

Investigación de Degrado

plataforma IFOOD

Alumno:

Mauricio Castañeda López

Docente:

Arturo Henao Torres

Asignatura:

Investigación de Grado

Institución universitaria Tecnológico de Antioquia

Facultad de ciencias administrativas y económicas

Tecnología en gestión comercial

Medellín

2018

Contenido

Trabajo de grado

Introducción	3
Título de la investigación	4
Objetivos de estudio	4
Objetivo general	4
Objetivo específico	4
Justificación	5
Marco Teórico	7
Grafica 1. Proceso de virtual de la Aplicación IFOOD	9
Hipótesis	10
Desarrollo de la investigación	11
Diseño de la investigación	
Diseño Metodológico	12
Fuentes de información	12
Técnicas de recolección de datos	13
Diseño de la Muestra	14
Encuesta	15
Tabulación e Interpretación de la encuesta	17
Conclusiones	21
Recomendaciones	22
Referencias	22

Introducción

La plataforma COME YA se creó desde en el año 2013 por dos jóvenes emprendedores Carlos Bockelman y su socio Luis Miguel Ballestas ambos ingenieros de sistemas, de la ciudad de barranquilla, buscaron desarrollar una aplicación para luego poder venderla a una multinacional, la cual prestara el buen servicio y supliera la necesidad de los clientes de pedir comida a domicilio de una manera fácil, rápida y eficaz. Luego fue comprada por IFOOD en marzo de 2016 quien empezó a invertirle capital.

Los restaurantes o centros de preparación de alimentos procesados cuentan con un importante desarrollo de comercialización de sus productos por medio de domicilios, donde solo algunos pocos restaurantes cuentan con tecnología aplicada a los domicilios, este proyecto busca analizar o evaluar la implementación de un nuevo sistema de maquinillas para que los restaurantes pequeños y medianos puedan ofrecer sus productos vía web y reciban los pedido sin contar con sistema de cómputo para que las personas de la ciudad de Medellín puedan acceder a un solo sitio donde encuentren un gran variedad de comidas y donde puedan realizar los pedidos de forma rápida, segura y confiable vía internet.

Título de la Investigación.

Implementación del sistema de maquinillas en la plataforma de domicilios IFOOD

Objeto de Estudio

Impacto que va a tener en el mercado la implementación del nuevo sistema de las maquinillas en los restaurantes de la ciudad de Medellín por parte de la plataforma IFOOD, generando nuevos ingresos y beneficios tanto para los clientes como para la empresa.

Objetivo General.

Analizar el impacto y crecimiento financiero en los clientes con la implementación del sistema de las maquinillas de IFOOD, que nos permita trabajar con los restaurantes que no poseen un computador en los establecimientos para así satisfacer las necesidades de los clientes y así ampliar el portafolio de estos, para obtener un crecimiento económico en la ciudad de Medellín.

Objetivos Específicos.

- Llegar a los restaurantes de la ciudad de Medellín que no poseen un computador implementado el nuevo sistema de maquinillas con el fin de dinamizar y agilizar los procesos de la plataforma y cumplir con las exigencias del mercado actual.
- Evidenciar el grado de satisfacción por parte de los restaurantes y los clientes de la ciudad de Medellín con respecto a la implementación del sistema de maquinillas, a través de encuestas que permitan la recopilar información.
- Calcular por medio de la información que nos suministre el sistema de las maquinillas el incremento de clientes y ventas de los restaurantes de la plataforma IFOOD.

Justificación

I FOOD es una empresa y plataforma virtual (APP) de domicilios, que existe hace 4 años dedicada a trabajar con los restaurantes de la ciudad de Medellín, para el día de hoy cuenta con más de 200 restaurante registrados en la plataforma y más de 5.000 descargas semanales en la ciudad de Medellín.

Para ingresar o registrar un restáurate en la plataforma debe cumplir los siguientes requisitos: realizar domicilios y contar un equipo de cómputo en el establecimiento.

Debido a la cantidad de usuarios que se están registrando diariamente se quiere ampliar el portafolio de clientes en este caso de restaurantes, pero como se ha detectado que algunos de los establecimientos no cuenta con un equipo de cómputo y se han dejado que registrar en la plataforma. Para este año se quiere hacer la inversión de unas maquinillas para así trabajar con los restaurantes que no tienen el equipo de cómputo (Bockelmany, 2016, p,3)

Se pretende hacer la inversión para ampliar el portafolio de los restaurantes en la plataforma (APP) y así recuperar lo invertido, teniendo en cuenta que I FOOD por cada domicilio que genere en la plataforma para nuestros clientes la comisión es del 10% de tal manera que aumentando la cantidad de domicilios generan más ganancias para la empresa.

Lo anterior traerá beneficios al consumidor ya que podrá contar con una carta de opciones mucho más amplia en cuanto a precios y variedad de productos, además algunos centros de preparación de alimentos procesados podrán comercializar sus productos sin necesidad de contar con un lugar para la atención de los clientes, es decir pueden vender solo contando con un lugar

de preparación y despacho de sus productos, lo cual disminuiría enormemente los costos asociados a este tipo de negocio.

Marco Teórico

Con respecto al comercio electrónico cabe resaltar el cambio que ha generado en la manera de realizar negocios en todo el mundo, el gran desarrollo que el internet ha tenido en los últimos años ha logrado que los costos de transacción se disminuyan drásticamente creando las condiciones necesarias para que la pequeña y mediana empresa tengan acceso al mercado electrónico (León 2011, p.3)

Hoy en día el servicio de internet nos trae muchas ventajas como crear un negocio, aumentar sus ventas y llegar a nuevos clientes. Fonseca (2015) afirma:

Una de las grandes ventajas que plataformas ofrecen a las pymes es la posibilidad de llegar a cada una de las personas que se mueven por la web, dándoles a conocer nuestros servicios y ayudándonos a incrementar nuestro número de clientes. Con eventos como el Cyberlunes específicamente hemos podido dar a nuestros clientes un valor agregado que se ve reflejado en generosos descuentos. (p.1)

I FOOD es una plataforma que le brinda la facilidad a los restaurantes de que ofrezcan el servicio de domicilio de sus comidas y le den más beneficios a los cliente ya existentes como también se den a conocer a mas personas, para que estas puedan recibir su comida en el trabajo, casa y demás lugares donde se encuentren sin tener que movilizarse al restaurante más cercano. (Marín, 2012) comenta que:

El servicio de comida a domicilio es cada vez más popular, y sobre todo por medio de Internet, ya que muchos restaurantes y otros negocios de comida tienen sus propias páginas web que ofrecen menús y servicios para llevar. Ahora es mucho más fácil pedir la comida sin

tener que hablar por teléfono, ya que dentro de los sitios web del restaurante pueden tener opciones para que hagas tu pedido. (p.2)

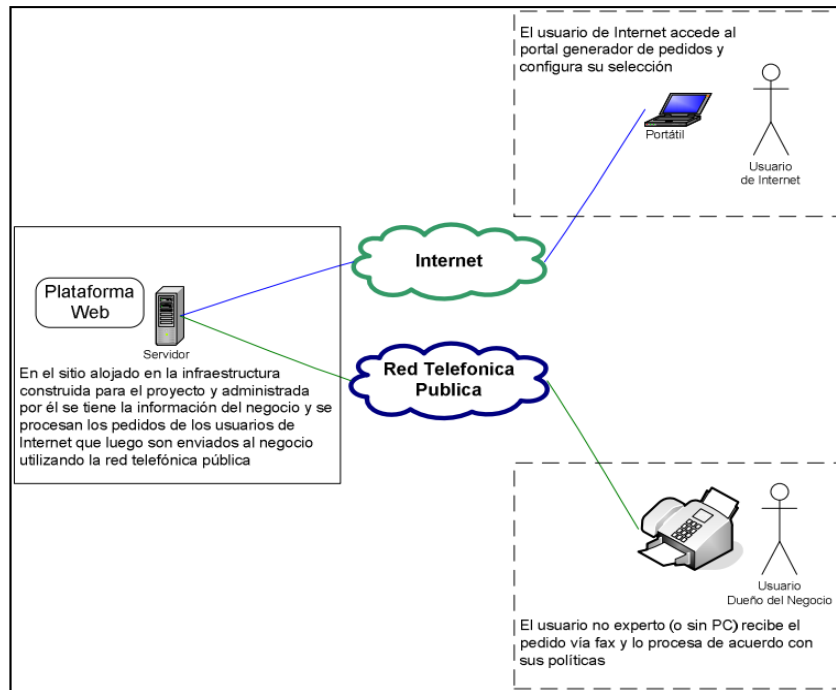
Actualmente los usuarios de internet están acogiendo más los servicios de compras virtuales, sin embargo, restaurantes y establecimientos de comidas no poseen un computador o acceso a internet, lo que hace que estén perdiendo la oportunidad de participar de estos nuevos canales de comunicación y reducir gastos, donde el empresario pueda desarrollar una relación directa de venta, la implementación de este servicio tiene muchos beneficios como lo dice Constanza (2012):

Beneficios de los restaurantes al tener el servicio de domicilios: los pedidos vía internet se ajustan al proceso de su negocio y el fluido de este, los pedidos son enviados directamente del punto de venta más cercano a la residencia, mejoramiento en sus procesos de calidad orientado a la satisfacción del cliente, incremento en las ventas, mejora la precisión en el momento de tomar el pedido, reduce los costos en el momento de toma de orden, clientes repetitivos, una efectiva herramienta de mercadeo para atraer nuevos clientes. (p.1)

Beneficios para los clientes: Fácil para buscar y ver todo el menú, No más esperas en el teléfono para que tomen su pedido, Control sobre todo el proceso a la hora de hacer su pedido, Los miembros de la familia y otros grupos pueden divertirse colaborando y escogiendo los platos. En cuanto a las Ventajas competitivas se puede obtener: Reducción de costos, Mejoramiento de los procesos y de la satisfacción del cliente por medio de un modelo de gestión de la calidad., Lograr un sustancial beneficio económico, Reducción de tiempo en la recepción del pedido, Asegurar al cliente la llegada de su pedido en determinado tiempo (esto llegando a un acuerdo con las cadenas de restaurantes. (Constanza, 2012. p.1)

Grafica 1.

Proceso de virtual de la plataforma IFOOD



IFOOD, una app que revoluciona la comida a domicilio (Foto: Suministrada / VANGUARDIA LIBERAL)

La grafica se puede observar como es el proceso de la plataforma IFOOD, el proceso que actualmente se realiza en el cual el cliente del restaurante genera el pedido por la plataforma come ya y el proceso que se está implementado el cual es por medio de una maquinilla para los restaurantes que no tienen sistema de cómputo, el cliente realiza el pedido al restaurante y este es recibido por la maquinilla.

Hipótesis

Con la inversión de este nuevo sistema para recibir los domicilios se quiere obtener una mayor rentabilidad y lograr trabajar con los restaurantes que no sean tenidos cuenta por no contar con un sistema de cómputo en el establecimiento.

Los restaurantes que se le suministren las maquinillas se les aumentaran la cantidad de pedidos ya que en la actualidad la tendencia es manejar los negocios por las plataformas virtuales y tendrán acceso a un mercado mucho más amplio sin tener un incremento muy alto de los costos.

Se capacitará a los colaboradores de los restaurantes para obtener un eficiente manejo de la maquinilla y que pueda hacer más eficaz y dinámico el proceso de los domicilios.

Con la implementación de este nuevo sistema para recibir los domicilios lo que se lograra es no dejar a ningún restaurante de nuestro mercado objetivo por fuera de nuestra plataforma

I FOOD

Desarrollo de la Investigación

El estudio se realizó a los 25 restaurantes de la ciudad de Medellín, que son el 5% de 250 restaurantes los cuales no cuentan un sistema de cómputo en el establecimiento, los cuales son: Gol pizza gol, la jugosa, el taconazo, don arroz paisa, el camarón en la bicicleta, la casa del arroz, urabana, los perritos, sabores del mar pacifico, peppers pizzería, la sazón de la negra Tomasa, las delicias del negro, caseritos, la cocina de mi pueblo, jimmys del poblado, comidas rápidas el capo, qadoda, los aplastados de pacho, el wook paisa, Jorge arepas, asados orgel, pizzería jj y para donde cesar.

El mercado objetivo son los restaurantes de la ciudad de Medellín donde se encuentran todo tipo de establecimientos que dispongan de una estructura sólida de entrega a domicilio, entre los tipos de restaurantes se encuentran establecimientos temáticos, asaderos, comidas rápidas, comida china, entre otros. En cuanto a la prestación del servicio estará disponible para los todos los estratos socioeconómicos de la ciudad de Medellín ya que es de vital importancia poder llegar a todos los clientes de estos restaurantes puesto ellos prefieren el servicio a domicilio por seguridad, comodidad, rapidez y confiabilidad.

En cuanto, a las edades y los géneros de los compradores, se puede determinar que en Colombia los mayores compradores en internet son hombres entre los 28 y 35 años, las mujeres emplean internet como medio de información para comparar precios de los productos mas no usan la web como medio de compra (Bedoya, 2011. p.20).

Área en que desarrollara la investigación es de la Tecnología, comercio electrónico.

La elaboración de la investigación comercial a la plataforma IFOOD se realizara en periodo comprendido entre los meses de febrero y mayo de 2018.

Diseño Metodológico

Investigación es descriptiva ya que el objetivo de la investigación tiene como fin de calcular y/o medir el aumento de pedidos en los restaurantes, de la misma manera medir el incremento de los ingresos y así justificar la inversión que se la hará a los restaurantes que no se han podido registrar por la falta de un sistema de cómputo, como el fin de que a los restaurantes que se le suministren las maquinillas se les aumente la cantidad de pedidos ya que en la actualidad la tendencia es manejar los negocios por las plataformas virtuales y tendrán acceso a un mercado mucho más amplio sin tener un incremento muy alto de los costos.

Fuentes de Información

Primaria interna

Para conocer la aceptación de las maquinillas en los restaurantes, se elaborara una encuesta que permita recopilar información primaria del tamaño de mercado, nivel de ingresos y la aceptación del servicio.

Los clientes, son restaurantes que quieran ofrecer o ampliar la comercialización de sus productos utilizando las maquinillas, donde tendrán acceso a un mercado mucho más amplio sin incurrir en un incremento en los costos.

Se tomara como tamaño del mercado los restaurantes que no se encuentran registrados en la plataforma IFOOD, pues lo que se quiere es llegar a aquellos restaurantes que tengan la capacidad instalada para generar un alto volumen de entrega de pedidos a domicilio.

Es importante tener en cuenta el comportamiento del cliente de nuestro clientes, para esto se realizará que una encuesta de tipo personal a cada restaurante y la encuesta será mixta la cual nos permitirá estimar que potencial de compradores tienen los restaurantes.

Técnicas de recolección de datos

Observación mecánica

Técnicas de recolección de datos es observación mecánica ya que con el sistema de las maquinillas podremos medir la cantidad de pedidos que entraran mensualmente a cada uno de los restaurantes que se implementará este sistema y si obtener un aproximado de los ingresos monetarios o ingresos que tendremos para así justificar la inversión.

Encuesta.

La siguiente encuesta se realizará de forma personal para los 25 restaurante a los cuales se le implemento el sistema de las maquinillas con el fin de revelar el grado de satisfacción por partes de estos y sus clientes.

Tamaño de la muestra

1. Población finita, 25 restaurantes que se le instalo el sistema de las maquinillas.
2. Nivel de Error, teniendo en cuenta que los restaurantes son clientes confiables porque son los dueños de los negocios, el nivel de error no es mayor de 3%.
3. Nivel de Confianza, por el ser los propietarios y experimentados que son la población encuestada el nivel de confianza es de 98%

Calculo del Tamaño de la Muestra:

Población N: 25

Nivel de error e: 3%=0.03

Nivel de confianza Z: 98%= constante K. para un nivel de confianza=2.101= valor a utilizar 2.10

Desviación estándar P*Q= 50%*50%= 0.5 * 0.5

Formula Aplicar:

$$n = \frac{N * Z^2 * (P * Q)}{E^2 * (N-1) + Z^2 * P * Q}$$

$$n = \frac{25 * 2.10^2 * (0.5*0.5)}{0.03^2 * (25 -1) + 2.10^2 * (0.5*0.5)}$$

$$n = \frac{110.25 * (0.25)}{0.0216 + 1.1025}$$

$$n = \frac{27.5625}{1.12241}$$

$$n = 25$$

Encuesta.

Encuesta para evaluar la rentabilidad y la satisfacción de los clientes en cuanto al funcionamiento del nuevo sistema de las maquinillas que se implementó en los restaurantes por parte de la plataforma IFOOD.

Estimado cliente, estamos interesados en conocer su opinión sobre funcionamiento del nuevo sistema de las maquinillas que se implementó en su restaurante.

Sus respuestas son totalmente confidenciales, agradecemos su participación.

1. ¿Cómo le ha parecido la plataforma de IFOOD?

- Excelente
- Bueno
- Regular
- Malo

2. ¿Se ha incrementado los pedidos desde que trabaja con la plataforma IFOOD?

- 5% -10%
- 10% - 15%
- 15% - 20%
- Más del 20%

3. ¿Diga usted si está conforme con el funcionamiento de las maquinillas?

- Si
- No

4. ¿Cuántos pedidos le ingresan semanalmente en las maquinillas desde que esta con el manejo de la plataforma IFOOD?

- 0 -10 domicilios
- 11 – 20 domicilios

- 21 - 30 domicilios
- Más de 30 domicilios

5. ¿Cuáles son los platos que más le piden los usuarios?

6. ¿Indique cómo ha sido el servicio del restaurante y los domicilios para con sus clientes desde que trabaja usted con la plataforma IFOOD?

- Excelente
- Bueno
- Regular
- Malo

7. ¿se encuentran satisfechos con la atención o apoyo del asesor de ventas de IFOOD?

- Si
- No

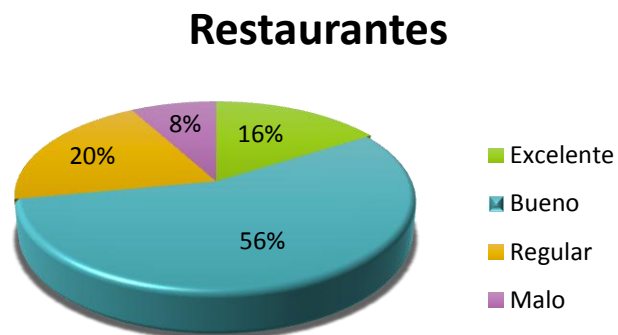
8. ¿Está de acuerdo seguir pagando un 10% de cada venta que se realice por este medio?

- Si
- No

9. ¿Qué le gustaría que se mejorara en la plataforma IFOOD?

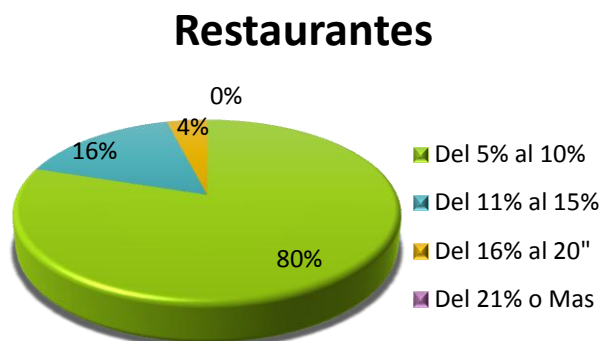
Tabulación e Interpretación de la Encuesta

1. ¿Cómo le ha parecido la plataforma de IFOOD?		
	Restaurantes	%
Excelente	4	16
Bueno	14	56
Regular	5	20
Malo	2	8
Total	25	100



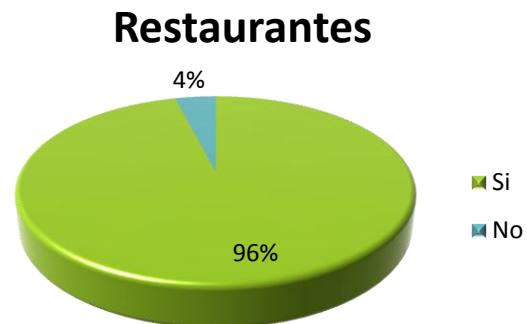
Interpretación: la plataforma IFOOD ha tenido una buena aceptación por parte de los restaurantes que trabajan con esta aplicación, y que se le implemente el sistema de las maquinillas

2. ¿Se ha incrementado los pedidos desde que trabaja con la plataforma IFOOD?		
	Restaurantes	%
Del 5% al 10%	20	80
Del 11% al 15%	4	16
Del 16% al 20"	1	4
Del 21% o Mas	0	0
Total	25	100



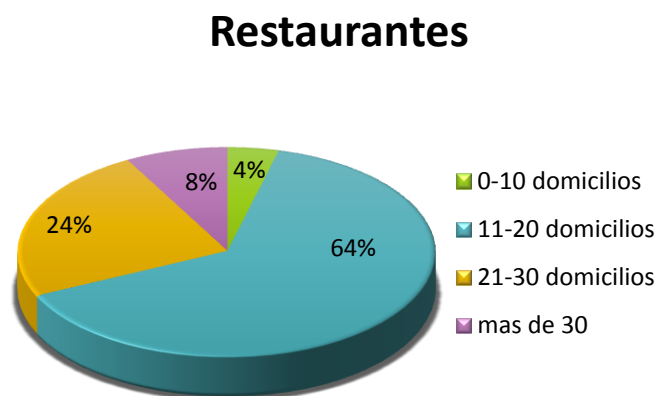
Interpretación: a la mayoría de los restaurantes no les ha incrementado un porcentaje o una cantidad de domicilios muy alto, ya que es un poco complejo pasar en poco tiempo todos los domicilios que le entran a los restaurantes, sea por la aplicación.

3. ¿Diga usted si está conforme con el funcionamiento de las maquinillas?		
	Restaurantes	%
Si	24	96
No	1	4
Total	25	100



Interpretación: se puede concluir que el sistema de maquinillas está teniendo una aceptación muy buena ya que el 88% de los clientes están a gusto con el sistema

4. ¿Cuántos pedidos le ingresan semanalmente en las maquinillas desde que esta con el manejo de la plataforma IFOOD?		
	Restaurantes	%
0-10 domicilios	1	4
11-20 domicilios	16	64
21-30 domicilios	6	24
mas de 30	2	8
Total	25	100

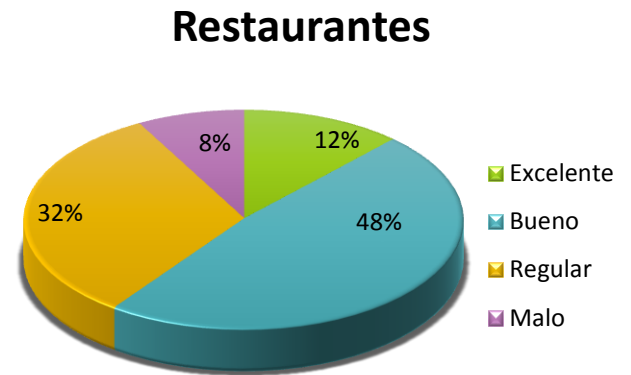


Interpretación: se puede interpretar que la mayoría de restaurantes están generando una buena cantidad de domicilios semanalmente desde que están trabajando con la aplicación IFOOD.

5. ¿Cuáles son los platos que más le piden los usuarios?

Interpretación: esta pregunta se realizó a cada restaurante para así saber cuáles son los platos o comidas que más se piden por la aplicación, de esta manera trabajar de la mano del restaurante y hacerle publicidad, compañías o promociones a los platos o comidas que casi no piden los usuarios para que estos tengan más rotación o sean pedidos por los usuarios.

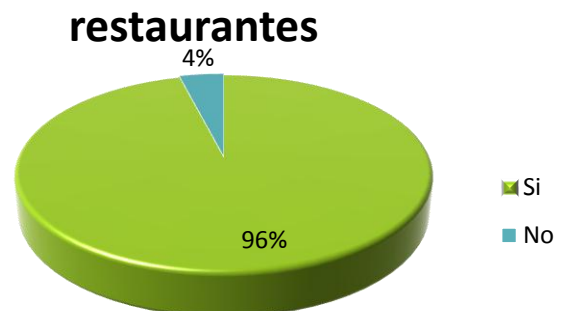
6. ¿Indique cómo ha sido el servicio del restaurante y los domicilios para con sus clientes desde que trabaja usted con la plataforma IFOOD?		
	Restaurantes	%
Excelente	3	12
Bueno	12	48
Regular	8	32
Malo	2	8
Total	25	100



Interpretación: para los restaurantes el estar trabajando con la aplicación IFOOD ha sido un servicio aceptable, ya que le toma un poco de tiempo a los usuarios asimilar y acoplarse.

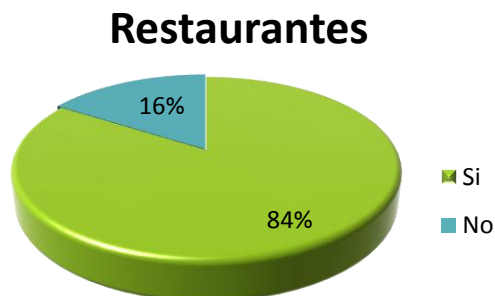
Es de anotar que no se está teniendo un mejor servicio de los restaurantes a sus usuarios cuando estos utilizan la aplicación para pedir el domicilio ya que se está teniendo un inconveniente con los domiciliarios o mensajeros, Por qué se están demorando mucho para entregar los pedidos y por tal motivo los usuarios no reciben los domicilios. Lo cual está representando pérdidas para la aplicación y un mal servicio para los restaurantes.

7. ¿se encuentran satisfechos con la atención o apoyo del asesor de ventas de IFOOD?		
	restaurantes	%
Si	24	96
No	1	4
Total	25	100



Interpretación: por parte de los restaurantes se encontró una gran satisfacción en cuando la atención y apoyo por parte del asesor de ventas de IFOOD.

8. ¿Está de acuerdo seguir pagando un 10% de cada venta que se realice por este medio?		
	Restaurantes	%
Si	21	84
No	4	16
Total	25	100



Interpretación: un porcentaje muy alto está de acuerdo de seguir pagando el 10% de comisión, por cada domicilio que le ingresa por parte de la aplicación IFOOD.

9. ¿Qué le gustaría que se mejorara en la plataforma IFOOD?

Interpretación: con esta pregunta queríamos indagar que se estaba haciendo mal respecto a la implementación del sistema de maquinillas por parte de la aplicación IFOOD.

Se detectó que los restaurantes están satisfechos con la implementación de las maquinillas, pero están poco contentos con el servicio de domiciliarios o mensajeros que también ofrece la aplicación IFOOD. Este servicio tiene sus falencias por motivos de los tiempos de entrega de los domiciliarios y también se está fallando por parte de la facturación y el cruce de cuentas entre los restaurantes y la aplicación.

Conclusiones

- En general con la investigación se encontró una acogida positiva por parte de los restaurantes de la ciudad quienes ven como una oportunidad el poder ofrecer sus productos por internet y ampliar así los canales de comercialización y la cobertura del servicio a domicilio.
- Las ventas a domicilio son un potencial de ingresos en que los restaurantes están dispuestos a invertir en todo lo necesario para mejorar este ítem, incluso hay algunos restaurantes interesados en no tener punto de ventas y dedicar todos sus esfuerzos en las ventas a domicilio.
- El pago por comisión resulto ser la opción más viable para el cobro de este servicio, ya que de esta forma los restaurantes pagan por el servicio si y solo si obtienen beneficios.
- El procesamiento de pedidos a domicilio de los restaurantes de la ciudad se encuentran problemas de índole cultural puesto que en el país no se cuenta con una normatividad claramente definida en este aspecto, los usuarios no tienen aún la confianza suficiente para generar pagos o pedidos por internet, sin embargo en el país se han ejecutado proyectos para mejorar la confianza de los usuarios de internet a realizar compras por este medio ya que el comercio electrónico es visto como potencial de competitividad en las economías de mercado actual.

Recomendaciones

- De acuerdo a la investigación realizada la plataforma IFOOD debe de realizar una capacitación más profunda a los restaurantes, tanto a los que se tienen implementado el sistema de cómputo como a los que les implemento el nuevo sistema de maquinillas con el fin de que estos puedan hacer un eficiente manejo del servicio, que sea restable y hacer más dinámico el proceso de los domicilios.
- Hacer con más frecuencia investigaciones de mercado con el fin de identificar los clientes potenciales y como llegar a ellos, para no dejar a ningún restaurante fuera de la plataforma.
- solucionar el tema de la facturación y cruce de cuentas con los restaurantes para que a futuro estos no se quieran retirar de la aplicación.
- Mejorar los tiempos y el servicio de los domiciliarios o mensajeros.
- Innovar o cambiar el sistema de maquinillas por un Smartphone o table .

Referencias

Bedoya, C (2011) *plan de negocios para una empresa prestadora del servicio de plataforma web a usuarios no expertos y/o no poseedores de sistemas informáticos para procesamiento de pedidos a domicilio*. Recuperado de:
<file:///C:/Users/Estudiante01/Downloads/Plan%20de%20negocios%20para%20una%20empresa%20prestadora%20del%20servicio%20de%20plataforma%20web%20a%20usuarios%20no%20expertos%20yo%20no%20poseedores%20de%20sistemas%20inform%C3%A1ticos%20para%20procesamiento%20de%20pedidos%20a%20domicilio.pdf>.

Constanza, D (2012) *modelo de negocio de un portal web de comidas rápidas*.

Universidad EAN. PP 75-221. Recuperado de: [http://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/3683/ParraDiana 2012.pdf?sequence=6](http://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/3683/ParraDiana%202012.pdf?sequence=6)

Constanza, D (2012) *modelo de negocio de un portal web de comidas rápidas*.

Universidad EAN. PP 76-221. Recuperado de: [http://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/3683/ ParraDiana 2012.pdf? sequence=6](http://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/3683/ParraDiana%202012.pdf?sequence=6)

Fonseca, N (2015) *el comercio electrónico en Colombia crece de mano de las pymes*.

Revista P&M. Recuperado de: <http://www.revistapym.com.co/noticias/mercadeo/comercio-electr-nico-colombia-crece-mano-las-pymes>

Marín, G (2012) *Los beneficios de pedir comida a domicilio. Sabor universal.*

Recuperado de: saboruniversal.com/2012/08/beneficios-pedir-comida-domicilio/

León, R (2011) *plan de negocios para una empresa prestadora del servicio de plataforma*

web a usuarios no expertos y/o no poseedores de sistemas informáticos para procesamiento de pedidos a domicilio. Recuperado de: file:///C:/Users/

Estudiante01/Downloads/Plan%20de%20negocios%20para%20una%20empresa%20prestadora%20del%20servicio%20de%20plataforma%20web%20a%20usuarios%20no%20expertos%20y%20no%20poseedores%20de%20sistemas%20inform%C3%A1ticos%20para%20procesamiento%20de%20pedidos%20a%20domicilio.pdf.

<http://www.elcolombiano.com/antioquia/2-5-millones-de-motos-tendra-el-aburra-en-5-anos-ND4410906>

<https://prezi.com/hbsafqkp6c95/fabricacion-y-comercializacion-de-viseras-de-casco-para-moto/>