

PLAN DE NEGOCIO



PLANYMERKA

PLAN DE NEGOCIO

(PERÍODO: 2023)

EJECUTOR:

Everlydes Villarreal Coneo

Tabla de contenido

PLAN DE NEGOCIO (PLAN Y MERKA)	3
1. <i>RESUMEN EJECUTIVO</i>	3
2. <i>DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA</i>	5
3. <i>ESTRUCTURA ORGANIZATIVA</i>	7
3.1. ORGANIGRAMA	7
3.2. FUNCIONES	7
3.2.1. FUNCIONES DE (CARGO 1)	7
3.2.2. FUNCIONES DE (CARGO 2)	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
3.2.3. FUNCIONES DE (CARGO 3)	7
3.3. ESQUEMA DE GOBERNANZA	7
4. <i>ANÁLISIS DEL MERCADO</i>	¡Error! Marcador no definido.
5. <i>DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO</i>	8
6. <i>DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS</i>	10
7. <i>PLAN DE MERCADEO</i>	11
7.1. MERCADO OBJETIVO	11
7.2. GESTIÓN Y ESTRATEGIA COMERCIAL	13
8. <i>DESARROLLO DE PRODUCTO Y DE TECNOLOGÍAS</i>	¡Error! Marcador no definido.
8.1. HARDWARE Y SOFTWARE	15
8.2. RECURSOS DIGITALES Y HERRAMIENTAS	15
8.3. GESTIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL	15
9. <i>PLAN FINANCIERO</i>	16
10. <i>HITOS Y MÉTRICAS</i>	21

PLAN DE NEGOCIO (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.

Resumen de los productos o servicios ofrecidos.

Software de comercio electrónico integrado con CRM y ERP.

Personalizable para gestionar ventas y operaciones de comercio en línea.

Simplifica y organiza eficientemente los procesos comerciales.

Breve introducción a los fundadores y el equipo directivo.

El equipo de trabajo de Planymerka está conformado por:

1. Juan Carlos Lagares: CEO.
2. Patricia Arrazola: Directora comercial.
3. Juan David Lagares: Director de IT.

Resumen de los objetivos y metas del negocio.

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

2. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

2.1.Nombre de la empresa	PLANYMERKA
2.2. BREVE 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>	
2.3. 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>	
2.4. 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>	
2.5. OBJETIVOS A LARGO Y CORTO PLAZO	
<ol style="list-style-type: none">1. Conformar el equipo de trabajo pionero2. Definir el modelo de negocio3. Establecer el plan comercial y el plan de marketing4. Prototipar, diseñar, desarrollar y validar el MVP de la solución5. Realizar el plan financiero6. Registrar el software en Colombia7. Constituir la empresa	

3. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

3.1. ORGANIGRAMA

Juan Carlos Lagares: CEO.

Patricia Arrazola: Directora comercial.

Juan David Lagares: Director de IT.

3.2. FUNCIONES

3.2.1. Funciones de (CEO): Administración y Dirección.

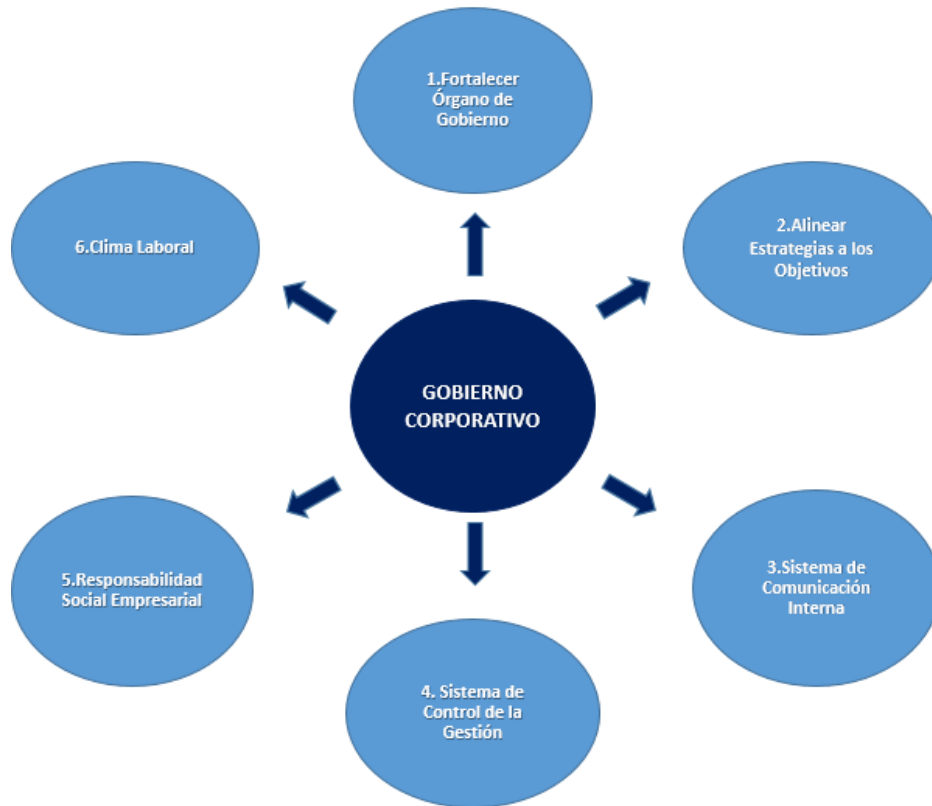
3.2.2. Funciones de (Directora Comercial): Comercial y Postventa.

3.2.3. Funciones de (Director de Sistemas): Desarrollo tecnológico, conectividad y soporte técnico.

3.3. ESQUEMA DE GOBERNANZA

La Alta dirección sabe la importancia de definir y construir un Gobierno Corporativo; por el momento manejan con el equipo de trabajo directrices, políticas, normas, conductos regulares y herramientas digitales para la comunicación, lo que les ha permitido lograr crear una trazabilidad de la información y conversación. Ver Figura N° 1 Gobierno Corporativo.

Figura N° 1 Gobierno Corporativo



4. DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

4.1. PROPUESTA DE VALOR

Impulsa tu crecimiento, automatiza y simplifica tus procesos.

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.

4.2. ESQUEMA DE MONETIZACIÓN

1. Pago por uso de suscripción mensual.
2. Tarifas por servicios adicionales.
3. Ingresos provenientes de acompañamiento y consultoría.

4.3. ACTIVIDADES Y RECURSOS CLAVES PARA LA OPERACIÓN

1. Definir modelo de monetización.
2. Desarrollo y mejora continua del software.
3. Soporte técnico.
4. Plan de Marketing.
5. Servicio de asistencia al cliente.

5. DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS

Ítem	Descripción
Idea / Producto/Servicio	Software en la nube para organizar y automatizar con eficiencia los procesos comerciales, incrementar las ventas y la cobertura para Pymes. Su mercado objetivo son empresas que tengan múltiples procesos comerciales no integrados y que atiendan diferentes tipos de clientes.
Problema que resuelve	Organizar y automatizar los procesos comerciales con información única, real y en línea de forma controlada y parametrizada con las políticas de cada empresa; reduciendo tiempos y costos y aumentando las ventas, con una implementación rápida, integral y ajustada a las necesidades empresariales
Características distintivas	Disponemos de diferentes modulo para impactar todas las áreas claves de la empresas clientes. No requieren contratación de personal especializado Procesos sencillos autogestionables que guían al usuario. Nos adaptamos, personalizamos y profundizamos en las necesidades del cliente.
Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> • Proveedores de servicios de pago en línea. • Colaboración con empresas de logística para integración de servicios. • Asociaciones estratégicas con plataformas de marketing.
Permisos Especiales y Propiedad Intelectual	Realizar la gestión necesaria para realizar el registro del software en Colombia ante Dirección Nacional de Derechos de Autor, Documentos de términos y condiciones, tratamiento de datos y contratos para clientes y proveedores.
Producto Descripción del servicio	Software desarrollo propio modelo SaaS, escalable, personalizable, integrable y parametrizable de rápida implementación, prueba y puesta en marcha que incluye todas las variables y aspectos sensibles para la operación comercial.

6. PLAN DE MERCADEO

6.1. MERCADO OBJETIVO

Características más comunes.



Segmentos de Mercado.

Segmento 1:

Emprendedores / Toderos de su negocio.

Segmento 2:

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

Perfil del cliente ideal.

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.

Análisis de la competencia.

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

Identificación de oportunidades y amenazas en el mercado.

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.

Amenazas:

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

Competencia fuerte de plataformas establecidas y emergentes en el mercado.

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

6.2. GESTIÓN Y ESTRATEGIA COMERCIAL

Estrategia de marketing.

Diseñar campañas de marketing y contenidos de redes sociales dirigidas a: Emprendedores / Toderos de su negocio y Empresarios / Gerentes / Directores mediana empresa con un equipo de trabajo.

Se le recomienda revisar el siguiente blog de interés:

La Hipersegmentación de mercados

Estrategia de ventas y distribución.

Embudo de ventas



Distribución

Principal

Ir directo: Comercializar Planymerka con visitas comerciales especializadas.

Plan de precios.

7. DESARROLLO DE PRODUCTO Y DE TECNOLOGÍAS

7.1. HARDWARE Y SOFTWARE

Cuentan con Plataforma web.

7.2. RECURSOS DIGITALES Y HERRAMIENTAS

El equipo de trabajo puede hacer uso de herramientas como: cursos de capacitación, webinars, e-books y manuales enfocados en mejorar el desempeño.

7.3. GESTIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

Realizar la gestión necesaria para realizar el registro del software en Colombia ante Dirección Nacional de Derechos de Autor, Documentos de términos y condiciones, tratamiento de datos y contratos para clientes y proveedores.

8. PLAN FINANCIERO

8.1. PLAN DE INGRESOS

Se calcularon los siguientes ingresos por ventas de Planyerka.

INGRESOS	Mes 1			Mes 2			Mes 3		
	Cant	VI Un	Total	Cant	VI Un	Total	Cant	VI Un	Total
Ventas esperadas clientes micro	3,00	\$ 296.883,95	\$ 890.651,86	6,00	\$ 296.883,95	\$ 1.781.303,71	9,00	\$ 296.883,95	\$ 2.671.955,57
Ventas esperadas clientes medianos	1,00	\$ 1.395.062,78	\$ 1.395.062,78	2,00	\$ 1.395.062,78	\$ 2.790.125,56	3,00	\$ 1.395.062,78	\$ 4.185.188,33
desarrollos e integración	1,00	\$ 4.165.000,00	\$ 4.165.000,00	1,00	\$ 4.165.000,00	\$ 4.165.000,00	1,00	\$ 4.165.000,00	\$ 4.165.000,00
TOTAL INGRESOS			\$ 6.450.714,63			\$ 8.736.429,27			\$ 11.022.143,90

Para mayor detalle ver [Plan financiero Planyerka](#)

8.2. COSTOS

Se calcularon los siguientes costos de Planyerka.

Costos									
Todos aquellos relacionados directamente con el desarrollo del producto/servicio/ proyecto									
clientes micro o emprendimientos									
PV	COSTO (SIN IVA)	MARGEN	PV1	IVA*	P LISTA 1	TRM	Valor USD SIN IVA		
PRODUCTO 1	\$ 149.689,39	40%	\$ 249.482,31	\$ 47.401,64	\$ 296.883,95	\$ 4.044	\$ 61,69		
clientes medianos									
PV	COSTO (SIN IVA)	MARGEN	PV1	IVA*	P LISTA 1	TRM	Valor USD		
PRODUCTO 1	\$ 435.538,48	63%	\$ 1.172.321,66	\$ 222.741,12	\$ 1.395.062,78	\$ 4.044	\$ 289,89		
*Con base al tipo de impuesto que debe facturar									
**Para calcular el precio de venta debe ingresar el costo y el margen que tiene									
** Deben validar el IVA, para efecto de la formula se calculó con el 19%, en caso de ser diferente cambiar el número									
COSTOS									
Costos clientes micro	3,00	\$ 149.689,39	\$ 449.068,16	6,00	\$ 149.689,39	\$ 898.136,33	9,00	\$ 149.689,39	\$ 1.347.204,49
Costos clientes medianos	1,00	\$ 435.538,48	\$ 435.538,48	2,00	\$ 435.538,48	\$ 871.076,96	3,00	\$ 435.538,48	\$ 1.306.615,45
TOTAL COSTOS			\$ 884.606,64			\$ 1.769.213,29			\$ 2.653.819,93

Para mayor detalle ver [Plan financiero Planyerka](#)

8.3. FLUJO DE CAJA

CONCEPTO	DESCRIPCION	enero	febrero	marzo	abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
INGRESOS	SALDO PERIODOS ANTERIORES	\$ -	\$ 1.389.727,99	\$ 1.887.385,06	\$ -	\$ 2.602.329,92	\$ 6.892.577,49	\$ 12.996.447,09	\$ 21.453.526,89	\$ 32.710.926,82	\$ 47.300.707,72	\$ 65.271.021,98	\$ 87.654.170,91
	RECAUDO CUENTAS POR COBRAR	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	CREDITOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	OTROS INGRESOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	VENTAS con Impuesto de IVA	\$ 6.450.714,63	\$ 8.736.429,27	\$ 11.022.143,90	\$ 11.189.280,00	\$ 13.111.600,00	\$ 15.033.920,00	\$ 16.956.240,00	\$ 18.878.560,00	\$ 20.800.880,00	\$ 22.723.200,00	\$ 24.645.520,00	\$ 26.567.840,00
TOTAL INGRESOS		\$ 6.450.714,63	\$ 7.346.701,28	\$ 9.134.758,84	\$ 13.315.243,20	\$ 18.699.576,60	\$ 26.092.532,02	\$ 35.643.697,64	\$ 47.995.183,39	\$ 63.679.050,12	\$ 83.328.450,19	\$ 107.000.684,95	\$ 135.924.192,99

GASTOS	Operacionales	Operativo - Servicios en la nube	\$ 701.507,33	\$ 701.507,33	\$ 701.507,33	\$ 701.507,33	\$ 701.507,33	\$ 701.507,33	\$ 701.507,33	\$ 701.507,33	\$ 701.507,33	\$ 701.507,33	\$ 701.507,33	
		Salario Recurso Humano	\$ 5.467.718,00	\$ 5.819.560,40	\$ 5.995.481,60	\$ 6.171.402,80	\$ 6.347.324,00	\$ 6.823.245,20	\$ 6.999.166,40	\$ 7.175.087,60	\$ 7.351.008,80	\$ 8.426.930,00	\$ 8.902.851,20	\$ 9.078.772,40
		Funcionamiento (Arriendo/Servicios públicos/Marketing digital)	\$ 835.000,00	\$ 835.000,00	\$ 835.000,00	\$ 835.000,00	\$ 835.000,00	\$ 835.000,00	\$ 835.000,00	\$ 835.000,00	\$ 835.000,00	\$ 835.000,00	\$ 835.000,00	\$ 835.000,00
		TOTAL EGRESOS OPERACIONALES	\$ 7.004.225,33	\$ 7.356.067,73	\$ 7.531.988,93	\$ 7.707.910,13	\$ 7.883.831,33	\$ 8.359.752,53	\$ 8.535.673,73	\$ 8.711.594,93	\$ 8.887.516,13	\$ 9.963.437,33	\$ 10.439.358,53	\$ 10.615.279,73
IMPREVISTOS OPERACIONES		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	

GASTOS	Financieros	Comisiones Bancarias	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
		Cuota Préstamos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
		Otros gastos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
		TOTAL EGRESOS FINANCIEROS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

OTROS	Tributarios	Retefuente	\$ 193.728,75	\$ 483.126,54	\$ 1.221.554,24	\$ 1.218.479,45	\$ 1.829.719,03	\$ 2.335.958,61	\$ 2.947.198,19	\$ 3.558.437,77	\$ 4.169.677,35	\$ 4.465.916,93	\$ 4.972.156,51	\$ 5.583.396,09
		Impuestos IVA	\$ 1.029.946,03	\$ 1.394.892,07	\$ 1.759.838,10	\$ 1.786.523,70	\$ 2.093.448,74	\$ 2.400.373,78	\$ 2.707.298,82	\$ 3.014.223,87	\$ 3.321.148,91	\$ 3.628.073,95	\$ 3.934.998,99	\$ 4.241.924,03
		Descuentos comerciales	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
		TOTAL OTROS EGRESOS	\$ 836.217,29	\$ 1.878.018,60	\$ 2.981.392,34	\$ 3.005.003,15	\$ 3.923.167,77	\$ 4.736.332,39	\$ 5.654.497,02	\$ 6.572.661,64	\$ 7.490.826,26	\$ 8.093.990,88	\$ 8.907.155,50	\$ 9.825.320,13

TOTAL EGRESOS		\$ 7.840.442,62	\$ 9.234.086,34	\$ 10.513.381,27	\$ 10.712.913,28	\$ 11.806.999,11	\$ 13.096.084,93	\$ 14.190.170,75	\$ 15.284.256,57	\$ 16.378.342,39	\$ 18.057.428,22	\$ 19.346.514,04	\$ 20.440.599,86
----------------------	--	-----------------	-----------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------

SALDO	-\$ 1.389.727,99	-\$ 1.887.385,06	-\$ 1.378.622,43	\$ 2.602.329,92	\$ 6.892.577,49	\$ 12.996.447,09	\$ 21.453.526,89	\$ 32.710.926,82	\$ 47.300.707,72	\$ 65.271.021,98	\$ 87.654.170,91	\$ 115.483.593,13
-------	---------------------	---------------------	---------------------	--------------------	--------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	----------------------

Para mayor detalle ver [Plan financiero Planymerka](#)

8.4. PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es establecido a través de un cálculo que sirve para definir el momento en que los ingresos de una empresa cubren sus gastos fijos y variables, esto es, cuando logras vender lo mismo que gastas, no ganas ni pierdes, has alcanzado el punto de equilibrio.

PE Mes 1		PE Mes 2		PE Mes 3	
PE (\$)	\$ 8.117.388	PE (\$)	\$ 9.224.024	PE (\$)	\$ 9.920.585
PE (Q)	48	PE (Q)	50	PE (Q)	51

PE (\$): Se refiere a los ingresos mínimos que se deben percibir por ventas de Planymerka para lograr el Punto de Equilibrio.

PE (Q): Se refiere a las cantidades mínimas que se deben vender de Moollish para lograr el Punto de Equilibrio.

Para mayor detalle ver [Plan financiero Planymerka](#)

9. HITOS Y MÉTRICAS

9.1. VENTAS

Se muestran ventas proyectadas para el primer año por:

DESCRIPCION	enero	febrero	marzo	abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
VENTAS con impuesto de IVA	\$ 6.450.714,63	\$ 8.736.429,27	\$ 11.022.143,90	\$ 11.189.280,00	\$ 13.111.600,00	\$ 15.033.920,00	\$ 16.956.240,00	\$ 18.878.560,00	\$ 20.800.880,00	\$ 22.723.200,00	\$ 24.645.520,00	\$ 26.567.840,00
TOTAL INGRESOS	\$ 6.450.714,63	\$ 7.346.701,28	\$ 9.134.758,84	\$ 13.315.243,20	\$ 18.699.576,60	\$ 26.092.532,02	\$ 35.643.697,64	\$ 47.995.183,39	\$ 63.679.050,12	\$ 83.328.450,19	\$ 107.000.684,95	\$ 135.924.192,99

9.2. CLIENTES

Cuenta con los siguientes:

Clientes Startup son 6:

Bendita store

Salve Velas

Romclick

josepanadero

consientel

La comercializadora

Clientes mediana empresa:

1. Universidad de América

9.3. EMPLEO

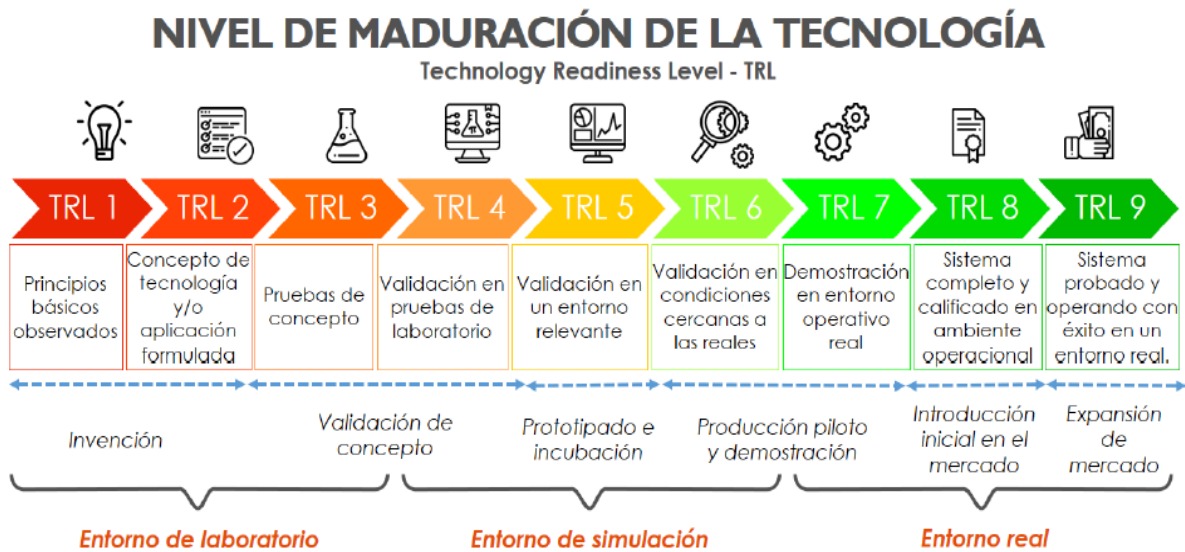
El equipo de trabajo lo conforman 3 personas que son:

Juan Carlos Lagares: CEO.

Patricia Arrazola: Directora comercial.

Juan David Lagares: Director de IT.

9.4. DESARROLLO DE LA TECNOLOGÍA



TRL 9 – Sistema probado y operando con éxito en un entorno real. Tecnología/sistema en su fase final y operable en un sin número de condiciones operativa, está probada y disponible para su comercialización y/o producción disponible para la sociedad. Entrega de producto o tecnología para producción en serie y comercialización.