

 INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo	INFORME FINAL DE PRÁCTICA	Código: F-PD-46
		Versión: 01
		Página 1 de 28

**FACULTAD DE INGENIERÍA
COORDINACIÓN DE TRABAJO DE GRADO/PRÁCTICAS**

ASPECTOS GENERALES DE LA PRÁCTICA.

Nombre del estudiante	Jonathan Idárraga Muñoz / John Wilmerckx Quintero
Programa académico	Tecnología de sistemas / Ingeniería de sistemas.
Nombre de la empresa donde realiza la práctica	Institución Universitaria de Envigado
NIT.	811.000.278-2
Dirección	Cra. 27 B # 39 A Sur - 57, Envigado, Antioquia.
Teléfono	034 – 3391010.
Dependencia o área	Facultad de Ingeniería de Sistemas.
Nombre Completo y cargo del jefe del estudiante.	Ana Loaiza Correa
Labor que desempeña el estudiante	Emprendedor.
Nombre del asesor de práctica	Luis Felipe Rosso Ricaute.
Fecha de inicio de la práctica	Julio 23 2019.
Fecha de finalización de la práctica	Noviembre 20 2019.

1. ASPECTOS GENERALES DE LA PRÁCTICA.

1.1 Empresa donde realiza la práctica.

Institución Universitaria de Envigado. / Línea de Emprendimiento.

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo</p>	INFORME FINAL DE PRÁCTICA	Código: F-PD-46
		Versión: 01
		Página 2 de 28

1.2 Objetivo de la práctica empresarial.

Desarrollar y construir habilidades que nos permitan abordar cualquier tipo de proyecto o modelo de negocio. Esto va desde la misma concepción de la idea, pasando por la construcción de una arquitectura empresarial, metodología de desarrollos ágiles en los procesos de construcción de software como lo es SCRUM, por último aplicando gestión de proyectos basado en las mejores prácticas del PMBook. Asignaturas como ingeniería de Software I, II, Requerimientos de Calidad, Gestión de proyectos ayudarán a profundizar y materializar el conocimiento adquirido durante los semestres de carrera.

1.3 Funciones

- Generar y planificar espacios, para coordinar como equipo de trabajo las actividades y tareas asignadas.
- Asistir a las distintas sesiones o charlas para el proceso de capacitación y construcción, en lo que definimos como equipo de trabajo debemos fortalecer en conocimiento.
- Asignar y desarrollar cada una de las actividades que hacen parte de los entregables, en las 8 fases definidas para la arquitectura empresarial.
- Programar el código de acuerdo gestión de la construcción de Software, durante el ciclo completo de desarrollo, de tal forma que podamos asegurar la calidad y

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo</p>	<p>INFORME FINAL DE PRÁCTICA</p>	Código: F-PD-46
		Versión: 01
		Página 3 de 28

mejores prácticas de acuerdo a las definiciones de la arquitectura y diseño de software, en la entrega de lo que será el mínimo producto viable.

1.4 Justificación de la práctica

Aplicar los conocimientos adquiridos durante los semestres cursados, de tal forma que permita abordar y desarrollar una idea o modelo de negocio. Aplicando el conocimiento en áreas de conocimiento como:

- Desarrollo de Software.
- Ingeniería de Software.
- Estructura de datos.
- Bases de datos.
- Desarrollo Web.
- Análisis de desarrollo de software
- Emprendimiento / Empresario.
- Procesos de Investigación
- Ingeniería Económica
- Infraestructura
- Gestión comercial de TI.

 INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo	INFORME FINAL DE PRÁCTICA	Código: F-PD-46
		Versión: 01
		Página 4 de 28

Como equipo de trabajo es el deseo poder iniciar con un proceso serio de emprendimiento con el objetivo de crear una STARTUP. El auge del comercio electrónico a través de internet ha venido creciendo en los últimos años, y la preferencia por la navegación desde los dispositivos móviles cada vez es más grande. Hoy existen grandes emprendimientos que terminan siendo startup exitosas, un gran porcentaje de ellas apalancadas en la tecnología, solucionando problemas o necesidades que definitivamente generan valor, solucionando alguna necesidad o problema. Por ejemplo Rappi / Uber / Airbnb / Hogaru, etc.

1.5 Equipo de trabajo.

EQUIPO DE TRABAJO – MAKELUNCH APP

<u>Nombre</u>	<u>Rol</u>
Jonathan Idárraga Muñoz.	Programador Backend/ Diseño Arquitectura
John W Quintero Pinzón.	Estrategia / Modelo de Negocio
Juan Esteban Espinoza	Programador / FrontEnd

 INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo	INFORME FINAL DE PRÁCTICA	Código: F-PD-46
		Versión: 01
		Página 5 de 28

2. PROPUESTA PARA EMPRESA DONDE REALIZA LA PRÁCTICA

2.1 Título de la propuesta

MakeLunch App. – Ecommerce especializada en loncheras saludables para niños

2.2 Planteamiento del problema.

Actualmente un gran porcentaje de padres de familia, con niños entre los 7 y 12 años de edad viven una situación cotidiana que se ha vuelto compleja, esta es una realidad donde cada vez los padres tienen menos tiempo, para realizar una de las tareas más importantes en el desarrollo y crecimiento durante la educación de sus hijos. Estamos hablando de la preparación de sus “Loncheras”.

La alimentación que se entrega a los niños por medio de la lonchera, deberá ser clave para poder ofrecerles los nutrientes y calorías necesarias durante su jornada escolar, y de esta forma alcanzar un óptimo desarrollo y rendimiento durante la jornada escolar.

Una situación identificada al momento de comprar las loncheras y la cual sucede con frecuencia, es que normalmente no existe una revisión o análisis de las características, valores nutricionales, calorías y las cantidades que componen cada producto. Algunas veces porque esta información no está lo suficientemente clara, o simplemente algunos

	INFORME FINAL DE PRÁCTICA	Código: F-PD-46
		Versión: 01
		Página 6 de 28

padres no tienen el conocimiento necesario para poder entender cuáles son los valores, niveles indicados o qué componentes son nocivos en exceso.

El tema económico determina también una situación que podría mejorarse, pues además del tiempo y los valores nutricionales de los productos, los padres de familia invierten un porcentaje importante en lo que se refiere a la compra de estas loncheras, de manera mensual, quincenal o semanal, dinero que no es suficiente o bien invertido, si pensamos que las loncheras son compradas normalmente de la siguiente forma: paquetes x6, x12 o hasta por 18 productos todos iguales, generando que las loncheras no tengan variedad, que sean aburridas, costosas, y sin grandes opciones de poder combinar, haciendo que los niños fácilmente se aburran y regresen con la lonchera, la regalen, o tal vez termine en la basura. Algunos paquetes que vienen surtidos generan la sensación de variedad, pero normalmente son los mismos productos de siempre que además traen 2 o 3 paquetes, los cuales no tienen una muy buena rotación y normalmente terminan siendo la última opción cuando no hay más.

Como equipo de trabajo queremos atender esta problemática y desarrollar un modelo de negocio que pueda suplir esta necesidad identificada, apalancados en el uso de la tecnología. A esto se le suma la experiencia que tiene cada uno de los miembros del equipo en las distintas áreas del conocimiento como: El desarrollo de software, la tecnología, el retail y los modelos de negocio.

	INFORME FINAL DE PRÁCTICA	Código: F-PD-46
		Versión: 01
		Página 7 de 28

2.3 Justificación.

MakeLunch App, será un E-commerce especializado, Un modelo de negocio que pretende solucionar una problemática identificada y una situación de interés para padres de familia, para el gobierno y organizaciones privadas que se preocupan por el sobrepeso y obesidad de los niños en Colombia, Esta solución podría ayudar a reducir estadísticas de sobrepeso en los niños, tomar conciencia y conocimiento sobre los valores nutricionales de los alimentos al momento de mercar las loncheras de los niños.

El modelo de negocio entregara valor desde el servicio a los clientes en:

- **Salud y Nutrición :** El portafolio de productos ofrecido, será cuidadosamente seleccionado por los profesionales de la nutrición infantil, de tal forma que la característica nutricional de cada uno de los productos está dentro de los estándares y tablas establecidas, por las organizaciones de la salud y profesionales en la nutrición, ofreciendo opciones de productos saludables.
- **Costo:** Comprar lo que realmente se va a consumir, en las cantidades correctas de acuerdo a los gustos, El no generar gastos extras durante el mes. El modelo nos permitirá generar economías de escalas con lo que podremos ofrecer unos precios muy competitivos en los productos.

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo</p>	INFORME FINAL DE PRÁCTICA	Código: F-PD-46
		Versión: 01
		Página 8 de 28

- **Variedad:** Gracias a una amplia variedad de productos y proveedores en el portafolio, es posible que los padres y niños puedan realizar una gran cantidad de combinaciones al momento de armar las loncheras, haciendo que estas tengan un toque interesante y divertido.
- **Tiempo:** El tiempo en el proceso de comprar las loncheras, seleccionarlas, armarlas, el tiempo extra invertido cuando los productos se agotan antes de la quincena o el mes. Dejarán de ser una preocupación para los padres de familia o acudientes. Esta será ahora una tarea fácil, sencilla, rápida y divertida de hacer con los hijos sin salir de casa. Cada fin de semana llegará a su hogar una lonchera variada para la semana de acuerdo a sus gustos y preferencias.

Existe una oportunidad de negocio y una población objetivo claramente identificada, a la cual podemos entregar valor en la preparación de las loncheras. Actualmente en el mercado no existe un servicio similar. Esto genera una mayor motivación para iniciar a emprender en un mercado aún por explorar, apuntando a la creación de una STARTUP con desarrollo local en Antioquia inicialmente y más adelante replicar el modelo en otras ciudades o países.

Se ha identificado al gobierno colombiano y varias organizaciones como:

	INFORME FINAL DE PRÁCTICA	Código: F-PD-46
		Versión: 01
		Página 9 de 28

- Red de PaPaz,
- Educar consumidores,
- Food First Information and Action Network (FIAN) Colombia
- Ministerio de Salud / ICBF

Como actores muy importantes que se preocupan por la salud, desarrollo y crecimiento de la población infantil, tratando de liderar e impulsando proyectos que desincentiven el consumo de estos productos nocivos, por sus altos contenidos en azúcares, sodio y grasas saturadas. Estos actores son identificados en nuestro modelo como aliados estratégicos con los cuales podríamos hacer sinergias en la búsqueda de un mismo objetivo.

Según el informe de la “Encuesta nacional de situación Nutricional” (Ensin) encuesta que se realiza cada 5 años en el país. Entre el 2010 y 2015 la incidencia del sobrepeso y la obesidad aumentó en niñas y niños con edades entre 0 y 4 años de 4.9% al 6.3%, para los niños entre 5 y 12 años creció del 18.8% al 24,4%. (Instituto Nacional de Salud, 2017).

2.4 Objetivo General

Planteamiento y desarrollo de un modelo de negocio que atienda y solucione una problemática ya identificada en el mercado colombiano, en la preparación de las loncheras para niños entre los 7 y 12 años edad. Al final se deberá tener toda la documentación, definiciones y plan de trabajo de acuerdo a una arquitectura empresarial y mejores prácticas

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo</p>	INFORME FINAL DE PRÁCTICA	Código: F-PD-46
		Versión: 01
		Página 10 de 28

del PMBook. Esta documentación elaborada, construida de manera organizada y responsable, entendiendo y atendiendo realmente el problema, deberá permitir de inicio a una segunda fase en la ejecución del proyecto.

2.4.1 Objetivos Específicos

Construir y elaborar la arquitectura empresarial del modelo de negocio completo.

2.4.2 Arquitectura Empresarial:

- Fase 1. Definición de la necesidad.
- Fase 2. Creación del modelo de negocio
- Fase 3. Arquitectura de software y Gestión del desarrollo.
- Fase 4. Creación de la estrategia de Marketing Digita.
- Fase 5. Diseñar plan logístico y comercial.
- Fase 6. Aprovisionamiento y configuración de TI.
- Fase 7. Desarrollo x Módulos - App MakeLunch (Prototipo).
- Fase 8. Sostenibilidad y crecimiento del modelo.

	INFORME FINAL DE PRÁCTICA	Código: F-PD-46
		Versión: 01
		Página 11 de 28

2.4.3 Plan de trabajo PMBook para gestión de proyectos.

Construir y elaborar un plan de trabajo bajo el modelo PMBook aplicando las mejores prácticas para gestión y ejecución de proyectos. Este documento deberá tener los siguientes entregables:

- Construcción y presentación del KickOff del proyecto.
- Alcance.
- Entregables.
- Metodología.
- Cronograma alto nivel.
- Presupuestos.
- Equipo de trabajo.
- Definición de los principales riesgos.
- Esquema de comunicación.
- Factores Críticos de Éxito.
- Supuestos y restricciones.

2.5 Diseño Metodológico.

El desarrollo e implementación del modelo de negocio propuesto se abordará desde cuatro grandes frentes de trabajo.

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo</p>	<p>INFORME FINAL DE PRÁCTICA</p>	Código: F-PD-46
		Versión: 01
		Página 12 de 28

2.5.1 Validación del modelo de negocio.

- Validación del modelo con la secretaria de salud del municipio del Envigado
- Construcción de encuestas.
- Validación del modelo con la Guía del plan de negocio del fondo emprender.

2.5.2 Diseño y elaboración de una arquitectura empresarial.

Se realizará el diseño de la arquitectura de acuerdo a la metodología, Esta construcción lleva a la definición de 8 fases, las cuales permitirán ver el modelo de negocio de manera integral. Allí se pretende alinear: Procesos, datos, infraestructura y los objetivos estratégicos de MakeLunch, En la arquitectura se parte de un problema o necesidad, luego se llega con la definición de las fases a una arquitectura deseada o “ToBe”.

Se anexa documento de la Arquitectura Empresarial.

2.5.3 Diseño y elaboración de un plan de trabajo - PMI.

Se define un plan de trabajo bajo los marcos de la gestión de proyectos de tecnología, haciendo uso de la metodología de PMI y las buenas prácticas del PMBOK. Durante el proceso de asesoría y acompañamiento metodológico, por parte de la dirección de la dirección de TI en la alcaldía de Envigado, se toma como base una documentación ya

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo</p>	<p>INFORME FINAL DE PRÁCTICA</p>	Código: F-PD-46
		Versión: 01
		Página 13 de 28

construida y compartida por ellos, la cual nos ayudará a organizar el proyecto en cada uno de los procesos a los largo de las fases a ejecutar.

Procesos de la dirección de proyectos

- Gestión de la integración del proyecto.
- Gestión del alcance del proyecto.
- Gestión del tiempo del proyecto.
- Gestión de los costos del proyecto.
- Gestión de la calidad del proyecto.
- Gestión de los recursos humanos del proyecto.
- Gestión de las comunicaciones del proyecto.
- Gestión de los riesgos del proyecto.
- Gestión de los interesados del proyecto.

Se anexa documento - buenas prácticas del PMBook - Grupo de procesos del proyecto.

2.6 Cronograma de Actividades.

El cronograma de actividades se desarrolla y ajusta a partir de la arquitectura empresarial, donde se agrupan las grandes macro tareas las que corresponde a las fases del proyecto y estas a su vez con una lista de actividades que se deben desarrollar para lograr los entregables en cada una de las fases.

Se anexa documento de Cronograma de actividades.

 INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo	INFORME FINAL DE PRÁCTICA	Código: F-PD-46
		Versión: 01
		Página 14 de 28

2.7 Presupuesto.

Una vez se obtiene como insumo la construcción del Canvas, la construcción de la arquitectura de la solución, y la definición de los procesos, es posible tener un mejor acercamiento de lo que podría ser los costos generados durante el proceso de implementación, desarrollo y puesta en producción. Con estos mismos insumos se puede definir la estimación en los tiempos y las fases del desarrollo.

Para este caso en el planteamiento de nuestro modelo de negocio MakeLunch, se definieron dos momentos para poder tener claridad los costos en cada uno de ellos. A continuación, se detallan algunos de los costos más representativos que hacen parte del proceso de desarrollo e implementación de la solución.

- **Costos Momento 1: Antes y durante la implementación en el primer año.**

▪ Horas de profesionales	:\$239.600.000
▪ Hardware & Software en Cloud	: \$32.625.000
▪ Hardware Local – Oficinas	:\$19.100.000
▪ Espacios Físicos	:\$40.800.000

\$ 331.325.000

 INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo	INFORME FINAL DE PRÁCTICA	Código: F-PD-46
		Versión: 01
		Página 15 de 28

- **Costos Momento 2: En producción costos fijos por año**

▪ Horas de profesionales	: \$ 70.000.000
▪ Hardware & Software en Cloud	: \$32.625.000
▪ Hardware Local – Oficinas	: \$ 5.000.000
▪ Espacios Físicos	: \$40.800.000

\$ 148.425.000

Las fuentes de financiación del proyecto se esperan obtener de ángeles inversionistas, y concursos de los entes del estado que apoyan proyectos de emprendimiento.

3. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

3.1 MARCO DE REFERENCIA

	INFORME FINAL DE PRÁCTICA	Código: F-PD-46
		Versión: 01
		Página 16 de 28

3.1.1 Antecedentes

La mala alimentación, la proliferación de la comida chatarra, alimentos ultra procesados, los sedentarismos, está generando en los niños enfermedades de obesidad, diabetes, desnutrición y otros trastornos relacionados.

El gobierno colombiano y varias organizaciones como Red Papaz, Disjusticia, Educar consumidores, La organización mundial de la salud (OMS), Food Fisrt Information and Action Network (FIAN) Colombia, son actores importantes que se preocupan por la salud, desarrollo y correcto crecimiento de la población infantil. Tratando de liderar e impulsando proyectos que desincentiven el consumo de estos productos, nocivos por sus altos contenidos en azúcares, sodio y grasas saturadas. (Ideas Verdes, Análisis Político, Debate sobre la comida chatarra Mayo 2019).

“Las ventas de productos ultra procesados aumentan con la urbanización y cuando los gobiernos nacionales abren sus países a la inversión extranjera y eliminan la regulación de los mercados (desregulación). Si bien el volumen de las ventas se mantiene más elevado en los países de ingresos altos, la tasa de crecimiento entre el 2000 y el 2013 fue más rápida en los países de menores ingresos. Por último, en consonancia con observaciones anteriores, las ventas de productos ultra procesados se relacionan con el aumento de peso y la obesidad en América Latina.

Según el Plan de acción para la prevención de la obesidad en la niñez y la adolescencia (2014-2019), de la Organización Panamericana de la Salud, para apoyar y fomentar patrones

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo</p>	<p>INFORME FINAL DE PRÁCTICA</p>	Código: F-PD-46
		Versión: 01
		Página 17 de 28

de alimentación saludable es necesario frenar el rápido aumento de las ventas de productos ultra procesados en todo el continente, mediante regulaciones legales y el desarrollo de oportunidades en el mercado a fin de proteger y fortalecer los sistemas locales y nacionales de alimentos saludables y, por ende, los patrones de alimentación saludable”. ‘Organización Panamericana de la Salud, 2015’.

En esta es una lucha entre la sociedad civil y el poder de las industrias colombianas para continuar adelante con sus procesos de producción, los cuales no son regulados estrictamente por el gobierno, permitiendo que se siga jugando con la mente de los pequeños consumidores que por medio del marketing y mensajes publicitarios erróneos incentivan el consumo de productos no sanos, con bebidas y alimentos ultra procesados con exceso en azúcar, grasas y sodio.

“Desde 2016, se vienen debatiendo en Colombia medidas que buscan reducir el consumo de bebidas azucaradas y de comidas con un alto contenido de azúcar, sodio o grasas saturadas (conocidas coloquialmente como comida chatarra). El Ministerio de Salud impulsó sin éxito un impuesto para desincentivar el consumo de productos como gaseosas, té y bebidas de fruta, azucaradas. Uno de los principales opositores de la medida fue el entonces senador y hoy presidente del país Iván Duque. Entre 2017 y 2018, la organización Red PaPaz (Red de padres y madres), con el apoyo de varias organizaciones, impulsó el proyecto de ley 019 de 2017 que buscaba, entre otras medidas, prohibir la venta de estos alimentos en escuelas primarias, regular su publicidad en televisión abierta e indicar con un etiquetado frontal si un

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo</p>	<p>INFORME FINAL DE PRÁCTICA</p>	Código: F-PD-46
		Versión: 01
		Página 18 de 28

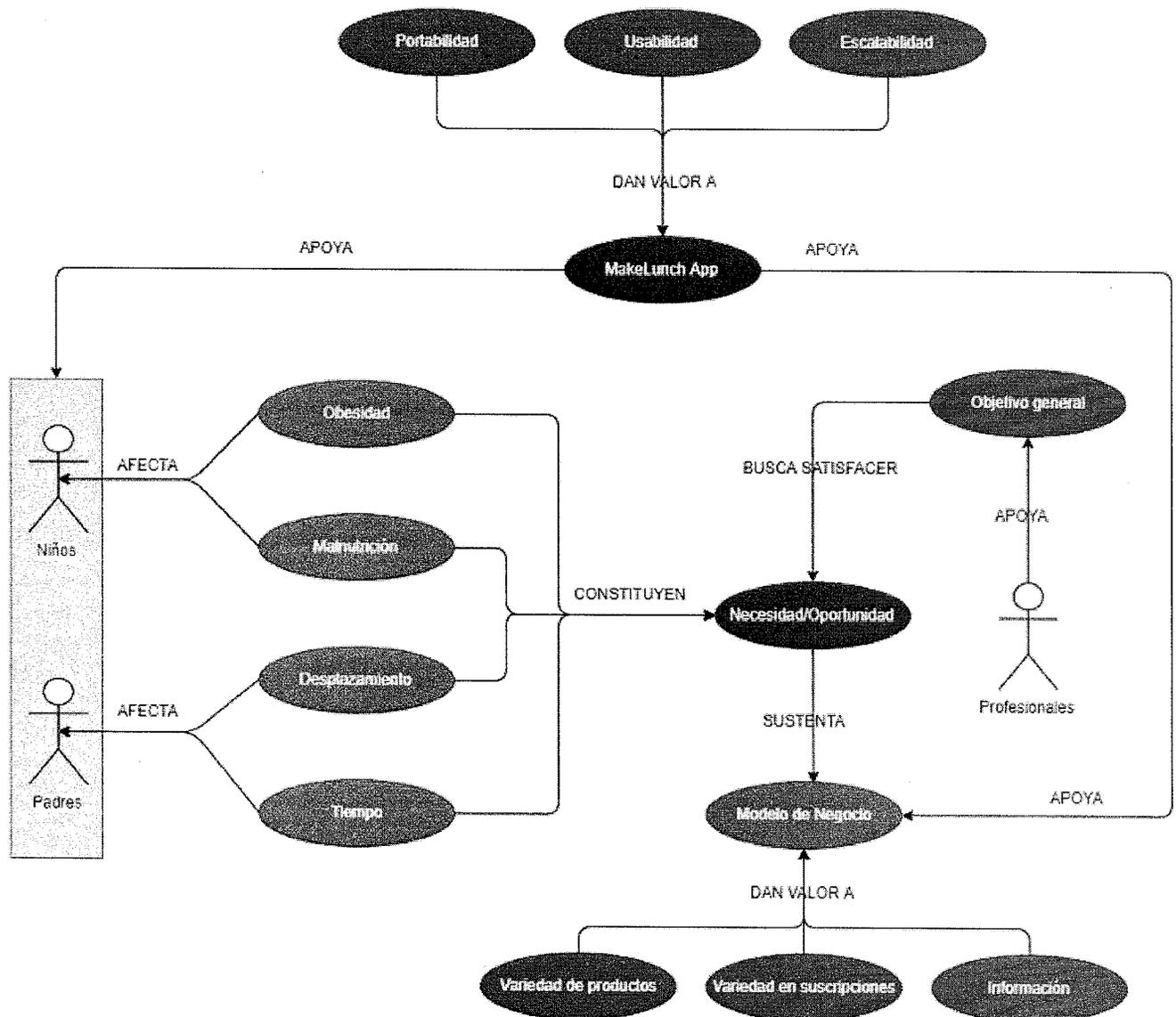
producto es alto en grasas, sodio, azúcar o grasas saturadas.” (Ideas Verdes, Análisis Político, Debate sobre la comida chatarra Mayo 2019).

Según el informe de la “Encuesta nacional de situación Nutricional” (Ensin) encuesta que se realiza cada 5 años en el país desde el 2005 por el Ministerio de Salud. Entre el 2010 y 2015 la incidencia del sobrepeso y la obesidad aumentó en niñas y niños con edades entre 0 y 4 años de 4.9% a 6.3%, Entre 5 y 12 años creció de 18.8% a 24,4%. (Instituto Nacional de Salud, 2017).

MakeLunch App, será una herramienta, una opción que apoye esta corriente del gobierno y las distintas organizaciones, en comercializar productos más sanos para las loncheras, NO tan nocivos y empezar a tomar conciencia al momento consumir estos productos. MakeLunch será un e-commerce especializado que solo comercializara aquellos productos que no excedan estos componentes, que terminan siendo nocivos para la salud de los niños, se entregara una información nutricional clara, sencilla y fácil de entender para que niños y padres empiecen a tomar conciencia al momento de comprar.

3.1.2 Marco Teórico

3.1.3 Marco conceptual.



 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo</p>	<p>INFORME FINAL DE PRÁCTICA</p>	Código: F-PD-46
		Versión: 01
		Página 20 de 28

3.1.4 Marco legal frente a servicios digitales.

Los emprendimientos digitales en Colombia, todos deben cumplir con políticas definidas por el gobierno colombiano en cabeza del Ministerio de Tecnologías de la información y las comunicaciones -MinTic. ejemplo de esto es el cumplimiento de lo previsto en los artículos 15 y 20 de la Constitución Política, la Ley Estatutaria 1581 de 2012 y el Decreto Reglamentario 1377 de 2013, Esta iniciativa MakeLunch deberá adoptar esta política para el tratamiento de datos personales.

El objetivo y la aplicación de esta política consiste en que los titulares de los datos personales cuenten con la información suficiente respecto del tratamiento, esto es, recolección, almacenamiento, uso, circulación o supresión, así como de la seguridad, confidencialidad y privacidad de la información recolectada en virtud de la autorización otorgada por los titulares de los datos personales a MakeLunch App. Esta información deberá ser explícita a los usuarios de la aplicación en el módulo de Términos y Condiciones.

LEY 527 DE 1999 – “LEY DE COMERCIO ELECTRÓNICO”

Establece el “principio de equivalencia funcional”

Firma electrónica y firmas autógrafas

- Mensajes de datos y documentos escritos

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo</p>	<p>INFORME FINAL DE PRÁCTICA</p>	Código: F-PD-46
		Versión: 01
		Página 21 de 28

- Establece reglas para la certificación de firmas digitales y para la creación de Entidades de Certificación.

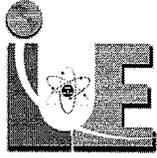
LEY 633 DE 2000.

• Artículo 91. Todas las páginas Web y sitios de Internet de origen colombiano que operan en el Internet y cuya actividad económica sea de carácter comercial, financiero o de prestación de servicios, deberán inscribirse en el Registro Mercantil y suministrar a la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales DIAN, la información de transacciones económicas en los términos que esta entidad lo requiera.

LEY 1480 de 2011

Obligaciones especiales para los proveedores de bienes y servicios que se ofrezcan usando medios electrónicos:

- Deberes especiales de información (identificación del proveedor, características de los bienes, medios de pago disponibles, texto del contrato etc.)
- Deberes de conservar información
- Forma de radicación de peticiones, quejas y reclamos
- Vínculo a la autoridad de Protección al Consumidor.

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo</p>	INFORME FINAL DE PRÁCTICA	Código: F-PD-46
		Versión: 01
		Página 22 de 28

• **Reversión del pago**

Cuando el consumidor sea objeto de fraude, o corresponda a una operación no solicitada, o el producto adquirido no sea recibido, o el producto entregado no corresponda a lo solicitado o sea defectuoso, tendrá derecho a la reversión del pago

DECRETO 587 DE 2016

Es diferente al llamado “DERECHO DE RETRACTO” (Derecho de arrepentimiento)

- Derecho relacionado con ventas a distancia y por métodos no tradicionales
- Derecho a devolver el producto hasta 5 días después de recibido.

Protección de los niños, niñas y adolescentes en comercio electrónico.

- El proveedor deberá tomar las medidas posibles para verificar la edad del consumidor.
- PUBLICIDAD DIRIGIDA A MENORES: Decreto 975 de 2015

Portales de contacto.

(Personas que ponen a disposición del público una plataforma electrónica en la que personas ofrecen productos para su comercialización y a su vez los consumidores puedan contactarlos por ese mismo mecanismo)

- Deberá exigir a todos los oferentes información que permita su identificación, la cual podrá ser consultada por quien haya comprado un producto con el fin de presentar una queja o reclamo y deberá ser suministrada a la autoridad competente cuando esta lo solicite.

- LEY 1221 DE 2008 – Ley de Teletrabajo

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo</p>	<p>INFORME FINAL DE PRÁCTICA</p>	Código: F-PD-46
		Versión: 01
		Página 23 de 28

- LEY 1273 de 2009 – Delitos Informáticos
- LEY 1341 de 2009 – Ley de Tecnologías de información y las Comunicaciones.
- DECRETO 2245 DE 2015 – Factura Electrónica

3.1.5 Marco legal de propiedad intelectual.

MakeLunch, revisará y atenderá los temas de propiedad intelectual desde la Marca, de esta forma protegeremos nuestro servicio y modelo de negocio.

LEY 23 DE 1982

- DECISIÓN 351 de 1991 - ACUERDO DE CARTAGENA
- Decreto 162 de 1996

Normas sobre marcas:

- DECISIÓN 486 DEL ACUERDO DE CARTAGENA

3.2 Desarrollo y logro de objetivos

Al final del desarrollo del modelo de negocio y entrega del informe final, se logra construir la documentación, plan de trabajo, estrategia, orientado al desarrollo de una web application enfocada a la categoría de e-commerce especializado, expertos en la

 INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO Ciencia, educación y desarrollo	INFORME FINAL DE PRÁCTICA	Código: F-PD-46
		Versión: 01
		Página 24 de 28

comercialización de un amplio portafolio de productos saludables para las loncheras de los niños.

De acuerdo a los objetivos específicos planteados en al inicio del proceso, se logra identificar y construir el mapa de ruta, donde se describe el problema y posteriormente se plantean las estrategias y fases, para darle solución al mismos. En este punto se hace la entrega una arquitectura empresarial, la cual nos permite tener de manera estructurada e integral el modelo de negocio, desde una arquitectura del “Asis” hasta llegar a una arquitectura de “To be”.

Luego se logra abordar esta estrategia plasmada en la arquitectura empresarial en un articulado modelo de PMI para gestión de proyecto, apalancados en las mejores prácticas del PMBOOK.

4. CONCLUSIONES.

El presente trabajo de proyecto de grado se orientó al desarrollo en la documentación, organización y estrategia de ejecución del modelo de negocio “MakeLunch App – Loncheras Saludables”. En el proceso se logra evidenciar, que más allá de la tecnología o el pensar cómo solucionar el problema, realmente lo más importante es tener un entendimiento real de la situación problemática, se debe pensar en el “QUE”, antes de pensar en el “COMO”. Este es parte del aprendizaje adquirido durante todo el proceso de construcción.

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo</p>	INFORME FINAL DE PRÁCTICA	Código: F-PD-46
		Versión: 01
		Página 25 de 28

Respecto al modelo de negocio “MakeLunch App”, El problema identificado inicialmente es apenas la punta del Iceberg. Debajo de él se conjugan una serie de datos y situaciones importantes que definitivamente no se pueden pasar por alto. Esta idea problematizadora fue evidenciada hace aproximadamente 2 años, tiempo en el cual la situación problemática inicial identificada, era algo muy distinta a la que hoy pretendemos atender con este modelo de negocio de MakeLunch App.

Definitivamente antes lanzarse a escribir la primera línea de código, algo que es muy tentador y definitivamente es en lo primero que se piensa siempre, La realidad es que esto debería cambiar, evitar caer en tentaciones y hacer un esfuerzo mayor por entender muy bien el problema y atenderlo sin pensar en los medios tecnológicos, sin pensar en el cómo. Es en este preciso momento que toma gran importancia estas dos herramientas, las cuales permitieron avanzar de una forma organizada, clara y estratégica en el entendimiento del problema y el planteamiento de la solución.

1. La arquitectura empresarial

2. Metodología de proyecto PMI.

Estas dos herramientas definitivamente hacen parte de ese conocimiento adquirido durante el proceso, permitiendo una visión más clara y por ende abordar nuestra situación problematizadora, y a partir de esto ahora si pensar en el “COMO”. De esta forma se pudo tener una visión holística de toda la solución, que nos permitió nunca perder objetividad.

	INFORME FINAL DE PRÁCTICA	Código: F-PD-46
		Versión: 01
		Página 26 de 28

5. RECOMENDACIONES.

Una vez se concluya esta primera fase del proyecto de grado, la cual podríamos llamar una fase de organización y planeación, se debe continuar con una segunda fase la cual se considera muy importante porque allí se consolidara y ejecutara todo lo que se definió para el desarrollo de un mínimo producto viable, y de esta forma atender la solución del problema planteado en el objetivo del proyecto.

Se debe considerar de gran valor en el desarrollo de la solución, a aquellos actores importantes que se identificaron en la primera fase como: Ministerio de salud, Secretarias de salud, Secretarias de educación, Red Papaz, quienes se pueden ser aliados estratégicos importantes, a quienes les podría interesar el buen desarrollo y entrega de este servicio a los padres de familia, buscando al final beneficiar a los niños y padres en el proceso de la preparación de las loncheras.