede señalar cuál es el negocio en el que debe competir. Una vez definido este aspecto, la información les permitirá a los gerentes tomar mejores decisiones. Con la orientación al cliente, las TI pueden convertirse en un factor clave en los procesos de negocio. De hecho, en algunas clasificaciones de los procesos, como la Asociación Americana de Productividad y Calidad, se considera la administración de las TIC como un proceso de carácter estratégico en lugar de ser solo un proceso de soporte a las empresas (Fleacă y Fleacă, 2016). (Pineda Zapata, 2020)

Las TIC, logran flexibilidad en las organizaciones y, generalmente, constituyen un primer paso en la mejora de la organización. (Ospina, 2016)

Las TIC proporcionan información y herramientas a los actores con escasos recursos para que puedan alcanzar sus objetivos comerciales de manera más eficiente (Pascal Lupien, s.f.)

La clasificación de las empresas en Colombia, según el Gobierno Nacional expidió el Decreto 957 de 2019, mediante el cual se establece una nueva clasificación del tamaño empresarial basada en el criterio único de ingresos por actividades ordinarias.

Las plataformas tecnológicas el nuevo horizonte de las fruterías en el barrio Ponteviedra de la ciudad de Bogotá D.C.

Con el Decreto, que adopta la variable de ingresos por actividades ordinarias anuales, se fijaron rangos en tres macro sectores de la economía: manufactura, servicios y comercio, así¹:

Tabla 2. Clasificación del tamaño empresarial

Tamaño	Manufactura	Servicios	Comercio
Micro	hasta 811	hasta 1.131	hasta 1.535
Pequeña	desde 811 hasta 7.027	desde 1.131 hasta 4.523	desde 1.535 hasta 14.781
Mediana	desde 7.027 hasta 59.527	desde 4.523 hasta 16.558	desde 14.781 hasta 74.066

*Cifras de Ingresos por Actividades Ordinarias Anuales en millones de pesos colombianos de 2019

Fuente: Mincomercio (2019). Gobierno expide nueva clasificación de empresas a partir de sus ingresos.

¹ Mincomercio (2019). Gobierno expide nueva clasificación de empresas a partir de sus ingresos. Recuperado de: <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/industria/gobierno-expide-nueva-clasificacion-de-empresas-a>

6 MARCO METODOLÓGICO

6.1 Establecer el diseño de la investigación y su alcance, en términos del tipo de estudio a realizar

Tipo de diseño descriptivo, según Sampieri, Fernández, Baptista 2014, “este estudio busca especificar las propiedades, características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas”. (Hernández Sampieri, Collado Fernández, & Baptista Lucio, 2014, pág. 92).

“Valor: Es útil para mostrar con precisión los ángulos o dimensiones de un fenómeno, suceso, comunidad, contexto o situación”. (Hernández Sampieri, Collado Fernández, & Baptista Lucio, 2014, pág. 92).

Para el proyecto de investigación aplicaremos el tipo descriptivo realizando recolección de información con el fin de extraer conclusiones que nos permitan presentar las plataformas tecnológicas existentes para el uso adecuado de estas en los microestablecimientos de las fruterías del barrio Ponteviedra de la ciudad de Bogotá D.C.

6.2 Definición conceptual y operacional de las variables objeto de medición.

Tabla 3. Variables y Definiciones Conceptuales

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL
Poca información sobre el beneficio del uso de las plataformas tecnológicas	La globalización, junto con los avances tecnológicos, ha logrado acortar distancias, disminuir brechas culturales y también mejorar economías y comercios. De esta manera, los emprendedores han aprovechado el fácil acceso a nuevas herramientas digitales para potenciar sus negocios y llegar a nuevos clientes, que pasan de ser locales, a nacionales e incluso muchas veces, internacionales (Grandón).

Las plataformas tecnológicas el nuevo horizonte de las fruterías en el barrio Ponteviedra de la ciudad de Bogotá D.C.

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL
Escasa información de los requerimientos de los clientes	Las empresas tienen que adaptarse a las exigencias de los clientes cuando estos aumentan su capacidad de compra y a la vez identificar y adaptarse a las nuevas necesidades cuando aparece una crisis o se reducen los recursos para el consumo, Por lo tanto la importancia de conocer y analizar constantemente a los consumidores con el fin conocer la reacción ante los productos o servicios, para esto se debe realizar una investigación de mercados (Esteban Talaya & Molina Collado, 2014, págs. 17,18).
Desconocimiento sobre las diferentes plataformas tecnológicas de domicilios existentes	La tecnología consiste en conocimiento y experiencia además de equipamiento e instalaciones que se combinan creativamente para producir y distribuir eficientemente bienes y servicios que respondan a las necesidades de la sociedad y el mercado. La tecnología surge a partir del conocimiento y se conjuga con elementos de tipo técnico, organizativo, económico y social para realizar actividades productivas (Solleiro, 2009, pág. 408).
No cuentan con la capacitación para registrar el establecimiento en las plataformas de domicilios	Para las empresas y establecimientos las plataformas de domicilios son una oportunidad para satisfacer las necesidades de sus clientes y a la vez contribuyen al crecimiento económico y extensión de los establecimientos de alimentos sin embargo, también representan algunos costos adicionales en logística, es por eso que existen algunas empresas dedicadas a satisfacer específicamente los servicios domiciliarios para diferentes categorías como supermercados, restaurantes y droguerías principalmente. Registrar los establecimientos en las plataformas es un proceso fácil y rápido (sabermassermas.com, s.f.).

Fuente: Elaboración propia basada en la investigación de la referenciación

Tabla 4. Variables y Definiciones Operacionales

VARIABLE	DEFINICIÓN OPERACIONAL
Poca información sobre el beneficio del uso de las plataformas tecnológicas	<ul style="list-style-type: none"> ✓ El beneficio para el cliente es más que evidente, agilidad y rapidez ✓ La tecnología no es un costo, sino una inversión, pero hay que tener claro el valor agregado que ésta añade al negocio. ✓ Digitalizar el negocio es algo que cada empresa local debe hacer para poder competir en el mundo actual ✓ Proporcionar interacciones con nuevos clientes ✓ Crear e implementar nuevos productos/servicios
Escasa información de los requerimientos de los clientes	Realizar el proceso de investigación de mercados para identificar las necesidades y deseos de los clientes. Primero definición del problema se especifica la finalidad de la investigación, la información necesaria, y como se debe utilizar el estudio para toma de decisiones con (discusiones con decisores, entrevistas con

Las plataformas tecnológicas el nuevo horizonte de las fruterías en el barrio Ponteviedra de la ciudad de Bogotá D.C.

	<p>expertos, datos secundarios e investigación cualitativa). Segundo método para resolver el problema, tercero diseño de la investigación, cuarto trabajo de campo o recolección de datos, quinto preparación y análisis de datos, sexto preparación y presentación del informe final (Esteban Talaya & Molina Collado, 2014).</p>
<p>Desconocimiento sobre las diferentes plataformas de domicilios existentes</p>	<p>Identificar y comprender el funcionamiento de las plataformas de domicilios para la categoría de restaurantes o establecimientos de servicios de alimentos en la ciudad. Empresas como Rappi, Uber Eats, iFood, Foody, Domicilios.com estas plataformas de domicilios se adaptan para llevar hasta los hogares de usuarios comida de restaurantes y fruterías (Staff, 2020).</p>
<p>No cuentan con la capacitación para registrar el establecimiento en las plataformas de domicilios</p>	<p>Para registrar un negocio en las diferentes plataformas de domicilios para restaurantes o establecimiento de servicio de alimentos debe diligenciar un formulario, que registra diferentes preguntas relacionadas a el establecimiento, como la ubicación, cuántas sucursales tiene, tipo de cocina, horario de apertura y de cierre, y el nombre del establecimiento, este tipo de plataformas cobran entre 8% y 27% sobre la venta, uno de los requisitos para poder afiliarse, es que debe manejar una serie de precios fijos, esto, con el fin de ofrecer una mejor experiencia entre el cliente y el restaurante y/o establecimiento (sabermassermas.com, s.f.).</p>

Fuente: Elaboración propia basada en la investigación de la referenciación

Las plataformas tecnológicas el nuevo horizonte de las fruterías en el barrio Ponteviedra de la ciudad de Bogotá D.C.

6.3 Instrumentos para la recolección de información.

Se Realiza un cuestionario de 5 preguntas que permite identificar la percepción de estos microestablecimientos respecto al uso adecuado y los beneficios que ofrecen las plataformas tecnológicas.

Tabla 5. Calculador estadístico de muestras para investigación (S.C, s.f.)



Asesoría Económica & Marketing
Copyright 2009

Calculadora de Muestras

Margen de error:

Nivel de confianza:

Tamaño de Poblacion:

Margen: 10%
Nivel de confianza: 99%
Poblacion: 10

Tamaño de muestra: 10

Ecuacion Estadística para Proporciones poblacionales

$$n = \frac{z^2(p \cdot q)}{e^2 + \frac{z^2(p \cdot q)}{N}}$$

n= Tamaño de la muestra
z= Nivel de confianza deseado
p= Proporción de la población con la característica deseada (éxito)
q=Proporción de la población sin la característica deseada (fracaso)
e= Nivel de error dispuesto a cometer
N= Tamaño de la población

Fuente. Elaboración propia, basado en corporacionaem

6.4 Tamaño de la muestra y selección de individuos que harán parte del estudio.

Para el cálculo de la muestra se plantea un muestreo probabilístico dado que se tiene en cuenta información del perfil económico de la localidad de Suba del cual hace parte el barrio Pontevedra, en donde expresan que “Suba es la localidad de Bogotá con el mayor número de empresas y establecimientos de comercio con 77.638, que representa el 12,1% de la Ciudad. Se identificó que en el barrio Pontevedra existen 10 fruterías de las cuales 4 fruterías tienen una actividad comercial mixta, por lo tanto, se tomó de muestra para la investigación las 10 fruterías ubicadas en el barrio Pontevedra. (Bogotá, 2019)

PREGUNTAS DE LA ENCUESTA

Nombre del encuestado

Nombre del establecimiento encuestado

1. A parte de las ventas en el establecimiento ¿Tiene otros métodos para comercializar sus productos a los clientes?

Si___ NO___

2. ¿Distribuye sus productos a través de domicilios?

SI___ NO___

3. ¿Conoce las plataformas tecnológicas existentes en el mercado para domicilios de alimentos?

SI___ NO___

4. ¿Tiene implementada alguna plataforma tecnológica para domicilios de alimentos en su establecimiento?

SI___ NO___

Las plataformas tecnológicas el nuevo horizonte de las fruterías en el barrio Ponteviedra
de la ciudad de Bogotá D.C.

5. ¿Identifica los beneficios que genera el uso adecuado de estas plataformas para su establecimiento?

SI ____ NO ____

6.5 Estadísticas de las encuestas

Las encuestas fueron realizadas en el mes de septiembre del año 2020. La meta era realizar a los diez establecimientos, sin embargo, se obtuvo información de siete, dos cerrados y uno no suministró información.

- Nombre de los establecimientos

Nombre del establecimiento

7 respuestas

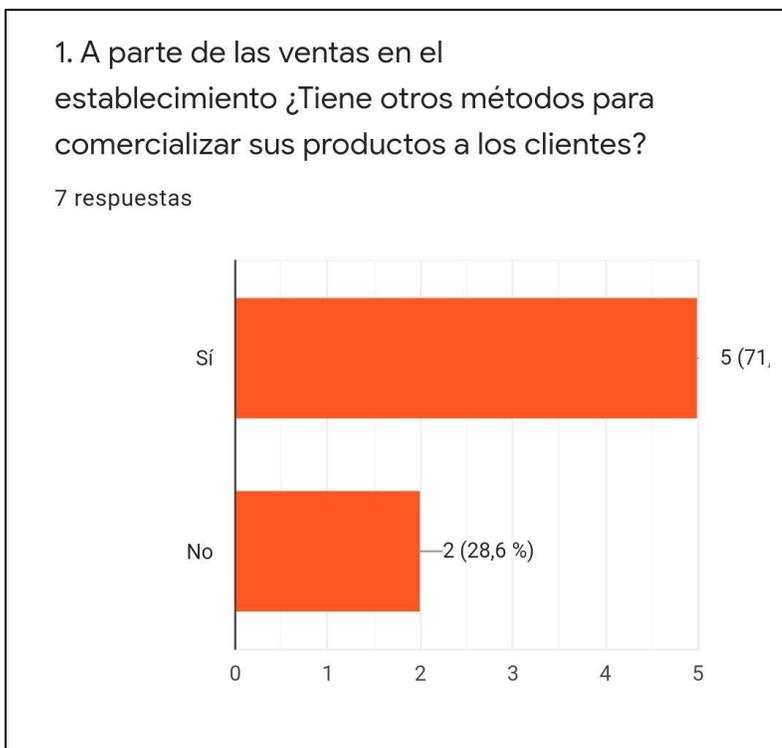
- Piña dulce
- Frutería y Heladería Monkys
- Suridan
- Fruterías Quirigua
- Frutería la Especial
- Frutería y Heladería Winpys
- Frutería Tropical

Las plataformas tecnológicas el nuevo horizonte de las fruterías en el barrio Ponteviedra de la ciudad de Bogotá D.C.

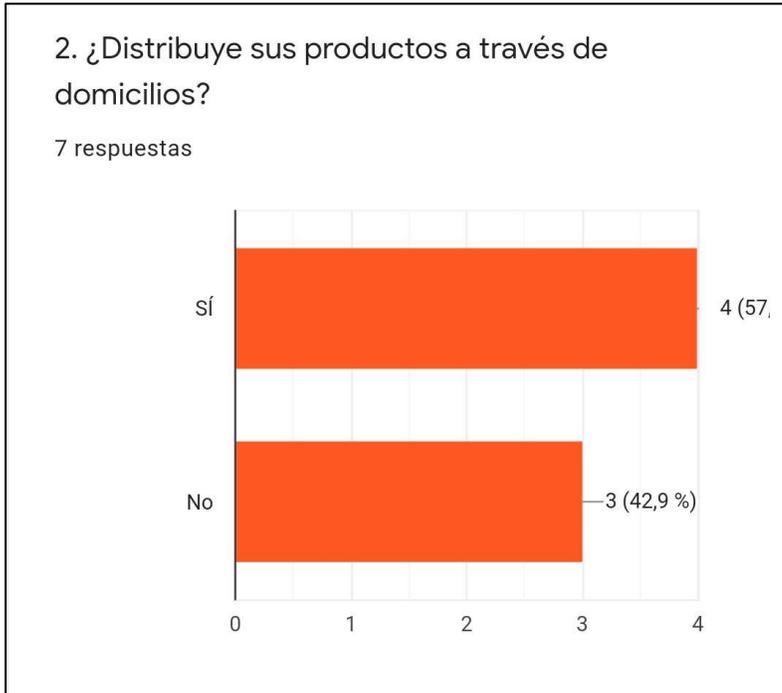
- Nombre de los encuestados

Nombre del encuestado
7 respuestas
Mauricio Giraldo
Diego Ballesteros
Ricardo Tamayo
Fernando Escobar
Maria Teresa Posada
Walter Pérez
Daniela Rodríguez

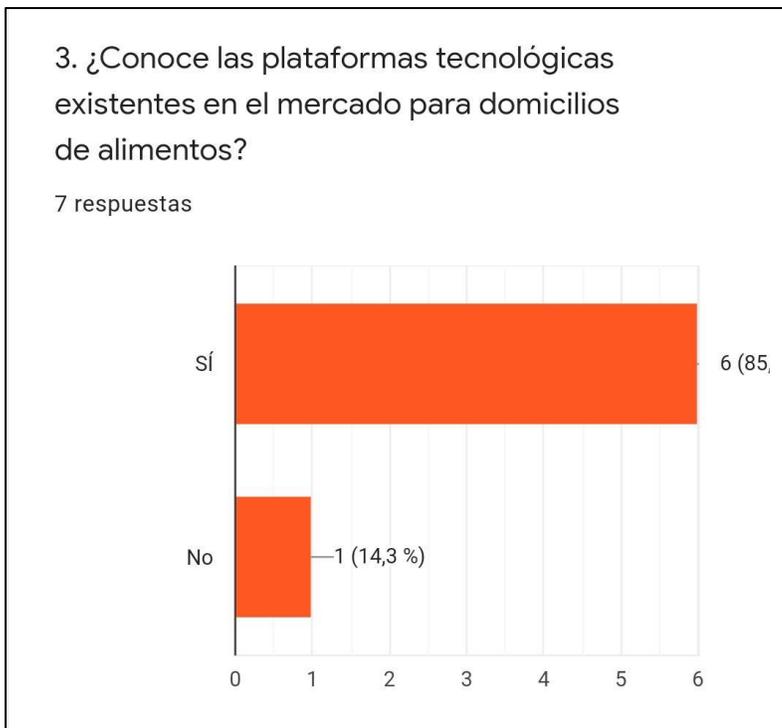
- Consolidado a pregunta 1



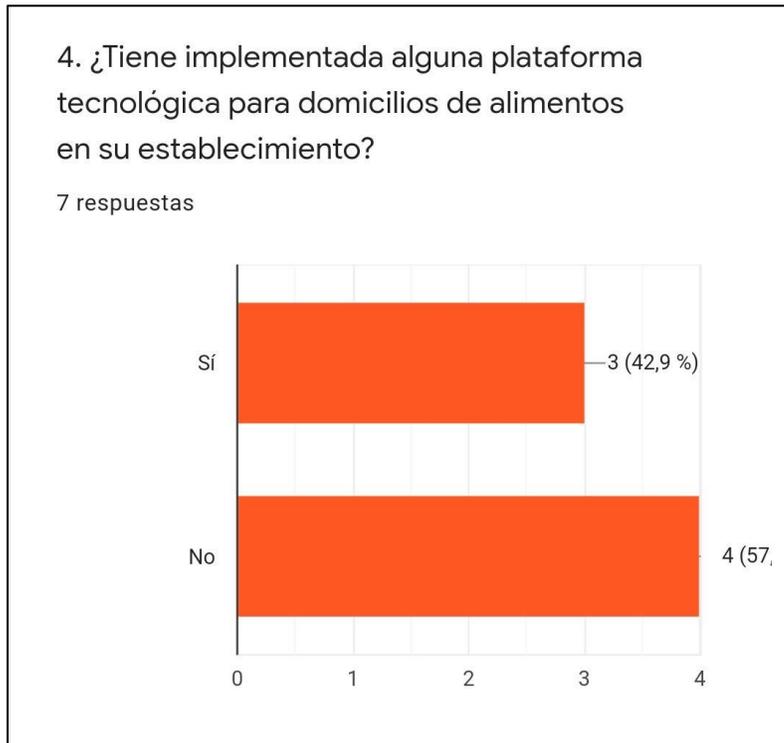
- **Consolidado a pregunta 2**



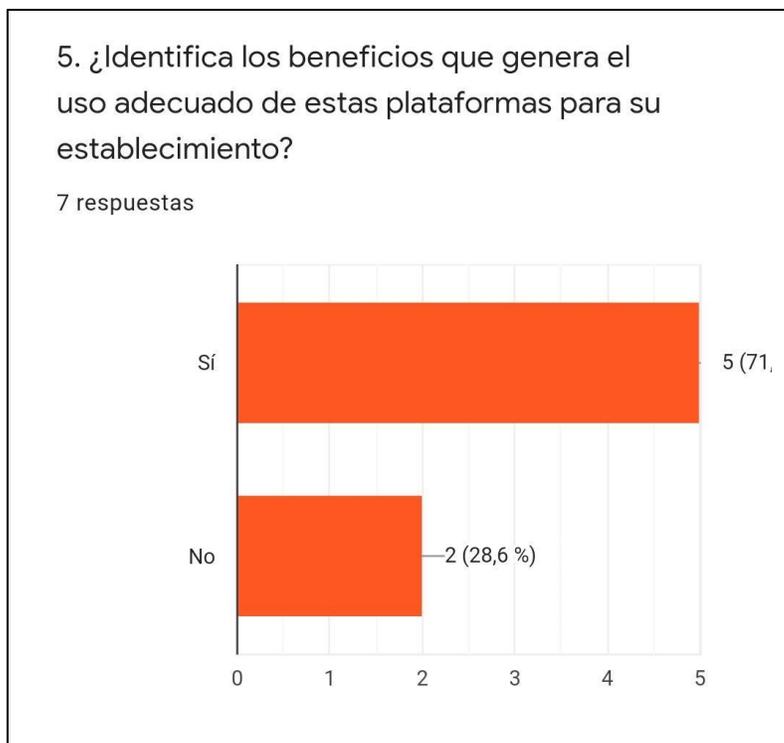
- **Consolidado a pregunta 3**



- **Consolidado a pregunta 4**



- **Consolidado a pregunta 5**



7 ANÁLISIS DE RESULTADOS

Realizando el análisis a los a los resultados de la medición, podemos identificar la importancia de las plataformas tecnológicas existentes para el uso adecuado de estas en los microestablecimientos de las fruterías del barrio Pontevedra de la ciudad de Bogotá D.C., con el fin presentar las diferentes plataformas tecnológicas existentes e identificar los beneficios que estas ofrecen a los microestablecimientos para incrementar sus ventas y ampliar la cobertura de sus negocio con sus productos.

La creación de nuevas empresas para los emprendedores en Colombia no es una actividad fácil a pesar que en los últimos años ha incrementado la cultura emprendedora por medio de entidades educativas públicas y privadas además que existen varias entidades que promueven, educan y apoyan a los emprendedores los cuales a la vez pueden acceder a información en consultoría, financiamiento, I+D, y avanzada infraestructura de comunicaciones (Kantis H, 2004).

Según Confecámaras 2020, se ha mostrado una dinámica positiva para la creación de empresas en Colombia, el número de unidades productivas constituidas se incrementó en 11,5% comparado con junio del 2019, según cifras reveladas por Confecámaras en su Informe de Dinámica de Creación de Empresas para el primer semestre del 2020, que tiene como base estadística el Registro Único Empresarial y Social (RUES), que recoge información de las Cámaras de Comercio del país. Según el informe, en junio la mayor creación de empresas se dio en sectores de comercio no especializado de alimentos y al por menor de prendas de vestir (Confecámaras, 2020).

Según la Gran Encuesta a las Microempresas (GEM) Anif 2020, se entrevistó a 1.500 microempresarios de los sectores de industria, comercio y servicios, la encuesta se realizó en las principales ciudades de Colombia, con especial participación de Bogotá (incluyendo municipios aledaños), Medellín, Cali, Barranquilla, Bucaramanga, Pereira, Cúcuta y Manizales. Teniendo en cuenta la distribución del total de la muestra el 61% pertenecen al sector de comercio y el 34 % a la línea de alimentos y bebidas, las microempresas destacaron que los principales problemas para el desarrollo de las actividades, es la falta de demanda, la alta competencia y los costos de la materia prima (ECONÓMICOS, 2020).

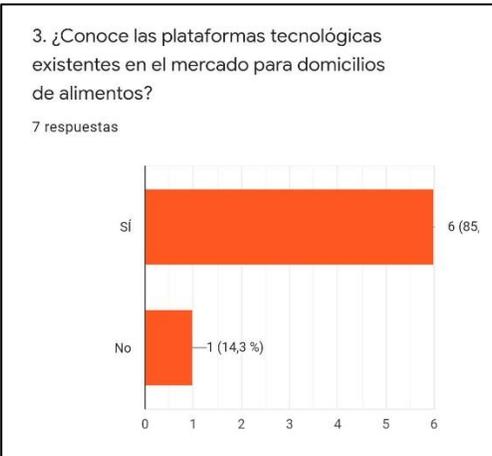
Las plataformas tecnológicas el nuevo horizonte de las fruterías en el barrio Ponteviedra de la ciudad de Bogotá D.C.

Durante los últimos años los sistemas tecnológicos han resultado de gran importancia en el contexto empresarial particularmente en el sector de la distribución comercial, la transformación digital ha cambiado y la forma de hacer negocios. Actualmente las personas y las marcas se relacionan de forma diferente, no solo en puntos de venta, también utilizan redes sociales, correo electrónico, aplicaciones o plataformas tecnológicas, comercio digital y mucho más.

El éxito de la adecuada utilización de las plataformas tecnológicas existentes en los microestablecimientos como las fruterías contribuye a superar los diferentes inconvenientes que se presentan al momento de desarrollar sus actividades y de enfrentar a la competencia, acudir a los beneficios que ofrece la tecnología y la innovación con el fin de crear oportunidades de ingresos incrementales y llegar a más clientes.

Según el análisis realizado a los resultados de la muestra en el proceso de investigación a las 10 fruterías ubicadas en el barrio Ponteviedra, donde en total la meta era realizar las encuestas a los diez establecimientos, sin embargo, se obtuvo información de siete, dos cerrados y uno no suministró información. De las cuales 6 fruterías que corresponde al 85,7%, conocen las plataformas tecnológicas existentes en el mercado para domicilios de alimentos y 1 que corresponde al 14,3% no tiene conocimiento de esta herramienta tecnológica.

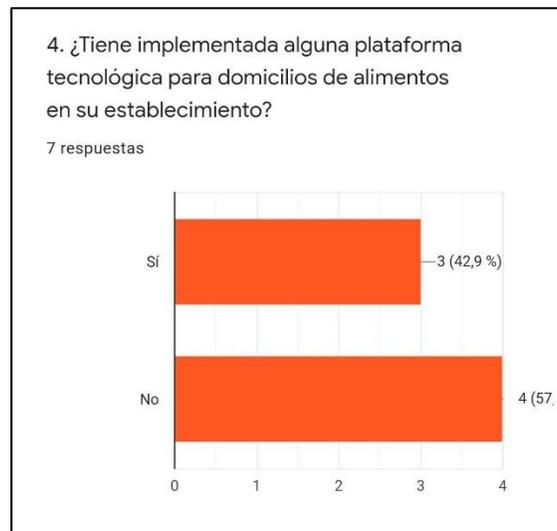
Tabla 6. Fruterías que conocen las plataformas tecnológicas



Fuente: Elaboración propia basa en la encuesta aplicada

Por otra parte, de las siete fruterías encuestadas 3 que corresponde al 42,9% del total de las fruterías de la muestra, tienen implementada alguna plataforma tecnológica para domicilios de alimentos en sus establecimientos y 4 fruterías que corresponde al 57,1% no tienen implementada ninguna plataforma tecnológica.

Tabla 7. Fruterías que tienen implementada alguna plataforma tecnológica



Fuente: Elaboración propia basa en la encuesta aplicada

Al encontrar que el desconocimiento y el poco interés hacia el funcionamiento de las plataformas tecnológicas o aplicaciones para domicilios, además del temor a asumir costos adicionales por el servicio prestado a los microestablecimientos.

Con lo anterior se evidencia la falta de apoyo del estado en fortalecer con capacitación, asesorías personalizadas y acompañamiento con la información relacionada al conocimiento y al uso adecuado de las plataformas tecnológicas en los microestablecimientos.

7.1 Plataformas Tecnológicas

Para iniciar el proceso de incorporación de los microestablecimientos a las plataformas tecnológicas a continuación damos a conocer las plataformas existentes en el mercado y el respectivo proceso de registro y requisitos de cada una de estas.

- **Rappi**



Empresa Colombiana creada en el año 2015, con presencia en 9 países y 200 ciudades, está dentro de las empresas de mayor crecimiento de la región y es líder en Colombia. EL principal requisito es que el establecimiento maneje precios fijos y tenga presencia en redes sociales Facebook e Instagram.

Los documentos para que un establecimiento se afilie son:

El formulario de afiliación

Rut.

Menú.

Certificación bancaria.

Los horarios de apertura y cierre.

Registrarse en la aplicación de Rappi es sencillo, se debe diligenciar un formulario con datos personales y de la empresa, esperar la confirmación de los directivos de la compañía, luego en la página oficial de Rappi puede encontrar el formulario para el respectivo registro del negocio en el cual se debe diligenciar los siguientes datos; país, ciudad, tipo de empresa, dirección de correo electrónico y para finalizar esperar la respuesta de la aplicación.

Link para iniciar el proceso: <https://surveys.rappi.com/inbound>

Tabla 8. Cuestionario para iniciar el proceso de registro del negocio

Fuente: Recuperado de <https://rappi.typeform.com/to/KuGxg2>

- **Uber Eats**



Empresa creada por UBER en el año 2014 en San Francisco, con aplicación totalmente independiente de la de Transporte, con presencia en Estados Unidos, Latinoamérica y Europa. Dentro de los principales requisitos para afiliarse están, vender alimentos y/o bebidas, emitir facturas, tener internet con conexión wifi y estar dentro del área de cobertura de la aplicación.

Los documentos para que un establecimiento se afilie son:

- Cámara de Comercio
- Rut.
- Menú
- Certificación bancaria.
- Los horarios de apertura y cierre.
- Contrato de afiliación

Para formar parte de los establecimientos que trabajan con Uber, se debe diligenciar formulario, posteriormente, un asesor se pondrá en contacto para conocer y validar la información del negocio, si el establecimiento es aceptado lo incorporarán en la aplicación para iniciar operación, Uber Eats cobra un porcentaje de las ventas que se realicen con la plataforma. El asesor informará el valor de la tarifa dentro de otros beneficios de operar en la aplicación.

Link para iniciar el proceso: <https://www.ubereats.com/restaurant/es-CO/signup>

Tabla 9. Formulario para iniciar el proceso de registro del negocio

A screenshot of the Uber Eats registration form titled "Comienza". The form contains several input fields: "Nombre del negocio", "Dirección del negocio", "Piso/Oficina (opcional)", "Nombre" and "Apellido" (split into two boxes), "Número de teléfono móvil" (with a dropdown for country code, currently showing "+57"), "Correo electrónico", and "Tipo de empresa" (a dropdown menu). At the bottom, there is a green "Enviar" button and a small disclaimer: "Al hacer clic en Enviar, aceptas los Términos y condiciones generales de Uber Eats y reconoces que leíste la Política de privacidad".

Fuente: Recuperado de <https://www.ubereats.com/restaurant/es-CO/signup>

- **Domicilios.com**



En año 2007 José Guillermo Calderón y Miguel McAllister estudiantes de los Andes crearon el piloto de esta aplicación y hoy tiene presencia en Colombia, Perú, Ecuador y Argentina

Los documentos para que un establecimiento se afilie son

Rut.

Cámara de comercio del establecimiento (este es opcional)

Menú

Certificación bancaria.

Los horarios de apertura y cierre.

Las áreas de cobertura.

Contrato de corretaje.

Para registrar el establecimiento, puede hacerse el formulario desde la página web de Domicilios.com, con datos personales y del establecimiento, continuar con el proceso hasta que le notifiquen que fue aceptado e inmediatamente iniciará operación.

Link para iniciar el proceso: <https://domicilios.com/?from=socios>

Tabla 10. Formulario para iniciar el proceso de registro del negocio

Soy dueño de un establecimiento | Sugerir un establecimiento que conozco

Activa tu establecimiento en pocos días
Por favor, brindanos los siguientes datos sobre tu establecimiento y nos pondremos en contacto lo antes posible.

Nombre: Apellido:

Teléfono: Email:

Nombre del establecimiento:

Dirección del establecimiento: Ciudad del establecimiento:

¿Tu negocio cuenta con delivery propio?

No soy un robot

reCAPTCHA
PRIVACIDAD - CONDICIONES

Enviar

Fuente: Recuperado de <https://domicilios.com/?from=socios>

- **Ifood**



La empresa es brasileña, creada en el año 2011 y es líder en todo Latinoamérica.

Los documentos para que un establecimiento se afilie son

Rut.

Cámara de comercio del establecimiento (este es opcional)

Menú

Certificación bancaria.

Los horarios de apertura y cierre.

Las áreas de cobertura.

Contrato de corretaje.

Es importante tener presente que en abril del 2020 Ifood compró a Domicilios.com, significando la participación de más de 12000 restaurantes en estas 2 plataformas y la ampliación de su cobertura en 30 ciudades del país

Para el registro en esta plataforma, se ingresa por la sitio web y realizar el enlace en "Quiero afiliarme", se inicia registro para firmar convenio en línea, después de la aprobación, se configura el establecimiento dentro de iFood.

Link para iniciar el proceso: <https://restaurante.ifood.com.co/>

Tabla 11. Formulario para iniciar el proceso de registro del negocio

¡Ven a iFood!

Haz tu registro con nosotros. ¡Es fácil y rápido!

Nombre completo

Tu correo personal

Tu teléfono personal

Al continuar, acepto que iFood entre en contacto conmigo por teléfono, e-mail o WhatsApp (incluyendo mensajes automáticos con fines comerciales).

Quiero afiliarme

Fuente: Recuperado de <https://restaurante.ifood.com.co/>

Las plataformas tecnológicas el nuevo horizonte de las fruterías en el barrio Pontevedra de la ciudad de Bogotá D.C.

Estas plataformas realizan un cobro por el servicio prestado entre el 18% y el 25% por cada venta realizada, destacando que el porcentaje varía de acuerdo a la cantidad de sucursales que se tengan afiliadas en la plataforma.

Se identificaron las siguientes ventajas de la implementación de las herramientas tecnológicas en los microestablecimientos como las fruterías ubicadas en el barrio Pontevedra de la ciudad de Bogotá.

- Crear oportunidades de negocio y nuevas formas de distribución de sus productos o servicios.
- Acceso a clientes en cualquier lugar sin limitación.
- Apertura y expansión hacia nuevos mercados.
- Aumento de la competitividad y calidad de servicio.
- Respuesta rápida a las necesidades de los clientes.
- Reducción del equipo de trabajo.
- A través de las plataformas tecnológicas las ventas se incrementan.
- Fidelización de los clientes
- Mejoramiento de la presencia del establecimiento y de la marca
- Mejor forma de mostrar el catálogo de productos

8 CONCLUSIONES

En Colombia contamos con cuatro principales plataformas para la gestión de domicilios, RAPPI, DOMCILIOS.COM, UBER EATS e IFOOD.

La importancia de contar con plataformas de gestión de domicilios, se enfoca principalmente en que son consultadas por miles de personas y en las cuales se relacionan más de doce mil establecimientos.

Se realizó catastro de fruterías en el mes de septiembre de 2020 en el barrio Pontevedra de la ciudad de Bogotá, en el cual se identificaron diez fruterías, de las cuales ocho estaban abiertas al público y dos se encontraban cerradas.

El ochenta por ciento de las fruterías se encuentran en funcionamiento y el veinte por ciento restante presentan cierre.

Siete establecimientos estuvieron de acuerdo en el diligenciamiento de una encuesta y un establecimiento en desacuerdo. Por lo tanto se realizó análisis estadístico con los siete establecimientos.

El ochenta y seis por ciento de los establecimientos conocen de plataformas tecnológicas para la gestión de domicilios.

El cuarenta y tres por ciento de los establecimientos tiene implementado plataformas tecnológicas para la gestión de domicilios.

Los establecimientos que no cuentan con herramienta tecnológica para la realización de domicilios, requieren de un análisis financiero al interior de esta con el fin de realizar una valoración del establecimiento incluyendo aumento de ventas y gastos de ventas y la disminución de gastos administrativos.

Las plataformas tecnológicas el nuevo horizonte de las fruterías en el barrio Ponteviedra de la ciudad de Bogotá D.C.

Es importante desde la estrategia del negocio, ubicarse dentro de las plataformas reconocidas para la gestión de domicilios y desde estas dar a conocer el establecimiento y el factor diferenciador que se tiene con la competencia.

Los clientes son la base del negocio, por lo tanto estos podrán fidelizarse con productos de muy buena calidad, a costos razonables y en entregas oportunas.

9 FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

- Rentabilidad de las herramientas tecnológicas para la gestión de domicilios.
- Generación de herramientas tecnológicas propias para disminuir costos de operación que cobran las plataformas tecnológicas indicadas en el presente documento.
- Economía de escala para pequeños establecimientos, haciendo viable el pago de las comisiones por el uso de las plataformas.
- Investigar el cumplimiento de la normatividad en materia jurídica, financiera y contable de establecimientos.

10 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abudinen, K. (03 de agosto de 2020). *Acerca del MinTIC*. Obtenido de Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones:
<https://www.mintic.gov.co/porta/inicio/Ministerio/Acerca-del-MinTIC/>
- Bogotá, C. d. (Febrero de 2019). *Cáma de Comercio de Bogotá*. Obtenido de <https://www.ccb.org.co/Sala-de-prensa/Noticias-CCB/2019/Febrero-E/Bogota-Region-cerro-el-2018-con-764.639-empresas-y-establecimientos-de-comercio#:~:text=Todos%20los%20empresarios%20deberán%20renovar,%2C%20Engativá%2C%20Usaquén%20y%20Chapinero>
- Castel, A. G., & Sanz, J. P. (2009). *Revista de Estudios Cooperativos*. Obtenido de <https://search-proquest-com.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/docview/220603528/fulltextPDF/C3A50BA266C342FEPQ/1?accountid=34925>
- COLOMBIA, C. D. (29 de Diciembre de 2010). *mipymes*. Obtenido de <http://www.mipymes.gov.co/mipymes/media/mipymes/Documentos/Ley-1429-de-29-de-diciembre-de-2010.pdf>
- COLOMBIA, E. C. (2 de Agosto de 2004). *Secretaria del Senado*. Obtenido de CONGRESO DE COLOMBIA
- COLOMBIA, E. C. (13 de Julio de 2009). *Secretaria del Senado*. Obtenido de http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1314_2009.html
- COLOMBIA, E. C. (12 de Julio de 2020). *Secretaria del Senado*. Obtenido de http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0590_2000.html
- COMERCIO, S. D. (2018). *estudios Económicos Sectoriales*.
- CONFECAMARAS. (2019). *CONFECAMARAS*. Obtenido de http://www.confecamaras.org.co/phocadownload/2019/Cuadernos_Analisis_Economicos/Din%C3%A1mica%20de%20Creaci%C3%B3n%20de%20Empresas%20_0_20Ene-Dic%202019%20_21012020.pdf
- CONFECAMARAS. (2020). *CONFECAMARAS*. Obtenido de http://www.confecamaras.org.co/phocadownload/2020/Analisis_Economicos/Din

Las plataformas tecnológicas el nuevo horizonte de las fruterías en el barrio Ponteviedra de la ciudad de Bogotá D.C.

%C3%A1mica%20de%20Creaci%C3%B3n%20de%20Empresas%20_%20Ene-Jun%202020_Final.pdf

Confecámaras. (18 de Julio de 2020). *Confecámaras*. Obtenido de

<http://www.confecamaras.org.co/noticias/757-11-5-aumento-la-creacion-de-empresas-en-colombia-en-junio>

DANE. (Junio de 2020). *DANE*. Obtenido de

<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-y-desempleo>

Dinero. (2016). ¿Por qué Colombia no genera más empleo? *Dinero*.

dit.upm.es. (s.f.). <http://dit.upm.es/>. Obtenido de

<http://dit.upm.es/~fsaez/intl/capitulos/4%20-Influencia%20de%20la%20tecnolog%EDa%20en%20el%20entorno.pdf>

ECONÓMICOS, C. D. (Abril de 2020). *ANIF*. Obtenido de

<https://www.anif.com.co/sites/default/files/publicaciones/gem2020.pdf>

Edgar Julián Gálvez Albarracín*, S. C. (28 de Agosto de 2014). *ICEIS*. Obtenido de

https://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/estudios_gerenciales/article/view/1888/PDF

Esteban Talaya, Á., & Molina Collado, A. (2014). *Investigación de Mercados*. Madrid: ESIC.

FENALCO. (2020). *FENALCO*. Obtenido de <http://www.fenalco.com.co/node/501>

Gálves Albarracín, E. J., Riascos Erazo, S. C., & Contreras palacios, F. (s.f.). Influencia Delaware las tecnologías Delaware la informacion y comunicación en elrendimiento Delaware las micro, pequeñas y medianas empresascolombianas. http://www.elsevier.es/estudios_gerenciales.

Gálvez Albarracín, E. J. (28 de Agosto de 2014). Influencia de las tecnologías de la información y comunicación en el rendimiento de las micro, pequeñas y medianas empresas colombianas. 10.

Grandón, C. (2020). *fundaciónBBVA*. Obtenido de

fundacionmicrofinanzasbbva.org/tecnologia-agente-potenciador-del-emprendimiento/

Las plataformas tecnológicas el nuevo horizonte de las fruterías en el barrio Ponteviedra de la ciudad de Bogotá D.C.

Hernández Sampieri, R., Collado Fernández, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metología de la Investigación*. Mc Garw Hill.

Jiménez Zarco, A. I., & Martínez Ruiz, M. P. (2006). La influencia de las TIC en la distribución comercial: Implicaciones estratégicas para la gestión promocional minorista. *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología, Sociedad e Innovación*.

Jurídica, A. (2019).

Kantis H, A. P. (2004). *Desarrollo Emprendedor: America Latina y la Experiencia Internacional*. Estado Unidos de America: Banco Interamericano de Desarrollo.

Olmos., A. V. (22 de marzo de 2020). *DECRETO 457 DE 2020*. Obtenido de Función pública:

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=110674>

Ospina, R. P. (1 de Febrero de 2016). *JOURNAL UNIVERSIDAD EAN*. Obtenido de <https://journal.universidadean.edu.co/index.php/Revista/article/view/1460/1413>

Pascal Lupien, M. P. (s.f.). *Tandfonline*. Obtenido de <https://www-tandfonline-com.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/doi/pdf/10.1080/08263663.2020.169080>

1

Pineda Zapata, U. (-1. (25 de Marzo de 2020). *REVISTA UNIVERSIDAD NACIONAL*. Obtenido de

<https://revistas.unal.edu.co/index.php/novum/article/view/89646/75946>

Portafolio. (15 de Mayo de 2020). *Portafolio*. Obtenido de

<https://www.portafolio.co/economia/pib-primer-trimestre-colombia-2020-540852>

S.C, A. E. (s.f.). *corporacionaem.com*. Obtenido de

https://www.corporacionaem.com/tools/calc_muestras.php

Saavedra García, m. L., & Tapia Sánchez, B. (2019). *redalyc.org*. Recuperado el

Septiembre de 2020, de <https://www.redalyc.org/pdf/823/82326270007.pdf>

sabermassermas.com. (s.f.). Obtenido de <https://www.sabermassermas.com/como-registrar-mi-negocio-en-una-plataforma-de-domicilios/>

Solleiro, J. L. (2009). *Gestión Tecnológica: conceptos y prácticas* .

Las plataformas tecnológicas el nuevo horizonte de las fruterías en el barrio Ponteviedra de la ciudad de Bogotá D.C.

Staff, F. (19 de marzo de 2020). *Forbes.co*. Obtenido de

<https://forbes.co/2020/03/19/actualidad/asi-estan-funcionando-las-apps-de-domicilios-de-supermercados-y-restaurantes/>

TIC, M. d. (12 de Junio de 2019). *GOV.CO*. Obtenido de

<https://mintic.gov.co/portal/inicio/Sala-de-Prensa/MinTIC-en-los-Medios/101254:La-transformacion-digital-al-servicio-de-las-empresas-colombianas>