

Economía colaborativa y su evolución en las principales Empresas de domicilios de Bogotá

Autor:

Claudia Paulina Pabón Pulido

Ingeniero Industrial

Bogotá, Colombia

Claudiapabg12@gmail.com

Ensayo presentado como requisito para optar al título de Especialista en Alta Gerencia

Asesora:

Aida Patricia Calvo Villada

Universidad Militar Nueva Granada

Facultad de Ciencias Económicas

Especialización en Alta Gerencia

Bogotá, D.C., Colombia

2020

Resumen

Dadas las actuales condiciones de crisis económica generada por la pandemia del COVID-19 y las restricciones gubernamentales para el normal desarrollo de la economía del País, las empresas de economía colaborativa de domicilios de Bogotá que operan a través de aplicaciones App, toman gran relevancia para llevar a cabo el abastecimiento de productos de primera necesidad en los hogares y establecimientos de la ciudad permitidos para funcionar. El estudio analiza la economía colaborativa y su evolución en las principales empresas de domicilios que operan a través de aplicativos App en la ciudad de Bogotá.

Abstract

Given the current conditions of economic crisis generated by the COVID-19 pandemic and government restrictions for the normal development of the country's economy, the collaborative home economy companies in Bogotá that operate through App applications, take on great relevance for carry out the supply of basic necessities in the homes and establishments of the city allowed to function. The study analyzes the collaborative economy and its evolution in the main domicile companies that operate through App applications in the city of Bogotá.

Palabras Claves: Economía Colaborativa, Aplicativos App, Crisis Económica.

Economía colaborativa y su evolución en las principales Empresas de domicilios de Bogotá

En la actualidad, la crisis económica generada por la pandemia del virus COVID-19, ha generado en Bogotá una inclinación natural hacia las empresas de domicilios bajo el modelo de economía colaborativa, debido a que se hace prioritario llevar a cabo el abastecimiento de

productos de primera necesidad en los hogares y establecimientos de la ciudad permitidos para funcionar. Este modelo de negocio que se desarrolla por la interacción de las personas con las empresas a través de aplicativos App ha venido cambiando la forma de la interacción de bienes y servicios en los últimos años, posicionándose gradualmente como una alternativa económica que busca optimizar recursos y generar nuevos emprendimientos.

Antes de la actual crisis económica, las empresas de domicilios de Bogotá que operan bajo el modelo de economía colaborativa venían informando un crecimiento acelerado en las ventas, lo que conlleva a plantear los siguientes cuestionamientos ¿Es claro el concepto y evolución del modelo de negocio de economía colaborativa? y ¿Son financieramente viables las empresas de domicilios de Bogotá, para la generación de empleo y la realización de donaciones en especie de productos básicos de la canasta familiar a hogares de bajos recursos económicos de la ciudad? Por lo tanto, el objetivo de esta investigación es realizar precisiones conceptuales sobre la evolución de la economía colaborativa y el análisis de los principales aspectos financieros de las empresas de domicilios que operan en Bogotá.

Para llevar a cabo el objetivo, el estudio se ha estructurado en dos apartados. En el primero se hacen precisiones técnicas y conceptuales de la evolución de la economía colaborativa y en el segundo se realiza un análisis de los principales aspectos financieros de las empresas Rappi, Merqueo, Frubana, Ifood y Domicilios.com.

Concepto Economía Colaborativa:

En la actualidad, se comenta mucho sobre la economía colaborativa, sin embargo, no hay claridad en el concepto y su evolución a través del tiempo. Por lo tanto, a través de este estudio se profundizará sobre este concepto.

La economía colaborativa, también conocida como consumo colaborativo, puede definirse como un modelo económico que permite a las personas pedir prestado o alquilar activos propiedad de otras personas. El concepto de la economía colaborativa ha existido durante miles de años, pero el desarrollo de internet permitió que el mercado de alquiler entre pares se expandiera enormemente, en 2011 el consumo colaborativo fue identificado por La Revista Times una de las "10 ideas que cambiarán el mundo". En el 2015, la economía colaborativa había surgido como un modelo económico serio y estable; cinco sectores clave que utilizaron este modelo fueron: turismo, uso compartido de automóviles, finanzas, personal y transmisión de música y video (William Davidson Institute., 2016)

De otra parte, hay autores que asocian la definición del concepto de economía colaborativa como un sistema.

Con la expresión “economía colaborativa” se hace referencia, por regla general, a los nuevos sistemas de producción y consumo de bienes y servicios surgidos a principios de este siglo gracias a las posibilidades ofrecidas por los avances de la tecnología de la información para intercambiar y compartir dichos bienes y/o servicios, que permiten reducir las asimetrías informativas y los costes de transacción que afectan a dichas actividades, a la vez que permiten incrementar la escala en que se llevan a cabo y realizarlas de forma diferente a la tradicional. (Alfonso Sánhcez, diciembre,2016, pág. 235)

Evolución del Concepto de Economía Colaborativa:

El término “economía colaborativa” fue acuñado por primera vez por Ray Algar en el artículo “Collaborative Consumption” publicado en el boletín Leisure Report de 2007, pero el

actual concepto de consumo colaborativo comenzó a popularizarse en 2010 con la publicación del libro *What's mine is your* de Rachel Botsman y Roo Rogers. (Rocío Rodríguez et al., 2017, pág. 257)

Según Mier & Pastrana (2016, pág. 2), en la Figura 1, se puede observar la evolución que el concepto de Economía Colaborativa ha tenido para los diferentes autores y especialistas de la materia en el tiempo.

Autor	Año	Definición
Rachel Botsman / Kaplan	2010	La Economía del compartir es un fenómeno económico-tecnológico emergente que es alimentado por la evolución de la información y la tecnología de las comunicaciones (TIC), la proliferación de comunidades web de colaboración, así como el comercio social / intercambio.
Botsman y Rogers	2011	Fenómeno tecnológico, consideran principalmente que la Economía Colaborativa se basa en el acceso a través de la propiedad, el uso de servicios en línea, así como las transacciones monetarias y no monetarias, tales como compartir, intercambio, comercio y el alquiler (Botsman & Rogers, 2011).
McKerlich	2013	El Consumo Colaborativo no sólo se ve como el consumo, sino como una actividad en la que tanto la contribución y el uso de los recursos se entrelazan a través de redes peer-to-peer.
Matofska, et all.	2014	Definen la economía colaborativa como un ecosistema socio-económico en torno a la distribución de los recursos humanos y físicos; donde se comparten la creación, producción, distribución, comercio, consumo de bienes y servicios por parte de diferentes personas y organizaciones.
P.& Corporativo, U.	2015	Se entiende por economía colaborativa aquella en la cual los consumidores tratan de obtener un valor monetario de un bien que tienen infrautilizado.

Figura 1: Definiciones de Economía Colaborativa. (Mier & Pastrana, 2016, pág. 3)

¿Cuál es el enfoque de la Economía Colaborativa?

La economía colaborativa surge con el enfoque de ayuda mutua, pero este enfoque se profundiza en las relaciones de las empresas y personas a través de los avances tecnológicos.

Aunque el hecho de compartir recursos entre personas no es nuevo, la realización de estos intercambios a través de plataformas que involucran tecnología de la información sí lo es. En los mercados modernos, el paradigma de intercambio económico es el que se genera entre empresas y particulares o empresas entre sí; la economía colaborativa en cambio resalta la relación entre pares -principalmente individuos- que realizan transacciones de recursos (materiales o inmateriales) a través de plataformas tecnológicas que les permiten realizar tales interacciones, comunicándoles y facilitándoles el proceso y negociación del intercambio. Es decir, mediante aplicaciones y plataformas online, se ha creado puntos de encuentro de demanda y oferta de bienes y servicios que están infrautilizados y que pueden ser compartidos, prestados, regalados, intercambiados, alquilados o comprados. (Mier & Pastrana, 2016, pág. 2)

El anterior enfoque que presenta Mier & Pastrana (2016, pág. 2), permite establecer que el desarrollo de las aplicaciones en plataformas tecnológicas como punto de encuentro entre las empresas y las personas, facilita el intercambio de todo tipo de bienes y servicios, haciendo que en tiempo real las personas se conecten en cualquier parte del mundo y puedan acceder a la información para realizar transacciones de los bienes y servicios que ofrecen empresas y particulares.

Factores que Impulsan la Economía Colaborativa:

En la tabla 1 podemos observar los siguientes factores que impulsan la Economía Colaborativa:

Tabla 1
Factores que impulsan la Economía Colaborativa

Factores	Descripción
El internet y la cultura digital	<p>Utiliza las plataformas digitales para generar interacciones en usuarios, generando comunidades con un interés común.</p> <p>La Mayoría de las empresas que surgen en la Economía Colaborativa, operan a través de internet y aplicaciones móviles, favoreciendo la creación de nuevas oportunidades de negocio a empresarios e inversores.</p>
La Sociedad y Cultura	<p>Se crean comunidades de cooperativismo para obtener mayores beneficios basados en la confianza, seguridad o privacidad.</p>
Los problemas ambientales	<p>La concientización sobre los problemas ambientales generó un cambio del enfoque que traía el modelo del Hiperconsumismo al modelo de Economía Colaborativa.</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Modelo Hiperconsumismo: (Comprar, usar y almacenar) un único producto por una sola vez. b. Modelo Economía Colaborativa: (Reutilizar, reducir y reciclar)
La crisis económica	<p>La tendencia social es a creer que el sistema Capitalista favorece las desigualdades económicas, mientras que la Economía Colaborativa, provoca la unión de la Sociedad.</p> <p>El desempleo impulsa al desarrollo de alternativas no convencionales para:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Lograr ingresos extra. b. Sacar provecho de bienes infrautilizados.

Fuente: *Elaboración propia, datos tomados de Modelos de negocio en la economía colaborativa: síntesis y sugerencias* (Rocío Rodríguez et al., 2017, pág. 260)

Economía Colaborativa como Modelo de Negocio:

Desde otra perspectiva del concepto, la economía colaborativa también se entiende como un modelo de negocio que permite desarrollar nuevos emprendimientos.

La economía colaborativa es un modelo de negocio en el cual se basa en el intercambio de bienes y servicios entre productor – consumidor a cambio de una compensación pactada entre ambos sujetos. La creación de “startups” o empresas de arranque, en la actualidad ha llamado la atención de personas emprendedoras, las cuales permiten emprender distintos negocios con este método para así desarrollar su propuesta de negocios. (Barragán Codina, Guerra Rodríguez, Villalpando Cadena, Segura Torres, & Sandoval Oyervides, 2017, pág. 105)

Modelos de negocio en la economía colaborativa

Hay diferentes modalidades de interacción en la economía colaborativa, las cuales dependen del oferente y el demandante del bien o servicio, permitiendo así, una discriminación detallada en su catalogación.

Una clasificación frecuente es la que tiene en cuenta tanto los modelos de prestación como a quienes participan en la transacción. Se distingue así el modelo B2C o Business-to-Consumer, en el que la empresa es titular o maneja directamente el servicio o la prestación; el B2B o Business-to-Business, donde la interacción se realiza entre empresas que poseen o manejan el servicio o la prestación; el P2P o Peer-to-Peer, en el que son los particulares los que a través de la plataforma interactúan y cambian o realizan las prestaciones o servicios; el C2B o Consumer-to-Business en el que la empresa se beneficia y paga por los conocimientos o activos de los consumidores y el G2G o Governmentto-Government en el que son los organismos o instituciones públicas los que interactúan a través de la plataforma. (Alfonso Sánhcez, diciembre,2016, pág. 239)

Modelo de Negocio y Plataforma Colaborativa

Según el enfoque dado al modelo de negocio y al desarrollo de la plataforma colaborativa, se podrá establecer el alcance de esta, como se describe a continuación:

(...) el concreto modelo de negocio de economía colaborativa ante el que podamos encontrarnos viene determinado por la actividad que desarrolle la plataforma en cuestión en lo que se refiere a la provisión o prestación de bienes o servicios. Es posible, así, que la plataforma se limite a hacer simplemente de intermediario digital, poniendo en contacto a los prestadores/proveedores con los usuarios y facilitando la colaboración entre ellos. Pero también es posible que la plataforma sea la que preste el propio producto/servicio principal; o que preste servicios auxiliares o complementarios a los principales. En este tercer caso será preciso diferenciar si tales actuaciones son verdaderamente auxiliares o complementarias o si, por el contrario, se convierten en parte esencial del producto/servicio ofrecido, siendo las consecuencias diferentes en cada circunstancia. Será el estudio de cada concreto supuesto de hecho el que indique el modelo de negocio al que responde y la realidad normativa a la que, en su caso, quedaría sometido. (Alfonso Sánhez, diciembre,2016, pág. 239)

¿Qué son las aplicaciones Móviles App?

(...) Es un programa que se instala en un dispositivo móvil -ya sea teléfono o tableta- y que se puede integrar a las características del equipo, como su cámara o sistema de posicionamiento global (GPS). Además, se puede actualizar para añadirle nuevas características con el paso del tiempo. Las aplicaciones proveen acceso instantáneo a un contenido sin tener que buscarlo en Internet y, una vez instaladas, generalmente se puede acceder a ellas sin necesidad de una conexión a la Red. (LA NACION, 2011)

Por otro lado, los autores del libro “Diseñando apps para móviles” nos muestran un concepto más pedagógico para entender la relación entre las aplicaciones y los teléfonos móviles:

Las aplicaciones —también llamadas apps— están presentes en los teléfonos desde hace tiempo; de hecho, ya estaban incluidas en los sistemas operativos de Nokia o Blackberry años atrás. Los móviles de esa época contaban con pantallas reducidas y muchas veces no táctiles, y son los que ahora llamamos feature phones, en contraposición a los smartphones, más actuales. En esencia, una aplicación no deja de ser un software. Para entender un poco mejor el concepto, podemos decir que las aplicaciones son para los móviles lo que los programas son para los ordenadores de escritorio. (Cuello & Vitonne, 2013, pág. 13)



Figura 2: *Aplicativos Móviles App* - Fuente: https://encrypted_0.gstatic.com/images?q=tbn%3AANd9GcSvCBE-PiU_i6fzwRJrc9PGP0pxPDeeWEpVAo3II_0vcMyDVd2q&usqp=CAU

Evolución de las Aplicaciones Móviles App en el Mundo

La revolución tecnológica después del descubrimiento de los ordenadores de escritorio, portátiles y la internet, alcanza en el año 2007, un mayor auge con el desarrollo de las aplicaciones App incorporadas en los teléfonos móviles que permiten una interacción inmediata en cualquier punto donde el usuario del móvil se encuentre.

Una década ha pasado **desde que Steve Jobs presentó en la convención Macworld el primer iPhone**, un dispositivo touch, que permitía interactuar con aplicaciones y le daba importancia a la conexión de Internet, más allá de realizar simples llamadas. Y a pesar de que el mundo de telefonía ya era fuerte, el iPhone logró alterar la industria y detonó en una completa revolución digital, transformando en algo cotidiano la dependencia de llevar un Smartphone en el bolsillo y la necesidad de conexión inmediata. Los computadores de escritorio o portátiles han quedado en segundo plano y los smartphones son los principales dispositivos para navegar en Internet. (...) Los usuarios que más prefieren utilizar los smartphones, según ComScore, son los millennials, jóvenes entre 18 y 24 años, mientras que los adultos sobre los 35 años prefieren los computadores de escritorio para buscar algo por Internet. Y es esta conectividad la que ha provocado cambios en las estrategias de marketing. Antes las campañas estaban orientadas a medios tradicionales, sin considerar la movilidad ni conectividad móvil y menos en las redes sociales, pero ahora las empresas deben fidelizar o buscar a sus clientes a través de nuevas plataformas. (Emprendices, 2017)

Consumo de Aplicaciones Móviles App en Colombia

En Colombia, el desarrollo de negocios a través de aplicaciones móviles cobra un auge muy importante dado que contribuye al desarrollo económico del país generando mayores oportunidades de emprendimiento haciendo uso de la tecnología.

El Consumo de Aplicaciones Móviles en Colombia es Muy Positivo en el Mundo de los Negocios, IAB Colombia y Mercado Libre señalan que tres de cada 10 compras en línea en el país son hechas por dispositivos móviles a través de aplicaciones, de los cuales el 78 % asegura que la experiencia de compra fue muy positiva y seis de cada 10 usuarios planean seguir haciendo compras a través de sus dispositivos móviles en los próximos seis meses. El mercado de las Apps en nuestro país tiene tanto potencial que se han implementado estrategias gubernamentales para fortalecerlo e impulsar el emprendimiento. Una de estas iniciativas es Apps.co, un espacio diseñado por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y su plan Vive Digital que promueve la creación de negocios a través de aplicaciones móviles, software y contenidos. Según El Tiempo, alrededor de 122 aplicaciones hechas en Colombia se han descargado en todo el mundo, representando alrededor de 71.000.000.000 de pesos colombianos en ingresos. Estos números ratifican que el consumo de aplicaciones móviles colombianas es sinónimo de desarrollo económico, apropiación de la tecnología y empoderamiento. (WebFindYou, 2018)

Los Domicilios en Colombia bajo el Modelo de Economía Colaborativa.

En el año 2007 la empresa Inversiones C.M.R. S.A.S. inicio en Colombia el negocio de domicilios a través del modelo de Economía Colaborativa con la aplicación Domicilios.com.

En 2015 varias compañías como Rappi y Merqueo bajo el mismo modelo y con un enfoque similar, se constituyeron legalmente e iniciaron operaciones para competir en el mercado local e internacional.

Aunque pedir comida a domicilio ha sido una costumbre en Colombia desde que exista un teléfono fijo en los hogares, la aparición de nuevas tecnologías y plataformas para hacerlo, además de otra serie de cambios en el consumidor y el comportamiento caótico de las ciudades, no solo revolucionaron el negocio, sino que también lo hicieron crecer. La llegada de las aplicaciones no es la única razón que está alentando el “boom” de este mercado. La aparición de una nueva generación que no cocina, los beneficios en términos de costos, la diversidad de marcas que se encuentran a un clic y el aumento del tráfico en las urbes, completan esas cinco razones por las que este negocio parece no tener techo. (La Republica, 2018).

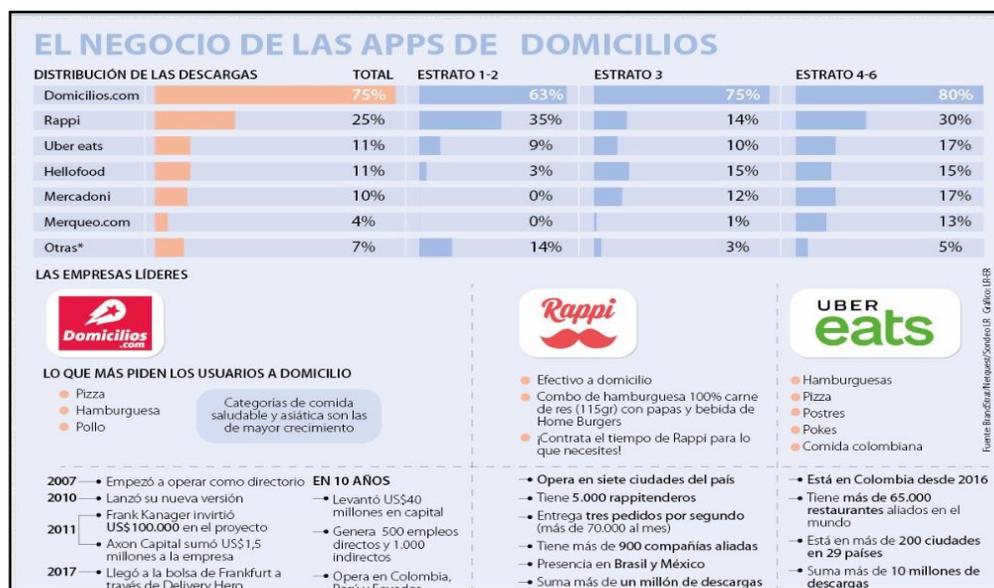


Figura 3: El Negocio de las App de Domicilios – Fuente: La República.

Quiénes son los que más utilizan las App para solicitar Domicilios:

En el mes de Enero de 2020, se llevó a cabo un artículo de La República en el que señala, quienes son los usuarios que más utilizan las App para solicitar domicilios:

Según un estudio realizado por la división Insights de Kantar, durante un mes, nueve de cada 10 colombianos piden un domicilio y cada usuario lo solicita 4,5 veces en promedio durante el mismo periodo. Las mujeres, que representaron 61% de los encuestados, son quienes más piden domicilios. En general, los colombianos entre los 25 y 34 años son los usuarios más frecuentes, mientras que las personas entre los 45 y 60 años son quienes menos utilizan el servicio (...) A la hora de analizar la actividad de pedir un domicilio, el 82% pide el domicilio desde una aplicación móvil y el 90% lo solicita cuando se encuentra en su casa. “Somos una sociedad que ha venido cambiando muchas de sus rutinas y estilos de vida, debido en cierta parte al auge de la economía colaborativa, la adopción de nuevas tecnologías y los cambios en el estilo de vida del consumidor”, aseguró Andrés Simón, managing director de Kantar división Insights Colombia. (La República, 2020)

Concepto de Crisis Económica

La economía (término que proviene del idioma griego y significa “administración de una casa o familia”) es la ciencia que estudia los procesos de producción, intercambio y consumo de bienes y servicios. Una crisis, por otra parte, es un cambio brusco o una situación de escasez. **Una crisis económica**, por lo tanto, hace referencia a un periodo de escasez en la producción, comercialización y consumo de productos y servicios. (Perez Porto & Merino, 2009)

Crisis económica generada por la pandemia del COVID-19

El año 2020 pasará a la historia en Bogotá, Colombia y el mundo, como uno de los años en que la humanidad tuvo que cambiar su estilo de vida y reinventarse ante la pandemia generada por el COVID-19, también denominado Coronavirus. Ante la rápida propagación de este virus, en los continentes y países del mundo, los gobiernos estatales, regionales y locales, han tenido que adoptar medidas extremas de emergencia y de prevención sanitarias y ambientales que permitan prevenir, controlar y mitigar los efectos negativos de este fenómeno que cada día genera mayor número de contagios y personas muertas.

Entre las medidas extremas adoptadas, se encuentran los confinamientos obligatorios, el distanciamiento social, el cese de actividades productivas de varios sectores de la economía convencional considerados como no esenciales y las cuarentenas, las cuales buscan evitar que las personas estén expuestas y se contagien con el virus, en lugares de aglomeración, así como posibles puntos de concentración públicos y privados. Estas medidas, han generado un gran impacto social y económico en la producción, abastecimiento de productos del hogar y repercusiones financieras en las empresas, negocios y personas. La situación ha ocasionado que las empresas privadas, las entidades gubernamentales y las personas en general, tengan que afrontar el cambio de hábitos y costumbres para el desarrollo de sus actividades cotidianas, así como el cierre indefinido de sus empresas y negocios.

Frente a esto, David Nieto señala que, es importante entender que un gran porcentaje de los colombianos no tienen un salario fijo que ayude a sostener las necesidades básicas en este periodo de cuarentena, por ello la imposibilidad que tienen los colombianos que no pueden desarrollar sus actividades laborales por las limitaciones de movilidad impuestas impactan directamente en el flujo de ingresos para lo que viene en estos días dificultando el acceso a bienes y servicios tradicionales. Los efectos pueden ir desde un impacto negativo en el mercado

laboral con un aumento en las tasas de desempleo, disminución en la actividad económica del país lo cual afecta las proyecciones de crecimiento del país, la caída en las exportaciones e importaciones de bienes que no son considerados dentro de los bienes de primera necesidad, pero si tienen una relación directa con el PIB. (Universidad El Bosque, 2020)

Es en este momento de coyuntura mundial, regional y local, en Bogotá la economía colaborativa que se desarrolla por medio de plataformas tecnológicas App toma una gran relevancia a través de los tipos de negocio de domicilios. Lo anterior, debido a que estos deben garantizar el aprovisionamiento y abastecimiento de los hogares y establecimientos permitidos para funcionar con productos de primera necesidad, cumpliendo las restricciones gubernamentales.

App de Domicilios frente a la Crisis Económica generada por la pandemia del COVID-19

El aislamiento como medida para mitigar el contagio y la propagación del Covid-19 ha hecho que las aplicaciones de domicilios se conviertan en el mejor aliado de las personas pues no tienen que exponerse en un supermercado o establecimiento comercial. Miguel Mcallister, CEO cofundador de Merqueo, afirmó que “el aumento en la demanda de alimentos ha hecho que vendamos cuatro veces más y por esto pensamos aumentar la capacidad de nuestra operación en 60%”. (...) Por su parte, Camilo Sarasti, CEO de iFood, resaltó que han crecido 40% en domicilios y que en su operación cuentan con 25 domiciliarios de más de 60 años. Además, crearon un fondo para sus aliados que sean contagiados con el virus con el que les ofrecen 15 días de salario sobre el promedio de ingresos que han tenido recientemente. Frubana, plataforma que se centraba en distribuir alimentos a los restaurantes (70%) y a tiendas de barrio (30%), decidió abrir su operación a los hogares, viendo que ahora 70% de las

solicitudes se centran en abastecimiento de tiendas de barrio y hogares, según Fabián Gómez Gutiérrez, su CEO y fundador. (La República, 2020)

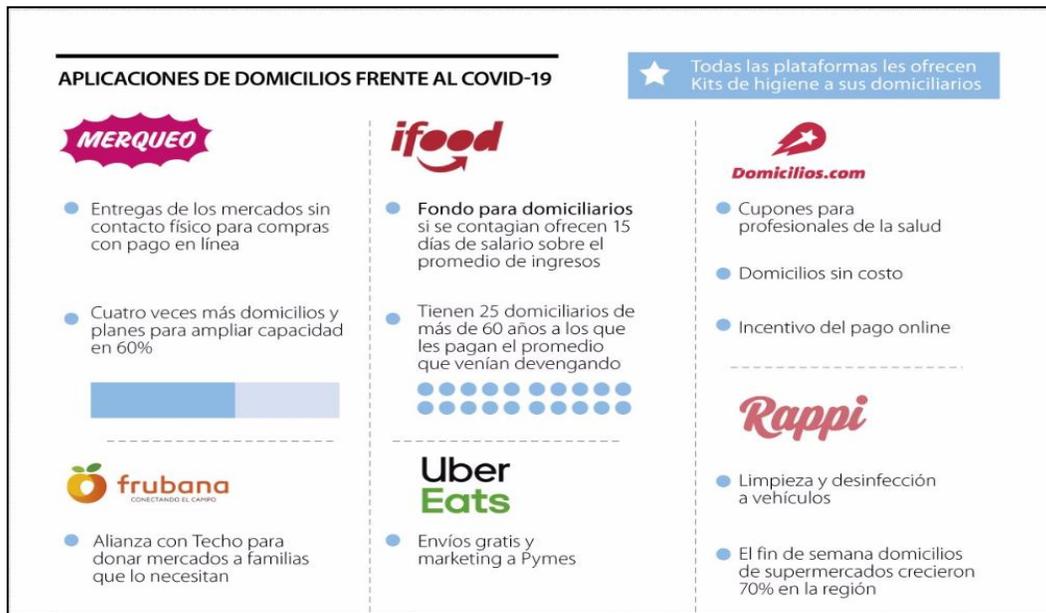


Figura 4: Aplicaciones de Domicilios Frente al COVID-19- Fuente: La República

Evolución de las principales empresas de domicilios que operan a través de aplicativos App en Bogotá:

El presente análisis comparativo de la evolución de las principales empresas de domicilios que operan a través de aplicativos App en Bogotá está orientado a los aspectos financieros más relevantes de las empresas Rappi, Merqueo, Frubana, Domicilios.com y Ifood.

Este análisis comparativo, se realizó con los datos obtenidos de cada empresa, en la gran central de información empresarial de Colombia – RUES “Registro Único Empresarial y Social”. Al Registro Único Empresarial (RUE) de que trata el artículo 11 de la Ley 590 de 2000, que

integró el Registro Mercantil y el Registro Único de Proponentes, también se le incorporaron e integraron otros Registros de importancia empresarial nacional e internacional.

El Registro Único Empresarial y Social, es administrado por las Cámaras de Comercio atendiendo a criterios de eficiencia, economía y buena fe, para brindar al Estado, a la sociedad en general, a los empresarios, a los contratistas, a las entidades de economía solidaria y a las entidades sin ánimo de lucro una herramienta confiable de información unificada tanto en el orden nacional como en el internacional”. (RUES, 2020)

The screenshot shows the RUES website interface. On the left is a navigation menu with links: Inicio, Registros, Estado de su Trámite, Cámaras de Comercio, Formatos CAE, Recaudado Impuesto de Registro, and Estadísticas. The main content area features a '« Regresar' button, the company name 'RAPPI S.A.S.', and a note: 'La siguiente información es reportada por la cámara de comercio y es de tipo informativo'. Below this is a table with registration details:

Sigla	
Cámara de comercio	BOGOTA
Identificación	NIT 900843898 - 9

At the bottom, there is a section for 'Registro Mercantil' with a corresponding icon.

Figura 5: RUES-Registro Único Empresarial y Social – Fuente: <https://www.rues.org.co/>

El análisis financiero comparativo comprende los siguientes aspectos: Nombre Comercial, Tipo de Organización, Fecha de Matricula Empresa, Años de Funcionamiento, Actividades Económicas Registradas, Enfoque de la Compañía, Número de Empleados, Modo de Empleo, Periodos de Análisis de la Evolución Financiera, **Balance General** (Activo Corriente, Activo Fijo, Pasivo Corriente, Pasivo No corriente, Patrimonio Neto), **Estado de Pérdidas y Ganancias** (Ventas - Ingresos Actividad Ordinaria, Costo de Ventas, Utilidad Bruta, Gatos Operacionales, Otros Ingresos, Otros Gastos, Utilidad/Pérdida Operacional, Resultado del Periodo), **Márgenes** (Margen Bruto, Margen Operativo, Margen Neto), **Liquidez** (Liquidez Corriente), **Endeudamiento** (Ratio de Deuda, Ratio de Endeudamiento) **Rentabilidad** (ROE).

A continuación, en la tabla 2, se muestra un comparativo de las empresas seleccionadas, con los aspectos financieros anteriormente mencionados.

Tabla2
Evolución Financiera de la Principales Empresas de Domicilios en Bogotá

<u>No</u>	<u>CRITERIO DE ANÁLISIS</u>	<u>RAPPI SAS</u>	<u>MERQUEO</u>	<u>FRUBANA</u>	<u>DOMICILIOS.COM</u>	<u>IFOOD SAS</u>
1	<u>Nombre Comercial</u>	RAPPI SAS	MERQUEO SAS	FRUBANA SAS	DOMICILIOS.COM	IFOOD SOLUTIONS SAS
2	<u>Tipo de Sociedad</u>	Sociedad por Acciones Simplificadas	Sociedad por Acciones Simplificadas	Sociedad por Acciones Simplificadas	Sociedad por Acciones Simplificadas	Sociedad por Acciones Simplificadas
3	<u>Fecha de Matricula Empresa</u>	29/04/2015	22/06/2015	28/08/2017	23/01/2007	23/01/2017
4	<u>Años de Funcionamiento</u>	5 años	5 años	2 años y 9 meses	13 años	3 años
5	<u>Actividades Económicas Registradas</u>	<p>6201-Actividades de desarrollo de sistemas informáticos (planificación, análisis, diseño, programación, pruebas 6209- Otras actividades de tecnologías de información y actividades de servicios informáticos 6312- Portales web 7010-Actividades de administración empresarial</p>	<p>4631-Comercio al por mayor de productos alimenticios 7310-Publicidad 4791-Comercio al por menor realizado a través de internet 4711-Comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos, bebidas o tabaco.</p>	<p>4631-Comercio al por mayor de productos alimenticios 6209-Otras actividades de tecnologías de información y actividades de servicios informáticos 6312- Portales web 7310-Publicidad.</p>	<p>7310-Publicidad</p>	<p>4631-Comercio al por mayor de productos alimenticios 7020-Actividades de consultoría de gestión. 5619-Otros tipos de expendio de comidas preparadas n.c.p.</p>

Tabla2
Evolución Financiera de la Principales Empresas de Domicilios en Bogotá

<u>No</u>	<u>CRITERIO DE ANÁLISIS</u>	<u>RAPPI SAS</u>	<u>MERQUEO</u>	<u>FRUBANA</u>	<u>DOMICILIOS.COM</u>	<u>IFOOD SAS</u>
6	<u>Enfoque de la Compañía</u>	Operación del domicilio	Compra, venta y distribución a domicilio de productos de la canasta familiar.	Compra, venta y distribución a domicilio a restaurante de productos de la canasta familiar perecederos (frutas-verduras-tubérculos)	Operación del domicilio conectando los restaurantes de todo tipo con los consumidores.	Operación del domicilio conectando los restaurantes de comida catalogada como saludable con los consumidores.
7	<u>Número de Empleados</u>	1.071 Empleados Directos	660 Empleados Directos	71 Empleados Directos	662 Empleados Directos	1
8	<u>Modo de Empleo</u>	Rappitenderos: Modalidad de Prestación de Servicios. La ARL la paga RAPPI.	Los Repartidores: Modalidad de Prestación de Servicios a través de Empresas de tipo logístico. (Tercerización)	Contratistas: Modalidad de Prestación de Servicios	Domiciliarios: Modalidad de Prestación de Servicios con contrato de Mandato.	Debido a la fusión con Domicilios.com, acoge la Modalidad de esta empresa.
9	<u>Periodos de Análisis de la Evolución Financiera</u>	2017 – 2018 - 2019	2017 – 2018 – 2019 y TRIM I 2020	2017 – 2018 – 2019 y TRIM I 2020	2017 – 2018 - 2019	2017 – 2018 - 2019

Tabla2
Evolución Financiera de la Principales Empresas de Domicilios en Bogotá

<u>No</u>	<u>CRITERIO DE ANÁLISIS</u>	<u>RAPPI SAS</u>	<u>MERQUEO</u>	<u>FRUBANA</u>	<u>DOMICILIOS.COM</u>	<u>IFOOD SAS</u>
	<u>Activo Corriente</u>	2017 – 2018 Incremento Exponencial 345% 2018 – 2019 Incremento Exponencial 98%	2017 – 2018 Incremento Exponencial 248% 2018 – 2019 Decrecimiento Exponencial 33% 2019 – 2020 TRIM I Incremento Exponencial 229%	2017 – 2018 Valor Inicial \$20 millones 2018 – 2019 Incremento Exponencial 7.205% 2019 – 2020 TRIM I Incremento Exponencial 86%	2017 – 2018 Incremento Exponencial 47% 2018 – 2019 Incremento Exponencial 408%	2017 – 2018 Incremento Exponencial 303% 2018 – 2019 Incremento Exponencial 136%
10	<u>Balance General</u>					
	<u>Activo Fijo</u>	2017 - 2018 Incremento Exponencial 172% 2018 - 2019 Incremento gradual 3.8%	2017 – 2018 Incremento Exponencial 454% 2018 – 2019 Incremento Exponencial 725% 2019 – 2020 TRIM I Incremento Exponencial 270%	2017 – 2018 No registra Activos Fijos 2019 Registra \$ 28.4 millones 2019 – 2020 TRIM I Incremento Exponencial 478%	2017 – 2018 Incremento Exponencial 14% 2018 – 2019 Decrecimiento Exponencial 68%	2017, 2018 y 2019 No registra información
	<u>Pasivo Corriente</u>	2017 – 2018 Incremento Exponencial 224% 2018 – 2019 Incremento Exponencial 275%	2017 – 2018 Incremento Exponencial 1.265 % 2018 – 2019 Incremento Exponencial 415% 2019 – 2020 TRIM I Incremento Exponencial 76%	2017 – 2018 No registra Activos Fijos 2019 Registra \$ 1.643 millones 2019 – 2020 TRIM I Decrecimiento Gradual 18%	2017 – 2018 Incremento Exponencial 23% 2018 – 2019 Crecimiento Exponencial 302%	2017: No registra información. 2018: \$4.025 millones 2019: No registra información.

Tabla2
Evolución Financiera de la Principales Empresas de Domicilios en Bogotá

<u>No</u>	<u>CRITERIO DE ANÁLISIS</u>	<u>RAPPI SAS</u>	<u>MERQUEO</u>	<u>FRUBANA</u>	<u>DOMICILIOS.COM</u>	<u>IFOOD SAS</u>
10	<u>Balance General</u>					
	<u>Pasivo No corriente</u>	<p>2017 - 2018 Decrecimiento Exponencial 100%</p> <p>2018 - 2019 Presenta en 2019 \$11.160.779</p>	<p>2017 - 2018 Incremento Gradual 15 %</p> <p>2018 - 2019 Decrecimiento Exponencial 100%</p> <p>2019 - 2020 TRIM I Presenta en 2020 TRIM I \$ 9.977 millones</p>	<p>2017-2018-2019 y 2020 TRIM I No registra Pasivo No Corriente</p>	<p>2017 - 2018 Incremento Exponencial 104%</p> <p>2018 - 2019 Decrecimiento Exponencial 26%</p>	<p>2017, 2018 y 2019 No registra información</p>
	<u>Patrimonio Neto</u>	<p>2017 - 2018 Incremento Exponencial 274%</p> <p>2018 - 2019 Incremento Exponencial 49%</p>	<p>2017 - 2018 Incremento Exponencial 212 %</p> <p>2018 - 2019 Decrecimiento Gradual 16%</p> <p>2019 - 2020 TRIM I Incremento Exponencial 220%</p>	<p>2017 - 2018 Valor Inicial \$20 millones</p> <p>2018 - 2019 Incremento Exponencial 869%</p> <p>2019 - 2020 TRIM I Incremento Exponencial 1.096%</p>	<p>2017 - 2018 Incremento Exponencial 335%</p> <p>2018 - 2019 Decrecimiento Exponencial 46%</p>	<p>2017: \$1 millón de pesos. 2018: 0 pesos. 2019: 9.504.000</p>

Tabla2
Evolución Financiera de la Principales Empresas de Domicilios en Bogotá

<u>No</u>	<u>CRITERIO DE ANÁLISIS</u>	<u>RAPPI SAS</u>	<u>MERQUEO</u>	<u>FRUBANA</u>	<u>DOMICILIOS.COM</u>	<u>IFOOD SAS</u>
	<u>Ventas - Ingresos</u> <u>Actividad Ordinaria</u>	2017 – 2018 Incremento Exponencial 255%	2017 – 2018 Incremento Exponencial 3.705% 2018 – 2019 Incremento Exponencial 206%	2017 – 2018 No registra información 2019 Presenta \$1.140 millones	2017 – 2018 Incremento Exponencial 76% 2018 – 2019 Incremento Exponencial 0% Debido a que según lo registrado sus ventas en 2019 fueron similares en 2018.	2017 – 2018: No registra información. 2019: Ventas por \$12.203.2037 pesos.
11	<u>Estado de Pérdidas y Ganancias</u> <u>Costo de Ventas</u>	No registran costo de Ventas	2017: No registran costo de Ventas. 2018: 13.787 millones 2018 – 2019 Incremento Exponencial 176% 2019 – 2020 TRIM I: Incremento Exponencial del 96%	2017 – 2018 No registra información 2019 Presenta \$74 millones 2019 – 2020 TRIM I Incremento Exponencial 27.674%	2017 – 2018 Incremento Exponencial 364% 2018 – 2019 Decrecimiento Exponencial 0% Debido a que según lo registrado su costo de ventas en 2019 fueron similares en 2018.	2017 – 2018 No registra información 2019 Presenta \$350.000
	<u>Utilidad Bruta</u>	2017 – 2018 Incremento Exponencial 255% 2018 - 2019 Incremento Exponencial 308%	2017 – 2018 Decrecimiento Exponencial 205 % 2018 – 2019 Incremento Exponencial 915% 2019 – 2020 TRIM I Incremento Exponencial 137%	2017 – 2018 No registra información 2019 Presenta \$1.066 millones 2019 – 2020 TRIM I Incremento Exponencial 26%	2017 – 2018 Incremento Exponencial 49% 2018 - 2019 Incremento Exponencial 0% Debido a que según lo registrado su Utilidad Bruta en 2019 fue similar en 2018	2017 – 2018 No registra información 2019 Presenta \$11.853.267

Tabla2
Evolución Financiera de la Principales Empresas de Domicilios en Bogotá

<u>No</u>	<u>CRITERIO DE ANÁLISIS</u>	<u>RAPPI SAS</u>	<u>MERQUEO</u>	<u>FRUBANA</u>	<u>DOMICILIOS.COM</u>	<u>IFOOD SAS</u>
	<u>Gatos Operacionales</u>	<p>2017 – 2018 Incremento Exponencial 209%</p> <p>2018 - 2019 Incremento Exponencial 208%</p>	<p>2017 – 2018 Incremento Exponencial 121 %</p> <p>2018 – 2019 Incremento Exponencial 166%</p> <p>2019 – 2020 TRIM I Incremento Exponencial 137%</p>	<p>2017 – 2018 No registra información 2019 Presenta \$549 millones</p> <p>2019 – 2020 TRIM I Incremento Exponencial 3.227%</p>	<p>2017 – 2018 Incremento Exponencial 35%</p> <p>2018 - 2019 Decrecimiento Exponencial 74%</p>	<p>2017 No registra información</p> <p>2018 Presenta \$20 millones</p> <p>2019 Decrecimiento Exponencial en 61% respecto al 2018.</p>
11	<u>Estado de Pérdidas y Ganancias</u>					
	<u>Otros Ingresos</u>	<p>2017 – 2018 registra \$596.3 millones</p> <p>2018 - 2019 Incremento Exponencial 153%</p>	<p>2017 – 2018 Incremento Exponencial 8.992 %</p> <p>2018 – 2019 Decrecimiento Exponencial 63%</p> <p>2019 – 2020 TRIM I Incremento Exponencial 164%</p>	<p>2017 – 2018 - 2019 No registra información</p> <p>2019 – 2020 TRIM I Presenta \$69.9 millones</p>	<p>2017 – 2018 Incremento Exponencial 52%</p> <p>2018 - 2019 Incremento Exponencial 416%</p>	<p>2017, 2018 y 2019 No registra información.</p>
	<u>Otros Gastos</u>	<p>2017 – 2018 Incremento Exponencial 325%</p> <p>2018 – 2019 Incremento Exponencial 213%</p>	<p>2017 – 2018 Incremento Gradual 3%</p> <p>2018 – 2019 Incremento Exponencial 401%</p> <p>2019 – 2020 TRIM I Incremento Exponencial 406%</p>	<p>2017 – 2018 No registra información 2019 Presenta \$163.8 millones</p> <p>2019 – 2020 TRIM I Incremento Exponencial 93%</p>	<p>2017 – 2018 Incremento Exponencial 2.176%</p> <p>2018 - 2019 Incremento Exponencial 2.025%</p>	<p>2017 no registra información,</p> <p>2018 registra \$10.000.000</p> <p>2019 no registra información.</p>

Tabla2
Evolución Financiera de la Principales Empresas de Domicilios en Bogotá

<u>No</u>	<u>CRITERIO DE ANÁLISIS</u>	<u>RAPPI SAS</u>	<u>MERQUEO</u>	<u>FRUBANA</u>	<u>DOMICILIOS.COM</u>	<u>IFOOD SAS</u>	
	<u>Utilidad/Pérdida Operacional</u>	<p>2017 - 2018 Incremento Exponencial 295% (La cifra reportada es positiva pero no corresponde a la diferencia entre la Utilidad Bruta y los Gastos). 2018 - 2019 Decrecimiento Exponencial 374%</p>	<p>2017 No registra información 2018 Perdidas \$10.156 millones 2018 – 2019 Incremento Perdidas 150% 2019 – 2020 TRIM I No registra información</p>	<p>2017 – 2018 No registra información 2019 Perdidas por \$633.7 millones 2019 – 2020 TRIM I Incremento en las perdidas en un 2.570%</p>	<p>2017 – 2018 Incremento en la Pérdida Operacional en un 201% 2018 - 2019 Incremento en la Pérdida Operacional en un 232%</p>	<p>2017 - 2018 no registra información, 2019 Utilidad Operacional \$4.038.894</p>	
	<u>Resultado del Periodo</u>	<p>2017 - 2018 Decrecimiento Exponencial 194% 2018 - 2019 Decrecimiento Exponencial 175%</p>	<p>2017 No registra información 2018 Perdidas \$10.156 millones 2018 – 2019 Incremento Perdidas 49% 2019 – 2020 TRIM I Incremento Perdidas 99%</p>	<p>2017 – 2018 - 2019 No registra información 2019 – 2020 TRIM I Pérdidas por 17.173 millones</p>	<p>2017 – 201 Incremento en la Perdida del Ejercicio en un 229% 2018 - 2019 Incremento en la Pérdida Operacional en un 222%</p>	<p>2017 - 2018 no registra información, 2019 Utilidad Neta del Periodo \$2.665.671</p>	
12	<u>Márgenes</u>	<u>Margen Bruto</u>	<p>2017-2018-2019 es del 100% debido a que no hay costo de ventas.</p>	<p>2017 es del 100% ya que no registro Costo de Ventas. 2018 es del -3% 2019 es del 7% 2020 TRIM I es del 9% La tendencia es de crecimiento.</p>	<p>2017 – 2018: No registra información 2019: 94% 2020 TRIM I: 6% Esta disminución en el margen se debe al incremento en el costo de ventas en el primer trimestre del 2020.</p>	<p>2017: 92% 2018: 78% 2019: 78% En 2018 y 2019 el Margen es el mismo teniendo en cuenta que sus ventas y sus costos se comportaron de manera similar.</p>	<p>2017 - 2018 no registra información, 2019 Presenta un Margen del 97%</p>

Tabla2
Evolución Financiera de la Principales Empresas de Domicilios en Bogotá

<u>No</u>	<u>CRITERIO DE ANÁLISIS</u>	<u>RAPPI SAS</u>	<u>MERQUEO</u>	<u>FRUBANA</u>	<u>DOMICILIOS.COM</u>	<u>IFOOD SAS</u>
	<u>Margen Operativo</u>	Presenta un margen negativo en 2017 y 2019 debido a que sus gastos operacionales son mayores a sus ventas. En 2018 el margen es positivo según datos reportados en la RUES.	2017 no registra información. 2018 es del -76% 2019 es del -62% 2020 TRIM I es del 0% dado a que no informa utilidad operacional. La tendencia, aunque negativa es de crecimiento.	2017 – 2018: No registra información 2019: -59% 2020 TRIM I: -77% Tendencia Negativa debido a que la Pérdida Operacional.	2017: -91% 2018: - 155% 2019: 205% Se encuentra que en 2017 y 2018 el Margen es negativo debido a que genero Pérdida Operacional	2017 - 2018 no registra información, 2019 Presenta un Margen del 33%
	<u>Margen Neto</u>	La tendencia muestra una mejora, sin embargo, la empresa no es rentable dados sus márgenes negativos.	2017 no registra información. 2018 es del -76% 2019 es del -37% 2020 TRIM I es del -37% Tendencia negativa debido a que ha presentado perdidas del ejercicio en todos los periodos.	2017 – 2018: No registra información 2019: 0% 2020 TRIM I: -78% Tendencia Negativa debido a la Utilidad Neta Negativa.	En 2017 -90%, 2018 -169% debido a que su utilidad neta fue negativa y en 2019 muestra un margen neto de 205% debido a que su utilidad neta fue positiva.	2017 - 2018 no registra información, 2019 Presenta un Margen del 22%
13	<u>Liquidez</u>	<u>Liquidez Corriente</u> Liquidez corriente es favorable dado el crecimiento exponencial de su activo corriente frente a su pasivo corriente.	La liquidez corriente ha disminuido debido al incremento exponencial del Pasivo Corriente respecto al activo corriente presentado en cada periodo.	2 017 – 2018: No registra información 2019: 0.9 2020 TRIM I: 2.0 Liquidez corriente es favorable dado el crecimiento exponencial de su activo corriente frente a su pasivo corriente.	Para 2017 1.3, para 2018 1.5 y para 2019 2. La liquidez ha aumentado debido a que el activo corriente se ha incrementado de manera exponencial respecto al pasivo corriente presentado en cada periodo.	2017: No registra información 2018: 1.0 2019: No registra Pasivo corriente por lo tanto su Margen es 0.

Tabla2
Evolución Financiera de la Principales Empresas de Domicilios en Bogotá

No	CRITERIO DE ANÁLISIS	RAPPI SAS	MERQUEO	FRUBANA	DOMICILIOS.COM	IFOOD SAS
	<u>Ratio de Deuda</u>	La deuda de la empresa se ha disminuido de manera significativa respecto al año 2017. El indicador muestra el siguiente comportamiento de la deuda: 2017: 3 2018: 0.2 2019: 0.4	El indicador muestra que la deuda de la empresa se ha incrementado, debido a que los activos fueron financiados con pasivos con terceros de la siguiente manera: 2017: 0.07 2018: 0.21 2019: 0.61 2020 TRIM I: 0.44	La empresa en el 2019 tenía un alto endeudamiento con terceros. Para 2020 TRIM I, se ha disminuido al crecimiento exponencial de los activos corrientes. 2017: 0% 2018: 0% 2019: 1.1 2020 TRIM I: 0.5	2017: 1.31 2018: 2.13 2019: 1.42 La deuda de la empresa ha aumentado teniendo en cuenta que el pasivo total es mayor que su activo total.	2017: 0 2018: 1 2019: 0 Es decir que la Empresa se endeudo en el 2018, pero se recuperó en 2019.
14	<u>Endeudamiento</u>	La empresa se financia con capital de los accionistas así: 2017: -1.5% Todo su financiamiento fue con terceros debido a que su Patrimonio Neto es Negativo. 2018: 0.3 Se financio en un 30% con capital de los accionistas. 2019: 0.6 Se financio en un 60% con capital de los accionistas	La empresa se financia con capital de los accionistas así: 2017: 0.1% Se financio en un 10% con capital de los accionistas. 2018: 0.3 Se financio en un 30% con capital de los accionistas. 2019: 1.6 Endeudamiento alto con terceros. 2020 TRIM I: 0.8 Se financio en un 80% con capital de los accionistas.	2017: 0% 2018: 0% 2019: -10.7 2020 TRIM I: 0.9 La empresa en el 2019 tenía un alto endeudamiento debido a que su Patrimonio Neto es negativo. Para 2020 TRIM I, Se financio en un 90% con capital de los accionistas.	2017: -4.2 2018: -1.9 2019: -3.4 La empresa presenta un indicador negativo debido a que su pasivo total es superior a su patrimonio neto, el cual es negativo.	La Empresa No Registra Pasivos, por lo tanto, no tiene endeudamiento.
15	<u>Rentabilidad</u>	<u>ROE</u> En los años 2017, 2018 y 2019 la empresa registra pérdidas del ejercicio, por lo tanto, la empresa no tiene capacidad de remunerar a sus accionistas.	En los años 2017 es 0. En 2018, 2019 y 2020 TRIM I, la empresa registra pérdidas del ejercicio, por lo tanto, la empresa no tiene capacidad de remunerar a sus accionistas.	En 2017, 2018 y 2019 sin información. En el 2020 TRIM I muestra un indicador de -1121% debido a su utilidad neta es negativa por, por lo tanto, la empresa no tiene capacidad de remunerar a sus accionistas.	En los años 2017, 2018 y 2019 la empresa registra un indicador negativo debido a que su utilidad neta es negativa, por lo tanto, la empresa no tiene capacidad de remunerar a sus accionistas.	En los años 2017 y 2018 la empresa no registra información, en 2019 la rentabilidad es del 28%, es decir que la empresa tiene la capacidad de remunerar a sus accionistas.

Datos obtenidos en la RUES – Registro Único Empresarial y Social (**Fuente:** Elaboración propia).

Análisis Comparativo Empresas Seleccionadas

Generalidades de las empresas:

Las cinco empresas seleccionadas, han sido conformadas como sociedad por acciones simplificadas, debido a los beneficios de generar nuevos inversores y socios en ruedas de negocios durante el desarrollo de la actividad comercial, así como la proyección a futuro de cotizar en bolsa.

El modo de empleo utilizado por estas cinco empresas para el personal que realiza los domicilios es por contrato de prestación de servicios o tercerización de los mismos. Las compañías se aseguran de pagar la ARL de estos trabajadores autónomos para evitarse inconvenientes de riesgo laboral. La seguridad social la debe asumir cada trabajador autónomo que se vincule a la plataforma de la empresa.

Balance General:

El activo corriente en todas las compañías analizadas registra crecimientos exponenciales debido a su alto flujo de dinero generado por las ventas.

El activo fijo tiene tendencia creciente en las empresas en mención debido a su proceso de crecimiento y expansión.

El pasivo corriente de estas empresas registra crecimientos exponenciales teniendo en cuenta su modelo de negocio el cual requiere flujos de dinero constantes.

El pasivo no corriente en un principio creció exponencialmente debido a que las empresas estaban en consolidación de su actividad comercial y requerían endeudarse a largo plazo. Sin embargo, también se puede observar decrecimiento exponencial en el último año, resultado del incremento de las ventas y aumento de su activo corriente que les ha permitido amortizar más rápidamente este endeudamiento. De otra parte, las empresas a través de ruedas de negocios han vinculado a nuevos accionistas que aportan capital.

El patrimonio neto muestra inicialmente cifras negativas, pero en su generalidad se incremento exponencial debido a la incorporación de nuevos accionistas que inyectan capital.

Estado de Pérdidas y Ganancias:

Las ventas – Ingresos de la actividad ordinaria, muestran crecimientos exponenciales lo que permite evidenciar el posicionamiento de las App de las empresas y su utilización en la actividad comercial.

El costo de ventas tiene crecimientos exponenciales exceptuando a la empresa Rappy SAS la cual no presenta costo de ventas en las cifras reportadas.

La utilidad bruta varía de acuerdo al tipo de negocio que maneja cada empresa. En dos de ellas los costos de venta están alrededor del 90% (Merqueo y Frubana), Domicilios.com registra costos de venta alrededor del 22%, Ifood su costo de ventas es de solo el 3% aproximadamente y Rappi no registra costo de ventas.

Los gastos operacionales en todas las empresas son exponencialmente altos.

Los otros ingresos y otros gastos varían en cada empresa ya que estos no corresponden a su actividad principal y se originan en situaciones y momentos puntuales.

Las empresas Rappi, Merqueo, Frubana y Domicilios.com muestran pérdidas operacionales debido a que sus gastos operacionales son muy altos; se exceptúa Ifood que en el año 2019 alcanza una utilidad operacional equivalente aproximadamente al 33% de las ventas.

El resultado del periodo o utilidad neta, en las empresas Rappi, Merqueo, Frubana y Domicilios.com, es negativa debido a que los costos de venta y los gastos operacionales son muy altos. Solo Ifood presenta utilidad del ejercicio en el año 2019.

Indicadores:

Los márgenes varían según las cifras arrojadas por cada empresa al final de los cierres de periodo de su actividad comercial (estos se podrán ver en detalle en los anexos de este documento).

Liquidez: Las empresas analizadas presentan liquidez corriente favorable debido al crecimiento exponencial de su activo corriente frente a su pasivo corriente.

Endeudamiento: Son empresas que inicialmente presentaban un alto endeudamiento, pero este fue disminuyendo en la medida que se integraron nuevos accionistas a las compañías y a su crecimiento exponencial de las ventas.

Rentabilidad: El ROE de estas empresas es negativo ya que arrojan pérdidas del ejercicio, por lo tanto, no están en la capacidad de remunerar a sus accionistas al final de cada periodo.

CONCLUSIONES

El concepto de economía colaborativa ha evolucionado de ser un sistema de producción y consumo a un modelo de negocio que permite utilizar el desarrollo tecnológico de las aplicaciones móviles para crear “startups” o empresas de arranque, que en la actualidad ha llamado la atención de personas emprendedoras para el desarrollo de distintos negocios.

Las empresas de domicilios analizadas registran ventas exponenciales, sin embargo, la utilidad del ejercicio es negativa generada por los altos gastos operativos. Dado lo anterior, no hay viabilidad para que estas empresas puedan hacer donaciones de productos de la canasta familiar a hogares de escasos recursos económicos de Bogotá.

La modalidad de vinculación que estas empresas utilizan para el personal que realiza la labor operativa de la entrega de los domicilios, no mantiene una relación laboral con la compañía, por lo que el modelo no aporta a la formalidad.

Aunque el modelo permite una gran flexibilidad horaria al personal operativo, este no es el único factor que se debe ver maximizando su favorabilidad, ya que no genera sentido de pertenencia ni formalidad, más bien es considerado como una fuente de recursos complementaria y no se aconseja como fuente única de ingresos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alfonso Sánhcez, R. (diciembre,2016). Economía colaborativa: un nuevo mercado para la economía social. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 230-258.
- Barragán Codina, J. N., Guerra Rodríguez, P., Villalpando Cadena, P., Segura Torres, I. A., & Sandoval Oyervides, P. (2017). Modelos de negocios basados en el concepto de economía colaborativa: análisis de factores característicos y casos ilustrativos. *Daena: International Journal of Good Conscience*, 101-123.
- Cuello, J., & Vitonne, J. (2013). *Diseñando apps para móviles*. Barcelona: Catalina Duque Giraldo.
- Emprendices. (19 de Enero de 2017). *Emprendices.co*. Obtenido de Emprendices.co:
<https://www.emprendices.co/aplicacion-movil-empresa/>
- LA NACION. (12 de Abril de 2011). <https://www.lanacion.com.ar>. Obtenido de <https://www.lanacion.com.ar: https://www.lanacion.com.ar/tecnologia/que-son-y-para-que-sirven-las-apps-nid1365035>
- La Republica. (12 de Marzo de 2018). *Revista Virtual La República*. Obtenido de Revista Virtual La República: <https://www.larepublica.co/empresas/las-cinco-razones-que-explican-el-auge-del-negocio-de-domicilios-2608774>
- La República. (27 de Marzo de 2020). *larepublica.co*. Obtenido de larepublica.co:
<https://www.larepublica.co/empresas/domicilios-se-cuadruplican-en-tiempos-de-cuarentena-por-el-covid-19-2983817>

La República. (13 de Enero de 2020). *Revista Virtual La República*. Obtenido de Revista Virtual

La República: <https://www.larepublica.co/consumo/segun-kantar-nueve-de-cada-10-colombianos-piden-a-domicilio-2951129>

Mier & Pastrana. (2016). ECONOMÍA COLABORATIVA Y SU AUGUE EN AMÉRICA

LATINA. *DIGITAL CIENCIA@UAQRO*, 1-14. Obtenido de

https://www.uaq.mx/investigacion/revista_ciencia@uaq/ArchivosPDF/v10-n1/Art.-7.pdf

Perez Porto, J., & Merino, M. (2009). <https://definicion.de/>. Recuperado el 5 de Junio de 2020, de

<https://definicion.de/>: <https://definicion.de/crisis-economica/>

Rocío Rodríguez et al. (2017). Modelos de negocio en la economía colaborativa: síntesis y

sugerencias. *Esic Market Economics and Business Journal*, Vol. 48, N.º 2, Mayo-Agosto, 255-274.

RUES. (7 de Abril de 2020). <https://www.rues.org.co>. Recuperado el 4 de Junio de 2020, de

<https://www.rues.org.co>: <https://www.rues.org.co/Home/About>

Universidad El Bosque. (4 de Junio de 2020). <https://www.unbosque.edu.co/>. Obtenido de

<https://www.unbosque.edu.co/>: [https://www.unbosque.edu.co/centro-](https://www.unbosque.edu.co/centro-informacion/noticias/como-afecta-la-crisis-del-covid-19-la-economia-colombiana)

[informacion/noticias/como-afecta-la-crisis-del-covid-19-la-economia-colombiana](https://www.unbosque.edu.co/centro-informacion/noticias/como-afecta-la-crisis-del-covid-19-la-economia-colombiana)

WebFindYou. (01 de 08 de 2018). *WebFindYou - Descubre el Poder de Internet*. Obtenido de

WebFindYou - Descubre el Poder de Internet:

<https://www.webfindyou.com.co/blog/consumo-de-aplicaciones-moviles-en-colombia/>

William Davidson Institute. (2 de Febrero de 2016). <https://www.homeworkmarket.com/>. (G. M.

Reception, Editor) Obtenido de Reception, Case: Uber and the Sharing Economy: Global

Market Expansion and: <https://www.homeworkmarket.com/files/uber-pdf-4097907>