

Recomendaciones y normas básicas del formato

Tenga en cuenta que, para la construcción del proyecto, el documento debe respetar las siguientes normas:

1. Los títulos deben ser Calibri, tamaño 14 en mayúsculas, color negro
2. Los subtítulos deben tener texto Calibri tamaño 12 en negrita
3. El texto debe ser Calibri de tamaño 11, interlineado 1.5 sencillo
4. El documento debe estar justificado
5. Los márgenes son: 2,5 cm en superior e inferior y 3 cm de derecha a izquierda
6. Use la norma APA vigente para hacer citación y referenciación a los autores.
7. Para el referenciación de las gráficas, figuras y tablas el título debe ir en la parte superior y debe estar referenciado en la norma APA vigente. Solo ponga en bibliografía, las referencias que están citadas dentro del texto.
8. En caso de usar ecuaciones, enumere y mencione dicha ecuación en el texto; para construirlas use el editor de ecuaciones de Word.

Nota 1: Al finalizar el trabajo puede eliminar este cuadro.

Nota 2: El estudiante deberá integrar los conocimientos adquiridos en el desarrollo de sus asignaturas del plan de estudios, retomando conceptos y estructura de las asignaturas de Plan de Negocios y Procesos de Emprendimiento y Formulación y Evaluación de Proyectos.

INTEGRANTES	
Nombres y Apellidos	Identificación: CC
Simón Cardona Posada	1.010.152.131
Felipe Buitrago Candamil	1.116.278.971
NOMBRE DEL PLAN DE NEGOCIO	
RENTALFLASH(alquiler de productos)	
RESUMEN	
Este proyecto de emprendimiento tiene como objetivo elaborar un plan de negocios para el producto RENTALFLASH	
RENTALFLASH es una empresa que esta fundamentada en una aplicación móvil, la cual busca solucionar el problema mundial del hiperconsumismo, por medio del alquiler de productos a cortos plazos y definidos, luego de desarrollar un estudio de mercado, un estudio administrativo y financiero para la empresa pudimos notar que este servicio es viable ya que la mayoría de la gente esta dispuesta a alquilar y a poner sus productos en alquiler obteniendo un beneficio tanto para los proveedores de los productos como para los clientes que reducen costos por medio del alquiler de un productos de uso ocasional y evitando así el llamado consumo masivo en las nuevas generaciones	

y en las mas antiguas ya que por medio del uso de una aplicación es de uso fácil y accesible para todo aquel que quiera pertenecer a esta comunidad , disminuyendo costos(alquilando), generando ingresos(poniendo en alquiler) y ayudando al medio ambiente.

Por último, la formulación del plan de negocio tiene como objetivo establecer la estructura financiera del proyecto que le permita una buena optimización de recursos y volverse sostenible

PALABRAS CLAVE

1. Alquiler	4.Sostenibilidad
2.Aplicacion móvil	5.Hiperconsumismo
3. Necesidad	6.Consumo colaborativo

OBJETIVO GENERAL

Elaborar una aplicación que permita el alquiler de productos con el fin de disminuir el consumismo masivo

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Establecer la viabilidad financiera del proyecto para la creación de este.
2. Desarrollar un análisis del entorno y de mercado del producto.
3. Analizar los aspectos económicos, financieros y legales del servicio RENTAL FLASH

INTRODUCCIÓN

Para la formulación de un plan de negocio es importante conocer y establecer inicialmente, un plan de mercados acompañado de una estructura financiera y de un modelo de los recursos tanto humanos como materiales que permitan llevar a cabo, ponerlo en práctica y por ultimo saber que tan rentable, viable , he importante es la formulación de este proyecto.

Por lo que inicialmente se inicia con un análisis del mercado para saber que necesidades se va a suplir, como está el mercado que tenemos en mente abarcar y como llegar a los clientes. Para esto se propone una matriz PESTEL en donde podemos identificar cada uno de los factores externos que van a afectar a nuestro negocio al momento de ponerlo en práctica, incluyendo elementos políticos, económicos, sociales, Tecnológico, ecológico y legal, en segundo lugar se realiza una Matriz DOFA, este elemento permite la identificación de los elementos tanto internos y externos que afectan a la empresa y al producto o servicio ofrecido dado al contexto actual y orientando el servicio hacia el camino que se debe tomar; en último lugar se realiza un modelo CANVAS en donde podemos encontrar la propuesta de valor que estamos ofreciendo como empresa a nuestros clientes y a que tipo de cliente debemos enfocar para ofrecer el servicio.

Luego del estudio de mercado, se realiza un estudio técnico en donde se explica el servicio ofrecido, luego se analiza y se formula la estructura administrativa, conformada por la estructura

organizacional, la estructura de la empresa y un plan de mercadeo enfocado a la presentación y el desarrollo de nuestro servicio.

En último lugar se constituye el análisis económico y financiero, donde se establece los elementos de inversión y financiación, la evolución económica y la estructura de ingresos y egresos para la consolidación y funcionamiento de la empresa, para finalizar con el análisis de funcionamiento del proyecto en cuanto a temas financieros y proyectado al tiempo establecido de 5 años.

ANÁLISIS DEL ENTORNO Y DE MERCADO

MATRIZ PESTEL

Político: Se debe tener en cuenta que la idea de negocio hace parte de la utilización de datos personales y otras leyes fundamentales como la protección e información del comercio electrónico y la reglamentación de acceso de del consumidor para su salud, seguridad y factores políticos que lo afecten y los amparen que son:

- ✓ LEY 1508 DE 2012
- ✓ LEY 1581 DE 2012
- ✓ LEY 23 DE 1982
- ✓ LEY 527 DE 1999
- ✓ LEY 1480 DE 2011
- ✓ LEY 1098 DE 2006 DECRETO 34

Económico: En el ámbito económico hay unas variables negativas y positivas, sabemos que Colombia es un país de alto potencial y tiene una inflación relativamente baja, que, en otros países de desarrollo, por ello cuenta con unas variables económicas significativas que son de sumamente relevancia

- ✓ Artículo 2-1014 del 2006
- ✓ Artículo 8-1014 del 2006
- ✓ Inflación
- ✓ Plan vive digital(MinTic)
- ✓ Beneficiarios App.co

Social: Es importante saber que la situación del país ha avanzado con ayudas para la reducción de pobreza y generación de empleo en los últimos años en empresas públicas y privadas en la formalización del empleo, inyectando inversiones donde las personas puedan tener acceso a una educación por ello también se debe tener una inversión en la educación sobre la reutilización de desechos de acuerdo a estos ámbitos se debe educar a las personas sobre una problemática de hiperconsumismo acelerado y ser consecuentes por las siguientes variables

- ✓ CONSUMISMO
- ✓ DESARROLLO TECNOLÓGICO
- ✓ COMODIDAD
- ✓ AHORRO
- ✓ EXPERIENCIAS PERSONALIZADAS
- ✓ **Tecnológico:** Es adecuado ver el incremento de nueva inversión en el país y empresas operativas en el TIC y mantener proyectos de seguridad digital y buenas prácticas para que se pueda ser más sostenibles y eficientes aportando sobre las amenazas cibernéticas y la seguridad de la información, las siguientes variables están relacionadas para contribuir a una modernización y nuevas formas de negocio
- ✓ ACCESIBILIDAD DE PRODUCTOS
- ✓ CONECTIVIDAD DIGITAL
- ✓ DESARROLLO DE HABILIDADES TECNOLÓGICAS
- ✓ INVERSIONES EXTRANJERAS
- ✓ ORDENADORES PERSONALIZADOS

Ecológico: Es una aplicación sostenible y prestadora de servicios donde estará garantizado el medio ambiente el potencial ahorro sobre los productos y el aprovechamiento de los mismos en tratar mejor la radicación de esos productos masivos y tecnológicos que se pueden ser reutilizables para una óptima condición y mejorar el mundo, la siguiente variable son relevantes en este ámbito

- ✓ HIPERCONSUMISMO
- ✓ PROTECCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE
- ✓ ACTITUD ECOLÓGICA
- ✓ PROCESO DE PRODUCCIÓN

✓ **Legal:** Las condiciones legales que podemos enfrentar en este ámbito es que estamos fomentando una empresa creativa donde se busca transformar la economía del país sin afectar la estabilidad, seguridad y desarrollo del mercado de Colombia por ellos debemos cumplir con estas variables legales:

- ✓ SUPERINTENDENCIA
- ✓ NORMAS ISO
- ✓ NORTIC
- ✓ LEY NARANJA
- ✓ SEGUROS HOGAR

MATRIZ DOFA

Al realizar la matriz DOFA lo que se busca es encontrar tanto los factores internos como externos que están afectando o que afectaran a nuestro producto o servicio y estar preparados y bien plantados de estas situaciones para el buen funcionamiento del proyecto

Con lo que se mencionó, se realiza un estudio a fondo cuáles son las debilidades, amenazas, oportunidades y fortalezas que se tiene en el mercado actualmente y así poder conocer tanto los elementos que debemos prever y estar constantemente estudiando, como los elementos que me diferencian de la competencia y que se deben usar para crear la ventaja competitiva que buscamos como empresa

FACTORES INTERNOS

FORTALEZAS

- **Costos inferiores a la competencia** al ser una aplicación móvil sin puntos de venta como otros establecimientos de alquiler generamos menos costos
- **Uso del Bigdata** al ser una aplicación móvil permite que por medio del uso de las tecnologías enfocar clientes por medio de motores de búsqueda y uso de bigdata

- **Aplicación móvil** hoy en día todos tenemos acceso y hacemos uso de aplicaciones para facilitar tareas por lo tanto son accesibles para todos de manera cómoda y fácil
- **Baja necesidad de mano de obra directa** al ser una aplicación la necesidad de mano de obra disminuye, y a su vez generando una disminución de costos.

DEBILIDADES

- **Falta de experiencia del personal** al incursionar como un proyecto nuevo la falta de experiencia podría afectarnos en cuanto a temas de solución de elementos virtuales
- **Problemas de plataforma virtual** al ser una aplicación existe la posibilidad de que esta tenga caídas y retrase los servicios y productos requeridos por los clientes
- **Falta de campaña publicitaria adecuada** con la formulación del proyecto se debe dar una campaña publicitaria adecuada para darnos a conocer, de no ser así podríamos no llegar al mercado objetivo
- **No analizar de forma correcta el mercado** al ser una plataforma de alquileres debemos enfocar bien el mercado al que queremos llegar para no generar pérdidas y maximizar los ingresos.

Al ser una aplicación móvil los costos adjudicados a un establecimiento de comercio, como lo son el alquiler, el pago de servicios públicos y la cantidad de materiales que se deben estar comprando son ahorrados por lo que para este caso tenemos una ventaja de costos ante nuestra competencia, generando así también que al no necesitar este espacio físico la mano de obra directa sea disminuida y solo se requiera para otras funciones como lo son el manejo de la página, atención al cliente, y el buen funcionamiento administrativo de la empresa; pero a las veces esto puede convertirse en un factor de riesgo ya que al no tener de manera presencial a gran parte de los empleados se puede tener dentro de la empresa una disminución de experiencia laboral que

generaría retrasos e inconvenientes de forma interna que se van a ver proyectados en quejas de nuestros clientes y disminución de ingresos por lo que es importante realizar campañas de capacitación ya sea de manera presencial con virtualidad asistida, o únicamente presencial. El uso de aplicaciones móviles hoy en día está muy marcado en la sociedad por lo tanto por este lado podremos llegar a más cantidad de personas solucionando el problema del hiperconsumismo por medio de nuestro servicio, además de estos con elementos como el bigdata podemos llegar a más cantidad de personas de manera objetiva, ya que con nuestro estudio de mercado se logra enfocar las características de nuestros clientes, aunque esta aplicación algunas veces podría bajar nuestro rendimiento ya que si en un futuro entramos como empresa al mercado de inversiones, al tener caídas de la aplicación podríamos disminuir estas, además de reducir ingresos ya que nuestros clientes tendrían retrasos en la obtención de productos por la caída de página,

FACTORES EXTERNOS

OPORTUNIDADES

- **Regulación de consumo** por medio de este servicio ofrecido de alquiler se puede disminuir el llamado hiperconsumismo
- **Previsiones de crecimiento** al ser una aplicación que ayuda al medio ambiente y que a su vez beneficia a las personas en cuanto a ingresos nuestro crecimiento puede ser acelerado
- **Defensa del consumidor** esto se logra como una oportunidad ya que nos permite obtener confianza y mayor uso de la aplicación

AMENAZAS

- **Nivel de desempleo** al ser un país en vía de desarrollo y que nosotros importamos nuestra materia prima, incrementa los costos y el riesgo de pérdida de mercancías

- **Legislación laboral** al tener una gran cantidad de empleados no presenciales los contratos de trabajo deben estar en constante evaluación y establecerlos de manera correcta
- **Seguridad jurídica de inversiones y sociedades** al poder tener problemas jurídicos como demandas por el uso de los servicios podría afectar en gran medida la empres

Este proyecto por medio del alquiler de elementos de necesidad ocasional para las personas permite así un disminución en el consumismo masivo debido a que alguien que use un producto pocas veces puede ponerlo al servicio de otro que solo lo necesita para una ocasión y no requiere comprarlo esto es lo que va a permitir el crecimiento exponencial del nuestra empresa ya que todos se ven beneficiados creando así una comunidad de alquiler debido a que puedes obtener ingresos extras y a la vez gastar menos alquilando algo que solo necesitas por tiempo corto y teniendo la seguridad que los contratos y los seguros ofrecen una protección tanto para el consumidor como para el proveedor de los productos, por otro laso tenemos que a veces podríamos vernos afectado por esto mismo ya que se debe evaluar de forma correcta como van a ser estos seguros y que permitan cubrirnos de cualquier contingencia, además de un buen estudio de contractual y buena formulación de estos para que la empresa funcione correctamente sin perdidas grandes

Debilidades		D	F	Fortalezas	
1	Falta de experiencia del personal			1	Costos inferiores a la competencia
2	Problemas de plataforma virtual			2	Previsiones de crecimiento
3	Falta de campaña publicitaria adecuada			3	Defensa del consumidor
4	No analizar de forma correta el mercado			4	Innovacion y desarrollo TIC
5				5	
6				6	
7				7	
8				8	
9				9	
10				10	
Amenazas		A	O	Oportunidades	
1	Nivel de desempleo			1	Regulaciones al consumo
2	Legistacion laboral			2	Previsiones de crecimiento
3	Seguridad jurídica inversicnes y sociedades			3	Defensa del consumidor
4	Desarrollo social			4	Innovacion y desarrollo TIC
5				5	
6				6	
7				7	
8				8	
9				9	
10				10	

MODELO CANVAS

Bloque 1: Segmentos de clientes

Estamos creando valor y nuestros productos y servicios están enfocados a un tipo de cliente el cual busca una necesidad para ser suplida pocas veces o cada vez que lo necesita, es decir clientes que necesitan algún objeto, elemento para usarlo ocasionalmente por lo cual para estos no es necesario comprarlos, allí es donde Rental flash entra a ofrecer al mercado todo tipo de productos bajo alquiler a cortos plazos generando un consumo colaborativo, los clientes más importantes hombres y mujeres de entre 18 y 45 años de clase media , media alta enfocado principalmente a la clase media debido a que la demanda se encuentra enfocada en la clase media, en vista de la clase baja desconoce estas opciones por falta de una economía más estable y por el otro lado la clase alta, cuentan con una condición económica donde en vez de alquilar prefieren comprar los productos

Mercado de masas y de segmento: Buscamos un público similar en cuanto a la necesidad de alquiler, pero el mercado se segmenta de acuerdo sus necesidades y capacidad económicas.

BLOQUE 2: Propuesta de valor

Nuestra propuesta de valor va enfocada inicialmente de crear alternativas de consumo más sostenibles. Se trata de una plataforma donde las personas puedan encontrar los productos que necesitan, con la oportunidad de alquilarlo fomentando un modelo económico con la ayuda de una aplicación sostenible satisfaciendo necesidades cotidianas gastando menos dinero en una herramienta que brinde una experiencia de comodidad logrando pedir los productos con un solo clic.

BLOQUE 3: Canales de distribución

En cuanto las 5 etapas que abarcan los canales de distribución tenemos que:

- **Información:** Se da conocer por medio de la aplicación y el aprovechamiento de las redes sociales
- **Evaluación:** En este caso se hacen encuestas de satisfacción con los productos alquilados para mejorar la calidad de estos o ver cómo nos encontramos con nuestros clientes y como estos califican a nuestros servicios.
- **Compra:** Por medio de la aplicación móvil.

- **Entrega:** El producto dispone de distintos tipos de entrega, recoger el producto, domicilio (costo adicional).
- **Posventa:** En este caso se hace la recolección del producto y la entrega en el sitio verificando el estado del producto para satisfacer nuestros proveedores y los clientes.

BLOQUE 4: Relaciones con nuestros clientes

Nuestra relación con los clientes va ser de manera automatizada dado a que el servicio que ofrecemos se presta por medio de una aplicación móvil y lo más importante de la relación con los clientes para nuestra empresa, es la captación y la fidelización.

Relación de autoservicio y colectiva: En cuanto a el autoservicio prestamos el servicio por medio de una aplicación no es directa con el cliente, pero por medio de esta buscamos que todos nuestros clientes cuenten con los recursos para solucionar sus problemas, por lado de relación colectiva a que los clientes pueden jugar un doble papel ya sea de proveedores como clientes.

BLOQUE 5: Ingresos

Nuestros ingresos solamente serán de forma de transacciones derivadas de pagos puntuales de clientes es decir nuestros clientes alquilan el producto como única compra, más bien se alquila el producto una vez en caso de volver a necesitar se realiza un nuevo alquiler, en cuanto el valor dispuesto a pagar por el segmento del mercado está determinado por lo que mencionamos anteriormente: sus capacidades económicas y la necesidad de productos que requieran

Ingresos Fijos

- Alquiler de productos

Ingresos Variables

- Servicio de capacitación
- Servicio de instalación
- Comisiones por alianzas
- Servicio de entrega
- Seguro para productos

BLOQUE 6: Recursos claves

Físico: No es necesario un punto físico para la atención debido a que el servicio se ofrece por una aplicación móvil, pero se puede tener un punto físico para la recogida de productos generando facilidad de ubicación y accesibilidad a nuestros clientes.

Económicos: Los recursos económicos se necesitan principalmente para sostenimiento de la aplicación es decir las constantes actualizaciones para ofrecer mejores servicios a nuestros clientes por otro lado debemos hacer uso de los recursos económicos para establecer contratos y seguros que permitan una cobertura en caso percance y por ultimo para la contratación del personal apropiado.

Intelectuales: Debemos registrarnos como marca

Humanos: En cuanto el recurso humano se debe tener personal capacitado para la manutención de la aplicación y para ofrecer el mejor servicio a nuestros clientes

BLOQUE 7: Actividades claves

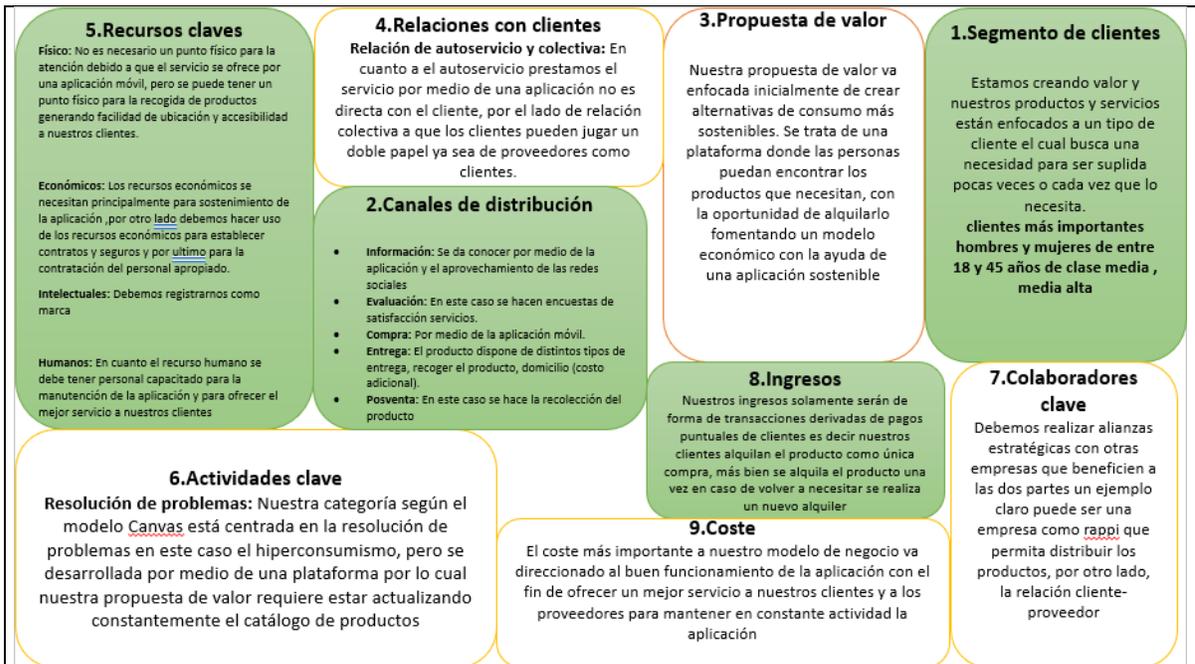
Resolución de problemas: Nuestra categoría según el modelo canvas está centrada en la resolución de problemas en este caso el hiperconsumismo, pero se desarrollada por medio de una plataforma por lo cual nuestra propuesta de valor requiere estar actualizando constantemente el catálogo de productos y añadiendo cada vez a nuestra aplicación de esta forma ampliando nuestro mercado y generando amplia cantidad de ingresos, permitiendo el sostenimiento de la aplicación

BLOQUEO 8: Colaboradores claves

Debemos realizar alianzas estratégicas con otras empresas que beneficien a las dos partes un ejemplo claro puede ser una empresa como rappi que permita distribuir los productos, por otro lado, la relación cliente-proveedor ya que como se mencionó anteriormente estos pueden jugar el papel de los dos puntos más importantes de nuestra empresa que son los clientes y proveedores en el caso de un cliente tenga un artículo que no utilice con regularidad pueden poner en servicio de alquiler y generar ingresos extras. Además de esto necesitamos un inversor que invierta un capital en la creación de la aplicación con su buen funcionamiento

BLOQUEO 9: Coste

El coste más importante a nuestro modelo de negocio va direccionado al buen funcionamiento de la aplicación con el fin de ofrecer un mejor servicio a nuestros clientes y a los proveedores para mantener en constante actividad la aplicación, de esto se deriva el pago a personal encargado del sostenimiento de aplicación, en cuanto a los costes que debemos invertir son el funcionamiento adecuado de la aplicación y pagos seguros que permitan la seguridad de los proveedores.



ESTUDIO TÉCNICO

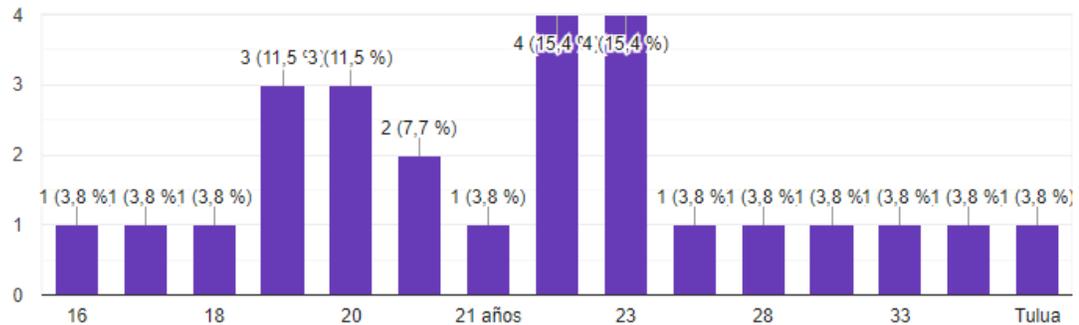
Servicio RENTALFLASH

RENTALFLASH es una aplicación móvil, que por medio del alquiler de productos a cortos plazos o por duraciones determinadas permite la conformación de una comunidad colaborativa basada en la confianza que ofrecemos, en donde los clientes dejarán de malgastar su dinero por medio del alquiler de productos ocasionales que no sea necesario o que no necesiten comprar y los proveedores generar ingresos extras a través del ofrecimiento de productos que tengan y no usen constantemente sacándole provecho a estos, por otro lado también sirve de intermediario para empresas de alquiler de productos y que no estén encontrando clientes, así que ofrecemos nuestra plataforma para el alquiler de todo tipo de elementos. Además, esta empresa busca disminuir el impacto del hiperconsumismo que se vive hoy en día y llevando a un uso de los productos que pierden su vida útil guardados o de poco uso.

Para conocer la viabilidad de este proyecto se realizaron cierto tipo de encuestas y saber que impacto podría tener el proyecto al entrar al mercado

¿Cuál es su edad?

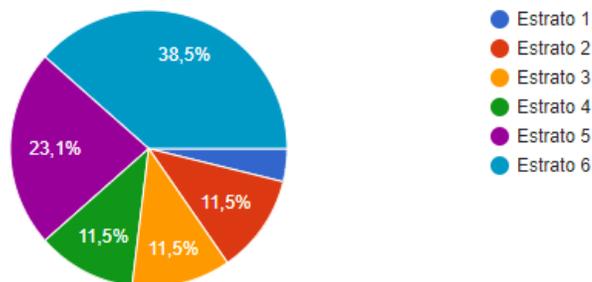
26 respuestas



Inicialmente tenemos un grafico en donde se muestran las edades, esto con el fin de rectificar la información planteada en el modelo canvas en donde la segmentación de clientes se da entre las edades de 18 y 45 años, para esta encuesta podemos ver que solo el 7,6% esta por fuera de este rango esto debido a que al ser muy joven puede no necesitarse muchas de las herramientas o productos que se ofrecen en alquiler y al ser muy mayor hay cierta resistencia por el sentido de pertenencia de los elementos personales por lo cual muchas de estas personas podrían no estar dispuestas a ingresar a esta comunidad.

¿Cuál es su estrato Socio-Económico?

26 respuestas



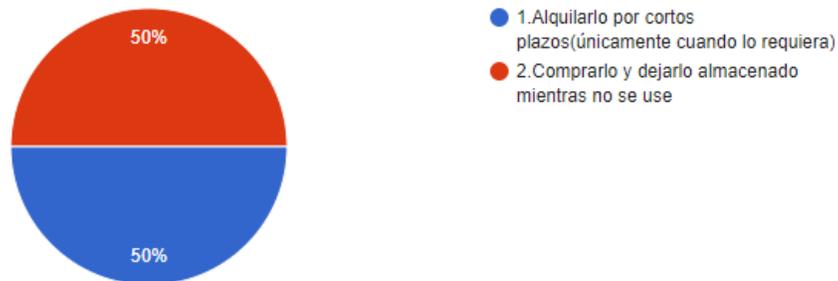
En segundo lugar se hace un análisis del estrato socio-económico , esto debido a que en la segmentación de clientes se indico que se llegaría a una población de estrato medio-alto, ya que en

un estrato bajo muchas de las personas no conocen este tipo de herramientas virtuales o pueden no tener un gran acceso a estas, y por otro lado los estratos altos prefieren comprar sus cosas y tenerlas para ellos mismos que alquilarlas, por lo cual nos enfocamos en un estrato medio alto.

En caso de usted necesitar un objeto, herramienta o dispositivo de uso ocasional ¿Qué Preferiría?



26 respuestas

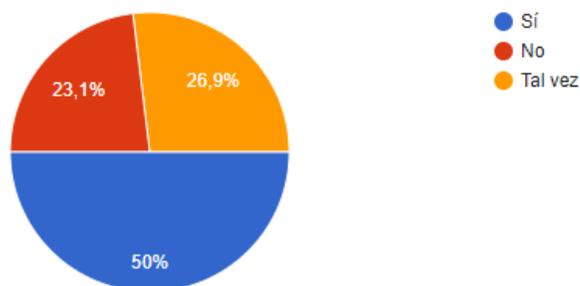


En este elemento se hace un análisis del mercado, para ver la disposición de acuerdo a la edad evaluada y al estrato de alquilar o comprar un producto, y aunque la edad era la adecuada lastimosamente muchos de los encuestados eran de estratos altos, pero igual a pesar de esto la mitad de la población evaluada prefirió el alquiler de productos sin importar su condición económica, se requeriría mayor cantidad de encuestados para determinar bien este elemento.

En caso de usted tener un objeto, herramienta o dispositivo de uso ocasional ¿Estaría dispuesto a ponerlo en alquiler? Ejemplo: Un taladro



26 respuestas



En esta pregunta evaluamos la disposición de la población encuestada para dejar en alquiler sus productos de uso ocasional para generar ingresos extra, en donde pudimos evidenciar que el 50%

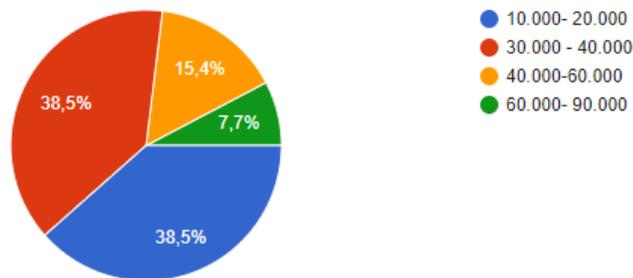
de la población opto por dejar estos productos en alquiler y u 26,9% tal vez lo haría esto lleva a que el 76,9% estarían casi dispuestos a dejarlos en alquiler y convertirse en proveedores del proyecto.

¿Aproximadamente cuanto estaría dispuesto a pagar por un servicio de alquiler ocasional?

Ejemplo : alquilar un taladro por horas(precio de compra aproximado: 200.000- 600.000



26 respuestas



Por ultimo tenemos la encuesta acerca del precio que están dispuestos a pagar por un alquiler esto nos dio que lo máximo que estarían dispuestos a pagar la mayoría de las personas va de un rango de 10.000 a 40.000 esto siendo un 5% del precio total de la compra de un taladro por lo que los precios si estarían de acuerdo a lo planteado en el proyecto.

ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

Rental flash

Rental flash es una empresa de aplicación móvil de alquiler de productos de uso común, ubicada en la ciudad de Medellín, constituida como sociedad, Una aplicación que es pionera en la reutilización y aprovechamiento de recursos donde se generara una satisfacción de mejorar la optimización de los productos brindando una cultura de confianza, innovación, sostenibilidad y seguridad en la experiencia de nuestros servicios

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La estructura organizacional de RENTAL FLASH, está constituida por la cabeza de la organización que es el gerente general, colaborado por el supervisor financiero donde está encargado del manejo

adecuado de los fondos de la empresa seguido por el supervisor de sistemas que se encarga desarrollar, controlar los procesos de informática así mismo contamos con el contador nos ayuda bastante aplicar y mantener nuestra contabilidad en la organización, el programador es una persona que nos facilita la instalación y el soporte de los sistemas operativos de igual modo también contamos con un analista.



Misión

Impulsamos una solución óptima en conectar las personas que necesitan una plataforma que permita el alquiler de productos entre personas del común creando una comunidad de confianza, creando así una alternativa de consumo masivo y teniendo un impacto positivo en el mundo y en la sociedad.

Visión

Para el 2025 deseamos ser una empresa líder y pionera de alquiler de productos en toda Colombia, construyendo una plataforma reconocida en las ciudades más importantes del país donde podamos prestar el servicio de intercambio de bienes y mejorar la calidad de vida de las personas.

Valores

- a. **Sostenibilidad:** Realizar actividad económica que sean de una importancia medioambientales y acciones responsables con los recursos.
- b. **Confianza:** Establecer una cultura de confianza en la honestidad y transparencias de los procesos que se traducirá en buenas intenciones y seguridad para cada individuo
- c. **Dedicación:** Empeño y atención en el proyecto de emprendimiento necesario de la atención por parte de nosotros para la prosperidad y desarrollo del mismo amor, entrega y dedicación por lo que hacemos para obtener los mejores resultados.

Propuesta de valor

Nuestra propuesta de valor está conformada por el pago digital de objetos de alquiler ya sean tecnológicos o uso ocasional brindando necesidades a las personas que requieran el producto en un determinado tiempo, así mismo dirigido a esas personas que no tienen la necesidad de comprar un objeto sin disponer de altas sumas de dinero ni que ocupe un espacio en sus hogares.

Ventaja competitiva

El mercado que estamos abordando es el del uso del alquiler , si vemos bien el ámbito más común en operaciones ha sido el alquiler de vivienda, maquinaria, vehículos de igual existes ámbitos que se podrían destacar como el de bienes y servicios que es el que estamos incluyendo en nuestro portafolio con la ayuda de la digitalización ,en un momento dado de la vida las personas ven inútiles la adquisición de un objeto que no se tiene en la casa pero es importante tenerlo para dichas actividades como una herramienta, equipos de sonido, instrumentos, maquinaria entre otros por un determinado tiempo , en estos tiempos con los avances de la tecnología diseñamos una aplicación que pueda brindar cualquier necesidad que se le presente al cliente.

PLAN DE MARKETING

Un plan de marketing y de ventas o comercial es indispensable para cualquier negocio en el mercado, pero en el caso de una inmobiliaria es de vital importancia para alcanzar el objetivo principal de las

agencias que es cerrar ventas, para lograrlo se debe generar solicitudes de información y captar inmuebles para la creación de un amplio portafolio de opciones a los futuros clientes.

En la actualidad el plan de marketing no se puede encasillar en lo tradicional, en el uso de canales de comunicación básicos, por el contrario, se debe idear un plan de marketing digital que sea capaz de adaptarse a la tecnología y aprovechar esa gran variedad de canales que ofrece la internet.

1. Definición de:

- **Modelo de negocio:** Aplicación móvil de alquiler de productos de uso ocasional o requeridos por cortos plazos o plazos determinados.

- **Nicho de mercado:** El nicho de mercado va desde los 18 años hasta los 45 años con algunas excepciones, y en cuanto a los estratos económicos se encuentra entre los medios altos, es decir estrato 3 al 5

- **Marca:** RENTALFLASH (alquiler de productos de uso ocasional)

- **Producto:** Plataforma de aplicativo móvil para poner en renta y rentar productos de uso ocasional (de poco uso)

2. Estudio de mercado:

“Estados Unidos existen aproximadamente 80 millones de taladros domésticos, cada uno de los cuales tiene un uso medio de unos 13 minutos a lo largo de su vida útil”

“Sólo en España existen 29 millones de coches, de los cuales 5 millones apenas salen del garaje”
(TOURIÑO, 2015)

alquiler de productos colombia

https://www.skrental.com > Colombia

SK Rental Colombia: Alquiler y Venta de Maquinaria
Arriendo de Equipos y Maquinaria pesada para los sectores Industriales, Construcción, Forestal y Minero; con la mejor cobertura en todo el país.

https://equinorte.co

Equinorte | Alquiler de equipos de construcción
Equipos del Norte te ofrece la más amplia variedad en equipos de construcción. Despachamos a toda **Colombia**.

https://www.ingequipos.com.co

IngEquipos | Alquiler de equipos y maquinaria para la ...
Nuestros **productos**. Conoce nuestros **productos** complementarios ... INGEQUIPOS es una empresa líder en **Colombia** de **alquiler** de equipo para construcción.

https://www.ainsa.com.co > alquiler-de-equipos

Alquiler de equipos - Ainsa Colombia SAS
... contamos con **productos** con las más altas certificaciones de calidad, ... **Alquiler** de equipos según la necesidad de nuestros clientes, día, semana o mes.

https://www.astroequipos.com

Astroequipos SA: Maquinaria y Equipos Para Construcción ...
VENTA - **ALQUILER** - MANTENIMIENTO ... calidad y marcas reconocidas a nivel nacional e internacional, con soporte en las principales ciudades de **Colombia**.

- Al investigar acerca del alquiler de productos en Colombia se puede evidenciar que casi el 80% de los resultados hace referencia al alquiler de maquinaria pesada, y como podemos evidenciar en el primer segmento muchos elementos en otros países como en Colombia están perdiendo su vida útil sin ser lo suficientemente aprovechados. Por otro lado se evidencia una competencia directa en cuanto a una plataforma de alquiler y consumo colaborativo, pero estos se encuentran en otros países y en crecimiento por lo tanto se puede incursionar en este ámbito en Colombia

Necesidades: Un servicio de alquiler a cortos plazos para elementos que necesite de poco uso sin necesidad de comprarlo.

3. Metas y objetivos

OBJETIVO: Obtener una aplicación móvil mediante la cual las personas puedan intercambiar sus bienes que usen ocasionalmente para una remuneración económica que supla las necesidades de cada cliente.

- Estudiar las posibilidades
- Investigar personas que estén interesadas en alquilar los productos
- Pruebas sobre la demanda de los productos más demandables
- Implementar algunos convenios con otras empresas.

METAS	FECHA LÍMITE
Buscar un inversionista que esté interesado en invertir en el proyecto	Enero 2023
Evaluación de la financiación que requiere el proyecto	JULIO DE 2023
Conseguir financiación para desarrollar del producto	Febrero 2023
Obtener financiación para el desarrollo del proyecto	Mayo 2023
Desarrollo del proyecto	Julio 2023
Introducción del producto en el valle de aburra	Mayo 2025
Alquilar alrededor de 2.000 objetos a los clientes mediante nuestra aplicación	Enero 2025
Ser el servicio número 1 en Colombia para la adquisición de arrendamiento de productos	Septiembre 2026

4. Propuesta de ventas

Las actividades importantes será la adecuada estrategia que va dirigida por el clientes gracias a su amplio portafolio de productos su propuesta atrayente que son sus precios favorables para los clientes satisfaciendo sus necesidades donde podrá hacer la adquisición del producto mediante su aplicación móvil y pagina web con un solo clic podrá rentar los objetos que desees donde podrá acudir en el lugar donde podrá hacer pagos en línea de forma segura y por medio también de PSE.

5. Fuentes de tráfico

Se comenzará a la operación y usar medios de comunicación masivos por medio de una plataforma en línea, actualizando el portafolio cada día abriendo cuentas sociales para comunicar las actividades por medio de Facebook, Instagram, WhatsApp empresarial, y así mismo las estrategias de mercado como pagos de anuncios en YouTube y la rotación de anuncio en google para llamar la atención de las personas que tenga el interés de requerir de nuestros servicios.

6. Análisis de marketing

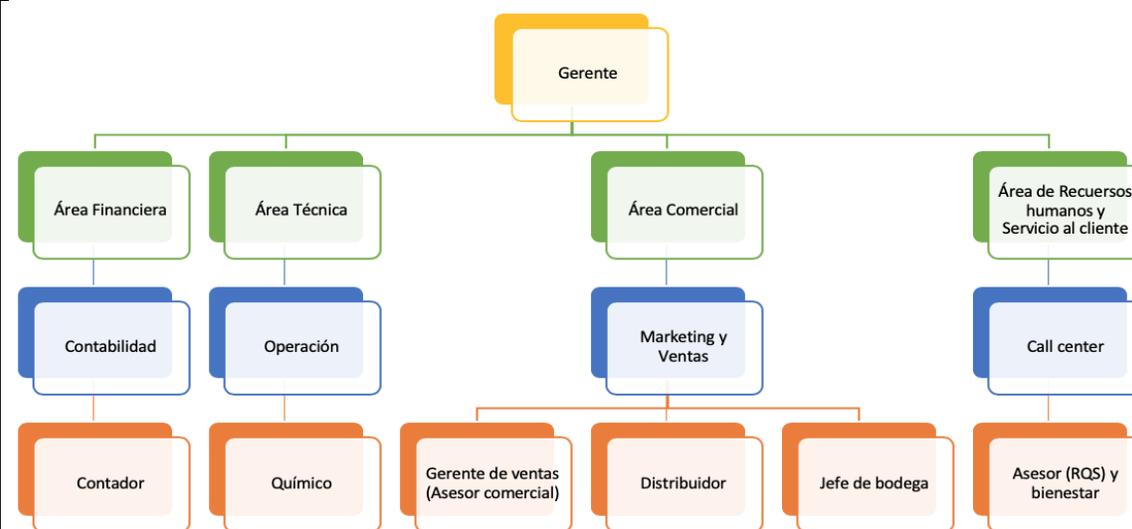
- Educar y concientizar a los usuarios de la importancia de prevenir la enfermedad por medio de videos cortos sobre el VIH en los que se muestre que es, como prevenir, tratar y controlar la enfermedad.
- Descripción de las características y funciones del producto (sin mostrar el producto) y luego poner la fecha de lanzamiento para que los usuarios interesados visiten la pagina (link al final)
- Introducción del producto (nombre, imagen) mostrando los principales diferenciales que hacen más atractivo y puntos de venta para su adquisición.
- Promoción del producto en sus principales puntos de venta
- Anuncios (publicidad)

7. Publicidad

Facebook, Instagram, YouTube

- Video corto educativo sobre la importancia de identificar el VIH y asociado a la imagen del producto
- Presentación del producto
- Video corto de la forma correcta de uso del producto, con el fin de informar y promocionar el producto
- Promoción del producto, ligado a las entidades (farmacias) en las que se puede adquirir el producto.
- Historias cortas publicitarias con la imagen del producto ligada a la página oficial en Instagram (deslizar hacia arriba)
- Realizar convenios con clínicas y hospitales para que usen el producto y así lo promocionen

ESTRUCTURA TALENTO HUMANO



ENCARGADO	FUNCIÓN Y/O RESPONSABILIDADES	TIPO DE CONTRATO
Contador	Llevar la parte financiera de la empresa	FIJO
Químico	Realizar el producto, gestiona la calidad y el muestreo; realiza las compras de proveedores (MP)	FIJO

Gerente de ventas (Asesor comercial)	Ofrecer, vender el producto	FIJO
Jefe de bodega	Inventario, almacenamiento, embalaje y despachos.	FIJO
Distribuidor	Encargado de llevar el producto al destino final (comprador); oficios varios	FIJO
Asesor (RQS) y bienestar	Encargado de responder las Requerimientos, quejas y sugerencias (call center); y maneja el bienestar corporativo	FIJO
Gerente general	Maneja la empresa en general; evalúa y gestiona los planeas ambientales para la reducción de la huella de carbono y control de los desechos	FIJO

ANÁLISIS LEGAL

Ley 23/1962, Decreto 1950/1964 reglamentan el ejercicio del químico farmacéutico, por lo que debemos tener en cuenta a la hora de realizar nuestro proceso químico y la contratación del personal encargado de este proceso, adicionalmente la Ley 212/1995, también esta tiene como “objeto regular la profesión del químico farmacéutico, perteneciente al área de la salud, con el fin de proteger y salvaguardar el derecho que tiene la población que se le otorgue calidad y seguridad en los medicamentos, cosmético, preparaciones farmacéuticas con bases en productos naturales y demás insumos de la salud relacionados con el campo de la química farmacéutica” (Congreso de la república de Colombia, 1995), lo que nos pone en obligación de adquirir los insumos de la mejor calidad para garantizar productos de calidad y muy seguros para la comunidad a la que va dirigida.

En Colombia debemos atender a las regulaciones y los registros correspondientes a la entidad máxima que regula todos los productos en Colombia, desde alimentos hasta medicamentos, por lo que debemos tener un registro (INVIMA) para poder vender nuestros productos de forma legal y acorde a todas las regulaciones del país, y así evitar sanciones millonarias que pueden afectar a la empresa a tal punto de llevarla a la quiebra en sus primeros años; adicional a esto esta entidad realiza unas técnicas con el propósito de verificar la calidad y/o evaluación farmacéutica de los productos, toda para garantizar que también se logre cumplir con la Ley 212/1995 y su principal objetivo.

Como laboratorio debemos cumplir con una reglamentación y normas de bioseguridad para operar, esto con lo que debemos cumplir con la ley 55 de 1993, en la que se estipula el convenio 170 que trata sobre la seguridad y utilización de productos químicos en el trabajo; además de cumplir con el decreto ley 1295 de 1994, en el que estipula los riesgos profesionales en el área.

CONSIDERACIONES AMBIENTALES Y DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

PRO-VIH, es una empresa que requiere de sustancias químicas para desarrollar el producto principal, por lo que tomamos medidas muy estrictas en temas ambientales, principalmente el empaque de nuestro producto será biodegradables, esto para contribuir con el medio ambiente y la reducción de residuos; implementaremos buenas prácticas ambientales que nos permitan compensar el daño de los químicos con otros factores, como agua, energía y residuos no peligroso, en cuanto a los residuos peligrosos (químicos), tendremos un contrato con empresas que se encargan de procesar estos residuos para que no afecten tanto el medio ambiente, y adicional a esto un plan de manejo para los residuos peligroso y no peligrosos, en donde haremos un control de estos desechos, también se realizara una matriz de impactos ambientales con el fin de identificar los mayores tipos de contaminación que genera la empresa, y por últimos implementaremos indicadores que nos permitan mantener o reducir los impactos ambientales, los 3 principales indicadores serán de agua, energía y residuos peligroso.

ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO

1. INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN (diligencie en caso de que aplique)

1.1. Inversión activos fijos

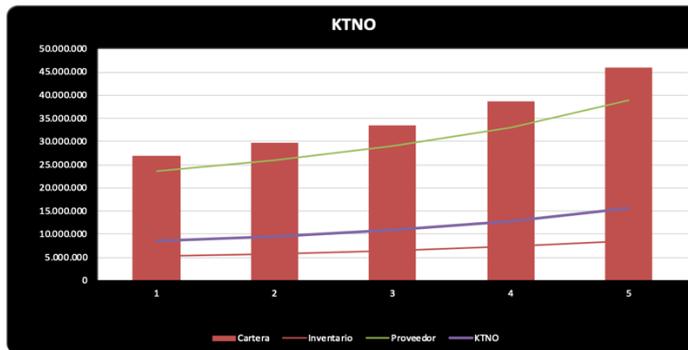
La empresa requiere de maquinaria, trasporte e inmobiliario para realizar el producto y para las demás actividades que van ligadas a a la parte financiera, de gerencia y las demás áreas de la organización, por lo que nuestro activo fijo será de 217.000.000 COP, a continuación, podemos ver lo que integra este valor:

Equipo oficina	5.000.000	
Vehiculo	80.000.000	
Computadores y soft	12.000.000	
Maquinaria	120.000.000	
Total activos	217.000.000	5 años

1.2. Capital de trabajo

Nuestro capital de trabajo esta en 79.310.799 COP, este valor nos indica la cantidad necesaria que requerimos para operar con normalidad.

CAPITAL DE TRABAJO	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas		647.840.000	714.178.816	802.451.318	927.152.252	1.100.715.154
Cartera		26.993.333	29.757.451	33.435.472	38.631.344	45.863.131
Ventas de contado		620.846.667	684.421.365	769.015.846	888.520.909	1.054.852.023
Costo variable total		189.817.120	207.280.295	230.702.968	264.039.547	310.510.508
Inventario	5.272.698	5.272.698	5.757.786	6.408.416	7.334.432	8.625.292
Compras		189.817.120	207.765.383	231.353.598	264.965.563	311.801.368
Proveedor		23.727.140	25.970.673	28.919.200	33.120.695	38.975.171
Compras de contado		166.089.980	181.794.710	202.434.398	231.844.868	272.826.197
KTO	5.272.698	32.266.031	35.515.237	39.843.887	45.965.776	54.488.423
KTNO	5.272.698	8.538.891	9.544.564	10.924.688	12.845.080	15.513.252
Variación KTNO		3.266.193	1.005.673	1.380.124	1.920.393	2.668.172
Incremento en KTNO						
Productividad KTNO						



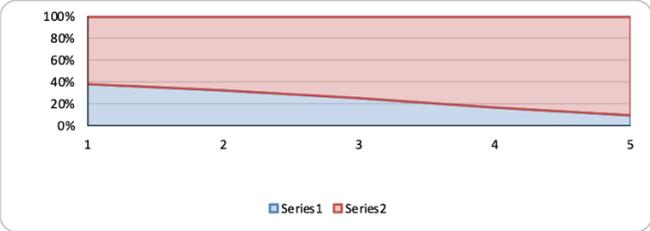
1.3. Inversión total requerida

Para esta inversión tenemos una suma del capital de trabajo con los activos fijos, la cual nos da como resultado que nuestra inversión inicial es de 296.310.799, a continuación, vemos la tabla que no indica:

Inversión	
Capital de trabajo	79.310.799
Activos fijos	217.000.000
Total inversión	296.310.799

1.4. Estructura de inversión y financiación

En esta estructura podemos ver no solo la inversión y financiación, si no también el saldo final que este compuesto por la resta del saldo inicial y capital de trabajo, como resultado vemos que es un valor positivo siendo algo muy alentador para la empresa, ya que podemos inferir que nuestras obligaciones financieras (capital) no afectara tanto la empresa, como para no dejar una saldo a favor de la empresa, a continuación vemos todos estos valores y sus resultados:

FINANCIACION	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión						
Capital de trabajo	79.310.799					
Activos fijos	217.000.000					
Total inversión	296.310.799					
Financiación						
Financiación	70,00%					
Valor deuda	207.417.559					
Tasa	10,26%					
Plazo	5 años					
Cuota anual	55.073.129					
						
Saldo inicial		207.417.559	173.615.101	136.346.201	95.255.376	49.950.686
Interes		21.270.671	17.804.229	13.982.303	9.768.439	5.122.443
Capital		33.802.458	37.268.900	41.090.826	45.304.690	49.950.686
Saldo final	207.417.559	173.615.101	136.346.201	95.255.376	49.950.686	0
Interes		21.270.671	17.804.229	13.982.303	9.768.439	5.122.443
Capital		33.802.458	37.268.900	41.090.826	45.304.690	49.950.686

1.5. Fuentes financieras

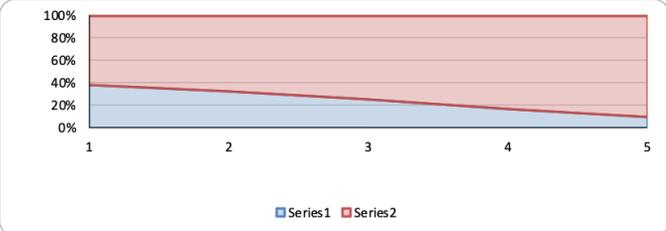
Nuestras principales fuentes financieras son las entidades bancarias, con las que adquirimos no solo prestamos de consumo, sino de otro tipo, como leasing para nuestros activos fijo.

1.6. Condiciones de crédito

Como principal condición, fue el plazo a 5 años de las deudas adquiridas, otra fue el pago mensual de los interés y abono a capital.

1.7. Presupuesto de pago de la deuda

La deuda pactada fue tomada a 5 años, a una tasa de interés del 10,26%, el 70% fue tomado con entidades bancarias y el otro 30% fue con dinero propio (socios), a continuación, podemos ver todos los valores, en los que se incluye la cuota anual:

FINANCIACION	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión						
Capital de trabajo	79.310.799					
Activos fijos	217.000.000					
Total inversión	296.310.799					
Financiación						
Financiación	70,00%					
Valor deuda	207.417.559					
Tasa	10,26%					
Plazo	5 años					
Cuota anual	55.073.129					
						
Saldo inicial		207.417.559	173.615.101	136.346.201	95.255.376	49.950.686
Interes		21.270.671	17.804.229	13.982.303	9.768.439	5.122.443
Capital		33.802.458	37.268.900	41.090.826	45.304.690	49.950.686
Saldo final	207.417.559	173.615.101	136.346.201	95.255.376	49.950.686	0
Interes		21.270.671	17.804.229	13.982.303	9.768.439	5.122.443
Capital		33.802.458	37.268.900	41.090.826	45.304.690	49.950.686

2. Estudio de ingresos y egresos (proyectado a 5 años)

2.1. Presupuesto de ingresos

2.1.1. Presupuesto de ventas

Teniendo en cuenta que por medio de un plan comercial se formularon unas estrategias para proyectar nuestras ventas en el primer año, tuvimos como resultado la venta de 8098 unidades, con un precio de venta de 80.000 pesos colombianos para el primer año, las ventas serán de 647.840.000 pesos colombianos, y durante los siguientes años aumentara, como podemos verlo en la siguiente tabla:

INGRESOS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Producto 1						
Cantidad		8.098	8.422	8.927	9.731	10.898
Precio venta		80.000	84.800	89.888	95.281	100.998
Total ventas		647.840.000	714.178.816	802.451.318	927.152.252	1.100.715.154
Crecimiento en ventas			10,24%	12,36%	15,54%	18,72%

2.2. Presupuesto egresos

2.2.1. Presupuesto de compra de materia prima

Teniendo en cuenta que las unidades que se proyectaron en las ventas fueron 8098 y nuestra materia prima cuenta aproximadamente 15.000 pesos colombianos por unidad, sin contar los costos de producción, es de 121.470.000 pesos colombianos.

2.2.2. Presupuesto de costo de producción

El costo de producción es de 68.347.120 COP en el primer año, adiconammente tenemos que el costo total unificando la materia prima y el costo de producción es de 189.817.120, como lo podemos ver a continuación y este va aumentando año tas año:

EGRESOS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Producto 1						
Cantidad		8.098	8.422	8.927	9.731	10.898
Costo variable unitario		23.440	24.612	25.843	27.135	28.491
Total costo variable		189.817.120	207.280.295	230.702.968	264.039.547	310.510.508

2.2.3. Presupuesto de gastos de administración y de ventas

Estos gastos tienen un valor en el primer año de 296.152.404 COP, en estos se incluyen todos los gastos relacionados con contabilidad, actividades normales de la empresa que no van relacionados con la producción del producto, cada año aumenta, por el numero de unidades venidas, a continuación, podemos ver su progreso durante 5 años:

Egresos fijos						
Egresos fijos		100.984.404	104.882.402	108.930.863	113.135.594	117.502.628
Salarios		195.168.000	206.878.080	219.290.765	232.448.211	246.395.103
Total egresos fijos en \$\$		296.152.404	311.760.482	328.221.628	345.583.805	363.897.731

2.2.4. Depreciación

Las depreciaciones para el primer año están en 43.400.000 COP, teniendo en cuenta que el valor del activo esta en 215.000.000 y su vida útil será de 5 años, en la tabla se pueden ver estos valores año por año y su acumulado durante los 5 periodos calculados:

Vida util		5				
Valor del activo	217.000.000					
Depreciación anual		43.400.000	43.400.000	43.400.000	43.400.000	43.400.000
Depreciación acumulada		43.400.000	86.800.000	130.200.000	173.600.000	217.000.000
Valor en libros		173.600.000	130.200.000	86.800.000	43.400.000	0

2.3. Punto de equilibrio

Nuestro punto de equilibrio para el primer año en termino de unidades son 6.003, lo que es muy positivo ya que según la proyección de unidades que venderíamos en el primer año, la sobrepasaría por mucho, además según lo calculado estamos obteniendo un margen del 34,89% mas, con las ventas proyectadas y no con el punto de equilibrio, a continuación podemos ver estos resultados y la veracidad de los cálculos para hallar el punto de equilibrio, mostrándonos que si es en realidad las unidades que nos permiten el punto de equilibrio:

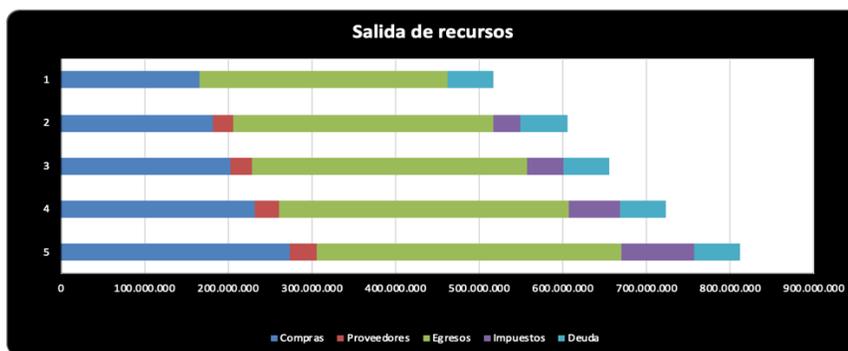
PUNTO EQUILIBRIO	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Producto 1						
Cantidad		8.098	8.422	8.927	9.731	10.898
Precio venta		80.000	84.800	89.888	95.281	100.998
Costo variable		23.440	24.612	25.843	27.135	28.491
Egresos fijos		339.552.404	355.160.482	371.621.628	388.983.805	407.297.731
Punto de equilibrio unidades		6.003 und	5.901 und	5.802 und	5.708 und	5.617 und
Presupuesto total		8.098 und	8.422 und	8.927 und	9.731 und	10.898 und
Margen seguridad P1		34,89%	42,72%	53,85%	70,47%	94,01%

Ventas	480.272.141	500.392.252	521.572.585	543.870.156	567.345.164
Cantidad	6.003	5.901	5.802	5.708	5.617
Precio	80.000	84.800	89.888	95.281	100.998
Costos	480.272.141	500.392.252	521.572.585	543.870.156	567.345.164
Cantidad	6.003	5.901	5.802	5.708	5.617
Costo variable unitario	23.440	24.612	25.843	27.135	28.491
Costos fijos	339.552.404	355.160.482	371.621.628	388.983.805	407.297.731
Resultado	0	0	0	0	0

2.4. Flujo de caja proyectado

Este flujo de caja es muy importante ya que nos permite saber que vamos a obtener y a gastar en cada periodo, ayudándonos a tomar decisiones que ayuden a la empresa a seguir operando sin ninguna contingencia, a continuación podemos ver que para el primer año tendremos unas entradas de 620.846.667 COP y unos egresos de 517.315.513 COP, y así nos da un resultado de 177.569.255 COP indicándonos que desde el primer año tendremos un flujo de caja positivo, en la siguiente tabla podemos ver una proyección a 5 años:

FLUJO TESORERÍA	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Saldo inicial tesorería		74.038.101	177.569.255	284.552.557	427.427.869	626.535.590
Entradas de tesorería						
Ventas de contado		620.846.667	684.421.365	769.015.846	888.520.909	1.054.852.023
Recuperación de cartera		0	26.993.333	29.757.451	33.435.472	38.631.344
Total entradas		620.846.667	711.414.699	798.773.297	921.956.380	1.093.483.367
Salidas de tesorería						
Compras de contado		166.089.980	181.794.710	202.434.398	231.844.868	272.826.197
Pago proveedores		0	23.727.140	25.970.673	28.919.200	33.120.695
Egresos en efectivo		296.152.404	311.760.482	328.221.628	345.583.805	363.897.731
Pago impuestos		0	32.075.936	44.198.157	61.427.658	87.238.952
Pago capital (deuda)		33.802.458	37.268.900	41.090.826	45.304.690	49.950.686
Pago intereses (deuda)		21.270.671	17.804.229	13.982.303	9.768.439	5.122.443
Total salidas		517.315.513	604.431.397	655.897.985	722.848.659	812.156.704
Saldo final tesorería	74.038.101	177.569.255	284.552.557	427.427.869	626.535.590	907.862.252



2.5. Estado de ganancias y perdidas proyectado

Desde el primer año terminamos con un estado de resultados positivos, es decir con una utilidad neta para reinvertir en la empresa o dividir en los socios, además de que las proyecciones de crecimiento de ventas son altas y cada año se ven las ganancias, lo que es sumamente alentador, ya que no requerimos de mas inversiones para operar el siguiente año, todo estos mas desglosado lo podemos ver en la siguiente tabla:

Ventas	647.840.000	714.178.816	802.451.318	927.152.252	1.100.715.154
Costo variable total	189.817.120	207.280.295	230.702.968	264.039.547	310.510.508
Costos y gastos fijos	339.552.404	355.160.482	371.621.628	388.983.805	407.297.731
Utilidad operativa (EBIT)	118.470.476	151.738.039	200.126.722	274.128.900	382.906.915
Gastos financieros	21.270.671	17.804.229	13.982.303	9.768.439	5.122.443
Utilidad antes de impuestos	97.199.805	133.933.810	186.144.419	264.360.462	377.784.472
Impuesto de renta	32.075.936	44.198.157	61.427.658	87.238.952	124.668.876
Utilidad neta	65.123.870	89.735.653	124.716.761	177.121.509	253.115.596
Análisis estado de resultados					
Crecimiento ventas		10,24%	12,36%	15,54%	18,72%
Crecimiento egresos		6,25%	7,09%	8,42%	9,92%
Participación costo variable	29,30%	29,02%	28,75%	28,48%	28,21%
Participación costos fijos	52,41%	49,73%	46,31%	41,95%	37,00%
Margen operativo	18,29%	21,25%	24,94%	29,57%	34,79%
Margen neto	10,05%	12,56%	15,54%	19,10%	23,00%



2.6. Balance general inicial

Para el primer año podemos ver que nuestros activos superan nuestros pasivos, ya que tenemos muy buenos ingresos y activos fijos que le permiten a la empresa estar bien financieramente y que nuestro patrimonio tiene un valor igual a los activos, esto por ser el primer y no tener los resultados de periodos anteriores acumulados, a continuación, se muestra claramente los valores que integran los activos, pasivo y patrimonio respectivamente:

ESTADO SITUACION FINANCIERA	Año 0	Año 1
ACTIVOS		
ACTIVO CORRIENTE		
Disponible	74.038.101	177.569.255
Inventarios	5.272.698	5.272.698
Cartera	0	26.993.333
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	79.310.799	209.835.286
ACTIVO NO CORRIENTE		
Activos fijos	217.000.000	217.000.000
Depreciación acumulada		43.400.000
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	217.000.000	173.600.000
TOTAL ACTIVOS	296.310.799	383.435.286
PASIVOS		
PASIVO CORRIENTE		
Proveedores	0	23.727.140
Obligaciones corto plazo	33.802.458	37.268.900
Impuesto por pagar	0	32.075.936
TOTAL PASIVO CORRIENTE	33.802.458	93.071.976
PASIVO NO CORRIENTE		
Obligaciones largo plazo	173.615.101	136.346.201
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	173.615.101	136.346.201
TOTAL PASIVOS	207.417.559	229.418.177
PATRIMONIO		
Capital	88.893.240	88.893.240
Utilidades acumuladas		65.123.870
TOTAL PATRIMONIO	88.893.240	154.017.109
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	296.310.799	383.435.286

2.7. Balance general proyectado a 5 años

Para este balance proyectado, podemos ver sus resultados que son mucho mas positivos para la empresa año tras años, gracias al aumento de las ventas y la disminución de los pasivos, que permiten tener bases financieras mas solidas para afrontar futuras contingencias o inversiones para el crecimiento de la empresa, a continuación, podemos ver este balance general proyectado a 5 años:

ESTADO SITUACION FINANCIERA	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVOS						
ACTIVO CORRIENTE						
Disponible	74.038.101	177.569.255	284.552.557	427.427.869	626.535.590	907.862.252
Inventarios	5.272.698	5.272.698	5.757.786	6.408.416	7.334.432	8.625.292
Cartera	0	26.993.333	29.757.451	33.435.472	38.631.344	45.863.131
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	79.310.799	209.835.286	320.067.794	467.271.756	672.501.366	962.350.675
ACTIVO NO CORRIENTE						
Activos fijos	217.000.000	217.000.000	217.000.000	217.000.000	217.000.000	217.000.000
Depreciación acumulada		43.400.000	86.800.000	130.200.000	173.600.000	217.000.000
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	217.000.000	173.600.000	130.200.000	86.800.000	43.400.000	0
TOTAL ACTIVOS	296.310.799	383.435.286	450.267.794	554.071.756	715.901.366	962.350.675
PASIVOS						
PASIVO CORRIENTE						
Proveedores	0	23.727.140	25.970.673	28.919.200	33.120.695	38.975.171
Obligaciones corto plazo	33.802.458	37.268.900	41.090.826	45.304.690	49.950.686	0
Impuesto por pagar	0	32.075.936	44.198.157	61.427.658	87.238.952	124.668.876
TOTAL PASIVO CORRIENTE	33.802.458	93.071.976	111.259.656	135.651.548	170.310.334	163.644.047
PASIVO NO CORRIENTE						
Obligaciones largo plazo	173.615.101	136.346.201	95.255.376	49.950.686	0	0
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	173.615.101	136.346.201	95.255.376	49.950.686	0	0
TOTAL PASIVOS	207.417.559	229.418.177	206.515.032	185.602.234	170.310.334	163.644.047
PATRIMONIO						
Capital	88.893.240	88.893.240	88.893.240	88.893.240	88.893.240	88.893.240
Utilidades acumuladas		65.123.870	154.859.522	279.576.283	456.697.792	709.813.389
TOTAL PATRIMONIO	88.893.240	154.017.109	243.752.762	368.469.523	545.591.032	798.706.628
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	296.310.799	383.435.286	450.267.794	554.071.756	715.901.366	962.350.675

3. Evaluación

3.1. Evaluación económica

3.1.1. VAN Económico

Este valor nos permite determinar la viabilidad de un proyecto, y podemos ver en la tabla a continuación que el valor es muy alentador:

VPN	226.824.347	0
-----	-------------	---

3.1.2. TIR económica

La tasa interna de rentabilidad de la inversión, es mucho más alta de la que se espera en el sector, por lo que es muy positivo para nosotros, ya que hay más posibilidades de tener inversionistas, a continuación, podemos ver los valores, en donde el 64,52% es la tasa de rentabilidad del producto y el 12,50% es la tasa mínima esperada en el sector.

TIR	64,52%	12,50%
-----	--------	--------

3.1.3. Periodo de recuperación de la inversión

El periodo de recuperación de la inversión es corto, como podemos ver en la tabla a continuación es de 1,9 años, en promedio es 2 años, lo que es realmente alentador para el inversionista:

Recuperación de la inversión 1,9

3.1.4. Rentabilidad en función a las ventas

La rentabilidad económica podemos ver que desde el primer año es positiva y aumenta de forma gradual, lo que indica que el grado de eficiencia de la empresa en el uso de los recursos económicos o activos para la obtención de beneficio a lo largo de los primeros 5 años fue excelente desde sus inicios, a continuación podemos ver los valores, el primero de 18% corresponde al primer año y los demás a los años consecutivos, hasta llegar al quinto año:

Rentabilidad economica	18%	21%	25%	30%	35%
------------------------	-----	-----	-----	-----	-----

3.1.5.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Según los análisis realizados en este trabajo, el plan de negocios demuestra que el proyecto tiene viabilidad, además, contamos con buenos contactos para realizar una distribución a todos los niveles, virtual, Cooperativas de droguistas, Distribuidores farmacéuticos, cadenas independientes y a nivel institucional; pienso que puede ser un gran aporte a la salud pública y a la sociedad en general, ya que la necesidad que cubre permite de manera muy discreta, tener la seguridad en algo tan importante, como es la enfermedad al nivel que esta el VIH, el cual aun no tiene una cura y que se puede transmitir de forma muy fácil. Es una empresa muy simple ya que en un principio solo manejara una referencia, la idea es que pueda seguir desarrollando insumos creativos para ayudar a hacer un mundo mejor.

Realmente las debilidades que se analizaron en el proyecto, en mi concepto son muy manejables, siempre y cuando se cuente con un excelente líder y un grupo de trabajo comprometido. Las fortalezas generan una buena confianza para sacar adelante el proyecto, y nos da posibilidades de crecer internamente; en cuanto a la parte externa, las oportunidades que hay en el momento se pueden tomar con base a nuestras fortalezas, aplicando el plan de mercadeo planteado en este documento, y por ultimo las amenazas, son muy normales para cualquier negocio, aunque si es bueno tener planes de contingencia ya que se conocen.

En cuanto a la evaluación financiera del proyecto, fue la necesaria para la empresa poder comenzará operar y generar utilidades al final del primer año, y no tuvo la necesidad de volverse a endeudar en los siguientes años, ya que estabilizó sus egresos para generar utilidades.

En términos generales, el proyecto es viable porque el valor actual neto (VAN o VPN) es mayor a 0, es decir que es mayor a la inversión y que cumple con las tasa y demás, generando ganancias o beneficios adicionales, además tiene una excelente tasa de retorno (TIR), la cual es del 64,52%, lo que es mucho más que la tasa mínima esperada del sector, también esta inversión se recupera en aproximadamente 2 años y hay ganancias desde el primer año.

Como recomendaciones, considero que hay que seguir investigando el entorno, hay muchísimos factores que pueden llegar a afectar no solo el producto y su imagen, sino también las bases financieras que se han creado, el tener planes de contingencia para las amenazas que se identificación es una buena forma de no estar a la deriva en el proceso de crecimiento; en cuanto a la parte financiera, tiene muy buenos índices de rentabilidad y esta muy bien desde el principio, ya que obtiene rentabilidad desde el primer año, sin embargo se puede buscar nuevos inversionistas para bajar la deuda que se tiene en los primeros años con las entidades financieras, mostrándoles todos los cálculos y demás a los inversionistas con el fin de que puedan invertir mas y con seguridad y confianza en nuestra empresa y el éxito del producto, también hay que tener todo al día para que no ocurran retrasos y tengamos que pagar por mora, la contabilidad es realmente importante en una empresa, la DIAN es una entidad que regula esto y es muy estricta, por lo que hay que estar pendientes en todo momento.

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía

- Pérez-Newman, C. (2015).
- Moya, D. P. (13 de julio de 2015). *Gestionar fácil*. Obtenido de ¿Cómo medir la rentabilidad económica en ventas?: <https://www.gestionar-facil.com/rentabilidad-economica/>
- Moncayo, C. (23 de Diciembre de 2015). *Instituto nacional de contadores públicos Colombia*. Obtenido de Cálculo del periodo de recuperación de la inversión o payback: <https://www.incp.org.co/calculo-del-periodo-de-recuperacion-de-la-inversion-o-payback/>
- SURA. (2 de julio de 1993). Obtenido de Ley 55 del 2 de julio de 1993: <https://www.arlsura.com/index.php/leyes-y-normas/241-ley-55-del-2-dejulio-de-1993>
- Congreso de la república de Colombia. (26 de Octubre de 1995). *El abedul*. Obtenido de Ley 212 de 1995: http://www.saludcapital.gov.co/Normo/jur/ley_212_de_1995.pdf
- Ministerio de trabajo y seguridad social. (22 de junio de 1994). *Secretaria del senado*. Obtenido de DECRETO 1295 DE 1994: http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/decreto_1295_1994.html

ANEXOS (En este ítem puede agregar cuestionarios, instrumentos) Nota: en caso de que el proyecto incluya consentimiento informado, debe anexarse en un archivo aparte.

ANEXO 1. PLAN COMERCIAL

ANEXO 2. MINI PLAN ESTRATEGICO

ANEXO 3. MODELO DE EVALUACION DEL PROYECTO

