



Planymerka
eCommerce platform

PLAN ESTRATÉGICO

PLANYMERKA

2023

TABLA DE CONTENIDO

PLAN ESTRATÉGICO (PLANYMERKA)	3
1. <i>RESUMEN EJECUTIVO</i>	3
2. <i>DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA</i>	5
2.1. NOMBRE DE LA EMPRESA	5
2.2. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA	5
2.3. MISIÓN	5
2.4. VISIÓN	5
2.5. VALORES	5
3. <i>ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN</i>	6
3.1. ANÁLISIS FODA (FORTALEZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES, AMENAZAS). 6	
3.2. MÉTRICAS	7
3.3. MODELOS	7
3.4. ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA Y EL MERCADO	8
3.5. IDENTIFICACIÓN DE COMPETIDORES CLAVE.	11
3.6. PERFIL DE CLIENTES Y SEGMENTACIÓN DE MERCADO.	11
3.7. TENDENCIAS TECNOLÓGICAS RELEVANTES	12
4. <i>OBJETIVOS ESTRATÉGICOS</i>	13
5. <i>ESTRATEGIAS Y ACCIONES</i>	13

PLAN ESTRATÉGICO (PLANYMERKA)

1. RESUMEN EJECUTIVO

Descripción breve de la empresa.

Planymerka ofrece una visión completa del negocio. Está diseñada para ayudar a crecer a las empresas, centrandó la atención en el cliente y la gestión de sus pedidos, Agregando valor y reduciendo costos y tiempos.

Misión.

Contribuir con la organización y mejora de procesos para un crecimiento sostenible y escalable con mayor crecimiento sin inversiones en locaciones o puntos de venta físico.

Objetivos estratégicos claves.

1. Conformar el equipo de trabajo pionero
2. Definir el modelo de negocio
3. Establecer el plan comercial y el plan de marketing
4. Prototipar, diseñar, desarrollar y validar el MVP de la solución
5. Realizar el plan financiero
6. Registrar el software en Colombia
7. Constituir la empresa

Métricas.

- Número de visitas o contactos realizados.

- Número de clientes activos.
- Número de planteamientos o soluciones específicas
- Numero de procesos documentados.

DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

1.1. NOMBRE DE LA EMPRESA	PLANYMERKA
1.2. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA	
<p>Planymerka ofrece una visión completa del negocio. Está diseñada para ayudar a crecer a las empresas, centrando la atención en el cliente y la gestión de sus pedidos, Agregando valor y reduciendo costos y tiempos.</p>	
1.3. MISIÓN	
<p>Contribuir con la organización y mejora de procesos para un crecimiento sostenible y escalable con mayor crecimiento sin inversiones en locaciones o puntos de venta físico.</p>	
1.4. VISIÓN	
<p>Ser la mejor alternativa en la transformación digital, organización e integración de los procesos comerciales y de venta para un crecimiento sostenible y optimizado de la pequeña y mediana empresa.</p>	
1.5. VALORES	
<ol style="list-style-type: none">1. Flexibilidad2. Confianza3. Integración4. Análisis5. Proceso continuo6. Orientación al cliente7. Responsabilidad8. Cumplimiento	

ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN

1.6. ANÁLISIS FODA (FORTALEZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES, AMENAZAS).

Fortalezas

Optimización de procesos, de infraestructura, desarrollo de procesos amigables y autogestionables.

Acompañamiento directo en la implementación de la solución.

Acuden a recursos propios en primer lugar antes de acudir a banca u otros sectores.

Oportunidades

Expansión a otros países.

La solución es adaptable e integrable a cualquier cambio o nueva propuesta tecnología que se requiera.

Incluir del uso de Inteligencia Artificial para algunos procesos.

Debilidades

No lograr transmitir la confianza y seguridad, conocimiento y robustez de la solución.

Falta de experiencia en estrategias de marketing.

Que el sistema presente fallas.

Amenazas

La principal amenaza está centrada en alcanzar punto de equilibrio y garantizar flujo de caja con nuevos clientes.

Necesidad de establecer una sólida reputación y confianza en la plataforma tecnológica.

Posible dependencia de la tecnología y necesidad de soluciones rápidas en caso de problemas técnicos.

Poco seguimiento posventa.

Limitación del recurso humano, que puede afectar el servicio y respuesta a tiempo.

No contar con el recurso económico para mantener actualizada la infraestructura e ir innovando.

Competencia fuerte de plataformas establecidas y emergentes en el mercado.

Posible disminución de la inversión en tecnología debido a la incertidumbre económica.

1.7. MÉTRICAS

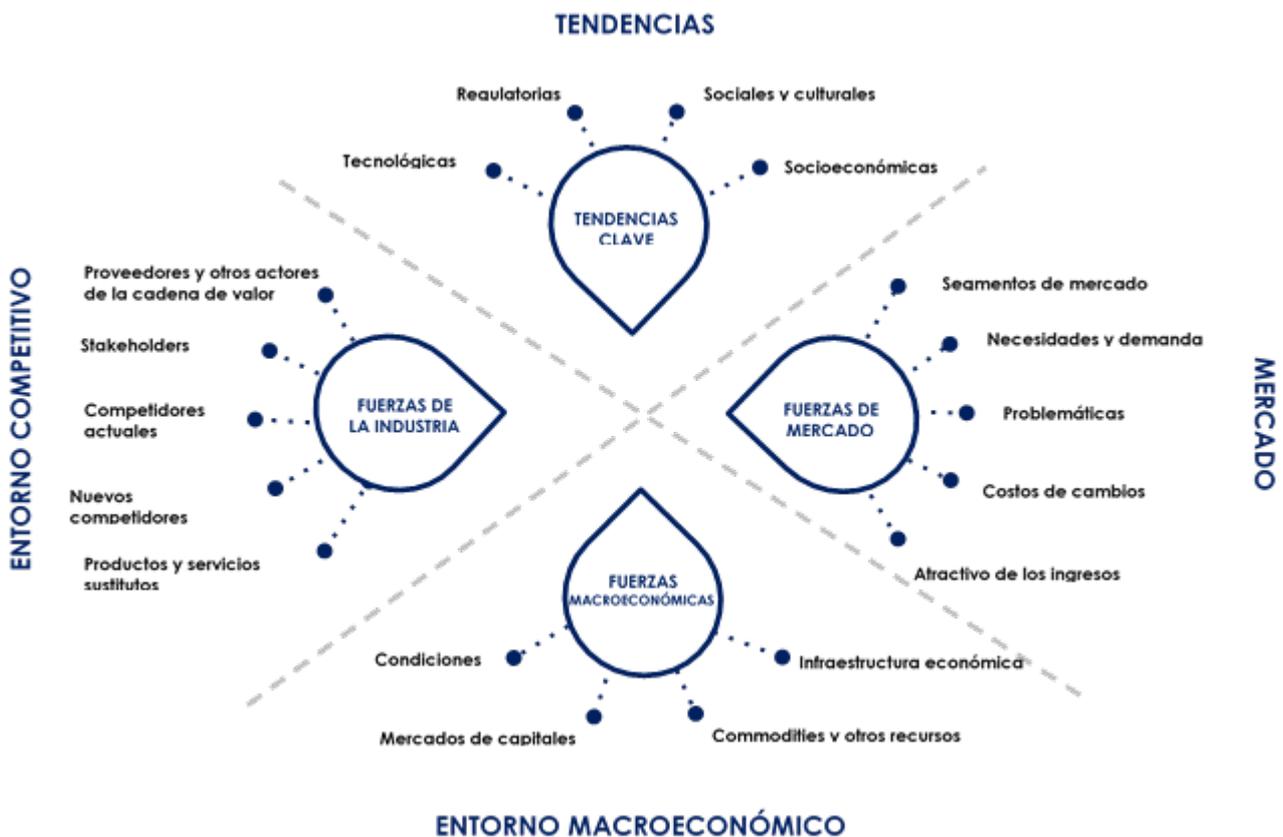
- Número de visitas o contactos realizados.
- Número de clientes activos.
- Número de planteamientos o soluciones específicas
- Numero de procesos documentados.

1.8. MODELOS

Modelo 1	
¿Quién es mi referente?	HubSpot
¿Por qué lo deberíamos imitar?	Por su modelo de negocio sostenible.

¿Cómo adaptar sus estrategias a mi empresa?	El software de la parte de ventas es un sistema potente y fácil de usar que aumenta la productividad, permite mejorar las conexiones con los clientes y contribuye al crecimiento de las organizaciones de ventas.
Modelo 2	
¿Quién es mi referente?	Salesforce
¿Por qué lo deberíamos imitar?	Por su modelo de negocio sostenible.
¿Cómo adaptar sus estrategias a mi empresa?	Software especializado en la fuerza comercial. Permite hacer un seguimiento muy detallado de cada cliente, atravesando todo el embudo de ventas.

1.9. ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA Y EL MERCADO.



Componente: Tendencias

La vigilancia es un proceso centrado en la observación y análisis del entorno científico, técnico, tecnológico y de mercado, y en la posterior difusión de las informaciones seleccionadas apuntando a la toma de decisiones estratégicas. En tal sentido, se apunta a construir un reporte que incluye los siguientes ámbitos de análisis, considerando como foco principal aquellas áreas relacionadas con la iniciativa propuesta:

Tendencias tecnológicas

En este caso particular, el foco de la búsqueda se concentra en las aplicaciones, tecnologías y empresas innovadoras que impactan sobre la industria donde se trabaja la iniciativa. Luego se pasa a la búsqueda de la información sobre casos de éxito para el ámbito definido. El enfoque en casos de éxito/inspiración tiene que ver con la facilidad que tiene un caso de reflejar de manera práctica y concisa las pautas generales de una tendencia y servir como referente para etapas posteriores de escalabilidad.

Tendencias regulatorias

En esta parte se ubican tendencias que incluyan bien sea, regulaciones, normas o leyes que de alguna forma afecten o respalden el funcionamiento de la iniciativa. Se consideran tanto regulaciones existentes a nivel nacional, como algunas internacionales que sean de gran valor para orientar el marco de ejecución de la iniciativa en el país.

Tendencias de mercado

En este apartado se incluyen tendencias de tipo económico, cultural, de consumo y social que influyen sobre la iniciativa considerada, con el fin de dar a conocer las principales

variables que se deben tener en cuenta para el desarrollo y escalabilidad de la misma. Estas tendencias se evalúan desde una perspectiva tanto nacional como internacional.

Componente: Fuerzas macroeconómicas

Se plantea la construcción de un informe que involucre la descripción del entorno macroeconómico del país. El informe se estructura en cuatro capítulos:

Capítulo 1. Perspectivas económicas. Incluye un panorama de perspectivas económicas globales, continentales y nacionales. Asimismo, un análisis sectorial (agropecuario, minas y canteras, Construcción-Infraestructura, Industria, Energía, gas y agua, Hotelería y turismo, y Comercio) para el lapso 2022-2023.

Capítulo 2. Análisis de mercados de capitales, entorno de inversión y apalancamiento financiero en Colombia. Incluye tendencias de digitalización en el mercado de Capitales (Blockchain, Fintech, crowdfunding, billeteras digitales, entre otros), profundización financiera en Colombia y estado de los instrumentos del mercado de capitales en el país (bonos del tesoro, acciones cotizadas en bolsa, S&P 500, divisas al contado, entre otros).

Capítulo 3. Ruta de la política pública sectorial (análisis por sectores relevantes para las iniciativas de Collision EBT). Incluye políticas públicas (vigentes) orientadas al desarrollo del sector papel dentro del PND y programas públicos de apoyo al sector (vigentes).

Capítulo 4. Mapeo de alternativas de financiación. Este capítulo supone la entrega de una base de datos con 400 registros con potenciales fuentes de financiación para iniciativas empresariales de innovación, incluyendo convocatorias, aceleradoras, incubadoras, fondos de inversión, etc., presentes en Colombia.

Por favor para mayor detalle revisar los siguientes documentos:

[Análisis entorno macroeconómico](#)

[Anexo Inversores Colombia.xlsx](#)

1.10. IDENTIFICACIÓN DE COMPETIDORES CLAVE.

Entre los más reconocidos están: HubSpot, Salesforce y Zoho CRM.

1.11. PERFIL DE CLIENTES Y SEGMENTACIÓN DE MERCADO.

Perfil 1: Emprendedores / Toderos de su negocio

Vender más / Estar en línea.

Reconocimiento de su producto.

Control inventario.

Servicio al cliente.

Modelos de negocio específicos.

Perfil 2: Empresarios / Gerentes / Directores mediana empresa con un equipo de trabajo

Vender más y crecer en línea.

Organizar.

Controlar.

Eficientar.

Mejorar Servicio al cliente controlar inventarios.

Tener información rápido.

Segmento 1:

Emprendedores / Toderos de su negocio.

Segmento 2:

Empresarios / Gerentes / Directores mediana empresa con un equipo de trabajo.

1.12. TENDENCIAS TECNOLÓGICAS RELEVANTES

Por favor para mayor detalle revisar el siguiente documento:

[Informe de Vigilancia Tecnológica e Inteligencia Competitiva - Planymerka](#)

2. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Lista los objetivos.

Establecimiento de objetivos específicos, medibles, alcanzables, relevantes y con un plazo determinado (objetivos SMART).

Priorización de los objetivos en función de su importancia estratégica.

3. ESTRATEGIAS Y ACCIONES

Desarrollo de estrategias para alcanzar los objetivos.

Identificación de acciones específicas necesarias para implementar cada estrategia.

Asignación de responsabilidades y plazos para cada acción.

PERSPECTIVA	OBJETIVOS	ESTRATEGIAS /ACCIONES	INDICADOR	META	PLAZO	RESPONSABLE	RESULTADO ESPERADO
FINANCIERA	<p>OBJETIVO ESTRATEGICO 1:</p> <p>Sostener económicamente la empresa.</p>	<p>Actividad o estrategia 1:</p> <p>Estructurar un modelo de negocio escalable y sostenible a mediano y largo plazo.</p>	Número de modelo de negocio	1	2023	Área Financiera	1 Modelo de negocio.
		<p>Actividad o estrategia 2:</p> <p>Gestionar financiamiento con Inversionistas.</p>	Número de financiamientos	1	2023	Área Financiera	1 financiamiento.
		<p>Actividad o estrategia 3:</p> <p>Aprovisionar capital de trabajo para los primeros meses de operación.</p>	Número de aprovisionamiento de capital de trabajo	1	2024	Área Financiera	1 aprovisionamiento de capital de trabajo.

CLIENTE	OBJETIVO ESTRATEGICO 2: Posicionar la marca en el sector del mercado.	Actividad o estrategia 1: Definir un plan de marketing.	Número de planes de marketing	1	2023	Área Comercial	1 plan de marketing.
		Actividad o estrategia 2: Fortalecer el equipo comercial.	Número de equipos comercial	1	2023	Área Comercial	1 equipo comercial.
		Actividad o estrategia 3: Realizar planes de comunicación efectivos que involucren el área comercial hasta llegar al cliente final.	Número de planes de comunicación	1	2023	Área Comercial	1 plan de comunicación.
		Actividad o estrategia 4: Hacer encuestas frecuentes a los clientes para conocer su nivel de satisfacción de los servicios prestados.	Número de encuestas	12	2024	Área Comercial	12 encuestas.

<p>PROCESOS</p>	<p>OBJETIVO ESTRATEGICO 3: Documentar procesos críticos.</p>	<p>Actividad o estrategia 1: Documentar los procesos críticos para que el conocimiento especializado no recaiga solo en el equipo de trabajo y exista información clave escrita que sirva de insumo para el diseño y desarrollo de la tecnología.</p>	<p>Número de documentaciones de procesos críticos</p>	<p>1</p>	<p>2023</p>	<p>Equipo de Desarrollo / Área Administrativa</p>	<p>1 documentación de procesos críticos.</p>
<p>CAPACIDAD DE APRENDIZAJE</p>	<p>OBJETIVO ESTRATEGICO 4: Fomentar el componente de Investigación, Desarrollo e Innovación.</p>	<p>Actividad o estrategia 1: Fomentar el componente de Investigación, Desarrollo e Innovación de nuevos sistemas tecnológicas para la solución de las problemáticas de los clientes.</p>	<p>Número de equipos de Investigación, Desarrollo e Innovación</p>	<p>1</p>	<p>2023</p>	<p>Equipo de Desarrollo / Área Administrativa / Comercial</p>	<p>1 equipo de Investigación, Desarrollo e Innovación.</p>
		<p>Actividad o estrategia 2: Especializar al equipo de trabajo en</p>	<p>Número de personas capacitadas</p>	<p>3</p>	<p>2023</p>	<p>Área Administrativa</p>	<p>3 personas capacitadas.</p>

		conocimientos generales de la solución desde el rol que cada uno ejerce.					
TECNOLOGIA	<p>OBJETIVO ESTRATEGICO 5:</p> <p>Prototipar, Diseñar, Desarrollar y Validar la Plataforma web.</p>	<p>Actividad o estrategia 1:</p> <p>Desarrollar y Validar la Plataforma web con clientes.</p>	Número de desarrollos de la Plataforma web	1	2023	Área de desarrollo	1 desarrollo de la Plataforma web.
	<p>OBJETIVO ESTRATEGICO 6:</p> <p>Registrar el software en Colombia ante Dirección Nacional de</p>	<p>Actividad o estrategia 2:</p> <p>Hacer el Registro el software en Colombia ante Dirección Nacional de Derechos de Autor</p>	Número de registro de software de la Plataforma web	1	2024	Equipo de Desarrollo / Área Administrativa	1 registro de software de la Plataforma web.

	Derechos de Autor						
--	------------------------------	--	--	--	--	--	--