

**SESIÓN ABRE LA CAJA NEGRA - DIAGNOSTICO**

<b>NOMBRE DE LA INICIATIVA/PROYECTO EMPRESARIAL :</b>	Planymerka	<b>MENTOR SENIOR :</b>	LUIS EDUARDO ORTIZ OSPINO
---	------------	------------------------	---------------------------

ÁREAS	INTERROGANTES	ESTADO ACTUAL Explicar cómo se encuentra la iniciativa en cada subcomponente	FORTALEZAS	DEBILIDADES	Evidencia de resultados (Indicadores claves de Línea base)
<b>FUNDADORES</b>	EXPERIENCIA Y CONOCIMIENTO	Los fundadores aportan una valiosa experiencia en gestión comercial y desarrollo de productos tecnológicos. Conformado por tres miembros con distintas experticias, el equipo posee capacidades multidisciplinares que permiten abordar desafíos desde diversas perspectivas.	Las fortalezas radican en su experiencia comercial y profundo conocimiento del producto que ofrecen. Esta combinación les brinda las habilidades necesarias para llevar a cabo una estrategia comercial efectiva y abordar de manera precisa las necesidades del mercado. Además, la experiencia del desarrollador en México refuerza aún más su posición en el campo.	Aunque las personas comerciales comprenden la herramienta tecnológica, su enfoque se limita a esta área. Además, su fuerte apego al estado actual de desarrollo, dirigido por un miembro interno, podría obstaculizar la exploración de innovaciones necesarias para la evolución futura del proyecto.	
	CAPACIDAD DE GESTION	Se enfrenta un desafío en la capacidad de gestión. Aunque logran atraer prospectos para ventas, cerrar negocios ha sido difícil, con solo una venta exitosa en el último año. Esto sugiere oportunidades de mejora en el proceso de conversión, desde la identificación de necesidades hasta la presentación persuasiva de soluciones, para lograr un mayor éxito en las ventas.	La evolución constante del modelo de negocio y la expansión internacional reflejan una adaptabilidad efectiva y una habilidad sólida para enfrentar desafíos empresariales.	La ubicación geográfica separada del desarrollador y su compromiso con otra empresa pueden generar demoras en la toma de decisiones y la resolución de problemas técnicos. La dependencia de la persona comercial del desarrollador también puede limitar la agilidad en la respuesta a desafíos y oportunidades.	
	FUNDADORES INVOLUCRADOS (TIEMPO DE DEDICACIÓN)	Se observa una combinación de niveles de dedicación. La empresa familiar entre padres e hijo refleja una diversidad de experiencia comercial. Aunque uno de los miembros se dedica al 100%, otros dos participan a medio tiempo, lo que podría influir en la agilidad de decisiones y la implementación de estrategias.	Una fuerte fortaleza radica en el compromiso a tiempo completo de los miembros en el área comercial.	Limitación de tiempo del desarrollador, agravada por su ubicación en Bogotá y compromisos laborales adicionales, podría afectar la agilidad en la gestión y adaptación a desafíos técnicos y necesidades del mercado.	
	PARTICIPACIÓN FUNDADORES (% ACCIONARIA)	La empresa opera como una entidad familiar sin una división formal de participación accionaria. Esta estructura puede promover la colaboración, pero también podría plantear desafíos en la toma de decisiones y definición de roles.	La estructura de empresa familiar sin una división formal de participación accionaria promueve la colaboración y la cohesión en la toma de decisiones.	Aunque la estructura familiar fomenta la colaboración, la ausencia de claridad en los porcentajes de propiedad podría generar ambigüedad en la toma de decisiones y definición de roles. Esto podría dificultar la asignación de responsabilidades y generar tensiones potenciales en el futuro.	
	INVERSIONES FUNDADORES	Las inversiones tienen su origen en la familia, lo que sugiere una relación cercana y alineada. Sin embargo, esta dependencia puede limitar la diversificación de fuentes de financiamiento.	El enfoque de financiamiento refleja un compromiso cercano y alineado entre los fundadores y el proyecto. Esta fuente de financiamiento puede agilizar la toma de decisiones y reducir la necesidad de buscar capital externo, brindando estabilidad en la etapa inicial de la empresa.	Se observan debilidades en relación al historial financiero. La experiencia previa de quiebra y pérdida de propiedades podría influir en la capacidad para acceder a recursos financieros y asumir riesgos. Esta situación puede impactar la inversión y la disposición para enfrentar desafíos económicos.	
	GOBIERNO CORPORATIVO	No tiene			
	PARTICIPACIÓN EN PROGRAMAS SIMILARES	Participó en Apps.co con Punto Estratégico	La disposición para hacer cambios necesarios y adaptarse para lograr la monetización muestra flexibilidad. Además, el registro de marca y la disposición para ajustarla demuestran atención a la identidad y adaptabilidad estratégica.		
	MODELO DE NEGOCIO (RENTABLE/ESCALABLE)	El modelo de negocio se presenta como una propuesta rentable y escalable. El software en la nube, basado en el modelo SaaS, automatiza procesos comerciales y ventas en línea, atendiendo a las necesidades de pequeñas y medianas empresas. Esta solución eficiente y en constante demanda proporciona una base sólida para obtener ganancias y expandirse a un público más amplio.	El desarrollo integral de un marketplace con capacidad de integración y su adaptabilidad a procesos de gestión de inventarios brindan un valor distintivo y eficiencia. Esta versatilidad no solo aumenta los ingresos al satisfacer diversas necesidades comerciales, sino que también amplía el potencial de penetración en mercados adicionales, respaldando la escalabilidad del modelo.	A pesar de dirigirse a medianas empresas, la limitación en el soporte técnico proporcionado solo por una persona podría generar demoras en la atención. La dedicación intensiva requerida para la configuración del sistema y la posible necesidad de mejorar la experiencia del usuario podrían dificultar la eficiencia y la satisfacción del cliente, limitando el potencial de crecimiento del modelo de negocio.	

NEGOCIO Y COMERCIAL	PROBLEMA QUE RESUELVE	El servicio de software ofrece una solución eficaz a la gestión comercial y logística de empresas medianas en el e-commerce. Al integrar diversas áreas y automatizar procesos, el software resuelve la problemática de optimización, reduciendo costos y tiempos, mientras aumenta las ventas de forma adaptada y ágil a las necesidades de cada empresa.	La integración de múltiples áreas y la unificación de inventario y logística a través del mismo sistema mejora la eficiencia operativa y la toma de decisiones. La capacidad de generar una visión integrada del negocio brinda ventajas competitivas al simplificar la gestión y proporcionar insights valiosos.	A pesar de enfocarse en medianas empresas, la herramienta no logra conectar eficazmente con este segmento, que generalmente utiliza sistemas más robustos. La falta de constancia en el uso por parte de estas empresas señala desafíos en la adaptación y retención de clientes, posiblemente debido a la falta de ajuste de la herramienta a sus necesidades específicas.	
	DIFERENCIACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO	El modelo de negocio se diferencia notablemente. La presencia de un código propio y la tercerización de servicios de venta en línea con soporte y facilidad de conexión destacan la propuesta. El software desarrollado en el modelo SaaS, con su rapidez, escalabilidad, personalización e integración, refuerza la distinción.	La diferenciación del modelo de negocio se basa en el desarrollo propio bajo código, lo que proporciona una herramienta altamente flexible. Aunque demanda más tiempo en desarrollo y prueba, esta capacidad de adaptación precisa a las necesidades de los clientes constituye una valiosa fortaleza distintiva.	La existencia de múltiples plataformas con funcionalidades similares en el mercado plantea un desafío para destacar y ofrecer una propuesta única. La falta de diferenciación clara podría afectar la atracción y retención de clientes en un entorno competitivo.	
	ESCALABILIDAD Y REPLICABILIDAD	El proyecto se encuentra en un estado avanzado para lograr escalabilidad y replicabilidad. La plataforma está completamente desarrollada y el software propio en modelo SaaS permite adaptación a diferentes necesidades.	La herramienta ya desarrollada en su totalidad puede ser utilizada por múltiples empresas al mismo tiempo, permitiendo una expansión eficiente y una implementación exitosa en diversos contextos.	La limitación en el soporte comercial y técnico para configurar la herramienta podría dificultar su implementación en varias empresas. Esta restricción podría causar demoras y desafíos en la adaptación a las necesidades de los clientes, afectando la calidad del servicio.	
	MODELO DE INGRESOS (FIDELIZACIÓN Y RECOMPRA)	El modelo de ingresos actual muestra una estrategia sólida de fidelización y recompra. Dirigido a medianas empresas con procesos comerciales diversos, combina ventas a este segmento con ingresos recurrentes provenientes de suscripciones y un porcentaje de ventas.	Con ventas directas a medianas empresas, suscripciones y un porcentaje de ventas, se generan flujos estables. La adaptabilidad para atender diversos tipos de clientes y necesidades tecnológicas refuerzan la propuesta de valor.	A pesar del tiempo en el mercado, la falta de retención sugiere desafíos en mantener relaciones a largo plazo, lo que podría relacionarse con la satisfacción del cliente, la propuesta de valor o la competencia.	
	ESTRATEGIA DIGITAL (MARKETING-VENTAS)	El estado actual muestra una carencia notable en la estrategia digital para marketing y ventas. La falta de enfoque en línea, dependiendo únicamente de métodos presenciales, podría limitar la visibilidad y el alcance de la empresa en un entorno digitalmente competitivo.		Se evidencia una debilidad importante en la estrategia digital de marketing y ventas. La ausencia de enfoque en marketing digital limita la capacidad de alcanzar un público más amplio y aprovechar las oportunidades en línea. La decisión de dirigirse solo a medianas empresas, excluyendo a pequeñas empresas y emprendimientos, podría restringir el crecimiento y la diversificación, potencialmente impactando la rentabilidad a largo plazo.	
MERCADO	CONOCIMIENTO DE LA INDUSTRIA	Se destaca un sólido conocimiento de la industria por parte de los involucrados. Su experiencia abarca el comercio, el desarrollo tecnológico y una amplia comprensión de la competencia en el mercado, respaldados por una larga trayectoria en el ámbito comercial y de compras.	Se destaca la habilidad para identificar a la competencia y detectar las tendencias específicas del mercado en su segmento objetivo.		
	MERCADO OBJETIVO DEFINIDO	La empresa no ha definido completamente su mercado objetivo. Aunque su enfoque es cualquier país de habla hispana, falta claridad en la identificación precisa del público. No obstante, se busca servir a medianas empresas con procesos comerciales diversos y necesidades tecnológicas		Aunque la empresa reconoce la importancia de ir más allá del tamaño de la empresa, no ha identificado ningún mercado específico ni características del segmento al que pretende llegar. Esta falta de claridad dificulta la formulación de una estrategia comercial precisa y adaptada, lo que podría limitar el enfoque de marketing y la eficacia de las acciones dirigidas.	
	TAMAÑO Y TENDENCIAS DE MERCADO	Se aprecia un crecimiento sólido gracias a la creciente adopción de compras en línea. Las tendencias actuales indican un mercado en expansión, impulsado por la preferencia por transacciones virtuales.	Las actuales preferencias por ventas virtuales refuerzan este panorama positivo, presentando una oportunidad sólida para la empresa en un mercado en expansión.	Se observan debilidades en cuanto a la falta de especificidad en la descripción del tamaño y la ausencia de detalles concretos sobre las tendencias identificadas. La falta de información detallada en estas áreas podría limitar la capacidad de la empresa para adaptarse ágilmente a las demandas cambiantes y para alinear su enfoque comercial con las necesidades y preferencias actuales de los clientes.	
	BARRERAS DE ENTRADA Y REGULACIÓN	Existen barreras de entrada y regulación que afectan la empresa. A pesar de la funcionalidad de la herramienta, las dificultades en ventas y la necesidad de generar confianza son obstáculos. Enfocados en empresas medianas, esta selección de mercado puede traer desafíos competitivos y regulatorios.	La ventaja clave radica en la naturaleza digital del producto, lo que permite superar barreras geográficas y acceder a múltiples mercados sin restricciones de ubicación.	Dificultades en el proceso de ventas y mercadeo, especialmente en la construcción de confianza y cierre de negocios, representan debilidades que obstaculizan la entrada efectiva al mercado.	
	MERCADO EN EL QUE OPERAN Y PLAN DE EXPANSIÓN	La empresa actualmente opera en el mercado universitario y tiene presencia en algunos negocios pequeños. Su enfoque abarca Colombia y la región de América Latina (LATAM).		La empresa enfrenta dificultades en la implementación de un plan de expansión debido a la falta de cierre de ventas. Aunque recientemente lograron una venta en la ciudad de Bogotá, la falta de un plan concreto limita su capacidad para aprovechar nuevas oportunidades en el mercado y expandir su alcance de manera efectiva.	

	POTENCIALES ALIANZAS ESTRATEGICAS	La empresa está considerando posibles alianzas estratégicas, especialmente en áreas de publicidad, diseño y marketing. Los socios muestran interés en colaborar con organizaciones como CAMACO, ACOPI, entre otras, para fortalecer su presencia en el mercado.		La empresa carece de alianzas estratégicas identificadas, lo que podría limitar su capacidad para aprovechar oportunidades de colaboración y crecimiento en el mercado.	
	COMPETIDORES LOCALES Y REGIONALES	La empresa demuestra un conocimiento sólido de la competencia tanto a nivel local como regional en el mercado. Han identificado y diferenciado claramente a sus competidores, abarcando desde soluciones para pequeñas empresas como Magento, WooCommerce y PrestaShop, hasta opciones para medianas y grandes empresas como Shopify, Planymerka y VTEX.		Aunque reconocen la presencia de diversos actores en el mercado, su enfoque en atender principalmente a medianas empresas podría limitar su capacidad para competir de manera efectiva con soluciones más establecidas y reconocidas, como VTEX y otros competidores adicionales.	
<b>TECNOLOGÍA</b>	NIVEL DE DESARROLLO DE PRODUCTO TECNOLÓGICO	El producto tecnológico se encuentra en un estado avanzado de desarrollo, con una plataforma completamente funcional y código en funcionamiento.	La fortaleza principal en el área de tecnología radica en la plataforma completamente desarrollada con código propio. Además, se ha realizado una migración exitosa de datos y se han efectuado pruebas exhaustivas de funcionalidad y uso con clientes reales. La experiencia de haber trabajado con empresas en Honduras, aunque no sostenible debido a las condiciones del mercado allí, ha proporcionado valiosos aprendizajes. La capacidad de personalización y la integración de otras herramientas o software ofrecen una versatilidad que puede adaptarse a las necesidades específicas de diversas empresas, contribuyendo a una gestión más integral y eficiente.	Una de las principales debilidades identificadas en el área tecnológica es la posible necesidad de mejora en la experiencia del usuario (UX), ya que se ha percibido un funcionamiento sobrecargado para los usuarios. Además, se menciona la existencia de numerosos requerimientos para la configuración de la herramienta, lo cual puede demandar un considerable tiempo de atención. Estos aspectos podrían impactar la eficiencia y la comodidad en la interacción con la plataforma, así como en la agilidad de su implementación y uso.	
	VALIDACIÓN ENTORNO SIMULADO O REAL	El producto tecnológico ha sido validado en entornos tanto simulados como reales. Ha sido utilizado en su totalidad y ha sido validado mediante la interacción con clientes actuales.			
	PRUEBAS MINIMAS DE FUNCIONALIDAD/FACTIBILIDAD	El producto tecnológico se encuentra en un estado avanzado de desarrollo, con un código propio completo. Se han realizado pruebas que han validado su funcionalidad y factibilidad, respaldadas por la interacción con clientes que han confirmado su correcto desempeño.			
	USABILIDAD - FUNCIONALIDAD - INTERFAZ DE USUARIO - EXPERIENCIA DE USUARIO	El producto tecnológico demuestra un nivel sólido de funcionalidad y usabilidad, permitiendo su adaptación a las necesidades específicas de los clientes mediante su modularidad y compatibilidad con APIs. Sin embargo, se identifica la necesidad de mejorar el diseño y la estrategia de marketing para una experiencia de usuario más completa y atractiva.			
	TITULARIDAD Y/PROPIEDAD INTELECTUAL	Se ha realizado el registro de la marca y logo, brindando cierta protección a la propiedad intelectual del producto tecnológico. Sin embargo, se detecta una discrepancia entre el nombre actual y la identidad visual, lo que sugiere una consideración para un posible cambio de nombre que se alinee mejor con la imagen de la marca y los objetivos del producto.			
<b>FINANCIERO</b>	HISTORIAL DE FINANCIACIÓN	En el ámbito financiero, la empresa se sostiene mediante inversiones propias destinadas a la sostenibilidad de la herramienta, incluyendo aspectos como el hosting y el dominio. Es importante señalar que la empresa está en proceso de superar deudas que fueron adquiridas en una etapa previa de inversión.		Una de las debilidades identificadas es la falta de claridad en la estructura financiera de la empresa. La ausencia de una estructura financiera bien definida puede dificultar la gestión eficiente de los recursos y la toma de decisiones informadas en aspectos como costos, ingresos, inversiones y rentabilidad.	
	VENTAS Y MARGENES	En el ámbito financiero, la empresa enfrenta desafíos significativos en los procesos de ventas y mercadeo, lo que impacta directamente en sus ingresos. Su modelo actual de generación de ingresos se basa en una estructura básica de ventas, complementada con un porcentaje sobre las ventas.	Se identifica una fortaleza en las ventas y márgenes generados por la herramienta, habiéndose logrado una primera venta en Bogotá con un ingreso mensual de 3 millones de pesos.		
	COSTOS OCULTOS	A lo largo de su operación, los sueldos y la gestión económica se han visto afectados por circunstancias familiares y la crisis económica. Los socios fundadores trabajan sin un salario definido, lo que puede generar presiones en la sostenibilidad del negocio.			
	ESTRUCTURA DE COSTOS INICIAL	La empresa actualmente tiene costos fijos que incluyen pagos por hosting y el dominio de la empresa. Los costos iniciales se mantienen en niveles bajos, con gastos tributarios y legales anuales de 8.000.000 de pesos.			
	TICKET PROMEDIO	El ticket promedio actual de la empresa se sitúa en 3.000.000 de pesos, el cual incluye tanto un costo fijo como un porcentaje de ventas.			