

TRABAJO DE GRADO, PLAN DE NEGOCIOS

“Fórmulas EnLínea”

NANCY ALVERI GIRALDO JARAMILLO

Asesor:

ISIS MIOSOTIS ÁLVAREZ FLÓREZ

Universidad Autónoma Latinoamericana

Facultad de Administración

Programa: Administración de Empresas

Medellín

2018

AGRADECIMIENTOS

A Dios,

Por la oportunidad, capacidad y fortaleza que me dio cada vez que lo necesite para continuar la lucha por el sueño que hoy se está convirtiendo en una realidad.

A mi familia,

En especial a mis padres, por su especial ignorancia al no concebir los sacrificios necesarios para sacar la carrera adelante, por el tiempo que jamás recuperare a su lado, por los momentos que me perdí.

A Lina María Giraldo Jaramillo,

Por ayudarme a salir de tiempos difíciles, por su compañía, por no dejarme caer cuando sentí no poder más, por ser la mejor hermana del mundo.

A Esteban Martínez Henao,

Por permitirme entender que aun con lágrimas se puede luchar por lo que se quiere.

A los Profesores,

Por compartir el conocimiento, por sus diferentes y particulares formas de enseñar, por su vocación, por todo el esfuerzo para transmitir lo que consideraron importante, no solo para la carrera sino también para la vida, por lo que olvide en estos momentos... mis más sinceros agradecimientos.

A Isis Miosotis y Adolfo Hernández,

Porque sin su apoyo no hubiera sido posible el proyecto, Dios los bendiga por la dedicación, seguridad y tranquilidad que me brindaron para continuar.

TABLA DE CONTENIDO

Contenido

LISTA DE ILUSTRACIONES	6
LISTA DE TABLAS	7
RESUMEN	8
INTRODUCCIÓN.....	10
DEFINICIONES.....	11
NEGOCIO	12
Formulación del Proyecto	12
Descripción del proyecto.....	12
Historia de la idea de negocio	14
Justificación.....	17
Objetivos	20
Objetivo General.....	20
Objetivos Específicos.....	20
Socios Clave	20
Servicios	22
Actuales	22
A futuro	23
Metodología e Investigación	24
Técnicas e Instrumentos de Recolección y Análisis	24
Modelo CANVAS.....	24
MERCADO	41
Evolución del Mercado	41
Sector salud en Colombia.....	41
Antecedentes del sistema general de seguridad social en salud de Colombia	41
Sistema de seguridad social	42
Caracterización de los servicios de salud en Colombia	43
Régimen contributivo.....	43

Régimen Subsidiado	43
Usuarios de servicios de salud en Colombia	44
Acceso a los servicios de salud	45
Percepción de los servicios de salud en la ciudad de Medellín	46
Análisis del sector de Comercio Electrónico en Colombia	47
Transformaciones en materia de salud	48
WhatsApp	49
Tamaño del Mercado	50
Descripción del cliente	51
Competencia	52
Principales competidores	52
Nuevos Entrantes	53
Ventajas competitivas	53
Matriz FLOR	54
Análisis matriz FLOR	55
Colaboradores	56
Proveedores	56
Mensajero	56
Alianzas Estratégicas	57
Droguería Colsubsidio	60
COMERCIAL	62
Estrategias	62
Estrategia de Servicios	62
Planes	63
Estrategias de Precios	63
Estrategias de Distribución	64
Estrategias de Posicionamiento	65
Estrategias de Fidelización	66
Supuestos de Ventas	67
OPERACIONES	68
Proceso	68

Actividades clave	71
Recursos clave	71
Capacidad	72
Localización.....	72
EQUIPO	73
RIESGOS	75
Matriz de Evaluación de los Factores Internos (EFI).....	75
Matriz de Evaluación de los Factores Externos (EFE)	76
FINANZAS	77
Plan de inversión.....	77
Gastos fijos	77
Salarios	78
Fuente de financiación	78
Análisis del negocio.....	79
Resumen análisis financiero.....	83
LEGAL.....	85
Sociedad por acciones simplificadas	85
Estatuto del Consumidor Ley 1480 de 2011.....	87
Circular Única De La Superintendencia De Industria Y Comercio	87
Decreto 3466 del 82	87
Código civil	88
Conclusiones.....	89
ANEXOS.....	90
Instrumentos de investigación.....	90
Encuesta 1.....	90
Encuesta 2.....	93
Contrato	94
CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS	94
Respuesta cualitativa (encuesta)	100
Análisis financiero	103
BIBLIOGRAFÍA	121

LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Mapa de Experiencia del Cliente.....	15
Ilustración 2: Preparación e implementación del instrumento.	27
Ilustración 3: Sexo de los encuestados.	28
Ilustración 4: Edad de los encuestados.	28
Ilustración 5: Ocupación de los encuestados.	29
Ilustración 6: Nivel académico de los encuestados.....	30
Ilustración 7: Porcentaje de preocupación por el estado de salud.	30
Ilustración 8: Conexión a internet de los encuestados.	31
Ilustración 9: Consideración sobre la mensajería instantánea.....	31
Ilustración 10: Consideración de la red social más utilizada.	32
Ilustración 11: Orden de importancia de los recursos tecnológicos para los encuestados.32	
Ilustración 12: Preferencias para hacer los trámites de salud.....	33
Ilustración 13: Porcentaje de los que toman o no medicamentos.....	34
Ilustración 14: Tiempo promedio de espera en la farmacia para reclamar los medicamentos.....	34
Ilustración 15: Respuesta sobre pagaría o no por que le hicieran el tramite completo para obtener los medicamentos.	35
Ilustración 16: Cuanto dinero pagaría por que le hicieran el trámite de completo de la renovación de los medicamentos.	36
Ilustración 17: Promedio del tiempo de espera en la farmacia, según ocupación.	37
Ilustración 18: Cuanto pagaría por que le hicieran el trámite de renovación de fórmulas mensuales, según sexo, edad, nivel académico y ocupación.	38
Ilustración 19: Ocupación según el sexo.	39
Ilustración 20: Cuanto pagaría por el trámite según el sexo.	40
Ilustración 21: Confiaría su estado de salud a un servicio comercializado por WhatSapp.	40
Ilustración 22: Aseguramiento por tipo de régimen en la ciudad de Medellín.	44
Ilustración 23: Mapa de proceso para la prestación del servicio.....	71
Ilustración 24: Localización de Fórmulas EnLínea.	73
Ilustración 25: Organigrama de Fórmulas EnLínea.	73

LISTA DE TABLAS

Tabla 1: Socios clave	21
Tabla 2: Ficha técnica para elaboración de encuestas.....	26
Tabla 3: Crecimiento del uso de la tecnología.....	46
Tabla 4: Tamaño del mercado.....	50
Tabla 5: Mapa de empatía.....	51
Tabla 6: Principales competidores.....	52
Tabla 7: Matriz FLOR.....	54
Tabla 8: Formato de entrevista para mensajero.....	56
Tabla 9: Características de las alianzas estratégicas.....	58
Tabla 10: Alianza con la Caja de Compensación Familiar de Antioquia – Comfama.	60
Tabla 11: Alianza con la Droguería Colsubsidio.....	61
Tabla 12: Estructura de precios por tipo de plan y recorrido.....	63
Tabla 13: Supuesto de ventas a 5 años.....	68
Tabla 14: Recursos clave.....	72
Tabla 15: Perfiles y funciones.....	74
Tabla 16: Matriz de evaluación de los factores internos.....	75
Tabla 17: Matriz de evaluación de los factores externos.....	76
Tabla 18: Plan de inversión.....	77
Tabla 19: Gastos fijos.....	77
Tabla 20: Salario de los colaboradores.....	78
Tabla 21: Financiamiento para iniciar el plan de negocio.....	78
Tabla 22: Comportamiento de las ventas.....	79
Tabla 23: Flujos de caja, libre y acumulado.....	80
Tabla 24: Financiamiento necesario para iniciar el plan de negocio.....	81
Tabla 25: Flujo de caja del negocio.....	81
Tabla 26: Saldo de caja del negocio.....	82
Tabla 27: Punto de equilibrio del plan de negocio.....	83
Tabla 28: Resumen del análisis financiero.....	84
Tabla 29: Características de las sociedades por acciones simplificadas.....	85
Tabla 30: Normatividad para los servicios de mensajería.....	88

RESUMEN

Fórmulas EnLínea, es un proyecto personal, enfocado a cubrir una necesidad puntual del mercado, oportuno para las necesidades y dificultades que enfrenta la sociedad con uno de los principales problemas que tiene, esto es los servicios prestados en el sector salud.

De acuerdo al rol dentro de la sociedad, nace un plan de negocios con una propuesta de contribución a la calidad de vida de las personas, mediante la utilización de la red de comunicación más utilizada actualmente por las personas, WhatsApp se sitúa como el principal medio de información, gracias a la facilidad, sencillez y acceso en cualquier momento del día.

La salud es el factor más significativo en la vida de cualquier persona y es por esto que enfocar este sector hacia una era digital es lo que muchos esperan, el sistema de salud a pesar de ser un derecho consagrado en la constitución política de Colombia y la lucha de las instituciones por mejorar la atención y por ende la calidad de vida de las personas, olvida que así como todo está migrando a un era digital, esta no se debe quedar atrás.

Generalmente lo que calma un malestar, una enfermedad, un padecimiento, entre otras eventualidades en la salud, es lo que indica el médico, que fuera de recomendaciones, exámenes o procedimientos, el médico tratante de la EPS manda medicamentos con la finalidad de aliviar, este, que para adquirirlo requiere de un trámite bastante largo.

La formulación medica es uno de los tramites con más quejas y reclamos de las personas activas en el sistema de salud, pues esta consta de una serie de diligencias para conseguirla, tarea que demanda más del tiempo que la personas suelen tener por múltiples ocupaciones, es por esto que es una oportunidad no solo para obtener un beneficio creando empresa, sino también con un objeto social, brindando un servicio que se ocupe de la gestión y tramite de la renovación de fórmulas mensuales y reclamación de los medicamentos en la farmacia.

Palabras clave: servicios de salud, fórmulas médicas, WhatsApp, salud, calidad de vida, tiempo, medicamento

ABSTRACT

Fórmulas EnLínea is a personal project, focused on covering a specific need of the market, suitable for the needs and difficulties that society faces with one of the main problems it has, this is the services provided in the health sector.

According to the role within society, a business plan is born with a proposal to contribute to the quality of life of people, through the use of the communication network most currently used by people, WhatsApp is placed as the main means of information, thanks to the ease, simplicity and access at any time of the day.

Health is the most significant factor in the life of any person and this is why focusing this sector towards a digital era is what many expect, the health system despite being a right enshrined in the Colombian political constitution and the struggle of institutions to improve attention and therefore the quality of life of people, forget that just as everything is migrating to a digital era, this should not be left behind.

Generally what calms a malaise, a disease, a disease, among other health eventualities, is what the doctor indicates, that out of recommendations, examinations or procedures, the attending physician of the EPS sends medicines with the purpose of alleviating, This, that to acquire it requires a fairly long process.

The medical fórmula is one of the procedures with more complaints and claims of people active in the health system, because it consists of a series of steps to get it, a task that demands more time than people usually have multiplex occupations, is that is why it is an opportunity not only to obtain a profit by creating a company, but also with a social purpose, providing a service that deals with the management and processing of the renewal of monthly fórmulas and claims of medicines at the pharmacy.

Keywords: health services, medical fórmulas, WhatsApp, health, quality of life, time, medicament

INTRODUCCIÓN

La propuesta es realizada con el fin de presentar un proyecto de empresa que tiene como finalidad efectuar la diligencia completa sobre la gestión y trámite de renovación de fórmulas médicas mensuales y reclamación de los medicamentos en la farmacia que la EPS indica, con posterior entrega donde el cliente lo requiera, lo que se pretende es modernizar un servicio que aporta al sector salud mejores oportunidades para que los usuarios puedan acceder a un servicio necesario para mejorar la calidad de vida.

La empresa pretende brindar a los clientes comodidad, rapidez y confianza, es común encontrar personas que buscan facilidad para lograr lo que necesita por falta de tiempo, es por esto que Fórmulas EnLínea ofrece como principal medio de comunicación la red social WhatsApp para solicitar el servicio.

DEFINICIONES

Salud: la Organización Mundial de la Salud dice que la salud es un estado de completo bienestar físico, mental y social.

Servicios de salud: Son aquellos que están destinados a brindar prestaciones de salud, de promoción, de prevención, de recuperación y rehabilitación en forma ambulatoria, domiciliaria o internamiento, son clasificados de acuerdo a la capacidad resolutive, niveles de atención y complejidad.

Fórmulas médicas: Es el documento legal por medio del cual los médicos legalmente capacitados prescriben la medicación al paciente para su dispensación por parte del farmacéutico. La prescripción es un proceso clínico individualizado y dinámico.

Medicamento: Sustancia que sirve para curar o prevenir una enfermedad, para reducir sus efectos sobre el organismo o para aliviar un dolor físico.

Calidad de vida: La calidad de vida es un concepto referido al bienestar en todas las áreas del ser humano, respondiendo a la satisfacción de las necesidades físicas (de salud, seguridad), materiales (de vivienda, ingresos, transporte, pertenencias, comida), sociales (de trabajo, familia, relaciones personales, comunidad, responsabilidades), psicológicas o emocionales (de afecto, autoestima, inteligencia emocional, espiritualidad, religión), de desarrollo (educación, productividad) y ecológicas (calidad del agua, del aire, etc).

Tiempo: Período determinado durante el que se realiza una acción o se desarrolla un acontecimiento.

WhatsApp: Es el nombre de una aplicación que permite enviar y recibir mensajes instantáneos a través de un teléfono móvil (celular). El servicio no solo posibilita el intercambio de textos, sino también de audios, videos, fotografías, archivos, entre otros.

NEGOCIO

Formulación del Proyecto

Descripción del proyecto

Con el avance en el desarrollo de tecnologías, la apropiación y uso de ella en los distintos sectores económicos, agrícola, industrial y prestación de servicios no se ha hecho esperar, y prueba de ello es el sector salud que hoy atraviesa un proceso de transformación donde todos sus actores hacen de la tecnología una herramienta para satisfacer sus necesidades.

En la actualidad las personas utilizan todos los medios o recursos tecnológicos que se encuentran para facilitar su vida, es decir, todas aquellas herramientas que posibiliten agilidad, menor uso de tiempo y mayor rapidez en la respuesta. Sin embargo, se sigue valorando la atención personalizada e inmediata y están dispuestos a pagar más por un servicio eficiente y efectivo.

Las tecnologías de la información y comunicación cada vez se integran más a la cotidianidad, generando un mayor bienestar para las personas usuarias del Internet, de acuerdo con la encuesta del ministerio TIC las zonas Wifi gratis, puntos y kioscos que han instalado en todas las regiones de Colombia, facilitan la vida a las personas (MINTIC, 2017). El Internet se refuerza como el principal medio de interacción entre los colombianos, de acuerdo a la encuesta realizada por el ministerio TIC de Colombia a más de 8.300 ciudades y 3.000 empresas; en 96 municipios de todo el país, conteniendo zonas urbanas y rurales, determinaron que el 75% de los colombianos usaron Internet en el año 2017.

La realidad es que el uso de Internet trajo importantes modificaciones a la vida de las personas, un fenómeno de gran relación con la tecnología, ésta ha logrado un proceso evolutivo con la creación de herramientas que están al servicio de las personas, como los aparatos electrónicos y los teléfonos inteligentes que permiten apoyar el avance, formando estructuras sociales por diferentes personas en sitios Web, con el propósito principal de comunicarse entre ellos, ya sea a corta o larga distancia.

En este sentido, los teléfonos inteligentes han sido clave en la transformación digital, favoreciendo la mensajería instantánea, mensajes que son enviados a través de aplicaciones descargadas en estos dispositivos, garantizan la posibilidad de establecer conversaciones directas entre las personas de manera exclusiva y con mayor disposición, haciéndolo cada vez más indispensables en la vida de las personas, WhatsApp se sitúa como la principal vía digital para comunicarse con los demás, teniendo en cuenta que con relación a las redes sociales y plataformas más usadas, esta herramienta reporto el 87% como la aplicación más utilizada por

los colombianos, (MINTIC, 2017), es normal encontrarse con personas de cualquier edad que utilizan esta red social, por su fácil adaptación, por su fácil acceso y por su simplicidad para utilizarla, por esto garantiza en las personas una comunicación más directa y rápida, asimismo a bajo costo, mientras se disponga de conexión a Internet, por otra parte no solo admite enviar mensajes de texto, es probable también enviar imágenes, audios, ubicaciones, contactos, archivos, videos y notas de voz, en pocas palabras, WhatsApp permite mayor cercanía con el usuario que tiene presencia en las redes sociales, una aplicación fácil de adaptar, que no tiene mayor dificultad para las personas que quieren hacer uso de ella, la herramienta permite una comunicación más personalizada de acuerdo a las necesidades de cada uno.

Así las cosas, con respecto a la facilidad de acceder a Internet y redes sociales con el desarrollo tecnológico que se tiene en la actualidad, se encuentra un vacío en los servicios de salud frente a las herramientas y servicios que faciliten el acceso a esta prestación y generen una mayor satisfacción al evitar las dificultades con las plataformas digitales que son poco claras y generan angustia a los usuarios al no lograr utilizarla, por tanto la calidad en la atención y tiempos prolongados de espera que se encuentran en este servicio, no logran mejorar, de acuerdo a la mayor presencia que se genera en las instituciones de salud, ahora bien, pensando en la importancia de contar con una mejor calidad de vida, panorama visto desde el estado de salud de las personas; se pensó en desarrollar un servicio enfocado en comercializar la gestión y trámite de renovación de fórmula (medicamentos) mensual en la EPS y reclamación del medicamento en la farmacia, mediante la utilización de la tecnología, bajo la herramienta denominada WhatsApp, así, como la calidad en la atención personalizada, para determinar las necesidades, gustos y preferencias del cliente.

Así, utilizar esta red social como medio de comunicación inicial, de forma directa e inmediata con el usuario sobre el servicio exclusivamente de los medicamentos que requiera por su condición de salud.

En este marco de ideas, donde el desarrollo tecnológico y las nuevas tendencias de comunicación e información marcan un acelerado crecimiento y donde las personas cada vez cuentan con menos tiempo para llevar a cabo diferentes actividades, en particular, diligencias del orden de la salud, surge la idea de acercar a los usuarios y a los servicios de salud a través de una red social (WhatsApp), diferente a la página Web de la EPS o la App que en algunos casos es poco amigable y de fácil comprensión para acceso a los servicios.

El servicio se piensa para suplir una necesidad puntual del mercado, un servicio que reduzca el tiempo para hacer el trámite completo, necesario para obtener los medicamentos, disminución en costos de transporte, calidad en la atención con mejor acercamiento al usuario, la mensajería instantánea permite que sea personalizada de acuerdo a los requerimientos de cada uno, sin necesidad de ingresar a plataformas, el eje central de la herramienta es la alineación con los servicios de la EPS para mejor solución de la problemática, siendo esta más acertada y

confiable, todo en menor tiempo con ayuda de la tecnología que tiene mejor accesibilidad cada día.

Para empezar, el contacto con el cliente se realiza vía WhatsApp, como principal medio de comunicación, éste, para solicitar el servicio y acordar un encuentro de negociación y posterior realización del trámite, con la finalidad de elegir el mejor plan que se acomode a la necesidad de cada cliente.

Historia de la idea de negocio

Desde la experiencia con más de 10 años en el área de la salud, viviendo día a día las necesidades de los usuarios, a la innovación, nace con un análisis de observación directa desde dos instalaciones prestadoras de salud, (CIS Comfama Copacabana y CIS Comfama Bello) una nueva idea de negocio, enfocada en mejorar la experiencia de los usuarios a lo largo de todo el proceso de prestación de servicios que le brinda la IPS, recolectando datos de interés al ser repetitivos y predecibles cada día, observando un nicho amplio de mercado, este como lo es la renovación de medicamentos y reclamación mensual en la farmacia, se prototipo el servicio y se registró los patrones de comportamiento de las personas y ocurrencias, sin necesidad de cuestionarlos o comunicarse con ellos, es decir, se observó que hacen las personas, sirviendo esta como una herramienta de recolección de datos de una investigación de mercados.

Al mismo tiempo, de acuerdo al CustomerJourneyMap (Mapa de Experiencia de Cliente) realizado en las mismas instalaciones de salud, se plasma todo el proceso de experiencia del usuario con un servicio que reporta un amplio segmento de clientes, se analiza las etapas, interacciones, canales, posibles complicaciones y comentarios a lo largo de la experiencia con el servicio, con este se determinó para el plan de negocio inicial, el trámite completo de la renovación de medicamentos que indica el médico de la EPS como tratamiento a alguna enfermedad, padecimiento o prevención, que debe de hacer mes a mes para llevar a cabo el tratamiento y la reclamación de los medicamentos en la farmacia de la EPS para su suministro.

Mapa de experiencia del cliente: Obtener los medicamentos



Fuente: Elaboración propia a través de la herramienta JourneyMap.

Usuario se siente enfermo o quiere un control: las personas se preocupan por el bienestar físico y mental, por esto recurren a la EPS para mejorar o conservar un estilo de vida saludable que le permita seguir realizando las diferentes actividades de la rutina diaria.

Solicitan cita médica en la EPS: por mucho que se demoren en los centros de salud para asignar una cita médico general, las personas saben que cuentan con este derecho, además de pagar en algunos casos por él, que aunque según el artículo 123 del decreto 019 de 2012, las entidades de salud de la EPS, deben dar las citas médicas generales en máximo 3 días hábiles a partir de la solicitud, no siempre se cumple.

Va a la cita médico general para conseguir respuestas de un profesional a su necesidad: ir al centro de salud no es una experiencia que disfruten muchos los usuarios, la tramitología, vueltas y demás que deben hacer para conseguir la atención que requieren, los agota, por otro lado, dejar de ir a la EPS no es tan fácil, pues aunque el decir es que solo les mandan los mismos medicamentos, asistir a una cita particular, no es sencillo, de acuerdo a las

políticas de la EPS, no se transcriben ordenes particulares y tampoco continúan con proceso que no iniciaron por el régimen de salud al que pertenecen, asimismo las personas no cuentan con un gasto más tomar tratamientos particulares.

Punto de atención: no tienen tiempo de esperar, les preocupa sus dolencias, quieren salir en menos tiempo del lugar, quieren todo en un solo momento, les da mal humor, impotencia tener que esperar, son personas que les preocupa la salud, se sienten físicamente mal y no entienden el proceso que deben experimentar para lograr adquirir el servicio.

Tomar el ficho y esperar el turno: saber que deben tomar un turno para obtener lo que el profesional manda los incomoda, tener que esperar más para este trámite, que el tiempo que lo atendió el médico en la consulta los estresa, porque lograron el permiso para ir a consultar el médico, pero el trabajo, los hijos, los familiares enfermos en la casa, las limitaciones físicas y la misma enfermedad del momento los hace pasar por instantes negativos que no ayudan a mejorar la calidad de vida.

Atención en la taquilla: por la misma agilidad en la atención que buscan cumplir los centros de salud, hacen que quien este de cara al servicio, olvide que la persona que tiene en frente viene con cantidad de dificultades, preocupaciones y dudas, la calidad en el servicio que prestan no es el que esperan encontrar después de todo el proceso.

Ir a la farmacia: para concluir con el proceso, y como si fueran pocos los trámites en la IPS, se expone a los de la farmacia, casi en la misma proporción y hasta con más intolerancia al sistema, continúa la espera y el sinnúmero de actividades que dejó de hacer para obtener los medicamentos, esperar más para finalmente poder iniciar un tratamiento a su enfermedad, dolencia o prevención.

Según este proceso, la idea de apuntar a un servicio que es necesariamente vital para tener una mejor calidad de vida, nace en medio del avance del desarrollo tecnológico, con la necesidad de apropiarla al sector salud, a partir de la importancia de este en las personas, como una condición para mejorar su bienestar.

En la actualidad las personas utilizan todos los medios o recursos tecnológicos que se encuentran para facilitar su vida, es decir, todas aquellas herramientas que posibiliten agilidad, menor uso de tiempo y mayor rapidez en la respuesta.

Por lo tanto, surge la pregunta ¿Cómo diseñar un plan de negocios para la prestación de servicios de la gestión y trámite de renovación de fórmulas mensuales y reclamación de los medicamentos, en la ciudad de Medellín y área metropolitana, a partir del periodo 2019 – 1?

Justificación

La era de la información y comunicación se presenta como un importante medio para la salud, hoy en día cualquier persona tiene a su disposición enormes cantidades de investigaciones y recursos por parte de pacientes afectados con determinadas enfermedades, portales como www.myhealthteams.com y www.patientslikeme.com, brindan a los usuarios sitios donde pueden conocer y compartir información, por su parte, las redes sociales se han convertido en los nuevos escenarios de participación social, usualmente lo hacen de forma lúdica, pero también en relación con su salud, usan redes como Facebook o Twitter u otras específicas dedicadas a la salud como Red-pacientes o Personas-que donde comparten documentos, enlaces de interés, casos, noticias, entre otras que ayudan a llevar mejor las enfermedades y conocer de cerca la evolución.

Por tanto, los roles de pacientes y profesionales hace muchos años estaban muy definidos, ahora los pacientes tienen menos paciencia y les interesa más participar de su propio cuidado, adquiriendo un nuevo rol, gracias a las TIC.

En este marco, los e-paciente se definen como un grupo de “personas que buscan información y apoyo sobre su enfermedad más allá de los canales tradicionales” (EL TIEMPO, 2018). Así mismo, se constituyen como un movimiento mundial, una nueva generación de consumidores de salud que usan Internet y otras tecnologías de la información y comunicación para obtener búsquedas sobre su condición médica de interés, y por ende mejorar su calidad de vida, un resultado directo que arroja la nueva sociedad del conocimiento es esa búsqueda online, las herramientas digitales hoy son un potente aliado de la salud, capaz de transformar el sistema, al ser los pacientes parte activa de sus tratamientos y del cuidado de su vida, siendo responsables de lo que los afecta.

En lo que se refiere a Colombia, el presidente Juan Manuel Santos, destacó durante el año 2018 los avances logrados en su gobierno en temas de salud, como beneficios a la población en cuanto a reducción en costos de los medicamentos y la construcción de infraestructura hospitalaria, con la idea de ofrecer al usuario un servicio digno que cumpla con las necesidades, las instituciones prestadoras de salud realizan mejoras que van desde nuevas instalaciones, contratación de personal, hasta el uso de nuevos software para mejorar el trabajo y con esto brindar una mejor y mayor atención a los usuarios, a pesar de esto los servicios de salud siguen siendo juzgados por la calidad del servicio que proporcionan, influyendo principalmente la demanda de este, con los pocos satisfactores que encuentran los usuarios en el servicio, esa misma calidad se convierte en una estrategia de posicionamiento para un nuevo plan de negocio, que potencie la prestación de los servicios de salud en la ciudad de Medellín, en los que tiene que ver con la gestión y trámite para la renovación de los medicamentos mensuales, que a su vez

garantice cumplir con las percepciones y expectativas de cada usuario, brindando mayores beneficios y alcanzando los niveles de calidad que hoy exigen para su calidad de vida.

De acuerdo con la organización mundial de la salud (OMS) los objetivos finales de los sistemas de salud tienen tres propósitos fundamentales: Mejorar la salud de la población, ofrecer un trato adecuado a los usuarios de los servicios de salud y garantizar seguridad financiera en materia de salud, partiendo de ellos, las mejoras en infraestructura y bajos costos en los medicamentos no logran cubrir lo que realmente sería un avance en salud, es un proceso lento donde no todas las personas se sienten beneficiadas con estos logros, el modelo funcionara mejor si se resuelve la situación al entregar una mejor atención con calidad, reduciendo los tiempo de espera, mejorando la esperanza de vida y el bienestar de la población.

La sociedad necesita herramientas que aporten al bienestar, visto desde el ámbito de salud, contribuyendo de una manera más directa en la comprensión de los principales problemas que la aquejan, nutriendo la sociedad con oportunidades para tener una mejor calidad de vida, una persona con una enfermedad mal atendida le impide lograr trabajar, lo que probablemente le impedirá poder acumular capital o simplemente suplir sus necesidades básicas, es por esto que las personas ahora buscan los medios que mejor se acomoden a su vida para fortalecer y conservar una mejor calidad de ella, la tendencia digital que vivimos está logrando satisfacer muchas necesidades que antes se veían imposibles de alcanzar.

En efecto, en el contexto tecnológico colombiano el principal hito de digitalización del país de los años 2015 al 2017 se relacionó con el despliegue y masificación del acceso a infraestructura digital y el fortalecimiento de la industria de tecnologías de la información, considerado entonces como el principal eslabón en la cadena de digitalización (Dinero, 2018). La comunicación mediada por el contexto tecnológico que se viene viviendo ha logrado que las personas con el desarrollo de los Smartphone, el acceso a internet y la mensajería instantánea con aplicaciones como WhatsApp se hayan convertido en la principal vía de comunicación entre diferentes personas, un espacio de experiencias, donde se está pendiente en cualquier hora del día, y se justifica como de mayor comodidad por su sencillez para utilizarla.

Para las personas los entornos virtuales ya hacen parte de la vida cotidiana, por mejor servicio, independencia, cercanía, mejor atención, acceso a grandes cantidades de información, inmediatez, entre otros aspectos que encuentran en este servicio.

La renovación de fórmulas de medicamentos, es un proceso que debe de hacer mes a mes un afiliado en la Institución Prestadora de Salud (IPS) para lograr obtener los medicamentos que le controlan algún tipo de enfermedad, una dolencia o de planificación familiar, es una experiencia que vive el usuario por su necesidad pero que no es de mayor agrado experimentar, de acuerdo a los largos tiempo de espera en los centros de salud y farmacia contratada por la EPS para reclamación de los medicamentos, esto sin contar con el poco tiempo del que disponen las

personas para esperar, que no solo radica en la IPS sino que también se dan largos tiempos de espera en la farmacia.

En Colombia, según el informe sobre la enfermedad renal en los años 2008 y 2009, realizado por el Fondo Colombiano de Enfermedades de alto costo, identifico que por cada 100.000 habitantes 47.5 de pacientes sobrellevan enfermedad renal crónica a el año 2008 y en el año 2009 de 45.04 respectivamente, cifras que son superiores a la prevalencia promedio en Latinoamérica que es de 38.1 por cada 100.000 habitantes.

Según el informe de la situación de la enfermedad renal en Colombia en el año 2008 y en el año 2009, realizado por el Fondo Colombiano de Enfermedades de Alto Costo, la prevalencia de enfermedad renal crónica terminal en Colombia es de 47,5 pacientes en el año 2008 y 45,4 en el año 2009 por cada 100.000 habitantes, cifras que son superiores a la prevalencia promedio en Latinoamérica (38,1 por 100 000 habitantes).

Con respecto a Medellín, por cada 100.000 habitantes la prevalencia fue de 75,5 en el año 2008 y 79,43 en el año 2009, según el informe esta fue la cifra más alta registrada en todo el país para ese año, según el régimen de afiliación al sistema de salud, por cada 100.000 habitantes igualmente, fue de 68,1 para régimen contributivo y de 115,47 régimen subsidiado, de acuerdo a esta información, es posible que la diferencia en cuanto a los dos regímenes se deba a la posibilidad de quienes tiene mejores ingresos económicos y por ende, de buscar los medios que se encuentra para mejorar la vida cotidiana.

De las principales enfermedades renales crónicas (ERC) que cambian el estilo de vida en las personas y requieren no solo de llevar una alimentación sana, comenzar una rutina de ejercicios, dejar malos hábitos, entre otros, requieren también de métodos de tratamientos ordenados por la EPS como los medicamentos mensuales que prescribe el médico de la para controlar y reducir el avance de la enfermedad:

La diabetes: es de las principales ERC que actualmente el sistema de salud interviene para mejorar la calidad de vida de las personas, en Medellín desde el año 2006 identificaron disminución en las tasas de mortalidad, según el informe del Fondo Colombiano de Enfermedades de Alto Costo, disminuyó las tasas de mortalidad al pasar de 30,39 casos por cada 100.000 habitantes en el año 2005 a 9,56 en el año 2010, con relación a la mortalidad temprana el promedio fue del 14% debido a esta enfermedad durante el periodo 2000 a 2010, siendo el porcentaje más alto en el año 2010 con un 17%, la diabetes en Medellín en el año 2007 fue del 6% sin diferenciar el sexo, pero si de un 21% en la población mayor de 61 años.

Las enfermedades cardiovasculares: por los que se refiere a las enfermedades cardiovasculares, reporto una tendencia estable, las hipertensivas y las cardiovasculares en la última década, en cambio la mortalidad por enfermedades del corazón reporto aumento en el

comportamiento desde el año 2000 de 62,8 casos por cada 100.000 habitantes a el año 2010 con 72,01 respectivamente.(Gaviria Correa, 2012)

Ninguna de las enfermedades anteriormente mencionadas, actualmente tienen curación, es decir, son diagnósticos que requieren de control con medicamentos y demás métodos indicados por la EPS para sobrellevar la enfermedad, en la mayoría de los casos el tratamiento es de por vida, estas son enfermedades crónicas que no tienen cura pero se controlan.

Objetivos

Objetivo General

Proponer un plan de negocio para la prestación de servicios de la gestión y trámite de renovación de fórmula mensual y reclamación del medicamento, en la ciudad de Medellín y área metropolitana, que aproveche las oportunidades que ofrece el avance tecnológico y la atención personalizada.

Objetivos Específicos

Identificar el segmento de clientes potenciales para diseñar el plan de negocio

Realizar un estudio de mercado, que permita conocer las oportunidades del plan de negocio.

Definir la propuesta de valor que garantice la sostenibilidad del plan de negocio en el tiempo.

Establecer las características financieras del negocio, desde el punto de vista de la estructura de costes y fuentes de ingresos.

Socios Clave

Según Alexander Osterwalder, creador del Modelo Canvas, en el bloque sobre los socios clave se identifican aquellos aliados con los que se establecen relaciones para lograr construir o complementar la propuesta de valor u optimizar costos, de acuerdo a este argumento, los aliados se establecen con los siguientes colaboradores, socios e inversores en un futuro.

Tabla 1: Socios clave

Socio	Rol	Participación en la Empresa
Nancy Giraldo	Administradora	100%
A Futuro	Socio 1	%
A Futuro	Inversionista	%

Fuente: Elaboración propia

El negocio puede funcionar de forma unipersonal o ser una empresa conjunta entre dos o más personas, sin embargo en este caso el negocio tiene un modelo legal de constitución de empresa como Sociedad por Acciones Simplificadas S.A.S, que teniendo en cuenta el artículo 1 de la ley 1258 de 2008 por lo cual se dictan disposiciones sobre el mínimo de personas naturales o jurídicas exigido para conformar una S.A.S indica que es de uno y el tope máximo es ilimitado.

Por tanto, el dueño del negocio quien es el administrador, para iniciar con el plan de este, asume el riesgo en las actividades comerciales, regidas por el conjunto de términos y condiciones establecidas en un documento llamado Escritura Pública.

De necesitar inversión, es decir, de capital de riesgo para continuar con el proyecto, es posible ampliar el negocio y tener en cuenta un socio capitalista y un inversionista, interesados en participar en el negocio con la finalidad de crecer más y generar mejores ganancias, así como de compartir riesgos y esfuerzos.

Inicialmente para llevar a cabo el proyecto, es necesario complementarlo con un colaborador, en este caso un mensajero, que cumpla con el perfil de una persona motivada en cumplir funciones de tipo interpersonal y disfrute sus labores, que tenga la capacidad para obtener información valiosa sobre las necesidades de los clientes, relevante e importante para lograr un mejor servicio, así como la capacidad de transmitir esa misma información para la toma de decisiones de la empresa, de igual forma con competencias laborales en cuanto a conocimiento de las rutas del área metropolitana, trabajo bajo presión y discreción con la información recibida, entre otras específicas descritas en el perfil del cargo.

La comunicación viene cambiando debido a las posibilidades que ofrece el internet con las aplicaciones móviles, que actualmente son la principal vía de comunicación, sin embargo una buena atención personalizada se sigue valorando.

Servicios

Actuales

La idea es desarrollar un servicio enfocado en comercializar los trámites, diligencias, solicitudes y consultas de servicios de salud, mediante la utilización de la tecnología, bajo la herramienta denominada WhatsApp.

Inicialmente se contempla la idea de focalizar el servicio en un término de 5 años solo en la gestión y trámite de renovación de fórmulas mensuales y reclamación de los medicamentos en la farmacia convenida con la EPS, en la ciudad de Medellín y área metropolitana, así como la entrega del mismo donde el cliente especifique.

Actualmente enfermedades como la hipertensión arterial o enfermedades cardiovasculares, la diabetes, los problemas metabólicos (hipertiroidismo, hipotiroidismo), los trastornos psiquiátricos (alzheimer, demencia, esquizofrenia, depresión, entre otras), las dislipidemias (trastornos del colesterol, triglicéridos, altos o alterados, entre otras), la obesidad o sobrepeso, asma o problemas respiratorios, osteoporosis (problemas en los huesos), la artritis, fibromialgia, reumatismo, dolores crónicos, entre otras enfermedades que padecen los seres humanos, así como los medicamentos para planificación familiar, requieren medicamentos prescritos por el médico de la EPS bajo forma farmacéutica para seguir tratamientos de alivio, curación, rehabilitación o prevención, de la molestia que sobrellevan.

Por lo que se refiere a los tipos de medicamentos, es oportuno mencionar los siguientes:

1. Los medicamentos de venta sin prescripción facultativa o venta libre: son aquellos que el consumidor puede adquirir sin la mediación del prescriptor de la EPS (Medico) y que están destinados a la prevención, tratamiento o alivio de síntomas, signos o enfermedades leves que son reconocidas adecuadamente por los usuarios.
2. Medicamentos de uso exclusivo intrahospitalario: como su nombre lo indica este tipo de medicamentos por sus particulares indicaciones, riesgo y supervisión en el uso, son autorizadas solo para la comercialización con instituciones prestadoras de servicios de salud.
3. Medicamentos de control especial: estos medicamentos por su fácil dependencia física o psíquica, o por ser objeto de abuso y conllevar peligro en el uso desmedido, solo se comercializa en establecimientos farmacéuticos autorizados por el Fondo Nacional De Estupefacientes en coordinación con la Secretaria Distrital De Salud.
4. Productos de venta bajo fórmula medica: este es el tipo de medicamento que más suelen entregar en la IPS, estos son los que requieren prescripción del médico tratante y solo se administra a un paciente con una valoración médica previa por parte del profesional, sus rutinas son específicas para cada usuario, al determinar beneficio a la salud y solo pueden

ser comercializados en farmacias y droguerías en convenio con la EPS.(Vigilancia en Salud Publica)

Como parte fundamental del cuidado de la salud, los usuario se hacen responsables al tratar las enfermedades de acuerdo al médico le indica, por lo cual llevan a cabo la práctica mes a mes o según la indicación, de reclamar primero la fórmula en la IPS de atención y los medicamentos en la farmacia para tratar las enfermedades, asumiendo la responsabilidad del autocuidado.

Según la Organización Mundial de la Salud el uso adecuado de medicamentos requiere que el paciente reciba la medicación apropiada a su necesidad clínica, en las dosis correspondientes con sus requerimientos individuales, por un periodo adecuado, y al menor costo para él y su comunidad.

De ahí que, el usuario no solo está en el deber de reclamar la prescripción médica física, hecha por su médico tratante, sino también el derecho de recibir una medicación apropiada, es decir en la dosis y periodo adecuado, se debe comprometer de igual manera en obtener el medicamento en la farmacia, según la utilización correcta del medicamento, en las dosis, intervalos de dosificación y tiempos de duración del tratamiento prescrito, se le denomina adherencia a la terapia de los pacientes, por el cumplimiento del tratamiento, el incumplimiento de alguno de estos aspectos conlleva a la prolongación de la enfermedad e incluso a complicaciones de la misma, afectando directamente la calidad de vida de las personas.

A futuro

Los siguientes se estipulan desarrollar con el avance en la experiencia con el servicio de fórmulas, con el cumplimiento que se entregue a los clientes y en el ir descubriendo las necesidades puntuales, desarrollándolos y extendiéndolos a más solicitudes, consultas y diligencias.

A continuación se relacionan los servicios que se estima iniciar en un término de 5 años.

1. Trámites: traslado al régimen contributivo, ingreso de beneficiarios a régimen contributivo, afiliación al régimen subsidiado, verificación de estado de afiliación, actualización de documentos de identidad.
2. Diligencias: transcripción y cuidado de ordenes en la IPS y EPS.
3. Solicitudes: solicitar y cancelar citas, cambio de IPS, transcripción de incapacidades.
4. Consultas: consulta de citas y ordenes, consulta de médico de familia, estado del traslado de EPS, estado de la transcripción de incapacidades.

Y las puntuales que en la medida que se perfilen los usuarios se irán conociendo y adaptando al servicio.

Metodología e Investigación

Para lograr analizar el mercado potencial, identificando un perfil del consumidor, se establece algunos criterios a tener en cuenta, tales como: las necesidades del cliente, tipo de personas que va dirigido el servicio, tipo de consumidor, motivaciones, conductas, demanda, así como la edad, sexo, estudio, ocupación, e identificarlos geográficamente, así como el perfil de comportamiento en cuanto al manejo de nuevas tecnologías, nivel de preocupación y responsabilidad por el estado de salud.

Inicialmente se identificó un mercado potencial mediante el método de la observación directa en dos puntos de atención de las IPSs de SURA, ubicadas en las instalaciones de la caja de Compensación Familiar de Antioquia Comfama, esta dinámica consistió en observar un objetivo claro para tomar datos adecuados y fiables en conductas perfectamente identificables en la dinámica de los puntos de atención en salud a los usuarios.

Técnicas e Instrumentos de Recolección y Análisis

Como instrumentos de investigación de mercados, se utilizaron para recolectar información de la muestra seleccionada de naturaleza cualitativa y cuantitativa.

Entre los instrumentos de tipo cualitativo, la observación directa, un prototipo del servicio, modelo CANVAS y el CustomerJourneyMap (Mapa de Experiencia de Cliente), las de tipo cuantitativo, dos encuestas, estas con el objetivo de conocer el cliente potencial y analizar la información recolectada para disminuir los riesgos en el plan de negocios.

Modelo CANVAS

“La mejor manera de describir un modelo de negocio es dividirlo en nueve módulos básicos que reflejen la lógica que sigue una empresa para conseguir ingresos. Estos nueve módulos cubren las cuatro áreas principales de un negocio: clientes, oferta, infraestructuras y viabilidad económica”.(Escudero, 2017)

Propuesta de valor: por lo que el cliente está dispuesto a pagar.

Segmento de Clientes: son el centro de cualquier negocio, un producto o servicio enfocado al cliente.

Canales: los canales que se van a utilizar para explicar a los clientes la propuesta de valor.

Relaciones con los Clientes: es el tipo de relaciones que se establecen con cada uno de los segmentos de clientes, pueden ser: cara a cara, telefónica, e-mail, buzones, entre otras de clientes, es elegir como conectar la propuesta de valor con el cliente.

Fuentes de Ingresos: es necesario saber cuáles serán las fuentes de ingresos, no las definitivas, puesto que estas irán evolucionado con el avance del proyecto.

Recursos Clave: es cómo se va hacer la propuesta de valor y con qué medios se va a contar, como los humanos, tecnológicos, físicos (locales, vehículos, naves, puntos de venta, etc.), de este depende en gran parte el si el negocio llega a ser viable, son los esfuerzo financieros, intelectuales y de acuerdos con terceros, entre otros.

Actividades claves: de ella depende la claridad de lo que se hará y que así se trasmita al mercado lo que sé es y que se quiere ser.

Socios Clave: en ideas de emprendimiento hay un mayor interés para establecer acuerdos de colaboración con terceros para compartir experiencias, recursos, costes y demás que permitan diseñar, desarrollar y gestionar los proyectos de negocio.

Estructura de Costos: los costos en los que se incurre para operar el modelo de negocio.

De ahí que, se considera dirigir dos instrumentos, en este caso cuestionarios para identificar el público objetivo a partir de las respuestas de 330 personas.

Méndez (1999), al hacer referencia a la técnica de encuestas, señala que esta se hace a través de formularios, los cuales tienen aplicación a aquellos problemas que se pueden investigar por métodos de observación, análisis de fuentes documentales y demás sistemas de conocimiento. La encuesta permite el conocimiento de las motivaciones, las actitudes y las opiniones de los individuos con relación a su objeto de investigación. (Méndez, 2012)

Se utiliza entonces para recolección de la información un formulario de Googleforms, para obtener las respuestas rápidamente, debido a la facilidad para dirigirla por la red social WhatsApp y correo electrónico, diseñada para organizar las respuestas en tiempo real, con gráficos y hojas de Excel, de esta manera lograr un mejor análisis de los resultados arrojados.

FICHA DE ENCUESTA

Tabla 2: Ficha técnica para elaboración de encuestas.

Ficha Técnica	
Tipo de estudio	2 encuesta dirigidas a usuarios de los servicios de salud
Fecha de levantamiento	22 de mayo a 24 de mayo de 2018
Población objetivo	Hombres y mujeres de los 18 años en adelante, habitantes de la ciudad de Medellín y área metropolitana
Margen de confianza y error	El margen de confianza es de 95% y el margen de error de 5%
Tamaño de la muestra	200 encuestas por cada cuestionario Respuestas, 330 entre los dos cuestionarios
Técnica de recolección	Cuestionario estructurado, enviadas por WhatsApp y correo electrónico
Fecha del reporte	25 de mayo de 2018

Fuente: Elaboración propia

Etapas de implementación de la encuesta: preparación e implementación del instrumento.

Ilustración 2: Preparación e implementación del instrumento.



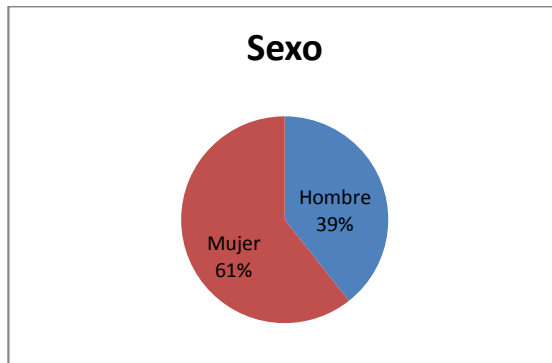
Fuente: Elaboración Propia

Población y Objeto de Estudio

Las encuestas se realizaron a 180 personas y 150 respectivamente, residentes de Medellín y área Metropolitana, la primera enfocada a trámites generales de salud y la segunda solo a trámite de renovación de fórmulas médicas y posterior reclamación en la farmacia de la EPS mensualmente, a partir de ellas se determina el análisis, evidenciando lo más relevante e importante en el tema de investigación, dicho tema trata sobre si pagarían o no por un servicio personalizado, solicitado vía WhatsApp y concretado personalmente de acuerdo a la necesidad y facilidad de pago, por medio de un contrato por prestación de servicios.

Análisis

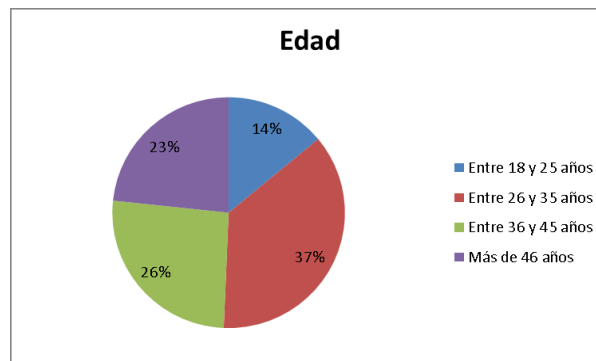
Ilustración 3: Sexo de los encuestados.



Fuente: Información arrojada por las encuestas, elaboradas a través de las encuestas Google forms.

De 150 personas encuestadas, el 61% que contestaron el cuestionario sobre el trámite de renovación de fórmulas, corresponde a un total de 91 mujeres y un 39% equivalente a 59 hombres respectivamente.

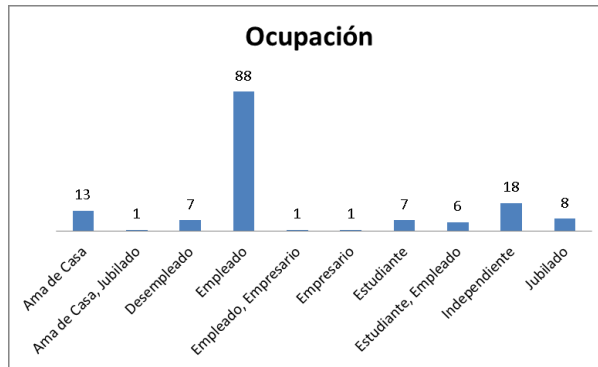
Ilustración 4: Edad de los encuestados.



Fuente: Información arrojada por las encuestas, elaboradas a través de las encuestas Google forms.

De acuerdo a la información arrojada con la caracterización de edad, el hecho de solo evidenciar un 14% en las edades correspondientes entre 18 y 25 años, se debe a la minoría de personas que respondieron el cuestionario, exactamente 21 personas entre dichas edades, es relevante deducir que quienes más activos estuvieron para dar respuesta a la encuesta, fueron personas mayores de 26 años.

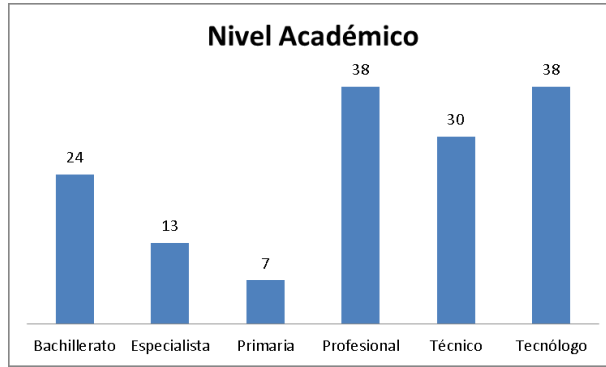
Ilustración 5: Ocupación de los encuestados.



Fuente: Información arrojada por las encuestas, elaboradas a través de las encuestas Google forms.

Cabe resaltar que el 64% de quienes más respondieron a la encuesta, aun siendo personas ocupadas, fueron empleados, es posible que haya llamado la atención el título del cuestionario para que de esta manera estuvieran más activos en dar las respuestas, al tener que ver con el tema de salud, este que aqueja la sociedad por sus extendidos tiempos de espera para obtener los servicios que las personas requieren.

Ilustración 6: Nivel académico de los encuestados.



Fuente: Información arrojada por las encuestas, elaboradas a través de las encuestas Google forms.

En efecto, la mayoría de las personas que contestaron el cuestionario tienen un perfil profesional, según arrojó el 25% fueron profesionales, 25% tecnólogos y el 20% técnicos, por ende, una capacidad subjetiva importante para analizar una situación problemática concreta, en este caso, una condición de salud, en un contexto donde el tiempo es poco para lograr hacer una diligencia de esta índole.

Ilustración 7: Porcentaje de preocupación por el estado de salud.

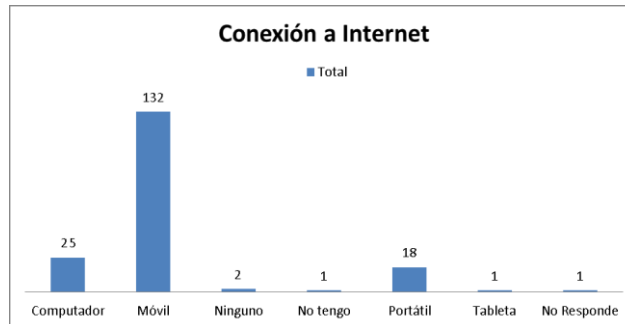


Fuente: Información arrojada por las encuestas, elaboradas a través de las encuestas Google forms.

La salud es el factor más relevante para lograr una larga vida y llevar una mejor calidad de ella, en este sentido el 97% se refiere al valor que la salud tiene para las personas.

A continuación, se analizan las respuestas arrojadas por 180 personas sobre los trámites generales de salud, que son relevantes de acuerdo a como prefieren hacerlos y por qué medios.

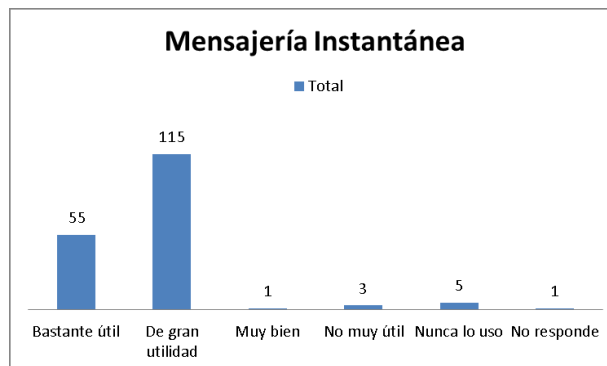
Ilustración 8: Conexión a internet de los encuestados.



Fuente: Información arrojada por las encuestas, elaboradas a través de las encuestas Google forms.

A partir de la encuesta realizada, el 73% de los encuestados respondieron usar su teléfono celular como dispositivo favorito para ingresar a internet, mientras que el 14% y 10% respondieron hacerlo con el computador y portátil respectivamente. Lo que se puede inferir que las personas utilizan su móvil desde cualquier lugar para hacer lo que necesiten mientras lo pueda hacer desde este medio.

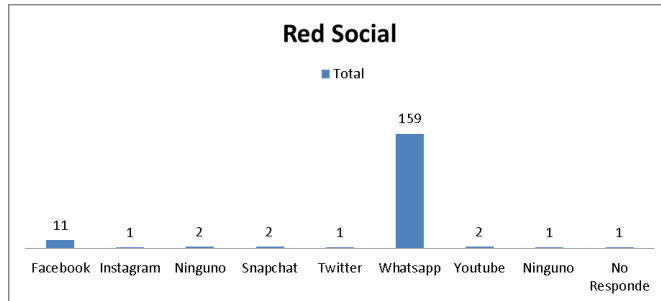
Ilustración 9: Consideración sobre la mensajería instantánea.



Fuente: Información arrojada por las encuestas, elaboradas a través de las encuestas Google forms.

Para la gran mayoría de la muestra, es decir a un total de 115 personas la mensajería instantánea, la considera de gran utilidad, seguida de 55 que la observan bastante útil. En pocos casos fue una respuesta negativa a esta herramienta, de lo que se puede inferir que son aun personas que le temen al cambio o simplemente no ven la utilidad aun a este medio de comunicación.

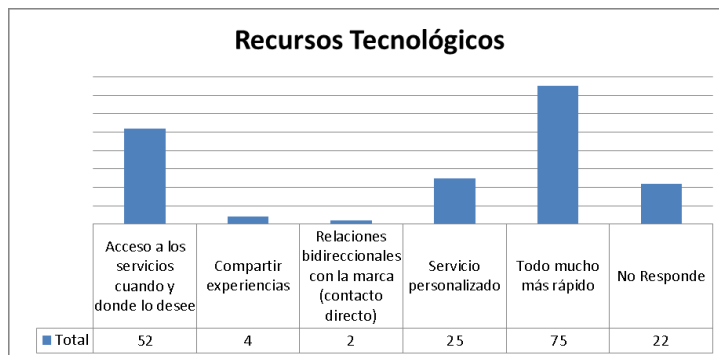
Ilustración 10: Consideración de la red social más utilizada.



Fuente: Información arrojada por las encuestas, elaboradas a través de las encuestas Google forms.

Como resultado de la red social más utilizada por los encuestados, el 88% prefiere WhatsApp como medio principal para comunicarse, seguida de Facebook con un 6%. Es fácil deducir que por la facilidad, acceso y sencillez sea la red sea más la utilizada.

Ilustración 11: Orden de importancia de los recursos tecnológicos para los encuestados.

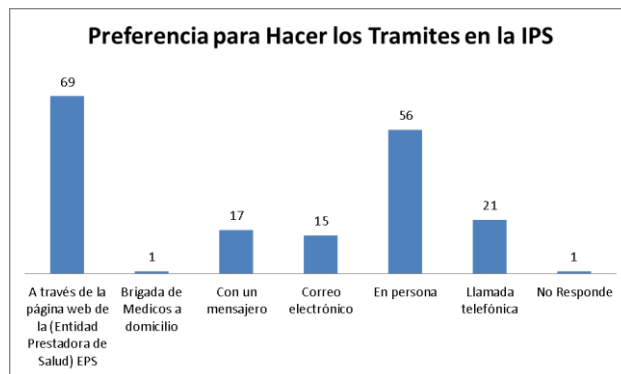


Fuente: Información arrojada por las encuestas, elaboradas a través de las encuestas Google forms.

Como resultado del orden de importancia en cuanto a los factores que espera encontrar frente a los medios o recursos tecnológicos, como principal componente se sitúa el hecho de poder conseguir todo más rápido con un 42%, seguido de un 29% con acceso a los servicios cuando y donde lo desee, y un 14% valora el servicio personalizado.

Esto tiene que ver con los avances tecnológicos que están cambiando el mundo, la sociedad del conocimiento espera y pide más cada vez más del mercado.

Ilustración 12: Preferencias para hacer los trámites de salud.



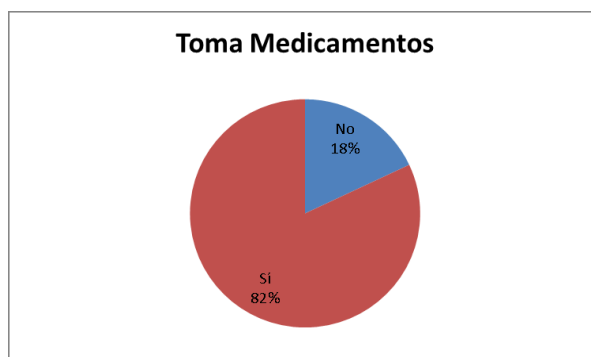
Fuente: Información arrojada por las encuestas, elaboradas a través de las encuestas Google forms.

En particular, 38% de las personas encuestadas prefieren hacer las diligencias de manera virtual, teniendo en cuenta el acelerado crecimiento en el uso de los teléfonos inteligentes y la facilidad para acceder a ellos, para lograr hacer diligencias con apoyo de la internet en cualquier hora del día, asimismo, en temas de salud existen quienes prefieren por tranquilidad, seguridad y confianza hacerlos personalmente, que según arrojó las respuestas de la encuesta, el 31% de las personas prefieren hacerlas de esta manera.

No todas las personas confían en los medios virtuales, y esto se puede deber al mismo ritmo del uso de la tecnología que le da ventaja a quienes quieren hacer malos usos de ella para perjudicar a los demás, de igual manera en esa media se adelantan proyectos para evitar que personas mal intencionadas dañen la tranquilidad de quienes accedan a servicios por estos medios.

Retomando los resultados arrojados por la encuesta, dirigida al trámite de renovación de fórmulas y reclamación de medicamentos, se analizan los siguientes resultados principales.

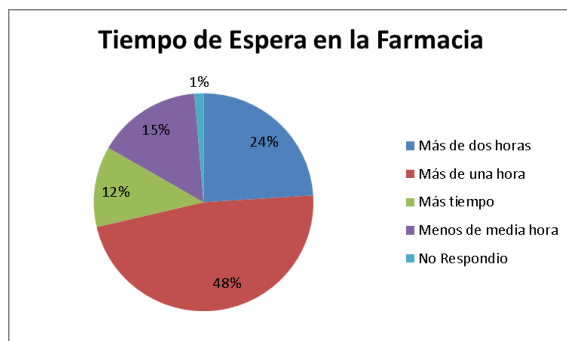
Ilustración 13: Porcentaje de los que toman o no medicamentos.



Fuente: Información arrojada por las encuestas, elaboradas a través de las encuestas Google forms.

Según información suministrada, el 82% de la población encuestada opino tomar ellos, o algún familiar medicamentos para control de alguna enfermedad, de las más destacadas según información suministrada por los encuestados, 78 personas admitieron renovar mensualmente ellos o algún familiar por temas de hipertensión, 19 por la diabetes, 11 por asma y entre 6 y 7 proporcionalmente por dislipidemias, enfermedades psiquiátricas, hipertiroidismo y por obesidad, enfermedades que por regularidad son de mucho tiempo, por no afirmar que de por vida como la hipertensión, el asma y las enfermedades psiquiátricas.

Ilustración 14: Tiempo promedio de espera en la farmacia para reclamar los medicamentos.

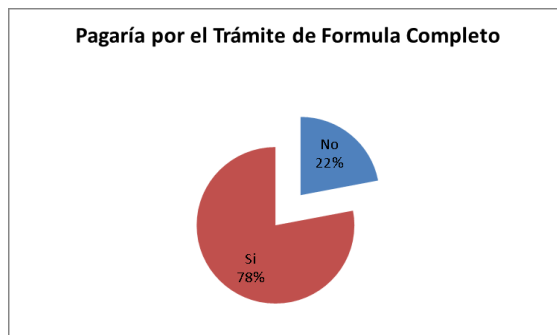


Fuente: Información arrojada por las encuestas, elaboradas a través de las encuestas Google forms.

En particular según el tiempo que invierten las personas encuestadas (150 muestra) en la espera para reclamación de los medicamentos, corresponde un 48% el hecho de pasar más de una hora esperando, así como es importante resaltar que el 24% espera más de 2 horas en dicho trámite y el 12% considero esperar mucho más tiempo.

El tiempo de espera es el elemento esencial en los servicios de salud, dado que de este depende en gran medida el nivel de satisfacción de los usuarios, y con lo que se pone en juicio la calidad en la atención, pues ambas estas sujetas y por ello una impulsa la otra.

Ilustración 15: Respuesta sobre pagaría o no por que le hicieran el tramite completo para obtener los medicamentos.



Fuente: Información arrojada por las encuestas, elaboradas a través de las encuestas Google forms.

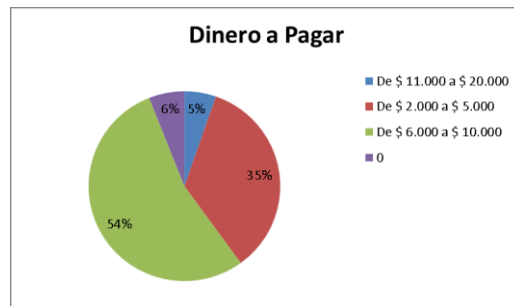
Acerca de si pagaría porque le hiciera el trámite de fórmulas completo, es decir, reclamar la renovación de medicamentos mensuales en la IPS y la posterior reclamación de los ellos en la farmacia de la EPS, cabe resaltar que más del 50% de los encuestados prefiere pagar por este servicio, es decir el 78% eligió esta opción para hacer la diligencia.

Según el análisis cualitativo, sobre la justificación de porque pagaría por el trámite o no, sobresale la variable tiempo, manifiestan no tenerlo, poderlo sacar, o limitado por temas laborales, invertirlo en otras cosas y sobre todo el valor de este, pagarían por rapidez en el servicio, evitar filas, tramitología, falta de efectividad en la EPS, lentitud en el servicio, ahorro de tiempo, comodidad, por incapacidad física para hacerlo personalmente, entre otros.

De los que respondieron no pagar por este servicio, específicamente es porque consideran poder hacerlos personalmente, por ser confidencial, porque no les parece justo tener que pagar siendo este una obligación del sistema y por ende un derecho brindar un mejor servicio, así como

por no contar con los recursos económicos para pagar un servicio adicional o porque lo consideran estafa.

Ilustración 16: Cuanto dinero pagaría por que le hicieran el trámite de completo de la renovación de los medicamentos.

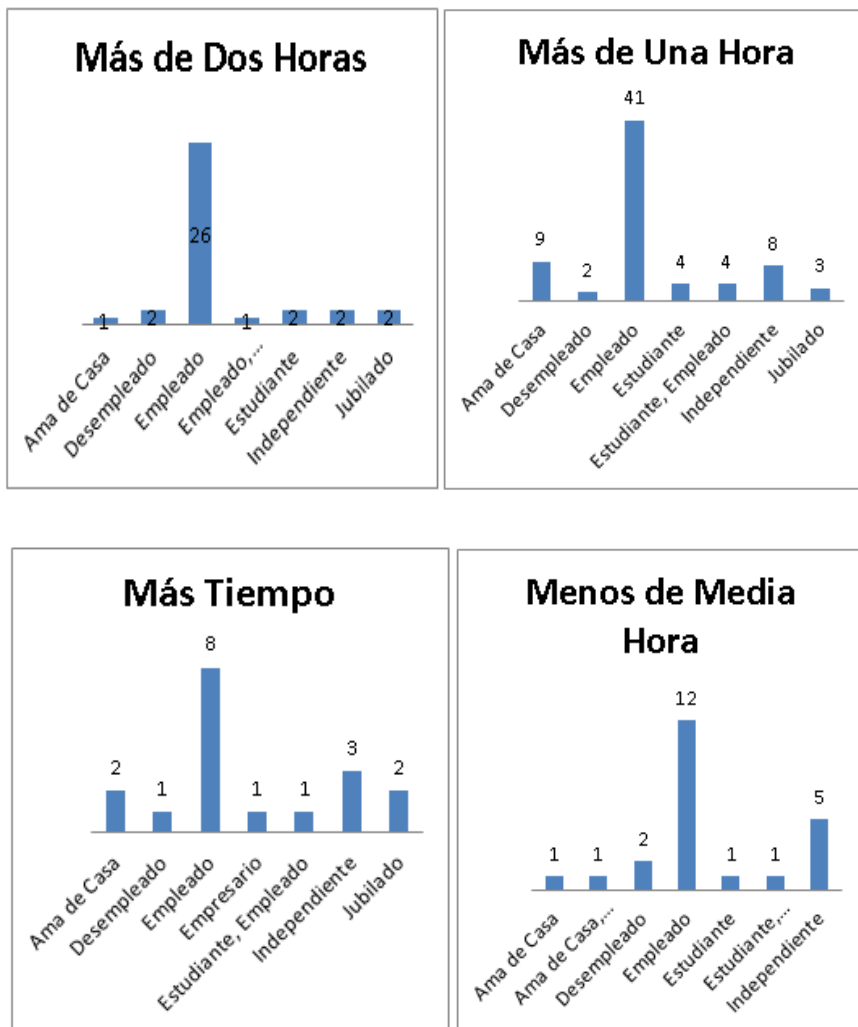


Fuente: Información arrojada por las encuestas, elaboradas a través de las encuestas Google forms.

Como factor importante en el análisis de la oportunidad del negocio, se logra destacar que el 54% de las personas que pagaría por la renovación de medicamentos mensuales en la IPS y la posterior reclamación de los ellos en la farmacia de la EPS, pagaría entre \$6.000 a \$10.000, así como un 35% entre \$2.000 y \$5.000.

A continuación el análisis del cruce de los datos arrojados.

Ilustración 17: Promedio del tiempo de espera en la farmacia, según ocupación.

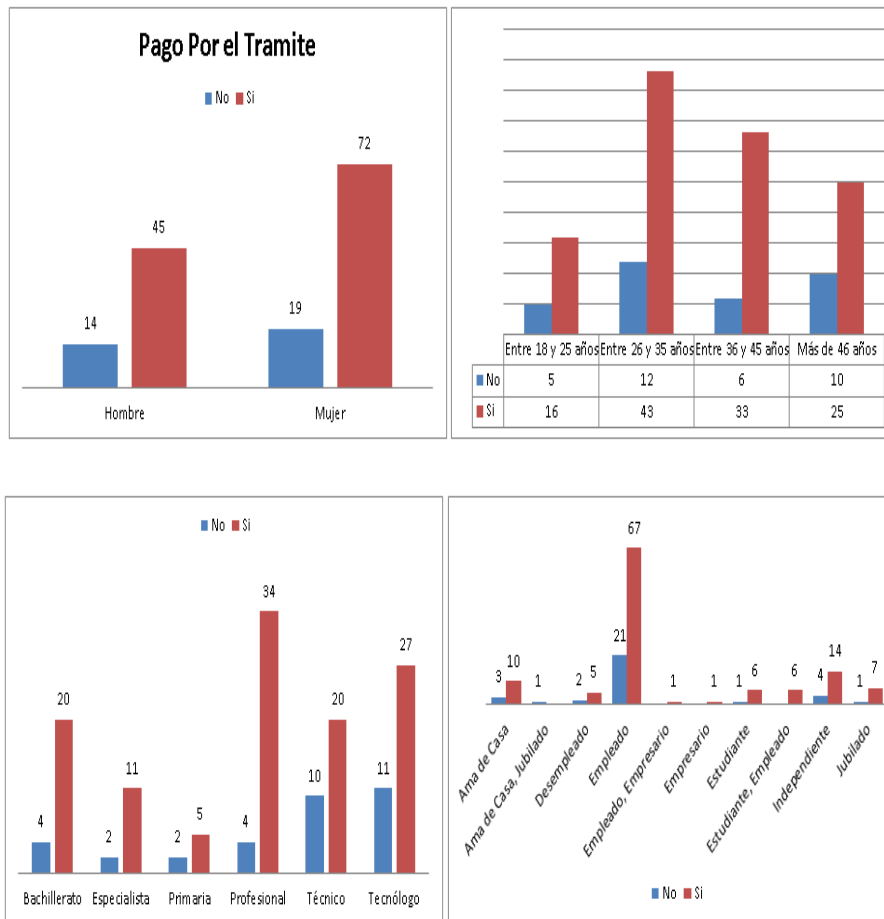


Fuente: Información arrojada por las encuestas, elaboradas a través de las encuestas Google forms.

Como resultado del cruce de datos del tiempo de espera en la farmacia y la ocupación, se destacan los empleados como referencia importante en un análisis que indica, que son los empleados quienes se pueden considerar tener menos tiempo para hacer diligencias personales, en especial las del ámbito de salud, considerando igual que son estos quienes respondieron más el cuestionario y quienes indicaron invertir más de una hora para obtener los medicamentos,

estosin tener en cuenta el tiempo en la IPS para renovar la fórmulamedica, antes de dirigirse a la farmacia.

Ilustración 18: Cuanto pagaría por que le hicieran el trámite de renovación de fórmulas mensuales, según sexo, edad, nivel académico y ocupación.

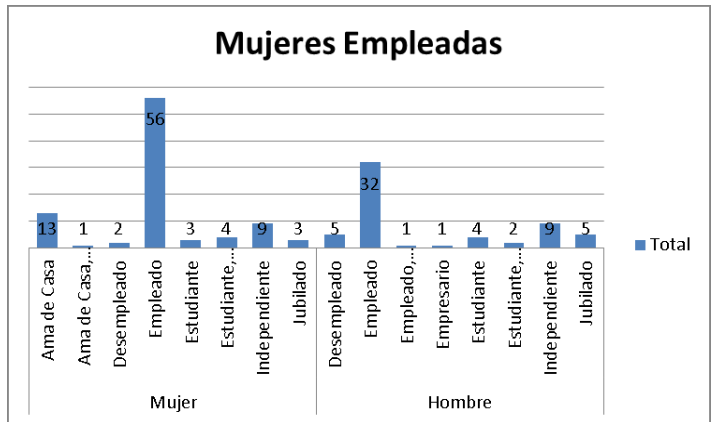


Fuente: Información arrojada por las encuestas, elaboradas a través de las encuestas Google forms.

Para la descripción del cruce de datos sobre el pago del trámite con relación a la variable edad, sexo, nivel académico y ocupación, se evidencia la siguiente información importante: ya se había evidenciado que fueron las mujeres quienes más respondieron a la encuesta, ahora

podemos notar que de igual manera sobresalen como las que más pagarían por el trámite de fórmulas con un total de 72 mujeres, la edad que sobresale es de los 26 a los 35 años con un total de 43 respuestas positivas, seguida de 33 personas entre las edades 36 y 45 años, de acuerdo al nivel académico, 34 profesionales, 27 tecnólogos y 20 técnicos opinaron pagar por este servicio, así como 67 empleados.

Ilustración 19: Ocupación según el sexo.

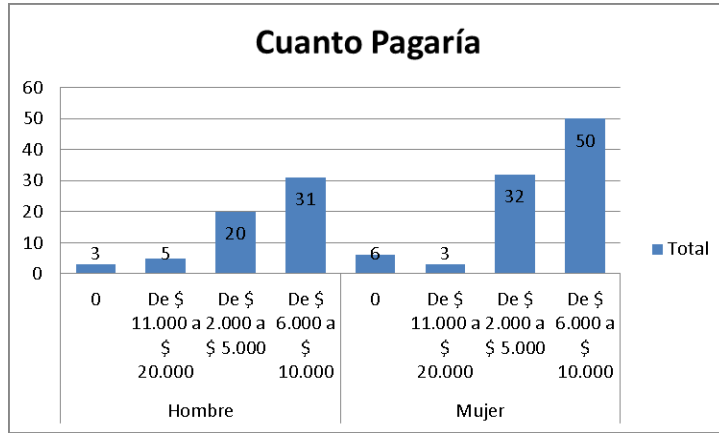


Fuente: Información arrojada por las encuestas, elaboradas a través de las encuestas Google forms.

De acuerdo a los anteriores resultados, donde las mujeres sobresalen por ser la mayoría quien respondió a la encuesta, cabe resaltar que 56 de ellas son empleadas y seguramente no cuentan con el tiempo suficiente para realizar las diligencias de salud, en especial las renovaciones de medicamentos, que como podemos ver van de 1 a más de 2 horas de espera.

Las mujeres que laboran, igual deben dedicar tiempo al hogar, un estudio revelo, que aunque las mujeres ganaron terreno en el mercado laboral, siguen con un papel clave en la vida doméstica, ahora súmele a esto que deba hacer las diligencias de salud por cada miembro de su familia y la propia, sin contar las demás que sean necesarias también.

Ilustración 20: Cuanto pagaría por el trámite según el sexo.

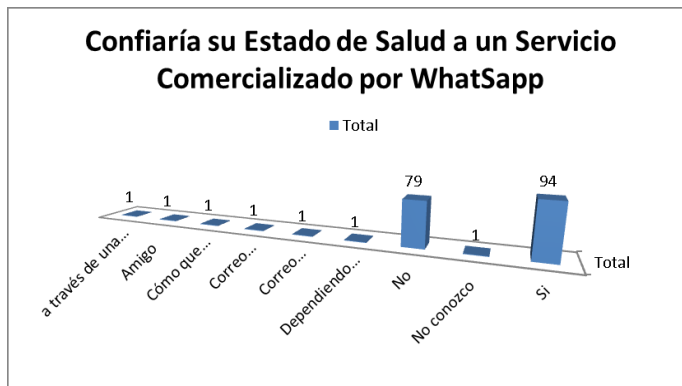


Fuente: Información arrojada por las encuestas, elaboradas a través de las encuestas Google forms.

En suma, según el sexo, pagarían más las mujeres por el trámite, entre \$6.000 y \$10.000, de igual manera 31 hombres, pagarían la misma proporción porque les hicieran el trámite de renovación de fórmulas.

Dada la información anterior, es claro evidenciar la diferencia en los dos sexos, debido a que, son las mujeres quienes en su mayoría realizan esta serie de trámites y por ende las interesas en conseguir salidas que les ayuden a quitar algo de las obligaciones es su labor diaria.

Ilustración 21: Confiaría su estado de salud a un servicio comercializado por WhatsApp.



Fuente: Información arrojada por las encuestas, elaboradas a través de las encuestas Google forms.

Para concluir es oportuno evidenciar que más de la mitad de la muestra que fueron 180 personas, reportaron confiar su estado de salud a un servicio comercializado por WhatsApp.

Al inicio del análisis de la encuesta, se evidencia la poca confianza que manifestaron tener en los medios digitales para hacer diligencias en salud, ahora bien, esto es, que este medio de comunicación es el más utilizado y pretendan o no, hace parte de la vida cotidiana y les da confianza, siendo algo indispensable para pasar el día, por tanto, se fía de la herramienta porque no es un elemento nuevo intentando entrar en la vida de las personas.

MERCADO

Evolución del Mercado

Sector salud en Colombia

Las referencias de lo que ha sido la salud a lo largo de la última generación, da cuenta de la importancia cobrada al ser un asunto de preocupación mundial.

La organización mundial de la salud (OMS) afirma que “el goce del grado máximo de salud que se pueda lograr es uno de los derechos fundamentales de todo ser humano”. Sin embargo, los principios como la disponibilidad, accesibilidad, aceptabilidad, no discriminación, calidad, rendición de cuentas y universalidad que están consagrados como objetivos basados en los derechos humanos para gozar del derecho a la salud, se ven vulnerados, afectando en gran medida la calidad de vida de las personas. Por su parte; en Colombia la salud se conoce históricamente por tres momentos que generaron los cambios más importantes en la prestación del servicio.

Antecedentes del sistema general de seguridad social en salud de Colombia

El primer modelo se ha denominado “el modelo higienista” con base en la conceptualización de salud-enfermedad que manejaba el estado colombiano en esta época, la cual se refiere fundamentalmente a la enfermedad como una consecuencia de la exposición a unas condiciones ambientales inadecuadas que pueden ser corregidas por medidas higiénicas. El inicio de este periodo “higienista” puede demarcarse con la promulgación de la Constitución de 1886, en la cual es manifiesta la intención del estado de asumir el problema de la salud. El final del periodo está definido por la creación del Ministerio de Higiene en el año 1946. (Frenk, 2001)

Este primer momento del desarrollo del sistema de salud a través de la historia, es considerado elitista, debido a que es predominante en la clase social alta de la época, pues tienen las condiciones para mantener el equilibrio y el bienestar que permitiera el control individual de su régimen de vida, se adjudica este como la intención del estado en asumir la salud, definiendo de esta manera la creación del Ministerio de Higiene, la cobertura no logra ser universal para este

primer momento, pues quienes carecían de los medios para acceder a este sistema recurrieron a los beneficios de las alcaldías o instituciones religiosas que brindaban servicios de salud, es decir, no alcanzó a ser un beneficio público esencial para toda la población del país, sin importar su estratificación social dentro del mismo.

Asimismo, el segundo momento histórico de la salud que continuó desde 1970 hasta 1989 se caracteriza por la creación del sistema nacional de salud, bajo un esquema de “subsidios a la oferta” en el que los recursos del gobierno central eran transferidos a la red de instituciones públicas hospitalarias, de ahí que, este período tampoco garantizó que la población de bajos recursos accediera a los servicios de salud necesarios para una mejor calidad de vida.

Por último y no menos importante, el tercer período que inició desde 1990, con la expedición de la ley 10 en acuerdo con el artículo 36 de la constitución política del 86, y se prorrogó hasta 1993 con la expedición de la ley 100 de 1993, bajo los principios de la constitución política de 1991.

En este período la salud es exaltada como un servicio público, creando el sistema de seguridad social integral, este como el conjunto de instituciones, normas y procedimientos que disponen las personas para lograr una mejor calidad de vida y donde no concierne la capacidad de cotizar o no al sistema.

En este tiempo el sistema de salud pública en Colombia experimentó cambios, la primera en la constitución política de Colombia, en la que el país se declara como un estado social de derecho, consagrando la vida como un derecho fundamental e inviolable en el Art. 11, garantizando con esto la obligatoriedad jurídica para la provisión de servicios de salud por parte del estado, así mismo en el Art. 48 subraya la seguridad social como servicio público de carácter obligatorio igualéme a cargo del estado.

Sistema de seguridad social

El sistema de seguridad social integral vigente en Colombia fue establecido por la ley 100 de 1993, con la intención fundamental de garantizar una calidad de vida acorde a la dignidad humana, como obligación del estado, sociedad, recursos e instituciones que garanticen la cobertura de las prestaciones de carácter económico, de salud y servicios complementarios, descritos en la ley 100 del 1993 La Seguridad Social es un servicio público obligatorio, cuya dirección, coordinación y control está a cargo del Estado y es prestado por entidades públicas y privadas. Evita desequilibrios económicos y sociales que, de no resolverse, significarían la reducción o la pérdida de los ingresos a causa de contingencias como la enfermedad, los accidentes, la maternidad o el desempleo, entre otras. De acuerdo con la Ley 100 de 1993, el Sistema de Seguridad Social Integral en Colombia se compone de los sistemas de pensiones, de

salud y de riesgos laborales y de los servicios sociales complementarios. (DNP, Departamento Nacional de Planeación, 2015)

Caracterización de los servicios de salud en Colombia

El Sistema General de Seguridad Social en Salud (SGSSS) en Colombia, se entiende como la creación de condiciones de acceso para toda la población residente en el país. El propósito de la política nacional es garantizar el acceso, optimizar el uso de los recursos y mejorar la calidad de los servicios que prestan a la población.

El SGSSS está integrado por: El Estado, a través del Ministerio de Salud y Protección Social, quien actúa como organismo de coordinación, dirección y control; las Entidades Promotoras de Salud (EPS), responsables de la afiliación y el recaudo de las cotizaciones y de garantizar la prestación del Plan Obligatorio de Salud a los afiliados; y las instituciones prestadoras de salud (IPS), que son los hospitales, clínicas y laboratorios, entre otros, encargadas de prestar la atención a los usuarios. También hacen parte del SGSSS las Entidades Territoriales y la Superintendencia Nacional de Salud. (Ministerio de Salud y Protección Social, 2014)

Para acceder al SGSSS el estado colombiano ha definido dos regímenes de afiliación a la seguridad social, el Régimen Contributivo y Régimen Subsidiado.

Régimen contributivo

De este régimen hacen parte los empleados ya sean dependientes de una empresa o independientes con ingresos mensuales superiores a un salario mínimo y/o pensionado, deben estar afiliados a este régimen, la responsabilidad del empleado es del empleador, del empleado independiente por el mismo y del pensionado del fondo de pensiones, es decir quienes hacen parte de este régimen se diferencian por la capacidad de pago para acceder a los servicios de salud.

Este sistema fue creado por medio de la ley 100 de 1993 del congreso de Colombia, como un vínculo de normas que rigen la relación de las personas y familias al sistema general de seguridad social en salud, hecha a través del pago periódico de una cotización individual y familiar.

Régimen Subsidiado

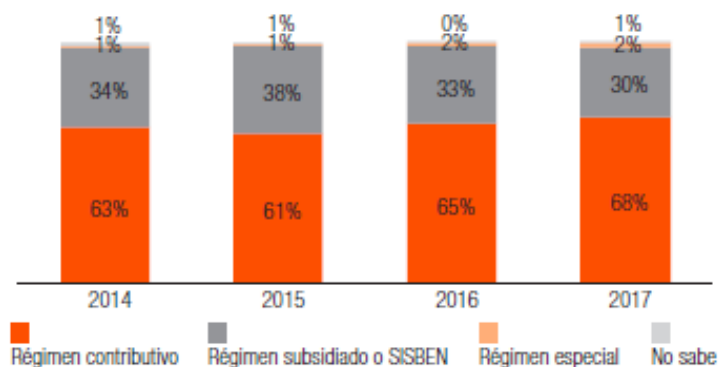
En el régimen subsidiado encuentra la población sin capacidad de cotizar al sistema, por lo que el estado garantiza los medios para la afiliación mediante subsidios.

El Estado colombiano ha definido al Régimen Subsidiado en Salud como su vía de acceso efectiva al ejercicio del derecho fundamental de la Salud. Es responsabilidad de los entes

territoriales la operación adecuada de sus procesos, en virtud de su competencia descentralizada frente al bienestar de la población de su jurisdicción. De esa forma, los Municipios, Distritos y Departamentos tienen funciones específicas frente a la identificación y afiliación de la población objeto, así como sobre la inversión, contratación y seguimiento de la ejecución de los recursos que financian el Régimen (recursos de Esfuerzo Propio, de la Nación (SGP) y del FOSYGA). Así mismo, es deber de los entes territoriales el seguimiento y vigilancia al acceso efectivo a los servicios contratados por las EPS-S, por parte de la población beneficiaria, es decir, sobre la ejecución misma de los contratos suscritos con las EPS-S.(Ministerio de Salud y Protección Social)

A continuación grafica del aseguramiento reportado por tipo de régimen del año 2014 al 2017 en la ciudad de Medellín.

Ilustración 22: Aseguramiento por tipo de régimen en la ciudad de Medellín.



Fuente: Informe encuesta de percepción ciudadana Medellín 2017

Usuarios de servicios de salud en Colombia

De acuerdo a la encuesta de evaluación de los servicios de las entidades prestadoras de salud en el año 2017 en Colombia, realizada por la empresa de consultoría e investigación Proyectamos Colombia SAS. La experiencia del usuario en los servicios prestados por la EPS se ve influenciada por percepciones subjetivas, es decir basados desde su punto de vista, por tanto influidos por los intereses y deseos particulares, agentes externos al sistema de salud y factores demográficos como el género, la edad, la cultura o socioeconómicos como el nivel de educación, la ocupación o estrato, la importancia no solo se limita a las características antes mencionada, sino también según arrojó la encuesta, a la frecuencia de uso de los servicios, asimismo a las necesidades diferenciales de los usuarios del sistema, según el análisis de la información afectan las expectativas frente a los servicios recibidos por el régimen de salud en el que se encuentran afiliados.

De acuerdo con esto cabe anotar que los servicios de salud están pensados con el fin de mejorar la calidad de vida de las personas y no está pensando de diferentes maneras para satisfacer las necesidades puntuales de cada uno, en efecto.

La calidad de la atención no solo depende de las condiciones intrínsecas del sistema de salud, sino también de las expectativas, hábitos y costumbres de los usuarios de los servicios.

Acceso a los servicios de salud

Según la Royal Society of Medicine considera que el acceso a los servicios de salud es un concepto complejo que se mide a través de “cuantificar las personas que necesitan atención médica, las que ingresan al sistema y las que no ingresan”, así como la Disponibilidad de los servicios: médicos, camas de hospital, equipamiento, entre otros. En cuanto al acceso a los servicios de salud en Colombia, de igual modo la encuesta determino que se refiere a el acceso a la atención individual en salud frente a los médicos y prestadores, a la capacidad de la oferta de servicios para permitir el uso directo de los servicios, tan pronto como las personas requieran contar con la atención, de acuerdo a su condición clínica.

Según el Ministerio de Salud y protección social de Colombia, identifican las dificultades de acceso cuando la capacidad demandada es menor a la ofertada, o cuando no hay una disponibilidad apropiada como horarios de atención, instalaciones físicas, localización geográfica, medios de comunicación, transporte, capacidad funcional, o los relacionados con el comportamiento y cultura de las personas.

Así mismo la encuesta se refirió a la oportunidad de los servicios de salud como a la espera más del tiempo razonable sobre las operaciones de atención en salud según las necesidades, de igual modo la oportunidad técnica se refiere al acceso a la utilización de los servicios, dentro de un rango de tiempo del cual la atención prestada podría resultar eficaz, en ese estudio se consideró tanto medidas de tiempo de espera para el acceso a los distintos servicios de salud como la percepción de oportunidad de los usuarios dentro de ese tiempo de espera.

A propósito de esto, las personas no cuentan con suficiente tiempo para esperar superar las barreras que tiene el sistema para conseguir el acceso a los servicios que requiera de salud, se suma a esto que generalmente quien hace este tipo de diligencias son mujeres; que entre otros datos Colombia ocupa el puesto 36 según el ranking total del índice global de mujeres empleadas entre 144 países, lo que no quiere decir que el papel de la vida doméstica como el cuidado de los hijos y tareas del hogar cambio, es decir que no cuentan con suficiente tiempo para lograr obtener un servicio que posee diferentes dificultades para acceder a él.

Percepción de los servicios de salud en la ciudad de Medellín

La salud nunca dejara de ser un tema que inquiete y preocupe a la mayoría de las personas que piensan en mejorar las condiciones de vida y por ende la calidad de esta, en el año 2017 en el informe presentado por Medellín Comovamos sobre la percepción ciudadana en cuanto a temas de salud; arrojo que en el año 2017 el 61% de los habitantes de Medellín manifestaron que ellos o alguien del hogar necesito de los servicios de salud, en consecuencia la mayor diferencia en cuanto a satisfacción con el servicio recibido se encontró en el rango de edades entre 36 a 45 años que declararon satisfacción en un 65% mientras los jóvenes entre 18 y 36 años, presumo por la facilidad que actualmente ofrecen los avances tecnológicos, manifestaron niveles de satisfacción en un 48%.

Por lo que se refiere a avances tecnológicos, la siguiente información arroja por el ministerio de tecnologías de la información y las comunicaciones de Colombia, entidad encargada del sector TIC en el país, presento ante el congreso TIC ANDICOM 2017 (principal y más grande evento TIC en Colombia) la primera gran encuesta TIC 2017 sobre estudios de acceso, uso y retos de las tecnologías de la información y las comunicaciones en la nación.

De acuerdo a la información, los siguientes datos presentados, son relevantes en cuanto al crecimiento exponencial que ha logrado el uso de la tecnología en las personas y la facilidad que tiene para hacer de este una mayor calidad de vida.

Tabla 3: Crecimiento del uso de la tecnología.

Crecimiento del uso de la tecnología		
Porcentaje de participación	Tipo de uso	Alcance
64% de los hogares colombianos	Tiene acceso a por lo menos un Smartphone	Significativos avances en infraestructura y accesibilidad a la web
72% de los hogares colombianos	Tiene acceso a internet	Por encima del computador portátil y teléfono fijo
89% de los equipos electrónicos	Reportan conexión a internet	Acceso a internet
97% usa internet	Para comunicarse e interactuar con los demás	Aumento acelerado que se le dio a este medio para interactuar con las personas
El 44% de la población	Utilizan internet para capacitarse	Acceso a internet
El 26% de la población	Utiliza internet para realizar transacciones	Acceso a internet

El 75% de las personas	Considero que las TIC les facilita la vida	Acceso a internet
El 79% de jóvenes entre los 16 y 24 años	Uso de internet	considero el internet importante en la vida
El 55% de los adultos mayores de 55 años	Uso de internet	Lo consideraron igual de importante
El 39% de la población	Uso de internet	Están dispuestos a sacrificar actividades de su cotidianidad por volver a tener internet (16% el alcohol y 15% la rumba)
El 85% de los colombianos	Se relacionan con entidades públicas a través de canales digitales	Acceso a internet
El 76% de los colombianos	Se relacionan con entidades públicas a través de canales digitales	76% específicamente por ahorro de tiempo y dinero

Fuente: Elaboración propia con información de encuesta TIC 2017 sobre estudios de acceso, uso y retos de las tecnologías de la información y las comunicaciones en la nación

Análisis del sector de Comercio Electrónico en Colombia

Dentro del análisis de los factores que ayudaría la empresa, se encuentra en primera instancia el análisis del sector de comercio electrónico, en el cual se ubica la misma.

De acuerdo con el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), el crecimiento económico en el año 2015 fue de 3,1% y en año 2016 fue de 2%. Sin embargo, el crecimiento del comercio electrónico en los años 2015-2016 fue del 64%, según el Reporte de Industria E-Commerce en Colombia 2017, publicado por BlackSip.

La información acerca de este sector es amplia, pues la expansión en cobertura de internet móvil y el mayor uso de Smartphone son algunos de los factores que impulsan este sector, el análisis integral y perspectiva regulatoria del comercio electrónico en Colombia, realizado en abril del año 2017 planteo el comercio electrónico, también conocido como e-commerce (electroniccommerce en inglés) que consiste en la compra y venta de productos o de servicios, a través de medios electrónicos, principalmente internet y otras redes de datos.

En efecto, el informe sobre el comercio electrónico en Colombia de abril del año de 2017 refiere que el e-commerce, facilita el comercio al reducir los costos de transacción, provee

información a los usuarios e incrementa el acceso a una mayor cantidad de bienes y servicios, logrando eficiencia y aumento del bienestar para el conjunto de la economía, considerando de esta forma desde mediados de los años 90 el comercio electrónico como un “motor potencial de crecimiento económico”. Adicionalmente, describe que ninguna estrategia creada para promover el desarrollo de la economía digital se logra sin la profundización del e-commerce.

Cada vez más las personas buscan las mejores opciones para mejorar su calidad de vida, valiéndose del internet, por medio de dispositivos como computadores, portátiles, tabletas o Smartphone para conseguir la agilidad y disponibilidad de información al día, así el informe estima que el 50% del comercio mundial de servicios se realiza de manera digital.

De acuerdo con los resultados de los estudios de la CCCE, las ventas de comercio electrónico en Colombia ascendieron a US\$8.283 millones en 2013, US\$9.961 millones en 2014, y US\$16.329 millones en 2015, con un incremento de 64% frente al 2014. Lo anterior representa el 2.19% del Producto Interno Bruto - PIB para 2013, 2.62% del PIB para 2014 y 4.08% para 2015. Para el año 2015, 56% de las transacciones se originaron en tarjetas de crédito y 44% en tarjetas débito. Comportamiento del Comercio Electrónico en Colombia – 2011 – 2015. Cifras en millones de Dólares. Fuente: Los años 2011 y 2012 se basan en: Superintendencia de Industria y Comercio. Los años 2013, 2014 y 2015 se basan en el Primer, Segundo y Tercer Estudio de comercio electrónico en Colombia.

Transformaciones en materia de salud

Los bienes y servicios que ofrecen los diferentes sectores de la economía, como el sector primario (extracción de materias primas), secundario (manufactura) y terciario (servicios), se ven obligados a renovarse en un entorno competitivo e invertir en nuevas tecnologías para obtener ventajas como: incremento en la productividad, reducción de costes, gestión de la información, expansión, innovación, reconocimiento de la marca, entre otras ventajas que solo se encuentran si digitalizan los bienes y servicios, igualmente lo debe hacer el sector salud, este según el informe de Megatendencias del año 2015 representa el 10% del PIB global y está pasando por una transformaciones únicas, de acuerdo a los altos costos que acarrea el sector, impulsándolos a buscar medios mejor sustentables, según este informe “El auge de los grandes volúmenes de datos y las tecnologías móviles relacionadas con la salud permite la creación y el análisis de información en tiempo real”.

Por lo tanto, en el sector salud se ven también obligados en innovasen los servicios mediante el dominio de la tecnología, con el objetivo de modernizar y optimizar los servicios, de ahí que las instituciones que forman parte del cuidado de la salud están enfrentando de igual modo escenarios competitivos donde el mejor postor es quien mejor entregue calidad y servicio

oportuno, facilitando de igual forma la administración de los servicios y garantía del derecho a salud.

Es evidente que los servicios de salud deben optar por enfrentar cambios en la manera de entregar los servicios, por términos de calidad, productividad y rendimientos, y a consecuencia de mejorar la calidad de vida de los usuarios, disminuyendo altos costes y logrando parte activa en el proceso a los usuarios como principales actores que buscan mejorar la calidad de vida.

Según información entregada por la presidenta ejecutiva de la cámara de comercio electrónico (CCCE) de Colombia, indico que la venta y compra de bienes y servicios por internet crecerá en un 20% al cierre del año 2018, lo que representa según cifras entregadas, unos 17 billones de pesos, agregando a su vez que el tema ha evolucionado en términos exponenciales desde hace muchos años.

Destaca de igual manera, que el e-commerce presento un crecimiento del 17% en el primer semestre del años 2017 frente al mismo periodo en el año 2016 y la importancia de las redes sociales en el área de la mercadotecnia como un proceso que facilita la transferencia de información entre la industria y el consumidor mediante herramientas electrónicas.

En consecuencia el gerente de la plataforma colombiana de pagos online Placetopay afirmo que las redes sociales “son un canal que potencializa la visibilidad de las marcas y el servicio al cliente; además, de ser una vitrina que genera el impulso de compra”, concluye que en las redes sociales esta la responsabilidad para potenciar las ventas de los e-commerce, esto por la cantidad de tiempo que invierten los usuarios en ellas y donde el éxito de las ventas por este medio dependerá de la experiencia del usuario.(BALLESTEROS ALTUVE, 2018)

Por lo que se refiere al futuro de nuestro mercado y de acuerdo a las cifras presentadas sobre el crecimiento del comercio electrónico en Colombia, es oportuno mencionar la siguiente red social como la principal herramienta de comunicación para llevar a cabo el plan de negocio.

WhatsApp

WhatsApp es un pequeño programa que se instala en el celular y nos permite enviar mensajes de texto, mensajes multimedia como videos, imágenes, audio, incluso notas de voz. No es muy complicado instalar en el dispositivo móvil y está disponible para iOS, Android, BlackBerry, Nokia y Windows Phone. Podrás contactar con cualquier otro usuario que también tenga el sistema de WhatsApp instalado y activado sin importar de qué empresa de telefonía sea, incluso no importa si se encuentra dentro del mismo país porque la conexión es directamente a través de internet ya sea plan de datos o wifi sin requerir ningún gasto adicional.(Proteccion Online, 2015)

WhatsApp, ofrece como alternativa para pequeñas y medianas empresas la aplicación WhatsApp Business (WhatsApp para Negocios), es gratuita y ha sido desarrollada para que dichas empresas que buscan interactuar con clientes de una manera sencilla y con la posibilidad de responder rápidamente los mensajes, la puedan utilizar, en efecto, esta aplicación permite crear el perfil como empresa con información relevante para conocimiento de los posibles clientes, etiquetas para organizar los contactos y encontrarlos más fácil y rápido, respuestas automáticas a preguntas frecuentes, estadísticas de mensajes de cantidad de mensajes entregados, enviados y leídos, así como respuestas automáticas de mensajes de ausencias para responder a los clientes cuando no se pueda hacer o mensajes de bienvenida con información de la empresa.

Se presenta esta como la aplicación indicada a utilizar como medio de comunicación, para atraer los clientes y ofrecerles una atención personalizada de acuerdo a la necesidad puntual de cada uno (WhatsApp, 2018)

Tamaño del Mercado

Este criterio es uno de los más relevantes, en cuanto a entender cuál será la demanda del servicio en el mercado, con la estimación de quienes podrían adquirirlo, para la construcción se identifican algunos de los afiliados a EPS SURA de Medellín y las IPSs de Comfama en el área metropolitana, para estimar cifras de acuerdo a la población afiliada, por cada uno de los siguientes, y de esta manera asemejar el mercado potencial:

Tabla 4: Tamaño del mercado.

Centro de Salud en Medellín y área metropolitana	Número de Afiliados a la EPS SURA a abril del año 2018	Renovación estimada de medicamentos mensuales
Medellín ciudad núcleo	1.778.979	Al día $5.200 * 25 = 130.000$
Girardota	23.874	Al día $130 * 25 = 3.250$
Copacabana	31.261	Al día $160 * 25 = 4.000$
Bello	130.612	Al día $400 * 25 = 10.000$
Envigado	83.812	Al día $250 * 25 = 6.250$
Itagüí	66.979	Al día $200 * 25 = 5.000$
Sabaneta	41.641	Al día $170 * 25 = 4.250$
Caldas	50.886	Al día $190 * 25 = 4.750$

Fuente: Elaboración propia, con información de EPS SURA y supuestos.

El mercado potencial de la zona podría ser de:

$$130.000 + 3.250 + 4.000 + 10.000 + 6.250 + 5.000 + 4.250 + 4.750 = 50.500$$

$$50.500 \times 2\% = 1010$$

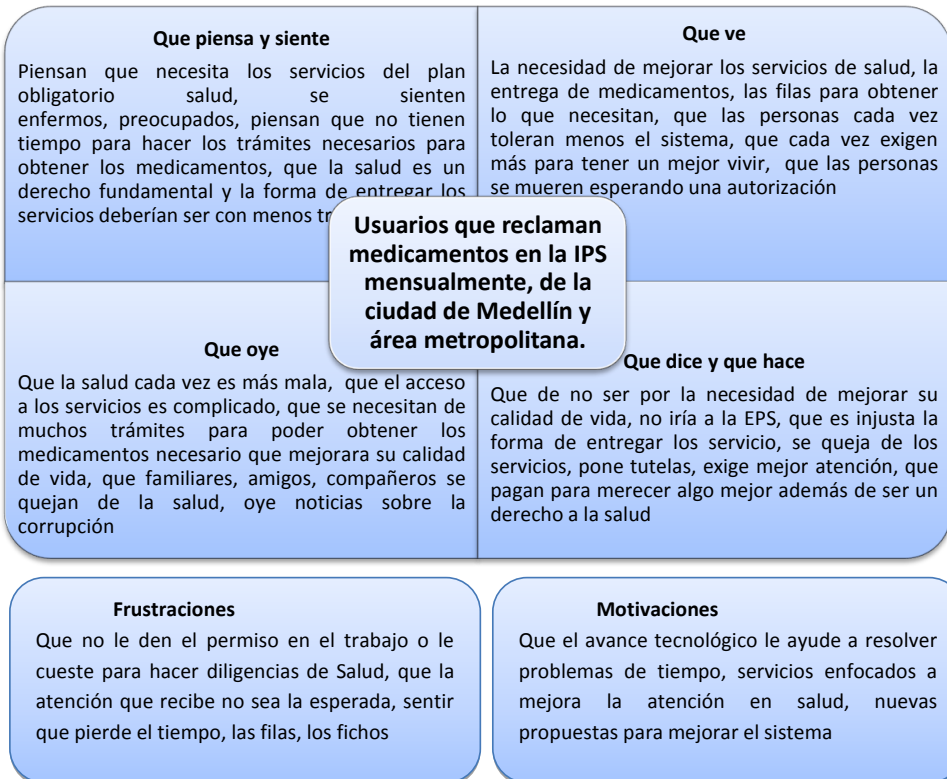
$$505 \times 8.000 = \$ 8.080.000$$

\$ 8.080.000 mensuales, partiendo del supuesto que solo nos apoderaríamos del 2% de la población estimada que renueva medicamentos mensuales.

Descripción del cliente

Partiendo desde el análisis del mapa de empatía, propuesto por Osterwalder con la idea de pensar desde el cliente, se considera la siguiente información en el mapa de empatía.

Tabla 5: Mapa de empatía.



Fuente: Elaboración propia

En consecuencia como nuestros clientes potenciales por lo que se refiere a los resultados de las encuestas, sobresalen las mujeres entre 26 y 45 años de edad, con un nivel académico profesional, tecnológico o técnico, que se ocupan como empleadas o independientes y por ende no cuentan con el tiempo suficiente para hacer el trámite completo mes a mes, necesario para obtener los medicamentos, están ubicadas en la ciudad de Medellín y área metropolitana, afiliadas a la EPS SURA, preferiblemente pertenecientes a las IPSs de Comfama, se caracterizan por procurar mejorar o mantener su calidad de vida de acuerdo a los servicios que le ofrece la EPS, específicamente, como lo es la renovación de fórmulas mensuales, que a falta de tiempo, disponibilidad o por invertirlo en otros aspectos de su vida, buscan lograr hacer de la manera más fácil y rápida, con agilidad en el servicio, además que confían en los entornos virtuales, con el perfil de una persona que maneja las nuevas tecnología de la información y son activas en la red social WhatsApp, que la consideran de gran utilidad o bastante útil, y buscan en una herramienta tecnológica que todo sea mucho más rápido, para poder acceder a los servicios cuando y donde lo desee y les importe el servicio personalizado, por tanto que estén dispuestas a pagar por este servicio. Lo que no significa que el servicio se niegue a los hombres que quieran acceder a este.

Competencia

Principales competidores

Para lograr superar las competencias, es necesario conocer los principales competidores y que están haciendo para resolver la misma necesidad, para determinar los puntos fuertes y débiles desde el punto de vista de los clientes.

Los siguientes son los principales competidores con los que se puede realizar alianzas estratégicas en un futuro, convenios u otras acciones que favorezcan el negocio de ambas partes.

Tabla 6: Principales competidores.

	Portal Web de la EPS SURA	App EPS SURA	Droguería Colsubsidio
Servicios	Renovación de fórmulas y diferentes trámites.	Solicitud de citas y verificación del plan de beneficios.	Asesorías de expertos que guían en el cuidado de la salud, diferentes puntos de atención, portal web, App medicamentos para pedir

			los medicamentos a domicilio, atención preferencial para plan complementario de la EPS.
Fortalezas	Acceso a los servicios en línea para el afiliado, información 24 horas al día.	Acceso a diferentes trámites, de manera rápida y sencilla.	Cuenta con 17 farmacias en la ciudad de Medellín, una de las más importantes en la ciudad, horario flexible, contratada por la EPS SURA.
Debilidades	Caída de la página, fallas de seguridad, fallas en el hardware.	Falta de reconocimiento, no es posible renovar fórmulas, es necesario iniciar sesión cada vez que se ingresa, es una aplicación con parámetros de error.	Calidad en la atención, largos periodos de espera, infraestructura de las farmacias, App medicamentos ocupa espacio del celular al descargarla (6.72MB), solicitas datos personales para el registro (Nombre, correo electrónico, contraseña, teléfono y celular), son obligatorios para poder descargar la Aplicación.
Estrategias	Publicidad de la página en puntos de atención, redes sociales, correo electrónico.	Actualización de la aplicación y nuevas funcionalidades.	Reconocimiento en el mercado, experiencia, confianza del usuario.

Fuente: Elaboración propia

Nuevos Entrantes

Debido al crecimiento del comercio electrónico, en primer lugar por la expansión en cobertura de internet con el mayor uso de los Smartphone, se puede dar un ingreso permanente de nuevos competidores que quizá esperan suplir la misma necesidad o similar, por esto la idea es logra una cartera de clientes estables y satisfechos con el servicio, evitando que la entrada de nuevos competidores afecten los resultados esperados de la empresa y obtengan mejor demanda

Ventajas competitivas

La principal ventaja competitiva radica en la experiencia de la administradora en trámites de salud, la importancia de buscar lograr la mejor atención personalizada, el contacto directo,

rápido y sencillo, que se puede brindar bajo la herramienta WhatsApp Business, todas se complementan para cubrir las necesidades de la prestación del servicio a ofrecer, es posible lograr alianzas estratégicas con contactos directos en el sector del que se hará parte, además de ofrecer las siguientes ventajas puntuales y que competirían para ser un único productor (monopolio)

Matriz FLOR

La Matriz FLOR es el acrónimo de Fortaleza, Logros, Oportunidades y Retos que dan cuenta de lo siguiente:

Las fortalezas reflejan acciones y condiciones de carácter interno de la organización que le permiten el cumplimiento de los objetivos trazados.

Lo logros son las ganancias obtenidas de la organizaciones durante su permanencia en el mercado y que representan en la mayoría de los casos objetivos cumplidos.

Las oportunidades son los acontecimientos en el entorno de la organización que si son aprovechados contribuirán a apoyar el cumplimiento de los objetivos y metas de la organización.

Los retos son los planes, proyectos, metas, aspiraciones, que fórmula la organización.

A continuación la matriz FLOR, como una variante de la DOFA, donde todos los elementos que la componen son positivos

Tabla 7: Matriz FLOR.

Fortalezas	Logros	
<ul style="list-style-type: none"> Experiencia en trámites de salud Ubicación estratégica Solicitud del servicio por la red social más utilizada (WhatsApp) Conocimiento del sector Contacto con aliados estratégicos Conocimiento sobre que espera el cliente frente al servicio Canal propio de distribución Mercado no explotado Mejor trato al cliente Usuarios pagarían por el servicio 	<ul style="list-style-type: none"> Mejoramiento continuo de la imagen de la empresa frente a sus clientes Procesos en línea Grado de satisfacción del servicio Servicio personalizado Sin costo adicional, solo conexión a internet Inmediatez y privacidad 	
Oportunidades	Retos	
<ul style="list-style-type: none"> Uso de tecnologías de la información 	Internos	Externos
	<ul style="list-style-type: none"> Capacidad de la 	<ul style="list-style-type: none"> Fidelización de los

<ul style="list-style-type: none"> • Medio de comunicación más utilizado • Falla del sistema de salud para prestar el servicio en menor tiempo • Importancia de la calidad de vida en las personas • Un mercado que aumenta cada día, de acuerdo a los diagnósticos por enfermedades de la presión y diabetes • Ampliar la participación en el mercado 	<p>fuerza laboral</p> <ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidad y cumplimiento • Calidad en el servicio • Capacitación del mensajero • Formalidad en los procesos • Tránsito de conocimiento • Cumplimiento al cliente • Aumentar satisfacción de los clientes • Servicio post-venta 	<p>clientes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Incremento de nuevos clientes • Reconocimiento en el mercado • Generar confianza con el servicio • Maximizar las expectativas • Posicionamiento en el mercado
--	--	--

Fuente: Información propia, elaborada a través de la Matriz FLOR.

Análisis matriz FLOR

Teniendo en cuenta la información reflejada en la tabla 6, se logró evidenciar lo relevante para diseñar las estrategias necesarias, no solo para aprovechar la oportunidad del plan de negocio en el mercado sino también para concentrar los esfuerzos y de esta manera hacer la diferencia en la entrega del servicio, con las fortalezas y los logros que se pueden dar dentro de la empresa.

Para cumplir los objetivos se tendrán en cuenta la fortaleza principal de tener el conocimiento sobre lo que espera el cliente frente al servicio, así como la importancia de ofrecer el mejor asistencia personalizada, sacando el mayor provecho al medio de comunicación más utilizado entre las personas y enfrentado el reto de asumir con responsabilidad y cumplimiento frente al servicio, para lograr posicionamiento frente al mercado.

Para fórmulas EnLínea se presenta un oportunidad con la integración de la empresa al sector salud, influyendo en un tema que afecta la sociedad y que es sensible a cualquier persona, permitiendo desafiar los retos no solo de fórmulas EnLínea, sino también del sector.

La propuesta de valor es:

Ofrecer un servicio de mensajería, con WhatsApp, para la gestión y trámite de la renovación de fórmula mensual y reclamación de los medicamentos, con la posterior entrega en la dirección que indique el cliente, en el menor tiempo posible.

Colaboradores

Proveedores

Un proveedor es una persona o una empresa que proporciona existencias y abastecimiento a otra empresa para que ésta pueda explotarlos en su actividad económica, de acuerdo a esta definición, el plan de negocio no tiene proveedores importantes, dado que, no transformamos materias primas en productos elaborados, en definitiva solo necesitamos los elementos que se encuentran en una oficina, como el internet, telefonía, wifi, impresora, computador, teléfono y papelería, para prestar el servicio.

Mensajero

Un mensajero es una persona responsable, capaz de realizar las tareas asignadas, y está de acuerdo al negocio, es el colaborador principal para Fórmulas EnLínea, teniendo en cuenta que será quien tendrá el contacto directo con el cliente y quien tendrá como misión no solo cumplir responsable y discretamente con las entregas, sino también de lograr la mejor relación y comunicación con el cliente, de esta manera poder numerar lo que cada cliente espera para mejorar el servicio.

Se diseñó el siguiente formato de entrevista para establecer los factores importantes a tener en cuenta para la contratación del colaborador (Mensajero).

Tabla 8: Formato de entrevista para mensajero.

Nombre		
Edad	Estado Civil	
Cargo Actual		
Lugar de Trabajo		
Tipo de Vinculación		
Salario		

1. **Formación Académica**

2. **Condiciones Laborales Actuales**

Moto	

Personales	

3. **Experiencia Laboral Como Mensajero**

4. **Conciliación para el cargo:** (Identificar si la persona tiene los requerimientos necesarios para el cargo)

Moto Propia:
Tipo de Licencia de Conducción:
Conocimiento en Nomenclatura:
Residente de Medellín o área Metropolitana:

5. **Verificación de Competencias:** (Identificar si la persona cuenta con las competencias para desarrollar las funciones)

Experiencia en trámites administrativos:
Persona responsable y comprometido:
Buena disposición y relaciones personales:
Conocimiento de trámites en entidades públicas:
Capacidad para trabajo bajo presión:

6. **Expectativas frente al cargo:**

Entrevista Realizada por:

Alianzas Estratégicas

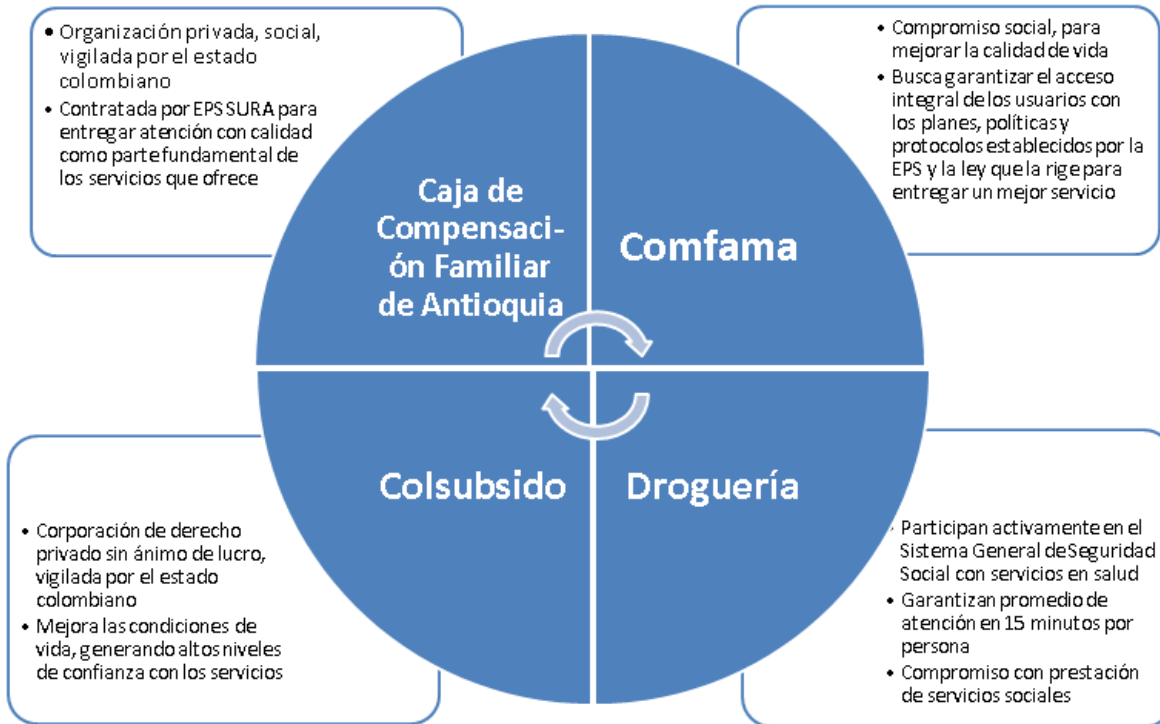
Hoy en día la competencia y la entrada de nuevos competidores al mercado, hacen que las empresas busquen la manera de alinearse en un mismo propósito para beneficio de las partes, para lanzar nuevo producto, o mejorar los existentes, esto con asociaciones que aportan para generar valor al negocio desde lo que no se tiene, y así potenciar ambos negocios.

Una Alianza Estratégica es una asociación entre dos o más empresas que unen recursos y experiencias para desarrollar una actividad específica, crear sinergias de grupo o como una opción estratégica para el crecimiento. Este tipo de asociación puede ser utilizada para conquistar un nuevo mercado (geográfico o sectorial), adquirir nuevas habilidades o ganar tamaño crítico. Por tanto, es una alternativa a otras formas de desarrollo, tales como fusiones y adquisiciones y el desarrollo orgánico. Las Alianzas Estratégicas se establecen normalmente entre empresas

competidoras o que producen productos o servicios complementarios. (Knoow.net enciclopedia temática, 2018)

Las siguientes alianzas clave se piensan desarrollar en el futuro

Tabla 9: Características de las alianzas estratégicas.



Fuente: Elaboración propia con información de <https://www.colsubsidio.com/afiliados/quienes-somos> y https://www.comfama.com/webinicio/Nuestra_Organizacion.asp#

Comfama es una organización privada, social, vigilada por el estado colombiano, que vela, atiende y se preocupa por el bienestar de los empleados y sus familia en el departamento de

Antioquia, hace más de 60 años, por medio de diferentes programas y servicios, para apuntar a mejorar la calidad de vida.

La organización con la prestación de salud entrega bienes y servicios en pro del bienestar social de la familia y sociedad en general, mediante la administración de recursos físicos, técnicos y financieros, que buscan aportar a una mejor atención con el compromiso de los colaboradores.

El servicio de Comfama, mancomunado con EPS SURA promete atención con calidad como parte fundamental del servicio que ofrece, la caja de compensación Comfama, cuenta con instalaciones, recursos y colaboradores para la atención a los afiliados a la EPS SURA, con esto busca garantizar el acceso integral de los usuarios con los planes, políticas y protocolos establecidos por la EPS y la ley que la rige para entregar un mejor servicio.

La caja de compensación cuenta con 14 puntos de atención en el ámbito de salud, los diferentes CIS (centros integrales de salud) están ubicados en: Girardota, Copacabana, Bello, Medellín, Aranjuez, Manrique, Envigado, Sabaneta, Caldas, la Ceja y Rionegro, donde proporcionan consulta médica general, médico especialista, odontología básica, odontología especializada, psicología, peso saludable, evaluación nutricional para niños y madres gestantes, vacunación, programas de prevención, promoción y rehabilitación y laboratorio clínico, empleando con esto a 16 supervisores como encargados clave de apoyo a los diferentes puntos de atención antes mencionados, para garantizar el logro de los objetivos de cada CIS, dirigen como la calidad del trabajo, el rendimiento, tiempos de atención, asignan tareas específicas a cada colaborador, así como dirigen, motivan y encaminan las conductas de cada uno, evalúan el trabajo realizado y toman acciones correctivas de ser necesario, para satisfacer las necesidades de los usuario, analizan información y tomar decisiones, entre otras funciones que le acarrearán el perfil para cumplir con los objetivos organizacionales que garantizan el orden y funcionamiento apropiado de cada CIS de cara a los afiliados a EPS SURA.

Para efectos de mejoramiento de procesos internos y toma de decisiones, se hace necesario la creación de estrategias que garanticen una mejor oportunidad y prestación del servicio a los afiliados, diferentes a las que ya se vienen trabajando, en la actualidad las organizaciones necesitan mejorar cada vez más los procesos, para brindar mejor atención, es por esto que la falta de cambio o nuevas estrategias sobre el trabajo diario complica cualquier tipo de decisión que se deba tomar a tiempo, frenando el dinamismo y las acciones a cumplir los objetivos.

El hecho de disminuir el flujo de usuarios en los centro de salud, va garantizar una mejor atención, a la población mayor de 60años, mujeres en estado de embarazo, niños y personas en situación de discapacidad, dejar de tener presencia de usuarios, por lo menos 400 personas diarias en los CIS, tomando como referencia el CIS de Bello que es el más grade de la caja de

compensación en la actualidad, garantizaría mejorar la atención en gran medida, reduciendo tiempos de espera y optimizando otros trámites.

A continuación se describe la alianza a establecer con Comfama y las ventajas que promete dicha asociación

Tabla 10: Alianza con la Caja de Compensación Familiar de Antioquia – Comfama.

Alianza	Ventajas	
	Fórmulas EnLínea	Comfama
Oportunidad de hacer publicidad por parte de Fórmulas EnLínea, sobre el servicio que ofrece, dentro de las instalaciones de los centros de salud, con tarjetas de presentación, con la aclaración de ser un servicio particular, que nada tiene que ver con los servicios de la EPS o en su defecto IPS	<ul style="list-style-type: none"> • Ganaría clientes por la confianza de recibir la publicidad dentro de las instalaciones de Comfama • Aumento acelerado de los clientes • Reconocimiento • Confianza de los clientes potenciales en el servicio 	<ul style="list-style-type: none"> • Menor flujo de usuarios para tramite de fórmulas • Reducción en los tiempo de espera • Cumplimiento a la ley, con la garantía de ofrecer mejor atención preferencial • Economía en cuanto a gasto de papelería • Optimización del espacio • Ofrecer un mejor servicio y/o atención a los afiliados de plan complementario

Fuente: Elaboración propia

Droguería Colsubsidio

En una corporación de derecho privado sin ánimo de lucro, que pertenece al Sistema del Subsidio Familiar y al Sistema de Protección y Seguridad Social colombiano, su misión es generar oportunidades para el cierre de brechas sociales. (COLSUBSIDIO)

En Medellín y área metropolitana, la droguería cuenta con 17 farmacias en la ciudad y es una de las droguerías más importantes de Medellín, cuentan con horarios flexibles y diferentes puntos de atención para garantizar el acceso a los servicios de los usuarios, las farmacias están ubicadas en: Girardota, Copacabana, Bello, Manrique, Aranjuez, Medellín, (Almacentro, Av.

Oriental, Coltejer, CC. Premium Plaza, San Diego, La Candelaria, Punto Clave industriales, CC. Unicentro)

Siguiendo como referencias el CIS de Bello, se pudo observar la cantidad de personas que se dirigen a la farmacia situada en ese municipio, llegando la institución a atender según información de un colaborador de esta droguería, entre 1600 y 1700 fórmulas al día, lo que puede justificar las horas de demora en la prestación del servicio que indican las personas.

Sin embargo se resalta el esfuerzo por la farmacia para mejorar el servicios, dadas las reformas en infraestructura de algunas farmacias, como la de Girardota y Bello donde se ampliaron para mejorar el espacio, así como la actualización del sistema con un programa sistematizado donde registran la cedula y toman el ficho para agilizar el servicio, tanto de los usuarios como de los colaboradores, esto con el fin de mejorar el tiempo de respuesta a los usuarios.

Tabla 11: Alianza con la Droguería Colsubsidio.

Alianza	Ventajas	
	Fórmulas EnLínea	Colsubsidio
<p>Estratégicamente llegar a concretar un punto de entrega de los medicamentos de Colsubsidio a Fórmulas EnLínea, con el interés de lograr obtener los medicamentos en el menor tiempo posible por cuenta del mensajero.</p> <p>Así como también hacer publicidad por parte de Fórmulas EnLínea dentro de las instalaciones de las droguerías, con tarjetas de presentación, con la aclaración de ser un servicio particular, que nada tiene que ver con los servicios que le presta la farmacia.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • No tener necesidad de ubicar la farmacia menos congestionada de la ciudad y área metropolitana para lograr los medicamentos en menor tiempo. • Garantizar mejores tiempos de entrega a los clientes. • Optimización del tiempo y por ende, atención a más clientes al día. • Mejor disposición de tiempo para atraer nuevos clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Disminución de usuarios en las instalaciones. • Cumplir la promesa de valor, en cuanto a la atención por cliente de 15 minutos. • Misma entrega de los medicamentos, sin tanta afluencia de clientes en las instalaciones. • Reducción de quejas por los largos tiempos de espera. • Cumplimiento a la atención preferencial. • Garantía al plan complementario como cliente preferencial.

Fuente: Elaboración propia

COMERCIAL

Estrategias

Estrategia de Servicios

Los servicios prestados por Fórmulas EnLínea estarán sujetos a las necesidades de los clientes, razón de ser de la empresa, creadas para atraer nuevos compradores, contara con los siguientes elementos diferenciadores:

- Empleo en el uso de las tecnologías de la información, como principal vía de comunicación, mediante la red social más utilizada, WhatsApp, para la solicitud del servicio.
- Con la mensajería instantánea, en este caso WhatsApp, se ofrece una comunicación personalizada, privacidad al evitar acceso a la información personal por parte de otros clientes y uso del chat para acceder más fácil a la información que requiera el cliente en tiempo real.
- WhatsApp como canal de atención al cliente, se configurar de la siguiente manera:
 - Se configurara un número y equipo de cómputo para el WhatsApp de la empresa.
 - Se definen los horarios de atención, lunes a viernes de 07:00am a 05:00pm jornada continua y sábados de 07:00am a 12:00m jornada continua.
 - Crear un protocolo de preguntas frecuentes y sus respuestas para la atención por este medio.
 - Definir los formatos de las respuestas para la atención.
 - Crear listas de difusión.
 - Promocionar el canal de atención al cliente por el mismo medio.
- Acuerdo con el cliente potencial para acordar día, hora y lugar de encuentro para selección del plan que mejor se acomode a las necesidades.
- Asesoría al cliente, de manera personalizada para cumplir con las necesidades y deseos de los clientes.
- Negociación de acuerdo a los diferentes planes que se ofrecen.
- Planeación logística con el único objetivo de dar cumplimiento al cliente según las necesidades expuestas
- Impresión de la fórmula para los medicamentos.
- Reclamación de los medicamentos en la farmacia de la EPS por parte del mensajero.

- Seguimiento al trámite.
- Entrega de los medicamentos en menos de 24 horas donde el cliente especifique.
- Servicio post venta, es decir seguir ofreciendo atención al cliente después de prestado el servicio, fundamental de acuerdo a un servicio que se dará cada mes y no se cuenta con tiempo específico de terminación en muchos casos de los tratamientos médicos.

Planes

- **Servicio EnLínea:** dirigido a quienes por falta de tiempo, utilizan esporádicamente el servicio, haciendo solicitud del mismo vía WhatsApp y cancelando al momento de entregar los medicamentos donde especifique su entrega.
- **Plan Oro:** este plan está pensado y detallado para aquellos clientes que tienen un diagnóstico que les amerita la renovación de medicamentos mensuales indefinidamente, se firma por un término de 12 meses, donde se obliga tanto a Fórmulas EnLínea como a cada cliente a cumplir con una serie de obligaciones, expresadas en un contrato bajo prestación de servicios.
- **Plan Plata:** planteado para aquellos que deseen solo obtener el servicio en un término de 6 meses.
- **Plan Bronce:** para quienes quizá, por su intención de probar el servicio o por falta de dinero, tomarlo solo por un término de 3 meses.

Estrategias de Precios

Los precios se establecen por cada servicio, regularmente se da cada mes, en función de la dirección de entrega de los medicamentos y según el tipo de plan que elija, así como de acuerdo al promedio de cobro en la ciudad por un domicilio e información arrojada por la encuesta sobre cuanto estarían dispuestos a pagar por el trámite, independientemente del copago que se haga en la farmacia para obtener los medicamentos, los tipos de planes son: Oro, Plata, Bronce o servicio EnLínea.

Tabla 12: Estructura de precios por tipo de plan y recorrido.

Medellín y Área Metropolitana		
Ciudad Núcleo	Sur	Norte

Medellín	Itagüí, Envigado, Sabaneta, La Estrella, Caldas	Bello, Copacabana, Girardota, Barbosa
----------	--	--

Fuente: Elaboración Propia

Plan			Dirección / Referencia			
Tip o de Plan	Descripción	Observación	P recio Estándar en el Núcleo de la Ciudad	A partir de Bello hacia el norte, incremento de \$2.000	A partir de Itagüí hacia el sur, incremento de \$2.000	Inc remento por fuera del núcleo de la ciudad
Ser vicio EnLínea	Este lo puede tomar el cliente esporádicamente, vía WhatsApp	Se cobra al momento de entregar los medicamentos en la dirección indicada	\$ 8.000	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 2.000
Oro	Es el plan que se elige por un término de 12 meses	Como valor agregado, si cancela todo al momento de firmar el contrato por la prestación del servicio, puede solicitar el trámite para una segunda persona	\$ 96.000	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 2.000
Plat a	Es el plan que se elige por un término de 6 meses	Se pueden diferir los pagos mensuales	\$ 48.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 2.000
Bro nce	Es el plan que se elige por un término de 3 meses	Se pueden diferir los pagos mensuales	\$ 24.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 2.000

Estrategias de Distribución

La estrategia de alcance del servicio a prestar se centra en la importancia de la atención personalizada, por este motivo los canales de distribución son los siguientes:

- Primer contacto con el cliente: la solicitud del servicio se hará través de WhatsApp como medio de comunicación.
- Servicio al cliente: el cliente recibe el servicio, desde que hace contacto

vía WhatsApp, se acuerda el lugar de encuentro para revisión y elección de los planes que se ofrecen, forma, medio de pago, así como la dirección de entrega de los medicamentos, entre otros factores que contiene el contrato.

- Las personas que nos contacten por este medio lo podrán hacer en horario de oficina, a cualquier hora del día.
- Atención personalizada: al momento de concretar la cita para determinación del contrato por prestación de servicios, si este es el que desea contactar.
- Pago por el servicio: ofreceremos varios medios de pago para la comodidad del cliente, consignación bancaria o transferencia a la cuenta corriente, o de manera presencial si considera más fácil el pago en efectivo.

Por lo que se refiere al canal de comunicación, en este caso WhatsApp, los siguientes son algunos beneficios para la empresa al utilizarlo como un canal de atención al cliente.

- Interacción: el canal de comunicación permite recibir retroalimentación de parte de los clientes en caso de no quedar satisfechos con el servicio.
- Efectividad: es un canal de comunicación inmediato, efectivo para mejorar la comunicación.
- Confirmación de lectura: el medio de comunicación permite identificar cuando el interlocutor leyó el mensaje con los checkesr.
- Personalización: ya se menciona que es un canal de comunicación personal al tener la posibilidad de llegar a los dispositivos móviles.
- Flexibilidad: los formatos pueden ser enviados en texto, enlace, fotos, imágenes, videos, audio. Lo que facilita el objetivo de comunicación, que es entender que es lo que realmente quiere y espera el cliente.
- Bajo costo: WhatsApp tiene un costo bajo, de acuerdo a la serie de posibilidades para lograr conexión a internet desde cualquier lugar.
- Listas de difusión y grupos: crear grupos y listas de difusión permite segmentar los mensajes de acuerdo a la solicitud del cliente.
- WhatsApp en el PC: permite administrar la comunicación desde un computador para facilitar el trabajo de la empresa.

Estrategias de Posicionamiento

Como estrategia de posicionamiento para el plan de negocio se definió que se hará parte activa de las ferias, eventos, seminarios y congresos del sector salud realizados en la ciudad de

Medellín, asimismo será reconocida como una empresa especializada en trámites de fórmulas, reconocida por la experiencia, disposición en la atención, mejor servicio al cliente, creada para satisfacer las necesidades a la medida de cada cliente

Posteriormente se realizarán las siguientes actividades relacionadas con la publicidad para ayudar al posicionamiento de la marca, para atraer más clientes y dar a conocer los beneficios del servicio

- Primero hacer presencia en las IPSs y Droguerías Colsubsidio con posterior permiso de las instituciones para promocionar el servicio con tarjetas de presentación.
- Segundo, compartir la información sobre el servicio con amigos y familiares por redes sociales, tales como Facebook, Instagram y WhatsApp, se incluyen hashtags para llegar a muchos nuevos clientes que se interesen por el servicio con fotos que impacten y generen curiosidad.
- Y por último, motivar con la mejor atención a los usuarios entrantes, para que de acuerdo a la experiencia con el servicio, compartan la información sobre este con otras personas.

De acuerdo con las promociones, se establecen las siguientes, sujetas a planes específicos

- Una vez pactado el servicio, si el cliente paga por la totalidad del contrato del plan Oro se le sostiene el valor del contrato independientemente de donde se le haga la entrega de los medicamentos, en caso de cambiar de dirección pactada inicialmente.
- Para el plan Oro, se brinda la posibilidad de reclamar los medicamentos de una segunda persona por el mismo tiempo que se le hace al titular.
- Si el cliente decide diferir la totalidad del contrato, independiente del tipo de plan, se le hará recargo adicional si la entrega de los medicamentos cambia de dirección pactada inicialmente.

Estrategias de Fidelización

De acuerdo con los hallazgos en la encuesta realizada se determinó lo siguiente para lograr la fidelización de los clientes que tengan el primer contacto con el servicio, que no solo

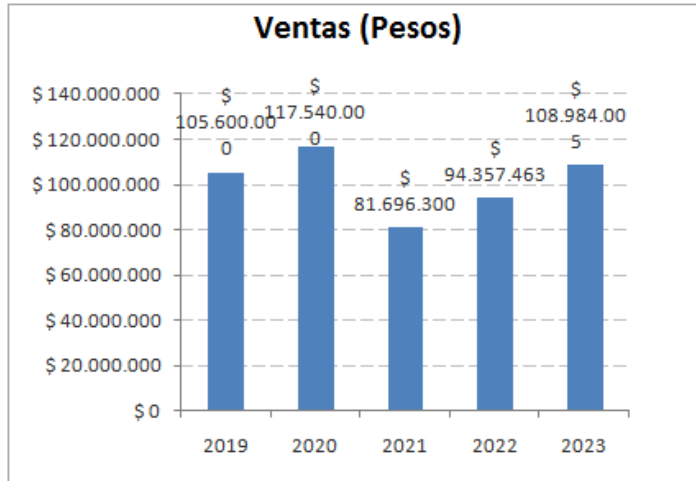
constará de un precio relativamente bajo, con relación al sector de la mensajería, sino que se hará también lo siguiente:

- El servicio va dirigido a quien le dará rentabilidad a la empresa, por ende, el servicio post venta será de las principales actividades, teniendo en cuenta que no solo retendrá los clientes, sino que también hará que otros se enteren.
- De acuerdo con el medio de comunicación que se utilizara, se tendrá la posibilidad de conocer más acerca de las necesidades y deseos frente a un servicio que les genera una serie de sentimientos y del que esperar obtener respuestas en menor tiempo, por esto se tendrá respuestas en le menor brevedad posible.
- Capacitar el mensajero de manera que le quede claro, que no solo su función será la de reclamar los medicamentos y llevarlo a un dirección indicada, sino que en su rol será de suma importancia el hecho de lograr un trato amable, enfocado en un servicio que no solo logra el tramite, sino que también acarreará una serie de elementos que harán sentir importante, sensible y tranquilo al cliente.
- Tener contacto directo con el cliente, haciéndolo participe de la diligencia, en caso de retrasos o inconveniente en el proceso.

Supuestos de Ventas

Es improbable saber cómo se comportara a ciencia cierta las ventas al iniciar el plan de negocio y a futuro, pero se logró a través del análisis del mercado y análisis de la investigación, elaborar el supuesto de ventas a cinco años.

Tabla 13: Supuesto de ventas a 5 años.



Fuente: Información arrojada por el plan financiero, elaborado a través de Emproware.

OPERACIONES

Proceso

El proceso nace con la necesidad del cliente, deseos, expectativas y comportamiento del usuario en los servicios de salud, a continuación se describe la operación de Fórmulas EnLínea para llevar a cabo la prestación del servicio a los clientes.

- Cliente solicita el servicio por WhatsApp: este servicio de mensajería instantánea es el que preside ahora en el mercado, por la utilización de los Smartphone y las bajas tarifas móviles de internet que se pueden adquirir, además de los múltiples accesos a zonas wifi gratis en diferentes puntos, como en centros comerciales, instituciones educativas, centros de salud, empresas, parques, entre otros puntos de la ciudad que se pueden encontrar y facilitan la comunicación desde cualquier punto que se desee. FórmulasEnLínea, ofrece la posibilidad de realizar la consulta y su objetivo es resolver dudas, inquietudes y facilitar la información de manera inmediata para vender el servicio.
- Asesoría al cliente: WhatsApp es un medio de comunicación, más que una red social, convirtiéndose en un canal más efectivo para la comunicación, así pues de operación para ofrecer el servicio de acuerdo a las necesidades del cliente:

- Puede solo tomar el servicio esporádicamente, es decir, solo por esa vez reclamar los medicamentos en el punto de atención y farmacia, entonces solo se le pedirán los datos necesarios, como la solicitud de la copia de la cedula y direcciones para entrega del servicio
- Negociación personal: luego de la asesoría vía WhatsApp con el cliente, se pacta un lugar de encuentro si lo que desea es adquiere un plan para las futuras diligencias de la fórmula, a continuación los aspectos a tener en cuenta para la negociación.
 - Planificación: será un encuentro con total dominio de la información a suministrar, para ganar confianza y seguridad al momento de presentar inconvenientes, y de esta manera alcanzar el objetivo del encuentro.
 - Seriedad: no dejar nada al azar, seremos lo mas detallistas posibles para mejores condiciones de negociación, para de esta manera evitar futuros conflictos.
 - Respeto: dejar claridad sobre el interés de Fórmulas EnLínea, así como los del cliente, en un clima agradable para ambas partes.
 - Empatía: entender los intereses del cliente, que la negociación y diligencia sea lo que realmente espera recibir de la empresa
 - Confianza: desde la primera comunicación se tratara en lo posible de generar confianza no solo para el cliente, sino también para la empresa, que sea un contrato que de tranquilidad en todo el proceso.
 - Flexibilidad: si lo que nos interesa es las necesidades y deseos del cliente, lo que buscamos es acomodar el servicio a lo que espera recibir cada uno, buscando alternativas que satisfagan a ambas partes.
 - Asertividad: la idea no es armar múltiples planes a cada cliente que llegue, es elemental establece una buena comunicación, donde sea fácil decir no sin la necesidad de generar diferencias entre las partes.
- Firma del contrato: luego de seleccionar el tipo de plan que desea adquirir el cliente, se firma, se deja claro que ante cualquier eventualidad se le estará informando, así como estará en la libertad de preguntar o solicitar información frente a la diligencia.
- Solicitud de información y pago por el tramite: se solicita copia de cedula y se anexa al contrato, se recibe el pago en caso de ser en efectivo o queda consagrado en el contrato por prestación de servicios, la forma en la que se hará efectivo.
- Procesos internos: se realizan actividades como la recepción de la información y actualización de la misma con el fin de conseguir los objetivos de la gestión,

identificando la factibilidad de la fórmula para su impresión en el sistema e indicación de datos al mensajero para sus funciones.

- Impresión de la fórmula: se ingresa a la página de la EPS y se realiza la actualización de la fórmula médica para la posterior impresión.
- Ingreso de datos del cliente: el tratamiento de los datos de los clientes es la herramienta más potente de la empresa, estos estarán disponibles en cualquier momento para la gestión interna, evitando nuevas inversiones en acciones de marketing.
- Almacenamiento de la información: lo importante será empezar con la captación y depuración de información poco relevante para la creación de una base de datos para lograr sacar el máximo rendimiento en la relación con los clientes.
- Indicación al mensajero: se le indica lugar para reclamar los medicamentos con el formato entregado, resaltando la importancia de firmarla él como responsable de recibir los medicamentos y se entrega de copia de la cedula del cliente, como requisito de la farmacia para hacer la entrega.
- Reclama medicamentos: la idea es tener la información de donde tendrá más agilidad para la obtención del mismo, y hacer óptimo el tiempo para lograr cumplir la promesa al cliente.
- Seguimiento al trámite: para evitar malos entendidos y fallas en la promesa entregada al cliente, se tendrá contacto con el mensajero para saber de la agilidad y cumplimiento en la diligencia.
- Entrega de los medicamentos al cliente: para finalizar la diligencia el mensajero se dirige a la dirección entregada por el cliente, especifica en el contrato, así como a quien indico se debía entregar, de no ser específicamente a quine firmo el contrato.
- Pago en efectivo: este pago será con factura en mano, equivalente al costo del copago en la farmacia por la reclamación de los medicamentos.
- Servicio post venta: este es un factor clave para incrementar la fidelidad de los clientes, la retención de los mismos y el posible ruido que se pueda generar a partir de este con clientes potenciales. En medio los avances tecnológicos, los clientes son más digitales y por ende desleales, los procesos comerciales están cambiando, adaptando a las realidades de los clientes, así que es importante garantizar la solicitud reiterada del servicio.

Ilustración 23: Mapa de proceso para la prestación del servicio.



Fuente: Información propia, elaboradas a través de <https://www.edrawsoft.com/template-911-workflow.ph>,

Actividades clave

Como actividades clave se identifican las siguientes de acuerdo a la importancia para que el plan de negocio funcione de la mejor manera

- Servicio al cliente: los clientes son cada vez más exigentes, debido a las oportunidades que se encuentra en el mercado con los medios tecnológicos, la idea es generar los mayores esfuerzos en la atención, teniendo claro que no solo les interesa obtener el servicio, sino también la manera en la que se les entrega de acuerdo a sus deseos y necesidades.
- Negociación personal: brindar la mayor confianza para adquirir el servicio y de esta manera asegurar más clientes.
- Indicaciones a los mensajeros
- Servicio post venta

Recursos clave

Las actividades identificadas, requieren de talento humano, recursos técnicos y financieros para poder llevar a cabo dichas actividades.

Tabla 14: Recursos clave.

Talento humano	<ul style="list-style-type: none">• Mensajeros• Administrador
Recursos técnicos	<ul style="list-style-type: none">• Prototipo• Encuestas• Internet• WhatsApp• Computador• Móvil de la empresa• Impresora• Teléfono• Publicidad (tarjetas de presentación)• Capacitación• Infraestructura• Investigación y desarrollo
Recursos financieros	<ul style="list-style-type: none">• Recursos propios• Utilidades• Aportaciones de socios o créditos bancarios futuros

Fuente: Elaboración propia

Capacidad

Inicialmente tenemos la capacidad para trabajar con 1 mensajero y atender 50 clientes al día, en la medida que aumenten estos, se aumentara la capacidad, contratando nuevos colaboradores.

Localización

La oficina para adelantar el proceso de atención al cliente e impresión de fórmulas, estará ubicada en la ciudad de Medellín, con la idea de centralizar los procesos y mejor desplazamiento del mensajero en el área metropolitana, teniendo en cuenta la cercanía a varias droguerías Colsubsidio.

Específicamente estará ubicada en la Cra. 43 N° 47 64, en una oficina de las torres de bombona Medellín.

Ilustración 24: Localización de Fórmulas EnLínea.

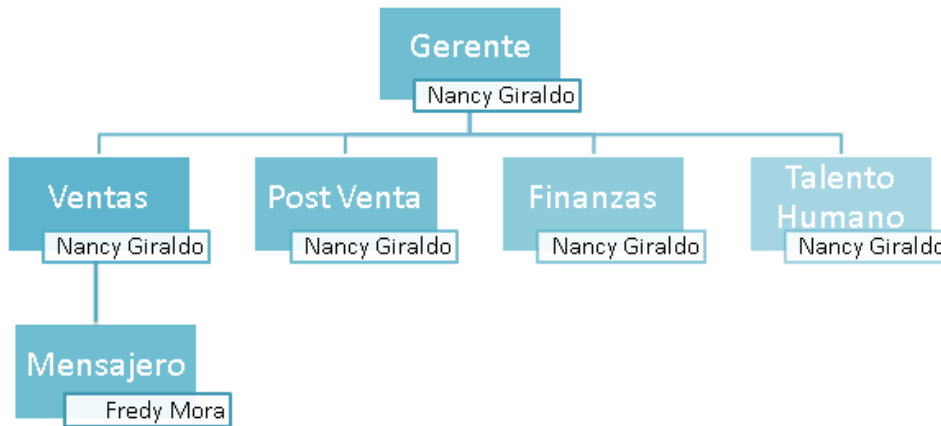


Fuente: Información propia, elaboradas a través de la aplicación Google Maps, 2018

Se tuvo en cuenta para la localización, no solo un punto estratégico para facilitar la agilidad en los trámites de desplazamiento del mensajero y garantía en la venta de los planes, sino también, el espacio suficiente para desarrollar las actividades de manera cómoda, la infraestructura de servicios públicos (agua, luz, teléfono) y conexión a internet.

EQUIPO

Ilustración 25: Organigrama de Fórmulas EnLínea.



Fuente: Elaboración Propia

Como un emprendimiento, al inicio se hará un gran esfuerzo, la gerente encargada de todo el proceso administrativo, planeará las acciones que llevarán a cabo el cumplimiento de los objetivos, organizará el talento humano para coordinar toda la estructura y poder cumplir al cliente, comunicará, liderará y motivará a los colaboradores para lograr el esfuerzo necesario para atraer clientes, y tomará las medidas, normas o acciones que garanticen el buen funcionamiento en la prestación del servicio, asimismo, tendrá la atención al cliente en WhatsApp y citas para firmar los posibles contratos, así como la impresión de la fórmula, reparto de publicidad e indicaciones a los colaboradores para reclamación y entrega de los medicamentos.

De acuerdo a la demanda del servicio se aumentará la capacidad, contratando nuevos colaboradores.

Tabla 15: Perfiles y funciones.

Cargo	Gerente
Área funcional	Directiva
Funciones principales	Como función principal es programar, supervisar y verificar los procesos necesarios para el cumplimiento del servicio, garantizando la consecución de los objetivos planteados. Además, evaluar los presupuestos del talento humano, recursos técnicos e infraestructura para la prestación adecuada del servicio, y garantizar a los clientes la mejor atención por parte del mensajero.
Educación	Administrador de Empresas
Competencias	Liderazgo Comunicación Coordinación en equipos de trabajo Flexible Amigo Responsable Visión integral

Fuente: Elaboración Propia

Cargo	Mensajero
Área funcional	Operativa
Funciones principales	Garantizar el manejo eficiente de la información y cumplimiento oportuno con el cliente. <ul style="list-style-type: none"> • Reclamar los medicamentos en la farmacia. • Firmar las fórmulas como responsable del reclamo de los medicamentos en la farmacia. • Entrega de los medicamentos en la dirección que el cliente indique. • Identificar necesidades puntuales del cliente. • Informar cualquier eventualidad en el

	proceso.
Educación	Mínimamente Bachiller
Experiencia	Servicio al cliente. Manejo de información confidencial. Trabajo bajo presión. Conocimiento necesario para desplazarse en Medellín y área metropolitana. Que le gusten las ventas Habilidades comunicativas. Que disfrute de labor.

Fuente: Elaboración Propia

RIESGOS

Para identificar los riesgos se plantearon dos herramientas para análisis cuantitativo y cualitativo, para evaluar riesgos externo e internos a la empresa, así como para identificar oportunidades futuras de planes de acción para lograr mejor posicionamiento en el mercado.

Matriz de Evaluación de los Factores Internos (EFI)

Este instrumento resume y evalúa las fuerzas y debilidades más importantes dentro de las áreas funcionales de la empresa y además ofrece una base para identificar y evaluar las relaciones entre dichas áreas.

Tabla 16: Matriz de evaluación de los factores internos.

Factores	Peso	Calificación	Calificación Ponderada
Fortalezas	50%		
Experiencia en trámites de fórmulas medicas	0.15	4	0.6
Solicitud del servicio por la red más utilizada (WhatsApp)	0.11	3	0.33
Conocimiento sobre que esperan los usuarios frente al servicio	0.11	4	0.44
Mercado no explotado	0.13	3	0.39
Debilidades	50%		
Falta de colaboradores para la entrega de envíos	0.11	2	0.22
Que no se efectúen los pagos por el tramite	0.14	1	0.14
Navegador lento	0.10	1	0.1
Exceso de información en WhatsApp sin recibir respuestas	0.15	2	0.3
Totales	100%		2.52

Calificar entre 1 y 4	4	Fortaleza Mayor
	3	Fortaleza Menor
	2	Debilidad Mayor
	1	Debilidad Menor

Fuente: Elaboración Propia

Dada que la suma de los valores de la matriz de evaluación de los factores internos presenta un peso ponderado de 2.52, considerando que el valor promedio debe superar el peso ponderado de 2.50, se puede inferir que sus debilidades podrán ser contrastadas con sus fortalezas.

Matriz de Evaluación de los Factores Externos (EFE)

La matriz de evaluación de los factores externos (EFE) permite a los estrategas resumir y evaluar información económica, social, cultural, demográfica, ambiental, política, gubernamental, jurídica, tecnológica y competitiva.

Tabla 17: Matriz de evaluación de los factores externos.

Factores	Peso	Calificación	Calificación Ponderada
Oportunidades	50%		
Aumento en el uso de tecnologías de la información	0.13	3	0.39
Falla del sistema de salud para entregar el servicio en menor tiempo	0.14	4	0.56
Aumento en zonas wifi gratis (Bajo costo en conexión a internet)	0.11	2	0.22
Las personas no cuentan tiempo suficiente para hacer el trámite	0.12	3	0.36
Amenazas	50%		
Permanencia de empresas muy especializadas en el mercado	0.14	1	0.14
Alta rotación de personal	0.11	2	0.22
Vacuna extorsiva en barrios al margen de la ley	0.13	3	0.39
Acceso a créditos bancarios	0.12	4	0.48
Totales	100%		2.76

Calificar entre 1 y 4	4	Muy importante
	3	Importante
	2	Poco importante
	1	Nada importante

Fuente: Elaboración Propia

Asimismo, para la matriz de evolución de los factores externos, se considera que debe superar el 2.50 de peso ponderado en la suma de los valores asignados en la matriz, de modo que, dado el resultado del promedio ponderado en 2,76 que arroja la matriz, quiere decir que las oportunidades podrán contrarrestar las amenazas externas.

FINANZAS

Para el análisis financiero del negocio se utilizó la herramienta Empaware Plan de Negocio, como medio a utilizar para diagnosticar la situación y perspectiva de la empresa. Se estableció la fecha de inicio del proyecto, el mes 1 del año 2019

Plan de inversión

Tabla 18: Plan de inversión.

INVERSIONES (Pesos)	Jan-19
MOTOCICLETA	\$14,000,000
VEHICULOS	\$14,000,000
ESTUDIOS PREVIOS	\$5,000,000
Licencia de Windows	\$500,000
Activos Intangibles	\$5,500,000
Silla Ergonómica	\$90,000
Escritorio Más 2 Sillas	\$180,000
Impresora	\$350,000
Elementos de Oficina	\$200,000
PC	\$1,200,000
Muebles y Equipos	\$2,020,000
TOTAL INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS	\$21,520,000

Fuente: Información propia, elaborada a través de plan negocios –Empaware debidamente registrada con licencia

Para el plan de inversión inicial se tuvo en cuenta la adquisición de 2 vehículos (motos), activos intangibles como: los estudios previos que garantizaran la constitución de empresa, la licencia de Windows como medida de seguridad para que el sistema de operativo del equipo no se vuelva virtualmente inutilizable en algún momento, y en cuanto a muebles y equipos, silla ergonómica, escritorio con sillas, impresora, elementos varios, y computador, como los más relevantes para la adecuación de la oficina.

Gastos fijos

Tabla 19: Gastos fijos.

GASTOS FIJOS (Pesos)
SOSTENIMIENTO MOTOS
Papelería
Wifi
Gastos Operaciones
Arrendamiento
Servicios Publicos
Gastos Administrativos

Fuente: Información propia, elaborada a través de plan negocios –Empaware debidamente registrada con licencia

En cuanto a los gastos fijos que se deben suplir en un momento determinado sin variar considerablemente, se tuvo en cuenta el sostenimiento de las motos que si bien son inversión de la empresa, representan un gasto fijo para mantener mayor seguridad de los colaboradores y calidad del servicio, así como el gasto de la papelería y tóner para impresión de las formulas y la zona wifi, entre los gasto administrativos los necesarios como el arrendamiento de la oficina y los servicios públicos.

Salarios

Tabla 20: Salario de los colaboradores.

SALARIOS (Pesos)	Jan-19
Cantidad	1
Remuneración total	\$1,200,000
Administradora	\$1,200,000
Gerencia General	\$1,200,000
Cantidad	2
Remuneración total	\$1,200,000
Mensajero	\$2,400,000
Operaciones	\$2,400,000
TOTAL GASTOS DE PERSONAL	\$3,600,000
Gerencia General	1
Operaciones	2
Cantidad empleados	3

Fuente: Información propia, elaborada a través de plan negocios –Empware debidamente registrada con licencia

Para los salarios, inicialmente se hará el esfuerzo por mantener el mismo salario, tanto para el administrador como para los mensajeros.

Fuente de financiación

Tabla 21: Financiamiento para iniciar el plan de negocio.

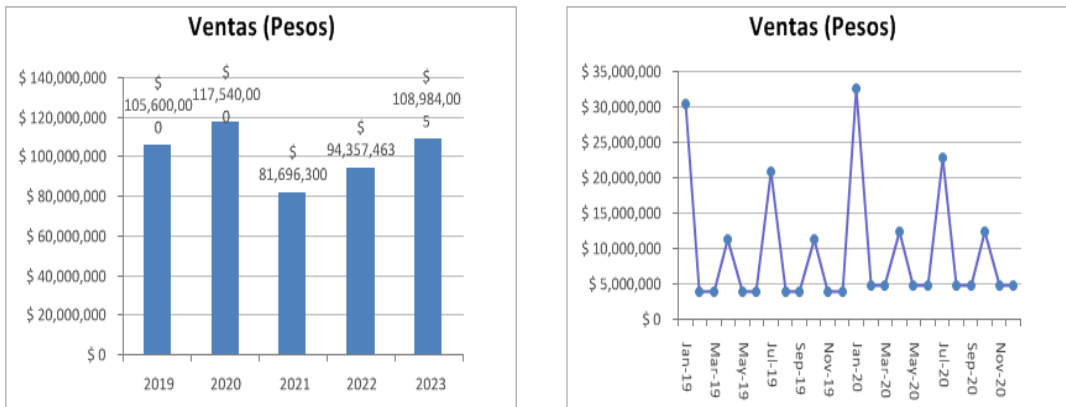
FINANCIAMIENTO (Pesos)	Jan-19
APORTES Y RETIROS DE LOS DUEÑOS	
Aportes de los dueños	\$ 20,000,000
Retiros de los dueños	\$ 0
Aportes netos de retiros	\$ 20,000,000

Fuente: Información propia, elaborada a través de plan negocios –Empware debidamente registrada con licencia

Como fuente de financiación principal, esta proviene de ahorros y otros recursos personales para llevar a cabo el proyecto, sin embargo, en la medida que el plan de negocio avance y a necesidad de financiar de nuevo, se tendrán en cuenta préstamos personales o créditos bancarios.

Análisis del negocio

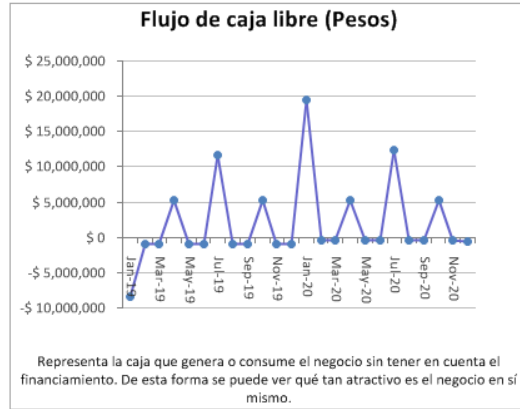
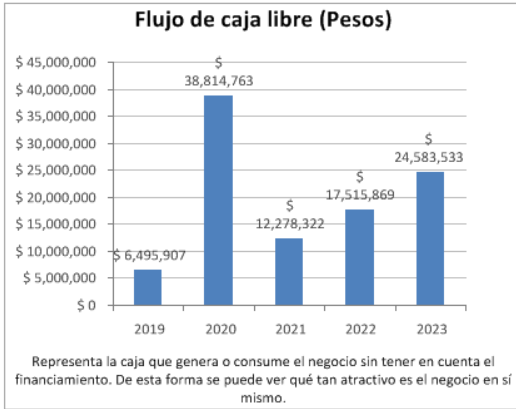
Tabla 22: Comportamiento de las ventas.



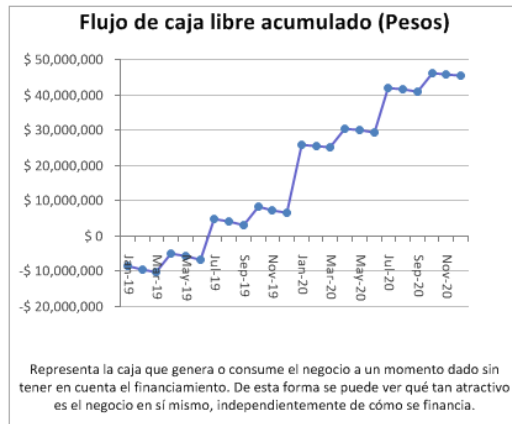
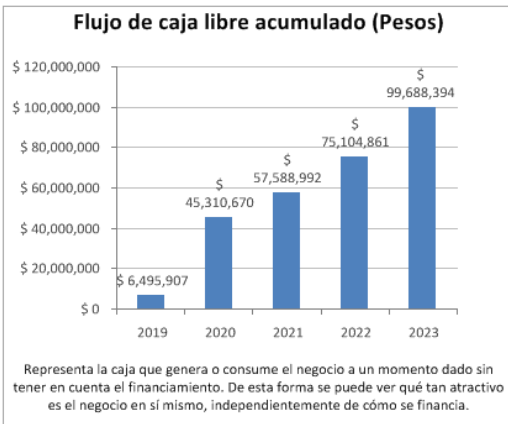
Fuente: Información propia, elaborada a través de plan negocios –Empware debidamente registrada con licencia

El comportamiento de las ventas se da de forma cíclica teniendo unos puntos altos al principio del año, donde se refleja el pago de todos los planes diseñados, (oro, plata, bronce y servicio en línea en el mismo mes, posteriormente se va reflejando en el transcurso del año.

Tabla 23: Flujos de caja, libre y acumulado.



Fuente: Información propia, elaborada a través de plan negocios –Empware debidamente registrada con licencia



Fuente: Información propia, elaborada a través de plan negocios –Empware debidamente registrada con licencia

Estos flujos representan la caja que genera o consume el negocio en un momento dado sin tener en cuenta el financiamiento, dejando ver que tan atractivo es el negocio en sí mismo, independientemente de cómo se financia, se evidencia entonces siempre un flujo de caja positivo en cada uno de los años, debido a que el servicio se muestra rentable y las inversiones muy bajas.

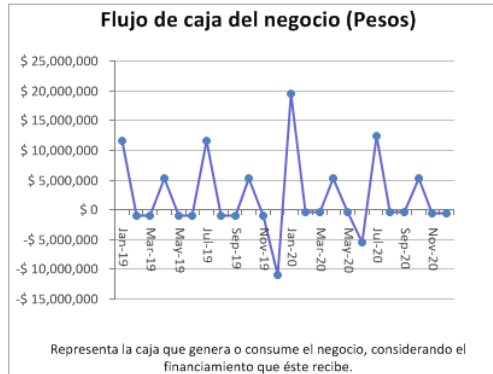
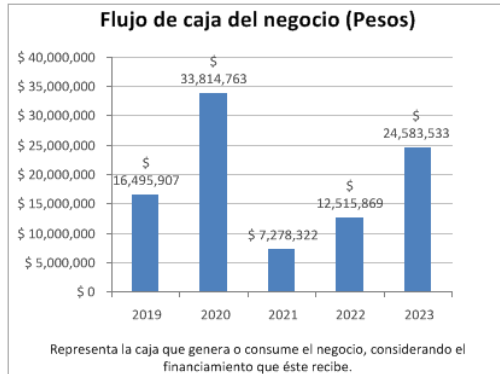
Tabla 24: Financiamiento necesario para iniciar el plan de negocio.



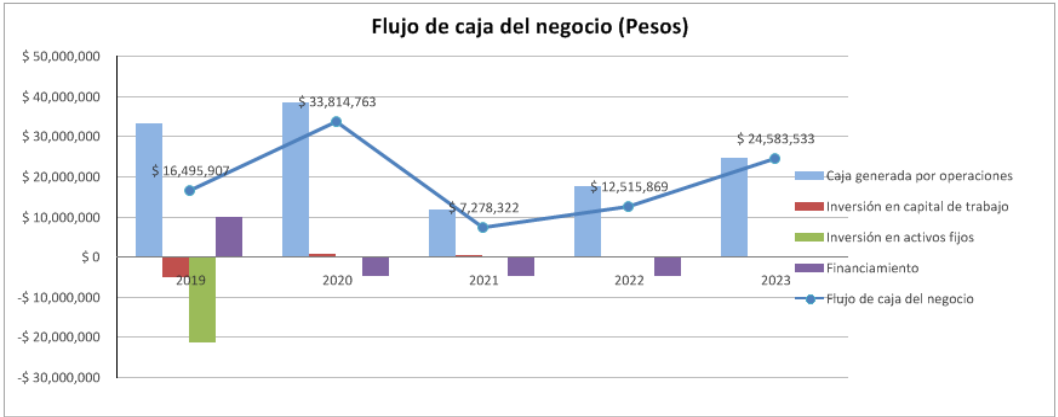
Fuente: Información propia, elaborada a través de plan negocios –Empware debidamente registrada con licencia

El financiamiento necesario para comenzar con el plan de negocio, se efectúa al principio y corresponde a la inversión en el primer año, posteriormente el financiamiento es de sostenimiento.

Tabla 25: Flujo de caja del negocio.



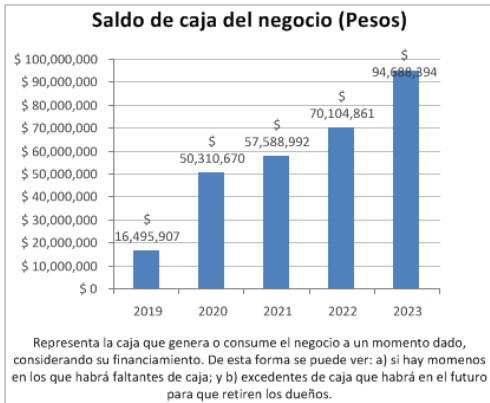
Fuente: Información propia, elaborada a través de plan negocios –Empware debidamente registrada con licencia



Fuente: Información propia, elaborada a través de plan negocios –Empware debidamente registrada con licencia

Teniendo en cuenta la caja que genera o consume el negocio desde el financiamiento que se realiza, se puede evidenciar que el flujo de caja es positivo, lo que quiere decir que los ingresos están soportando los gastos y los costos, generando así, la recuperación de la inversión.

Tabla 26: Saldo de caja del negocio.

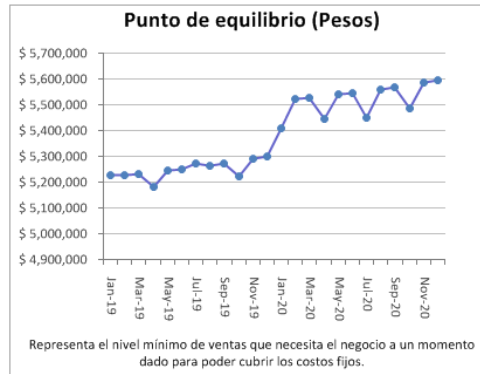


Fuente: Información propia, elaborada a través de plan negocios –Empware debidamente registrada con licencia

Con relación al saldo de caja el negocio se puede observar los momentos en los que se puede dar faltantes de caja o al contrario excedentes de esta.

De acuerdo a la información que refleja el grafico, se evidencian los resultados positivos que en momento dado le permite al inversionista retirar dinero o distribuir dividendos.

Tabla 27: Punto de equilibrio del plan de negocio.



Fuente: Información propia, elaborada a través de plan negocios –Empware debidamente registrada con licencia

En cuanto al punto de equilibrio del negocio, este, como el nivel mínimo de ventas necesarias que requiere para poder cubrir los costos fijos, se evidencia en la grafica los valores necesarios para cubrirlos cuando la utilidad es 0.

Resumen análisis financiero

Tabla 28: Resumen del análisis financiero.

GANANCIA TOTAL DEL NEGOCIO Representa la ganancia (o pérdida) que genera el negocio a lo largo de los 5 años.	\$ 99,688,394
FINANCIAMIENTO NECESARIO Representa el financiamiento que necesita el negocio para que en ningún momento tenga caja negativa.	\$ 10,240,123
MESES PARA PODER DEVOLVER EL FINANCIAMIENTO Son los meses que necesita el negocio para estar en condiciones de devolver el financiamiento necesario.	6
RENTABILIDAD DEL NEGOCIO (TIR) La TIR (Tasa Interna de Retorno) es una fórmula que calcula la rentabilidad de un negocio en base a su flujo de caja.	
TIR sin perpetuidad Considera que el flujo de caja del negocio finaliza al año 5.	No existe la TIR
TIR con perpetuidad Considera que el flujo de caja del año 5 se repite a perpetuidad en los años posteriores.	
TIR ácida sin perpetuidad Considera: a) que las inversiones necesarias en cada año se realizan al inicio de ese año; y b) que el flujo de caja del negocio finaliza al año 5.	207.8%
TIR ácida con perpetuidad Considera: a) que las inversiones necesarias en cada año se realizan al inicio de ese año; y b) que el flujo de caja del año 5 se repite a perpetuidad en los años posteriores.	207.6%
VALOR DEL NEGOCIO (VAN) El VAN (Valor Actual Neto) es una fórmula que calcula el valor de un negocio en base a su flujo de caja y la tasa de descuento.	
Tasa de descuento Es la tasa a la que se descuenta el flujo de caja para calcular el VAN.	40%
VAN sin perpetuidad Considera que el flujo de caja del negocio finaliza al año 5.	\$ 38,048,441
VAN con perpetuidad Considera que el flujo de caja del año 5 se repite a perpetuidad en los años posteriores.	\$ 38,048,441

Fuente: Información propia, elaborada a través de plan negocios –Empware debidamente registrada con licencia

De acuerdo con el valor presente neto, el negocio es viable, ya que el VPN es mayor que cero, la TIR es mayor que la tasa de oportunidad (40%), lo que quiere decir que la rentabilidad del negocio está por encima de las pretensiones del inversionista, información que confirma la viabilidad del plan de negocios.

El tiempo de recuperación se proyecta a 6 meses, tiempo que muestra la rentabilidad, donde los flujos de caja soportan los gastos y se recupera la inversión.

LEGAL

Para efectos de constitución de la empresa, fue necesario consultar la siguiente legislación colombiana, así como las normas y decretos que se deben tener en cuenta para la formalización de empresa.

Sociedad por acciones simplificadas

Fórmulas En línea se constituirá como una S.A.S, que de acuerdo al modelo jurídico para la constitución de empresas en Colombia, tiene ciertas ventajas que han hecho que este tipo de sociedad sea la elegida para conformar la nueva organización.

El siguiente cuadro expone los aspectos más importantes y relevantes para las Sociedades por Acciones Simplificadas, que respaldaran a Fórmulas En Línea S.A.S.

Tabla 29: Características de las sociedades por acciones simplificadas.

Denominación	Las S.A.S deben tener un nombre único que las distinga de otros entes económicos; su nombre debe ir acompañado de las palabras “Sociedad por Acciones Simplificada” o de las letras “S.A.S.” (Numeral 2º del artículo 5º de la Ley 1258 de 2008)
Constitución	Las S.A.S. se constituyen por medio de un documento privado debidamente autenticado, sin embargo en los casos en que los aportes de los socios requieran de escritura pública para poder ser transferidos, la constitución de la compañía también deberá realizarse por medio de escritura pública. (artículo 5º de la Ley 1258 de 2008)
Accionistas	El mínimo de personas naturales o jurídicas exigido para conformar una S.A.S es de uno y el tope máximo es ilimitado. (Artículo 1 de la Ley 1258 de 2008)
Responsabilidad	Las personas naturales o jurídicas que constituyan una S.A.S son responsables solamente hasta el monto de sus respectivos aportes; puesto que según el artículo 2 de la Ley 1258 de 2008 las S.A.S constituirán una persona jurídica independiente y diferente de la personería de sus accionistas; esto pasará cuando la sociedad esté debidamente inscrita en el Registro Mercantil (Artículo 1 de la Ley 1258 de 2008)
Acciones	Las acciones y demás títulos valores que emita una S.A.S. no pueden ser negociadas en bolsas de valores ni tampoco inscritas en el Registro Nacional de

<p>Decisiones</p>	<p>Valores y Emisores (artículo 4° de la Ley 1258)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cada accionista tiene derecho a tantos votos como acciones posea • Se tendrá quórum cuando haya presencia de por lo menos la mitad más una de las acciones suscritas (en los estatutos se puede pactar un quórum inferior). • Las decisiones se aprobarán con el voto favorable de los accionistas que representen como mínimo la mitad más uno de acciones presentes (la mayoría decisoria puede ser diferente en los casos en los que se haya indicado en los estatutos). • En lo concerniente a la elección de juntas directivas o de otros cuerpos colegiados, los accionistas podrán fraccionar su voto (artículo 22 y 23 de la Ley 1258 de 2008)
<p>Revisoría fiscal</p>	<p>Gracias a lo indicado en el artículo 28 de la Ley 1258 de 2008, las S.A.S no van a requerir tener revisor fiscal en todos los casos. Dicha obligación nacerá en situaciones específicas previamente estipuladas por la Ley, como la indicada en parágrafo 2 del artículo 13 de la ley 43 de 1990, que exige nombrar revisor fiscal cuando las sociedades comerciales superen cierto nivel de activos o ingresos brutos.</p>
<p>Causales de Disolución y Liquidación</p>	<p>Una S.A.S se verá obligada disolverse y liquidarse cuando:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Finalice el término de duración previsto en los estatutos (esta causal puede evitarse si antes de la fecha de expiración, se hubiera registrado una prórroga ante la Cámara de Comercio correspondiente) 2. Por imposibilidad de desarrollar las actividades previstas en su objeto social 3. Por la iniciación del trámite de liquidación judicial 4. Por las causales previstas en los estatutos 5. Por voluntad de los accionistas adoptada en la asamblea o por decisión del accionista único 6. Por orden de autoridad competente 7. Por pérdidas que reduzcan el patrimonio neto de la sociedad por debajo del cincuenta por ciento (50%) del capital suscrito.

Fuente: <https://actualicese.com/2014/05/29/sociedad-por-acciones-simplificada-s-s/>

Estatuto del Consumidor Ley 1480 de 2011

A partir del 12 de abril de 2012, esta ley expide el estatuto del consumidor, que de acuerdo a la razón social de Fórmulas EnLínea, podría verse afectada por la insatisfacción que indique el consumidor por el servicio que se le ofrezca.

A continuación los compendios más relevantes de la ley que podrían poner en duda calidad del servicio prestado

- La protección de los consumidores frente a los riesgos para su salud y seguridad.
- El acceso de los consumidores a una información adecuada - de acuerdo con los términos de esta Ley que les permita hacer elecciones bien fundadas.
- La educación del consumidor.
- La libertad de constituir organizaciones de consumidores y la oportunidad para esas organizaciones de hacer oír sus opiniones en los procesos de adopción de decisiones que las afecten.
- La protección especial a los niños, niñas y adolescentes, en su calidad de consumidores, de acuerdo a lo establecido con el código de infancia y adolescencia. (Superintendencia Industria y Comercio , 2011).

Circular Única De La Superintendencia De Industria Y Comercio

La a superintendencia de industria y comercio (SIC) es la autoridad encargada de velar por los derechos de los consumidores, colocando a disposición de la población los mecanismos necesarios para mejorar sus derechos, haciendo efectiva la ley para beneficio de todo los colombianos, no solo con la ley 1480 antes mencionada, sino también con la Circular única de la SIC, en la cual establece el programa de establecimiento de mecanismos de mejora en la atención al usuario de acuerdo a las peticiones, quejas y reclamos de millones de usuarios presentadas ante la SIC

Decreto 3466 del 82

Reglamentado parcialmente por los Decretos Nacionales 863 de 1988 , 1490 de 1993 , 1485 de 1996 y 147 de 1999.

Por el cual se dictan normas relativas a la idoneidad, la calidad, las garantías, las marcas, las leyendas, las propagandas y la fijación pública de precios de bienes y servicios, la responsabilidad de sus productores, expendedores y proveedores, y se dictan otras disposiciones <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=2764>

Código civil

El Código Civil comprende las disposiciones legales sustantivas que determinan especialmente los derechos de los particulares, por razón del estado de las personas, de sus bienes, obligaciones, contratos y acciones civiles. Consagradas de igual manera en el Art 1 de la constitución política de Colombia.

Todas las personas nacen libres e iguales ante la ley, recibirán la misma protección y trato de las autoridades y gozarán de los mismos derechos, libertades y oportunidades sin ninguna discriminación por razones de sexo, raza, origen nacional o familiar, lengua, religión, opinión política o filosófica.

Tabla 30: Normatividad para los servicios de mensajería.

Resolución 3038 de 2011	Peticiones, Quejas y Reclamos (PQRS) y Solicitudes de Indemnización, de la Comisión de Regulación de Comunicaciones Manifestación Formulada por el Usuario ante el Operador de Servicios Postales Relacionado con la Prestación del Servicio. “Toda persona tiene derecho a presentar peticiones respetuosas a las autoridades por motivos de interés general o particular, y a obtener pronta resolución.”(Comercio, 2016)
Ley 1369 de 2009	La presente ley señala el régimen general de prestación de los servicios postales y lo pertinente, a las entidades encargadas de la regulación de estos servicios, que son un servicio público en los términos del artículo 365 de la Constitución Política. Su prestación estará sometida a la regulación, vigilancia y control del Estado, con sujeción a los principios de calidad, eficiencia y universalidad, entendida esta última, como el acceso progresivo a la población en todo el territorio nacional. (Velez, 2009)
Código de comercio	El código de comercio es la normativa legal seguida por las empresas que sirve para regular sus actividades en el seguimiento de sus operaciones y relaciones mercantiles. Por tanto, el concepto de código de comercio se define como la legislación jurídica que regula la actividad de toda empresa. (economía simple.net, 2016)
Ley 1266 de 2008 “Habeas Data”	Es el derecho constitucional fundamental que le permite a los ciudadanos conocer, actualizar y rectificar la información que se haya recogida sobre ellos en archivos y bancos de datos. La ley protege a los ciudadanos frente a la utilización de la información personal crediticia, financiera, comercial y de servicios. (Cartilla Ley 1266 de 2008)
Ley estatutaria 1581 de 2012	La presente ley tiene por objeto desarrollar el derecho constitucional que tienen todas las personas a conocer, actualizar y rectificar las informaciones que se hayan recogido sobre ellas en bases de datos o archivos, y los demás derechos, libertades y garantías constitucionales a que se refiere el artículo 15 de la Constitución Política. (Jurídico, 2012)

Decreto 1377 de 2013 el cual reglamenta parcialmente la ley 1581 de 2012	El presente Decreto tiene como objeto reglamentar parcialmente la Ley 1581 de 2012, por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales.(Secretaría Jurídica Distrital de la Alcaldía Mayor de Bogotá D.C., 2013).
Código penal	Es la recopilación de normas de carácter jurídico, recogidas de manera ordenada y sistemática, que permiten conocer a los ciudadanos qué actos están tipificados como delitos, y a los jueces establecer las sanciones correspondientes a la comisión de cualquiera de los actos en él especificados. (DefiniciónABC, 2018).

Fuente: Elaboración Propia, con información de diversas fuentes.

Conclusiones

Con el desarrollo del proyecto y analizando los objetivos planteados para la creación de Fórmulas EnLínea, se llegó a la conclusión de tratarse de un proyecto que favorece la calidad de vida de las personas, por lo que se le atribuye un fuerte impacto a la sociedad, donde el uso de nuevas tecnologías y TICs actualmente están generando un cambio cultural, dando viabilidad del mercado potencial, al satisfacer un necesidad puntual, en el cual de acuerdo a la investigación el 81% de los encuestados manifestaron tomar ellos o algún familiar medicamentos mensuales para mejorar la condición de vida.

En suma el avance tecnológico ha logrado que la personas hagan uso de los diferentes medios tecnológicos o recursos que hayan para facilitar la vida, son cada vez más exigentes, tienen menos tiempo y por ende esperan mayor agilidad y facilidad para hacer las cosas, además no solo esperan rapidez, sino también atención personalizada de acuerdo a sus necesidades y deseos.

Según, el análisis de las encuestas y partiendo del hecho de ser la salud uno de los principales problemas sociales y el factor más importante para lograr una larga vida, se comprobó que la mayoría de las personas deben esperar más del tiempo considerable para obtener los medicamentos, sin contar el tiempo en la IPS para obtener la fórmula, manifiestan no tener el tiempo suficiente para esperar, por temas laborales, familiares, o de ocio que consideran es tiempo que se pierde para obtener los medicamentos, por tanto están dispuestos a pagar por un servicio que les facilite este trámite, pues estas dificultades lo que logra es que busquen adaptarse a nuevas herramientas que le contribuyan a una mejorar sus necesidades.

Con el análisis de las herramientas empleadas a lo largo del proyecto, se puede inferir que es un plan de negocios sustentado en una propuesta de valor que busca específicamente lograr satisfacer al cliente frente al trámite de medicamentos, generando mayor rapidez y con un servicio personalizado, que si bien las instituciones comprendidas dentro de los servicios de

salud están haciendo esfuerzos por mejorar el sistema, no logran aun cumplir con lo que realmente espera el cliente frente al servicio.

En cuanto al análisis financiero del plan de negocio, se evidencia una ganancia bastante alentadora en un término de 5 años y a perpetuidad se sigue conservando la tendencia, lo que le da vida y permanencia en el tiempo, no necesita grandes inversiones para sostenerse, es decir no se requiere de inversiones futuras para evitar una caja negativa, lo que significa que no se verá la obligación de devolver financiamiento, según estos datos, es una oportunidad de negocio rentable que puede experimentar crecimiento futuro.

Teniendo en cuenta los riesgos a los que se expone el plan de negocio, se identificó como principal factor que vulneraría la integridad de los colaboradores y por ende de la permanencia de la empresa, la extorsión que se da desde hace varios años en Medellín y área metropolitana por los grupos ilegales y delincuencia común.

Conclusión con el ejercicio académico

Aprendí que el entorno está lleno de oportunidades de negocios, que es difícil emprender, pero es apasionante sentir, colocar en práctica los conocimientos adquiridos en la carrera, sin miedo a querer algo por lo que vale la pena intentar y quizá hasta fracasar.

ANEXOS

Instrumentos de investigación

Encuesta 1

Sexo *

Mujer

Hombre

Edad *

Entre 18 y 25 años

Entre 26 y 35 años

Entre 36 y 45 años

Más de 46 años

Ocupación *
Estudiante
Empleado
Empresario
Independiente
Ama de Casa
Jubilado
Desempleado

1. Nivel Académico *

Primaria
Bachillerato
Técnico
Tecnólogo
Profesional
Especialista
Sin Estudio

2. Se preocupa por su estado de salud?

Si
No

3. Por comodidad como preferiría hacer los trámites correspondientes a su estado de salud en la (institución Prestadora de Salud) IPS

En persona
Llamada telefónica
Correo electrónico
A través de la página web de la (Entidad Prestadora de Salud) EPS
Con un mensajero
Otro (por favor especifique)

4.Cuál de los siguientes aparatos móviles posee y utiliza más para conectarse a internet?

Móvil
Portátil
Tableta
Lector electrónico
Computador
Otros (por favor especifique)

5. Cuál de las siguientes redes sociales prefiere y utiliza mas para comunicarse con amigos, familiares y demás
- Facebook
 - Instagram
 - Whatsapp
 - Snapchat
 - Linkedin
 - Twitter
 - Youtube
 - Otro (por favor especifique)
6. Enumere en orden de importancia (1-2-3-4-5), siendo 1 el más significativo, los factores que espera encontrar frente a los medios o recursos tecnológicos que se encuentran en la web para facilitar su vida
- Todo mucho más rápido
 - Servicio personalizado
 - Compartir experiencias
 - Relaciones bidireccionales con la marca (contacto directo)
 - Acceso a los servicios cuando y donde lo desee
7. Pagaría por que le hicieran los trámites correspondientes a su estado de salud en la IPS o EPS?
- Si
 - No
8. Cómo evalúa la comunicación a través de mensajería instantánea (WhatsApp)
- De gran utilidad
 - Bastante útil
 - No muy útil
 - Nunca lo uso
9. Confiaría su estado de salud a un servicio enfocado en comercializar los tramites, diligencias, solicitudes y consultas en la EPS, bajo la herramienta denominada WhatsApp
- Si
 - No
10. Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar por que le hicieran una diligencia de salud en la EPS?
- Entre \$ 2.000 y \$ 5.000

Entre \$ 6.000 y \$ 10.000

Encuesta 2

Sexo *

Mujer

Hombre

Edad *

Entre 18 y 25 años

Entre 26 y 35 años

Entre 36 y 45 años

Más de 46 años

Ocupación *

Estudiante

Empleado

Empresario

Independiente

Ama de Casa

Jubilado

Desempleado

1. Nivel Académico *

Primaria

Bachillerato

Técnico

Tecnólogo

Profesional

Especialista

Sin Estudio

2. Usted o algún familiar tiene una enfermedad o padecimiento (opción múltiple)

Hipertensión arterial (aumento de la presión) o enfermedades cardiovasculares

Diabetes Mellitus tipo 1 o 2 (Azúcar en la sangre)

Hipertiroidismo, hipotiroidismo o problemas metabólicos

Padecimientos psiquiátricos (Alzheimer, demencia, esquizofrenia, depresión, entre otras)

Dislipidemias (trastornos del colesterol, triglicéridos, altos o alterados, entre otras).

Obesidad o sobrepeso

Asma o problemas respiratorios

Osteoporosis (problemas en los huesos)

Artritis, fibromialgia, reumatismo, entre otras
Dolores crónicos
Otro (especifique)

3. Toma usted o alguien de su familia, algún medicamento para el control de un padecimiento o enfermedad

Si
No

4. Cuánto tiempo se gasta reclamando el medicamento en la farmacia

Menos de media hora
Más de una hora
Más de dos horas
Más tiempo

5. Pagaría usted o un familiar por un servicio que le hiciera todo el trámite, es decir: renovar la fórmula, solicitarla en la farmacia y llevarla donde usted desee

Si
No

Contrato

CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS

CONTRATANTE:	
CEDULA DE CIUDADANIA:	
CONTRATISTA:	FÓRMULAS EnLínea
NIT	----
OBJETO DEL CONTRATO:	Gestión y trámite de renovación de fórmulas mensuales y reclamación de los medicamentos, en la ciudad de Medellín y área metropolitana
DIRECCION DEL CONTRATANTE:	
TIPO DE PLAN ELEGIDO:	
FECHA DE INICIO:	
FECHA DE TERMINACION:	
CUANTIA DEL PLAN	
FORMA DE PAGO	

TIPOS DE PLANES A ELEGIR

Plan Oro	Este plan está pensado y detallado para aquellos clientes que tienen un diagnóstico que les amerita la renovación de medicamentos mensuales indefinidamente, se firma por un término de 12 meses, donde se obliga tanto a Fórmulas EnLínea como a cada cliente a cumplir con una serie de obligaciones, expresadas en un contrato bajo prestación de servicios.
Plan Plata	Planteado para aquellos que deseen solo obtener el servicio en un término de 6 meses.
Plan Bronce	Para quienes quizá, por su intención de probar el servicio o por falta de dinero, tomarlo solo por un término de 3 meses.

Entre los suscritos, **NANCY ALVERI GIRALDO JARAMILLO**, mayor de edad, identificado con cédula de ciudadanía No. 39.359.359 expedida en Medellín, actuando en nombre y representación de la sociedad **FÓRMULAS EnLínea S.A.S** con NIT-----, quien en adelante se denominará **EL CONTRATISTA**, por una parte, y por otra, -----, mayor de edad, identificado con cédula de ciudadanía No. ----expedida en -----, **CLIENTE**, actuando en nombre propio y quien para los efectos del presente Contrato se denominará **EL CONTRATANTE**, acuerdan celebrar el presente contrato de prestación de servicios de la gestión y trámite de renovación de fórmulas mensuales y reclamación de los medicamentos, en la ciudad de Medellín y Área Metropolitana, el cual se regirá por las siguientes cláusulas:

DISPOSICIONES CONTRACTUALES

PRIMERA. OBJETO: El CONTRATISTA, se obliga para con El CONTRATANTE a PRESTAR SUS SERVICIOS para la gestión y trámite de renovación de fórmulas mensuales y reclamación de los medicamentos, en la ciudad de Medellín y Área Metropolitana.

SEGUNDA. PRESTACIÓN DEL SERVICIO: el servicio que ofrece Fórmulas EnLínea es independiente de la EPS y Droguerías, por ningún motivo es un derecho por la afiliación al plan obligatorio de salud.

TERCERA. DURACIÓN O PLAZO: Las partes pactan de mutuo acuerdo que el plazo para la ejecución del objeto contractual plasmado en el presente documento privado, será de -----, contados a partir del----- de 2019 y

con fecha de finalización el ----- de 2019. Acuerdan igualmente las partes, que el presente contrato no se prorrogará de forma automática al vencimiento del plazo inicialmente pactado, ya que para dichos efectos legales se requerirá de acuerdo expreso y por escrito suscrito por ambos contratantes. En todo caso, es voluntad de los contratantes, dejar sentado que al vencimiento del término inicialmente pactado, el presente contrato se vencerá de forma automática, sin que haya lugar a prórroga automática del mismo, salvo acuerdo escrito entre las partes.

CUARTA. PRECIO: Acuerdan libremente las partes, que el Contratista percibirá por concepto de honorarios derivados por los servicios prestados a favor del Contratante, la suma de -----Por el inicialmente pactado

QUINTA. FORMA DE PAGO: Las partes contratantes acuerdan que el valor de los honorarios que se causen a favor del Contratista, será cancelado por el Contratante

SEXTA. CONTRATISTA declara que no tiene ningún vínculo laboral con **EL CONTRATANTE** y que ejecutará los trabajos por su cuenta y riesgo, así mismo, **EL CONTRATISTA** no tendrá derecho a ninguna clase de prestación social, por cuanto **NO** es trabajador dependiente al servicio de **EL CONTRATANTE**.

SÉPTIMA. OBLIGACIONES DE LAS PARTES: El **CONTRATANTE** deberá facilitar al Contratista el acceso a la información sobre copago actual de la fórmula en la farmacia y demás elementos que sean necesarios, de manera oportuna, para la debida ejecución del objeto del contrato, y, estará obligado a cumplir con lo estipulado en las demás cláusulas y condiciones previstas en este documento.

El **CONTRATISTA** se obliga a cumplir, en forma eficiente y oportuna, las actividades encomendadas en el presente contratodé acuerdo con la naturaleza del servicio prestado; según su experiencia y conocimiento en la Renovación automática de fórmulas de medicamentos (RAF) en la EPS y posterior reclamación en la farmacia.

OBLIGACIONES DE FÓRMULAS EnLínea

1. El tiempo máximo de entrega de los medicamentos en la dirección inicialmente pactada será de -----
2. En caso de perder los medicamentos por robo, atraco, accidente, entre otros inconvenientes que se puedan presentar durante la entrega, estará obligado de igual manera a responder en un término de 48 horas por los medicamentos
3. Solo presta el servicio para medicamentos, en ningún momento lo hará aditamentos
4. El transporte de los medicamentos de se harán en un caja cerrada, instalada en la moto del mensajero, acondicionada para evitar temperaturas extremas, la

- incidencia de la luz solar directa, el ingreso de insectos, aves, roedores u otros insectos.
5. El tiempo máximo de entrega de los medicamentos en la dirección indicada será de 6 horas del día correspondiente a la reclamación del medicamento en la farmacia
 6. De coincidir un día festivo la fecha para la reclamación del medicamento, contactar al cliente para indicarle fecha de entrega.
 7. Se hará entrega de los medicamentos de las droguerías Colsubsidio, en ningún momento y por ninguna razón pasaran a ser genéricos o de otra farmacia diferente a la mencionada
 8. Solo para el plan ORO si paga de contado la totalidad del plan, se brinda la posibilidad de reclamar los medicamentos de una segunda persona por el mismo tiempo que se le hace al contratante

OBLIGACIONES DEL CLIENTE

1. Garantizar que el mensajero pueda hacer la entrega de los medicamentos, en el lugar y con la persona indicada a continuación -----CC.

2. Pagar el recargo adicional de \$2.000 pesos en caso del mensajero tener que regresar a entregar de nuevo los medicamentos, en caso de no dar aviso previo a este inconveniente para evitar el desplazamiento del mensajero
3. Renovar el RAF en el tiempo que sea necesario para evitar retrasos en el proceso del servicio
4. Entregar fotocopia con la firma del contrato, para facilitar la entrega de los medicamentos en la farmacia
5. Actualizar la información que tiene que ver con el copago, para reclamación del mismo en la farmacia sin inconvenientes
6. Si la dirección indicada para la entrega de los medicamentos, está por fuera de la ciudad de Medellín, pagara por cada mes un recargo adicional de \$2.000
7. Si difiere el plan a pagar mensual y cambia de dirección en cumplimiento del contrato, asumirá el recargo adicional por cada mes, si pago de contado se le respetara el precio independientemente si está dentro de la ciudad núcleo o no
8. Deberá suministrar una dirección de entrega, garantizando que no tengan problemas de orden público para avalar la integridad del mensajero, de darse por enterado de esta situación, estará en la obligación de informarlo
9. Pagar al mensajero, el valor correspondiente al copago en la farmacia para la entrega de los medicamentos.

OCTAVA. MANEJO Y PROPIEDAD DE LA INFORMACIÓN En cuanto a la información que EL CONTRATANTE haya proporcionado o brindado al contratista en relación directa o indirecta con el objeto del presente contrato, y la cual haya sido suministrada antes, durante o después de la ejecución del presente contrato, será de propiedad exclusiva del contratante, y por tal motivo el contratistas se obliga a no utilizar, vender, manipular, retener o suministrar esta información para sí o para

terceras personas. De igual forma, acuerdan las partes que cualquier información financiera, administrativa laboral, comercial y de cualquier otro género, y que se obtenga o produzca con ocasión del presente contrato, así como cualquier producto o información generada o creada por el contratista en desarrollo o ejecución del presente contrato, es de propiedad exclusiva de la copropiedad, por lo que el contratista no podrá utilizarla, manipularla, cederla o retenerla para sí o para terceros, antes, durante o después de la ejecución del presente contrato, so pena de incurrir en las sanciones legales de índole penal, sin perjuicio de las indemnizaciones que se originen a causa de ello y que se puedan reclamar por vía civil.

NOVENA. TERMINACIÓN. El presente contrato terminará por:

1. El cumplimiento del plazo previsto para su duración.
2. La cesión o el traspaso del presente contrato por parte del **CONTRATISTA** a un tercero, sin la autorización previa, escrita y expresa del **CONTRATANTE**.
3. En los casos de Fuerza mayor o caso fortuito debidamente acreditados o probados.
4. De igual forma, cuando se presente violación de alguna o algunas de las cláusulas de este contrato o cuando el objeto contractual se esté desarrollando en una forma indebida o distinta a la inicialmente pactada, sin que por esta causa exista obligación del **CONTRATANTE** de indemnizar al Contratista por la terminación unilateral del contrato. En este caso, solo existirá la obligación para el contratante de pagar los honorarios y la comisión que se hayan causado a la fecha de terminación unilateral del contrato respectivo.
5. Por la evasión por parte del **CONTRATISTA**, durante la ejecución del contrato, del pago total o parcial por el plan
6. El incumplimiento de **EL CONTRATISTA** de cualquiera de sus obligaciones legales o contractuales.
7. Por mutuo acuerdo entre las partes.
8. Las causales previstas en la Ley.
9. Por la mera manifestación de voluntad de terminación de cualquiera de las partes, notificada mediante comunicación escrita dirigida a la otra parte con una anticipación no inferior a 15 días calendario.
10. Por el plazo necesario para la nueva renovación del RAF en la EPS por parte del Contratante

DECIMA: Solución de controversias: Las partes acuerdan que de surgir diferencias en el desarrollo del presente convenio, buscarán soluciones ágiles y directas para afrontar dichas discrepancias. Para tal efecto, acudirán inicial y preferentemente, al empleo de los mecanismos de solución directa de controversias contractuales, tales como la conciliación extrajudicial, amigable composición y la transacción. En caso de no existir solución alguna al conflicto o a la diferencia contractual dentro del mes (1) siguiente al origen o notificación de esta por cualquier de las partes, se acudirá a la vía ordinaria de la jurisdicción civil.

DECIMA PRIMERA. CLAUSULA PENAL: Acuerdan las partes que el incumplimiento en cualquiera de las obligaciones pactadas en el presente contrato a cargo del contratista, generará una multa contractual de....., sin perjuicio de que se pueda acudir a la vía judicial al cobro de los daños y perjuicios ocasionados con el incumplimiento.

DECIMA SEGUNDA. MERITO EJECUTIVO: El presente contrato presta merito ejecutivo para exigir a instancia judicial el cumplimiento de las obligaciones de hacer, dar y no hacer contenidas en el presente contrato, para lo cual ambas renuncian desde ahora a cualquier requerimiento para constituirse mutuamente en mora.

DÉCIMA TERCERA: CESION DEL CONTRATO: Este contrato se celebra en consideración a experiencia e idoneidad del CONTRATISTA y por ello, este no podrá ceder parcial ni totalmente su ejecución o cumplimiento a un tercero, salvo autorización previa y escrita emitida por el contratante.

DECIMA CUARTA: CONFIDENCIALIDAD: El CONTRATISTA se obliga a mantener bajo estricta confidencialidad la información, verbal, impresa, audiovisual o digital, que en desarrollo del presente contrato llegaren a conocer y se abstendrá de utilizarla indebidamente y/o en perjuicio de la fuente de información, guardándola y protegiendo la respectiva reserva industrial y comercial.

DECIMA QUINTA: VIGENCIA DE OTROS ACUERDOS. Igualmente acuerdan las partes que el presente contrato sustituye y deja sin efecto jurídico, cualquier acuerdo anterior al que hayan llegado los contratantes de forma verbal o por escrito.

Las partes suscriben el presente documento, a los ----- días del mes de..... Del año 2019, en la ciudad de Medellín.

NANCY ALVERI GIRALDO JARAMILLO

C.C.39.359.359 DE MEDELLIN
REPRESENTANTE LEGAL DEL CONTRATANTE

.....
EL CONTRATISTA

C.C.

DIRECCION

TELEFONO

EMAIL:

AUTORIZO NOTIFICACIONES ELECTRONICAS SI () NO ()

Respuesta cualitativa (encuesta)

Justificación de, pagaría o no por el trámite de renovación de fórmulas y reclamación de los medicamentos.

Para evitar la incomodidad de esperar tanto

suendo empleada no cuento con el tiempo suficiente ni disponible para esperar

Por cuestiones de tiempo

Es demaciado el tiempo para los trámites de salud

El tiempo en el tramite es bastante largo

Si, por cuestiones de tiempo lo haría ya que

Seria bueno ya que hay que esperar demasiado tiempo en las droguerías

Por tiempo para mi familiar

Para ahorrar tiempo

porqueaveces no cuento con el tiempo para hacerlo.

Es malisimo el servicio para reclamar mrdicamentos hasta tres horas se queda uno esperando
son pesimos

Falta de tiempo

No

para ahorrar tiempo ya que trabajo

Ahorro de tiempo

Mas Eficiente y menos esperaaaa

Un familiar es más conveniente para el por ganarse el dinero y para uno por que lucha por lo de
uno

no necesito en el momento

Porque son muy lentos para atender

Por comodidad y tiempo

Por facilidad

por el tiempo y la comodidad

toca.. personas de la tercera edad no van a hacer las filas..

Yo lo puedo hacer

siempre y cuando esta persona este bien enterada del paso a paso y mi necesidad o de mi

familiar

No pagaría

Tiempo

No porque no seria justo pagar

No hay plata que alcance

Es muy útil

Por tiempo

Me gusta ir a mí

Es personal.

No sería de calidad.

lo confiaria solo a la familia

si no puedo. lo pedo el favor

Si

por la demora. del servicio

Porq siempre se debe hacer autorizar dicha fórmula aun siendo pos

Por lo q gastaria en pasajes y tiempo.

La ayuda en reclamar medicamentos es demasiado útil debido al corto tiempo que se maneja por

horarios laborales

Porq si

Dasiadaperdida de tiempo

Porque muchos son personas de la3 edad

Para evitar el tiempo de demora

Yo puedo hacer los tramites

Por más comodidad y evitar las esperas

No tengo recursos

No

Por tiempo

Por tiempo

Ahorro de mi propio tiempo.

Si hay eficiencia y eficacia

Porque tengo el tiempo disponible para hacer el tramite

Las filas que toca hacer y el tiempo que toca invertir para poder solicitar algunos Delos servicios

anterior mención

Porque no me queda tiempo

No tramites muy personales

Ahorra tiempo

Voy yo personalmente

Facilidad

Lo hago yo misma

En caso de una persona que tenga problemas de movilidad reducida si pagaría

Por agilidad

Si estoy enfermó me evito esforzar mi cuerpo mientras lo hago

No hay tiempo

Comodidad

Comodidad

No confio
Se hace directamente
Sería masfacil y rrapido
Si, debido a que es mucho tiempo invertido
No lo considero necesario
Muy mal servicio
Por los horarios
Disponibilidad de tiempo
para reclamar medicamentos siemprehai muchas filas. por lo general estamos trabajando es
incomo estar pidiendo permiso
No se pierde tiempo
Ahorras tiempo, evitar esa obligación y dar trabajo a otras personas
Por el tiempo q se pierde esperando
Sería maravilloso poder pagar (un costo razonable) por evitar tamos trámites que además de
llevarse mucho tiempo, desgasta.
Si
Para ahorrar tiempo
Tiempo
Porque al ser un servicio presencial, puedo usar ese tiempo para
Me ahorraria mucho tiempo
Ahorraria tiempo
No todos los usuarios tendrían podrían pagar
Se puede ahorrar mas tiempo adicional si la persona esta desempleada se puefe ganar algo
extra
Tiempo
Factor tiempo
A veces el tiempo laboral no permite los tiempos que estipulan las EPS para el suministro de
medicamentos
Ya que la entrega la hacen inmediatamente
Porrqavecs le queda dificil salir
No es necesario
Uno mismo lo hace
Lleva demasiado tiempo hacer los trámites y no cuento con tanto tiempo disponible
Por el tiempo
Debido a la demora en los trámites
Por ganar tiempo
Porque los tiempos de respuesta de las farmacias son muy lentos, además cuando hay q renovar
una fórmula hay muchos trámites
No es necesario
Puede uno hacer otras cosas
Porque es responsabilidad de la respectiva entidad de salud mejorar la calidad y agilidad del
servicio.
Optimizar tiempos
El tiempo de espera para una renovación de una orden más la espera en la farmacia es mucho
tiempo y uno trabajando no le da
Porque ahorrariamos tiempo y a veces ir hasta el centro de salud a reclamarlo se vuelve tedioso.
Porqué es muy personal
Es de paciencia
Na
Cantidad de gente y esperas
aunque si las eps prestaran un optimo servicio y orgsnizaran muy bien sus procesos no
serianecesarko que nos sigan sacando mas y mas plata a los usuarios.

La renovación de las fórmulas suele ser un proceso lento
Ahorrar tiempo
En algunas ocasiones donde este corta de tiempo y disponibilidad
Ganar tiempo
Por el tiempo que me demoro allá
Porque eso se demora mucho allá
Porque se demora allá
Por tiempo
Lo haría para ya q el trabajo no me permite hacerlo
Por ahorro de tiempo
Sin pensarlo, pagaría por evitar ir a la farmacia
No tengo tiempo
No tengo tiempo
Tiempo
un servicio a domicilio
Ahorro de tiempo
eso es premiar la ineficiencia del servicio.
Es posible que alguna familiar, pague por estos trámites pero no deberían existir las colas en este tipo de servicio
Esto le corresponde a la EPS con buen servicio.
Tiempo
Es mejor personal
En las farmacias no cuentan con tiempo estimado por usuario
No
Ahorrar tiempo
Por ahorrar tiempo
Evitar inconvenientes para el trámite
Me gusta hacerlo personalmente
Es confiable siendo de la familia
Es muy demorado el proceso
En el momento puedo hacer personalmente
No tengo mucho tiempo para hacerlo tranquila
Me da pereza la espera
No tengo tanto tiempo para esperar
Para no esperar tanto
Por tiempo
Tiempo
Por q hay veces uno no tiene mucho tiempo para esperar o tiene q ir a trabajar
Para invertir ese tiempo en otras obligaciones
Por falta de tiempo

Análisis financiero

Ingresos a 5 años

INGRESOS (Pesos)	2019	ene-20	feb-20	mar-20	abr-20	may-20	jun-20	jul-20	ago-20	sep-20	oct-20	nov-20	dic-20	2020	2021	2022	2023
Unidades	6.000	550	550	550	550	550	550	550	550	550	550	550	550	6.600	7.260	7.986	8.786
Precio	\$9.000,00	\$9.500,00	\$9.500,00	\$9.500,00	\$9.500,00	\$9.500,00	\$9.500,00	\$9.500,00	\$9.500,00	\$9.500,00	\$9.500,00	\$9.500,00	\$9.500,00	\$9.500,00	\$9.925,00	\$9.371,25	\$9.839,81
Ingresos SERVICIO ENLÍNEA	\$48.000.000	\$4.675.000	\$4.675.000	\$4.675.000	\$4.675.000	\$4.675.000	\$4.675.000	\$4.675.000	\$4.675.000	\$4.675.000	\$4.675.000	\$4.675.000	\$4.675.000	\$56.100.000	\$64.795.500	\$74.830.903	\$86.442.731
Unidades	1.200	320	0	0	320	0	0	320	0	0	320	0	0	1.280	1.408	1.549	1.704
Precio	\$8.000,00	\$24.000,00	\$0,00	\$0,00	\$24.000,00	\$0,00	\$0,00	\$24.000,00	\$0,00	\$0,00	\$24.000,00	\$0,00	\$0,00	\$8.000,00	\$8.400,00	\$8.820,00	\$9.261,00
Ingresos PLAN BRONCE	\$28.800.000	\$7.680.000	\$0	\$0	\$7.680.000	\$0	\$0	\$7.680.000	\$0	\$0	\$7.680.000	\$0	\$0	\$30.720.000	\$11.827.200	\$13.662.180	\$15.780.744
Unidades	400	220	0	0	0	0	0	220	0	0	0	0	0	440	484	532	585
Precio	\$8.000,00	\$48.000,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$48.000,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$8.000,00	\$9.400,00	\$8.820,00	\$9.261,00
Ingresos PLAN PLATA	\$19.200.000	\$10.560.000	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$10.560.000	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$21.120.000	\$4.065.600	\$4.892.240	\$5.417.685
Unidades	100	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100	120	132	145
Precio	\$8.000,00	\$96.000,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$8.000,00	\$9.400,00	\$8.820,00	\$9.261,00
Ingresos PLAN ORO	\$8.000.000	\$9.600.000	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$8.000.000	\$1.088.000	\$1.164.240	\$1.342.845
TOTAL INGRESOS	\$105.680.000	\$32.515.000	\$4.675.000	\$4.675.000	\$12.355.000	\$4.675.000	\$4.675.000	\$22.915.000	\$4.675.000	\$4.675.000	\$12.355.000	\$4.675.000	\$4.675.000	\$117.540.000	\$81.696.300	\$94.357.463	\$108.984.085

Costo de ventas

Año 2019

COSTO DE VENTAS (Pesos)	ene-19	feb-19	mar-19	abr-19	may-19	jun-19	jul-19	ago-19	sep-19	oct-19	nov-19	dic-19	2019
Unidades	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	6.000
CIF	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00
MANO DE OBRA	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00
Costos de ventas por unidad	\$206,00	\$206,00	\$206,00	\$206,00	\$206,00	\$206,00	\$206,00	\$206,00	\$206,00	\$206,00	\$206,00	\$206,00	\$206,00
Total costos de ventas SERVICIO ENLÍNEA	\$103.000	\$103.000	\$103.000	\$103.000	\$103.000	\$103.000	\$103.000	\$103.000	\$103.000	\$103.000	\$103.000	\$103.000	\$1.236.000
Unidades	300	0	0	300	0	0	300	0	0	300	0	0	1.200
CIF	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00
MANO DE OBRA	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00
Costos de ventas por unidad	\$206,00	\$206,00	\$206,00	\$206,00	\$206,00	\$206,00	\$206,00	\$206,00	\$206,00	\$206,00	\$206,00	\$206,00	\$206,00
Total costos de ventas PLAN BRONCE	\$61.800	\$0	\$0	\$61.800	\$0	\$0	\$61.800	\$0	\$0	\$61.800	\$0	\$0	\$247.200
Unidades	200	0	0	0	0	0	200	0	0	0	0	0	400
CIF	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00
MANO DE OBRA	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00
Costos de ventas por unidad	\$206,00	\$206,00	\$206,00	\$206,00	\$206,00	\$206,00	\$206,00	\$206,00	\$206,00	\$206,00	\$206,00	\$206,00	\$206,00
Total costos de ventas PLAN PLATA	\$41.200	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$41.200	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$82.400
Unidades	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100
CIF	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00
MANO DE OBRA	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00
Costos de ventas por unidad	\$206,00	\$206,00	\$206,00	\$206,00	\$206,00	\$206,00	\$206,00	\$206,00	\$206,00	\$206,00	\$206,00	\$206,00	\$206,00
Total costos de ventas PLAN ORO	\$20.600	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$20.600
TOTAL COSTOS DE VENTAS	\$228.600	\$103.000	\$103.000	\$164.800	\$103.000	\$103.000	\$206.000	\$103.000	\$103.000	\$164.800	\$103.000	\$103.000	\$1.586.200

Años 2020

ene-20	feb-20	mar-20	abr-20	may-20	jun-20	jul-20	ago-20	sep-20	oct-20	nov-20	dic-20	2020
550	550	550	550	550	550	550	550	550	550	550	550	6.600
\$210,00	\$210,00	\$210,00	\$210,00	\$210,00	\$210,00	\$210,00	\$210,00	\$210,00	\$210,00	\$210,00	\$210,00	\$210,00
\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00
\$216,00	\$216,00	\$216,00	\$216,00	\$216,00	\$216,00	\$216,00	\$216,00	\$216,00	\$216,00	\$216,00	\$216,00	\$216,00
\$118.800	\$118.800	\$118.800	\$118.800	\$118.800	\$118.800	\$118.800	\$118.800	\$118.800	\$118.800	\$118.800	\$118.800	\$1.425.600
320	0	0	320	0	0	320	0	0	320	0	0	1.280
\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00
\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00
\$1.920	\$0	\$0	\$1.920	\$0	\$0	\$1.920	\$0	\$0	\$1.920	\$0	\$0	\$7.680
220	0	0	0	0	0	220	0	0	0	0	0	440
\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00
\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00
\$206,00	\$206,00	\$206,00	\$206,00	\$206,00	\$206,00	\$206,00	\$206,00	\$206,00	\$206,00	\$206,00	\$206,00	\$206,00
\$45.320	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$45.320	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$90.640
100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100
\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00
\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00	\$6,00
\$206,00	\$206,00	\$206,00	\$206,00	\$206,00	\$206,00	\$206,00	\$206,00	\$206,00	\$206,00	\$206,00	\$206,00	\$206,00
\$20.600	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$20.600
\$186.640	\$118.800	\$118.800	\$120.720	\$118.800	\$118.800	\$166.040	\$118.800	\$118.800	\$120.720	\$118.800	\$118.800	\$1.544.520

Años 2021-2022-2023

COSTO DE VENTAS (Pesos)	2021	2022	2023
Unidades	7.260	7.986	8.785
CIF	\$224,70	\$240,43	\$257,26
MANO DE OBRA	\$6,30	\$6,62	\$6,95
Costos de ventas por unidad	\$231,00	\$247,05	\$264,21
Total costos de ventas SERVICIO ENLÍNEA	\$1.677.060	\$1.972.941	\$2.321.085
Unidades	1.408	1.549	1.704
CIF	\$0,00	\$0,00	\$0,00
MANO DE OBRA	\$6,30	\$6,62	\$6,95
Costos de ventas por unidad	\$6,30	\$6,62	\$6,95
Total costos de ventas PLAN BRONCE	\$8.870	\$10.254	\$11.843
Unidades	484	532	585
CIF	\$210,00	\$220,50	\$231,53
MANO DE OBRA	\$6,30	\$6,62	\$6,95
Costos de ventas por unidad	\$216,30	\$227,12	\$238,48
Total costos de ventas PLAN PLATA	\$104.689	\$120.828	\$139.511
Unidades	120	132	145
CIF	\$210,00	\$220,50	\$231,53
MANO DE OBRA	\$6,30	\$6,62	\$6,95
Costos de ventas por unidad	\$216,30	\$227,12	\$238,48
Total costos de ventas PLAN ORO	\$25.956	\$29.980	\$34.580
TOTAL COSTOS DE VENTAS	\$1.816.576	\$2.134.003	\$2.507.018

Gastos fijos

Año 2019

GASTOS FIJOS (Pesos)	ene-19	feb-19	mar-19	abr-19	may-19	jun-19	jul-19	ago-19	sep-19	oct-19	nov-19	dic-19	2019
SOSTENIMIENTO MOTOS	\$700.000	\$700.000	\$700.000	\$700.000	\$700.000	\$700.000	\$700.000	\$700.000	\$700.000	\$700.000	\$700.000	\$700.000	\$8.400.000
Papelaria	\$105.000	\$110.250	\$115.763	\$121.551	\$127.628	\$134.010	\$140.710	\$147.746	\$155.133	\$162.889	\$171.034	\$179.586	\$1.671.300
Wifi	\$102.000	\$102.000	\$102.000	\$102.000	\$102.000	\$102.000	\$102.000	\$102.000	\$102.000	\$102.000	\$102.000	\$102.000	\$1.224.000
Gastos Operaciones	\$907.000	\$912.250	\$917.763	\$923.551	\$929.628	\$936.010	\$942.710	\$949.746	\$957.133	\$964.889	\$973.034	\$981.586	\$11.295.300
Arrendamiento	\$500.000	\$500.000	\$500.000	\$500.000	\$500.000	\$500.000	\$500.000	\$500.000	\$500.000	\$500.000	\$500.000	\$500.000	\$6.000.000
Servicios Publicos	\$80.000	\$80.000	\$80.000	\$80.000	\$80.000	\$80.000	\$80.000	\$80.000	\$80.000	\$80.000	\$80.000	\$80.000	\$960.000
Gastos Administrativos	\$580.000	\$580.000	\$580.000	\$580.000	\$580.000	\$580.000	\$580.000	\$580.000	\$580.000	\$580.000	\$580.000	\$580.000	\$6.960.000
TOTAL GASTOS FIJOS	\$1.587.000	\$1.492.250	\$1.497.763	\$1.503.551	\$1.509.628	\$1.516.010	\$1.622.710	\$1.529.746	\$1.537.133	\$1.544.889	\$1.553.034	\$1.561.586	\$18.455.300

Año 2020

ene-20	feb-20	mar-20	abr-20	may-20	jun-20	jul-20	ago-20	sep-20	oct-20	nov-20	dic-20
\$770.000	\$770.000	\$770.000	\$770.000	\$770.000	\$770.000	\$770.000	\$770.000	\$770.000	\$770.000	\$770.000	\$770.000
\$105.000	\$110.250	\$115.763	\$121.551	\$127.628	\$134.010	\$140.710	\$147.746	\$155.133	\$162.889	\$171.034	\$179.586
\$102.000	\$102.000	\$102.000	\$102.000	\$102.000	\$102.000	\$102.000	\$102.000	\$102.000	\$102.000	\$102.000	\$102.000
\$977.000	\$982.250	\$987.763	\$993.551	\$999.628	\$1.006.010	\$1.012.710	\$1.019.746	\$1.027.133	\$1.034.889	\$1.043.034	\$1.051.586
\$540.000	\$540.000	\$540.000	\$540.000	\$540.000	\$540.000	\$540.000	\$540.000	\$540.000	\$540.000	\$540.000	\$540.000
\$80.000	\$80.000	\$80.000	\$80.000	\$80.000	\$80.000	\$80.000	\$80.000	\$80.000	\$80.000	\$80.000	\$80.000
\$620.000	\$620.000	\$620.000	\$620.000	\$620.000	\$620.000	\$620.000	\$620.000	\$620.000	\$620.000	\$620.000	\$620.000
\$1.597.000	\$1.602.250	\$1.607.763	\$1.613.551	\$1.619.628	\$1.626.010	\$1.632.710	\$1.639.746	\$1.647.133	\$1.654.889	\$1.663.034	\$1.671.586

Años 2021-2022-2023

GASTOS FIJOS (Pesos)	2021	2022	2023
SOSTENIMIENTO MOTOS	\$9.794.400	\$10.382.064	\$11.004.988
Papelaria	\$1.671.300	\$1.671.300	\$1.671.300
Wifi	\$1.224.000	\$1.224.000	\$1.224.000
Gastos Operaciones	\$12.689.700	\$13.277.364	\$13.900.288
Arrendamiento	\$6.998.400	\$7.558.272	\$8.162.934
Servicios Publicos	\$960.000	\$960.000	\$960.000
Gastos Administrativos	\$7.958.400	\$8.518.272	\$9.122.934
TOTAL GASTOS FIJOS	\$20.648.100	\$21.795.636	\$23.023.222

Salarios de los colaboradores

Año 2019

SALARIOS (Pesos)	ene-19	feb-19	mar-19	abr-19	may-19	jun-19	jul-19	ago-19	sep-19	oct-19	nov-19	dic-19	2019
Cantidad	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1,0
Remuneración total	\$1.200.000	\$1.200.000	\$1.200.000	\$1.200.000	\$1.200.000	\$1.200.000	\$1.200.000	\$1.200.000	\$1.200.000	\$1.200.000	\$1.200.000	\$1.200.000	\$14.400.000
Administradora	\$1.200.000	\$1.200.000	\$1.200.000	\$1.200.000	\$1.200.000	\$1.200.000	\$1.200.000	\$1.200.000	\$1.200.000	\$1.200.000	\$1.200.000	\$1.200.000	\$14.400.000
Gerencia General	\$1.200.000	\$1.200.000	\$1.200.000	\$1.200.000	\$1.200.000	\$1.200.000	\$1.200.000	\$1.200.000	\$1.200.000	\$1.200.000	\$1.200.000	\$1.200.000	\$14.400.000
Cantidad	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2,0
Remuneración total	\$1.200.000	\$1.200.000	\$1.200.000	\$1.200.000	\$1.200.000	\$1.200.000	\$1.200.000	\$1.200.000	\$1.200.000	\$1.200.000	\$1.200.000	\$1.200.000	\$14.400.000
Mensajero	\$2.400.000	\$2.400.000	\$2.400.000	\$2.400.000	\$2.400.000	\$2.400.000	\$2.400.000	\$2.400.000	\$2.400.000	\$2.400.000	\$2.400.000	\$2.400.000	\$28.800.000
Operaciones	\$2.400.000	\$2.400.000	\$2.400.000	\$2.400.000	\$2.400.000	\$2.400.000	\$2.400.000	\$2.400.000	\$2.400.000	\$2.400.000	\$2.400.000	\$2.400.000	\$28.800.000
TOTAL GASTOS DE PERS	\$3.600.000	\$3.600.000	\$3.600.000	\$3.600.000	\$3.600.000	\$3.600.000	\$3.600.000	\$3.600.000	\$3.600.000	\$3.600.000	\$3.600.000	\$3.600.000	\$43.200.000
Gerencia General	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Operaciones	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Cantidad empleados	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

Año 2020

	ene-20	feb-20	mar-20	abr-20	may-20	jun-20	jul-20	ago-20	sep-20	oct-20	nov-20	dic-20	2020
Cantidad	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1,0
Remuneración total	\$1.260.000	\$1.260.000	\$1.260.000	\$1.260.000	\$1.260.000	\$1.260.000	\$1.260.000	\$1.260.000	\$1.260.000	\$1.260.000	\$1.260.000	\$1.260.000	\$15.120.000
Administradora	\$1.260.000	\$1.260.000	\$1.260.000	\$1.260.000	\$1.260.000	\$1.260.000	\$1.260.000	\$1.260.000	\$1.260.000	\$1.260.000	\$1.260.000	\$1.260.000	\$15.120.000
Gerencia General	\$1.260.000	\$1.260.000	\$1.260.000	\$1.260.000	\$1.260.000	\$1.260.000	\$1.260.000	\$1.260.000	\$1.260.000	\$1.260.000	\$1.260.000	\$1.260.000	\$15.120.000
Cantidad	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2,0
Remuneración total	\$1.260.000	\$1.260.000	\$1.260.000	\$1.260.000	\$1.260.000	\$1.260.000	\$1.260.000	\$1.260.000	\$1.260.000	\$1.260.000	\$1.260.000	\$1.260.000	\$15.120.000
Mensajero	\$2.520.000	\$2.520.000	\$2.520.000	\$2.520.000	\$2.520.000	\$2.520.000	\$2.520.000	\$2.520.000	\$2.520.000	\$2.520.000	\$2.520.000	\$2.520.000	\$30.240.000
Operaciones	\$2.520.000	\$2.520.000	\$2.520.000	\$2.520.000	\$2.520.000	\$2.520.000	\$2.520.000	\$2.520.000	\$2.520.000	\$2.520.000	\$2.520.000	\$2.520.000	\$30.240.000
TOTAL GASTOS DE PERS	\$3.780.000	\$3.780.000	\$3.780.000	\$3.780.000	\$3.780.000	\$3.780.000	\$3.780.000	\$3.780.000	\$3.780.000	\$3.780.000	\$3.780.000	\$3.780.000	\$45.360.000
Gerencia General	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Operaciones	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Cantidad empleados	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

Años 2021-2022-2023

SALARIOS (Pesos)	2021	2022	2023
Cantidad	1	1	1
Remuneración total	\$16.027.200	\$16.988.832	\$18.008.162
Administradora	\$16.027.200	\$16.988.832	\$18.008.162
Gerencia General	\$16.027.200	\$16.988.832	\$18.008.162
Cantidad	2	2	2
Remuneración total	\$16.027.200	\$16.988.832	\$18.008.162
Mensajero	\$32.054.400	\$33.977.664	\$36.016.324
Operaciones	\$32.054.400	\$33.977.664	\$36.016.324
TOTAL GASTOS DE PERS	\$48.081.600	\$50.966.496	\$54.024.486
Gerencia General	1	1	1
Operaciones	2	2	2
Cantidad empleados	3	3	3

Inversiones

INVERSIONES (Pesos)	ene-19
MOTOCICLETA	\$14.000.000
VEHICULOS	\$14.000.000
ESTUDIOS PREVIOS	\$5.000.000
Licencia de Windows	\$500.000
Activos Intangibles	\$5.500.000
Silla Ergonómica	\$90.000
Escritorio Más 2 Sillas	\$180.000
Impresora	\$350.000
Elementos de Oficina	\$200.000
PC	\$1.200.000
Muebles y Equipos	\$2.020.000
TOTAL INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS	\$21.520.000

Extraordinarios

Año 2019

EXTRAORDINARIOS (Pe)	ene-19	feb-19	mar-19	abr-19	may-19	jun-19	jul-19	ago-19	sep-19	oct-19	nov-19	dic-19	2019	ene-20
PLAN BRONCE	\$100.000	\$100.000	\$100.000	\$100.000	\$100.000	\$100.000	\$100.000	\$100.000	\$100.000	\$100.000	\$100.000	\$100.000	\$1.200.000	\$100.000
PLAN PLATA	\$40.000	\$40.000	\$40.000	\$40.000	\$40.000	\$40.000	\$40.000	\$40.000	\$40.000	\$40.000	\$40.000	\$40.000	\$480.000	\$50.000
PLAN ORO	\$50.000	\$50.000	\$50.000	\$50.000	\$50.000	\$50.000	\$50.000	\$50.000	\$50.000	\$50.000	\$50.000	\$50.000	\$600.000	\$50.000
SERVICIO ENLÍNEA	\$100.000	\$100.000	\$100.000	\$100.000	\$100.000	\$100.000	\$100.000	\$100.000	\$100.000	\$100.000	\$100.000	\$100.000	\$1.200.000	\$200.000
Ingresos Extraordinarios	\$290.000	\$290.000	\$290.000	\$290.000	\$290.000	\$290.000	\$290.000	\$290.000	\$290.000	\$290.000	\$290.000	\$290.000	\$3.480.000	\$400.000
TOTAL EXTRAORDINARIO	\$290.000	\$290.000	\$290.000	\$290.000	\$290.000	\$290.000	\$290.000	\$290.000	\$290.000	\$290.000	\$290.000	\$290.000	\$3.480.000	\$400.000

Año 2020

EXTRAORDINARIOS (Pe)	ene-20	feb-20	mar-20	abr-20	may-20	jun-20	jul-20	ago-20	sep-20	oct-20	nov-20	dic-20	2020
PLAN BRONCE	\$100.000	\$100.000	\$100.000	\$100.000	\$100.000	\$100.000	\$100.000	\$100.000	\$100.000	\$100.000	\$100.000	\$100.000	\$1.200.000
PLAN PLATA	\$50.000	\$50.000	\$50.000	\$50.000	\$50.000	\$50.000	\$50.000	\$50.000	\$50.000	\$50.000	\$50.000	\$50.000	\$600.000
PLAN ORO	\$50.000	\$50.000	\$50.000	\$50.000	\$50.000	\$50.000	\$50.000	\$50.000	\$50.000	\$50.000	\$50.000	\$50.000	\$600.000
SERVICIO ENLÍNEA	\$200.000	\$200.000	\$200.000	\$200.000	\$200.000	\$200.000	\$200.000	\$200.000	\$200.000	\$200.000	\$200.000	\$200.000	\$2.400.000
Ingresos Extraordinarios	\$400.000	\$400.000	\$400.000	\$400.000	\$400.000	\$400.000	\$400.000	\$400.000	\$400.000	\$400.000	\$400.000	\$400.000	\$4.800.000
TOTAL EXTRAORDINARIO	\$400.000	\$400.000	\$400.000	\$400.000	\$400.000	\$400.000	\$400.000	\$400.000	\$400.000	\$400.000	\$400.000	\$400.000	\$4.800.000

Años 2021-2022-2023

EXTRAORDINARIOS (Pe)	2021	2022	2023
PLAN BRONCE	\$1.320.000	\$1.452.000	\$1.597.200
PLAN PLATA	\$660.000	\$726.000	\$798.600
PLAN ORO	\$660.000	\$726.000	\$798.600
SERVICIO ENLÍNEA	\$2.640.000	\$2.904.000	\$3.194.400
Ingresos Extraordinarios	\$5.280.000	\$5.808.000	\$6.388.800
TOTAL EXTRAORDINARIO	\$5.280.000	\$5.808.000	\$6.388.800

Impuestos

Año 2019

IMPUESTOS (Pesos)	ene-19	feb-19	mar-19	abr-19	may-19	jun-19	jul-19	ago-19	sep-19	oct-19	nov-19	dic-19	2019
IVA													
IVA ventas	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
IVA compras	\$ 4.037.500	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 4.037.500
Saldo	\$ -4.037.500	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Saldo a favor IVA	\$ 4.037.500	\$ 4.037.500	\$ 4.037.500	\$ 4.037.500	\$ 4.037.500	\$ 4.037.500	\$ 4.037.500	\$ 4.037.500	\$ 4.037.500	\$ 4.037.500	\$ 4.037.500	\$ 4.037.500	\$ 4.037.500
IMPUESTO A LA RENTA / A LAS GANANCIAS													
Tasa	33,0%	33,0%	33,0%	33,0%	33,0%	33,0%	33,0%	33,0%	33,0%	33,0%	33,0%	33,0%	33,0%
Resultados antes del impuesto	\$ 24.675.789	\$ -1.505.861	\$ -1.511.374	\$ 5.621.038	\$ -1.523.239	\$ -1.529.621	\$ 15.060.679	\$ -1.543.357	\$ -1.550.744	\$ 5.579.700	\$ -1.566.645	\$ -1.575.197	\$ 38.631.167
Impuesto devengado	\$ 8.143.010	\$ -496.934	\$ -498.753	\$ 1.854.943	\$ -502.669	\$ -504.775	\$ 4.970.024	\$ -509.308	\$ -511.746	\$ 1.841.301	\$ -516.993	\$ -519.815	\$ 12.748.285
Impuesto a pagar	\$ 8.143.010	\$ 0	\$ 0	\$ 859.255	\$ 0	\$ 0	\$ 3.862.580	\$ 0	\$ 0	\$ 820.248	\$ 0	\$ 0	\$ 13.785.093
Variación saldo a favor del impuesto	\$ 0	\$ 496.934	\$ 498.753	\$ -995.688	\$ 502.669	\$ 504.775	\$ -1.007.444	\$ 509.308	\$ 511.746	\$ -1.021.053	\$ 516.993	\$ 519.815	\$ 1.036.808
Saldo a favor del impuesto	\$ 0	\$ 496.934	\$ 995.688	\$ 0	\$ 502.669	\$ 1.007.444	\$ 0	\$ 509.308	\$ 1.021.053	\$ 0	\$ 516.993	\$ 1.036.808	\$ 1.036.808
TOTAL IMPUESTOS	\$8.143.010	-\$496.934	-\$498.753	\$1.854.943	-\$502.669	-\$504.775	\$4.970.024	-\$509.308	-\$511.746	\$1.841.301	-\$516.993	-\$519.815	\$12.748.285

Año 2020

	ene-20	feb-20	mar-20	abr-20	may-20	jun-20	jul-20	ago-20	sep-20	oct-20	nov-20	dic-20	2020
\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
\$ 4.037.500	\$ 4.037.500	\$ 4.037.500	\$ 4.037.500	\$ 4.037.500	\$ 4.037.500	\$ 4.037.500	\$ 4.037.500	\$ 4.037.500	\$ 4.037.500	\$ 4.037.500	\$ 4.037.500	\$ 4.037.500	\$ 4.037.500
33,0%	33,0%	33,0%	33,0%	33,0%	33,0%	33,0%	33,0%	33,0%	33,0%	33,0%	33,0%	33,0%	33,0%
\$ 27.146.582	\$ -630.828	\$ -636.341	\$ 7.035.951	\$ -648.206	\$ -654.588	\$ 17.531.472	\$ -668.324	\$ -675.711	\$ 6.994.613	\$ -691.612	\$ -700.164	\$ 53.402.847	
\$ 8.958.372	\$ -208.173	\$ -209.992	\$ 2.321.864	\$ -213.908	\$ -216.014	\$ 5.785.386	\$ -220.547	\$ -222.985	\$ 2.308.222	\$ -228.232	\$ -231.054	\$ 17.622.939	
\$ 7.921.564	\$ 0	\$ 0	\$ 1.903.698	\$ 0	\$ 0	\$ 5.355.464	\$ 0	\$ 0	\$ 1.864.691	\$ 0	\$ 0	\$ 17.045.417	
\$ -1.036.808	\$ 208.173	\$ 209.992	\$ -418.166	\$ 213.908	\$ 216.014	\$ -429.922	\$ 220.547	\$ 222.985	\$ -443.531	\$ 228.232	\$ 231.054	\$ -577.522	
\$ 0	\$ 208.173	\$ 418.166	\$ 0	\$ 213.908	\$ 429.922	\$ 0	\$ 220.547	\$ 443.531	\$ 0	\$ 228.232	\$ 459.286	\$ 459.286	
\$8.958.372	-\$208.173	-\$209.992	\$2.321.864	-\$213.908	-\$216.014	\$5.785.386	-\$220.547	-\$222.985	\$2.308.222	-\$228.232	-\$231.054	\$17.622.939	

Años 2021-2022-2023

IMPUESTOS (Pesos)	2021	2022	2023
IVA			
IVA ventas	\$ 0	\$ 0	\$ 0
IVA compras	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Saldo	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Saldo a favor IVA	\$ 4.037.500	\$ 4.037.500	\$ 4.037.500
IMPUESTO A LA RENTA / A LAS GANANCIAS			
Tasa	33,0%	33,0%	33,0%
Resultados antes del impuesto	\$ 13.972.691	\$ 23.495.327	\$ 34.044.079
Impuesto devengado	\$ 4.610.988	\$ 7.753.458	\$ 11.234.546
Impuesto a pagar	\$ 4.151.702	\$ 7.753.458	\$ 11.234.546
Variación saldo a favor del impuesto	\$ -459.286	\$ 0	\$ 0
Saldo a favor del impuesto	\$ 0	\$ 0	\$ 0
TOTAL IMPUESTOS	\$4.610.988	\$7.753.458	\$11.234.546

Financiamiento

FINANCIAMIENTO (Pesos)	ene-19
Aportes de los dueños	\$ 20.000.000
Retiros de los dueños	\$ 0
Aportes netos de retiros	\$ 20.000.000
DEUDA DE CORTO PLAZO	
Préstamos	\$ 0
Devolución de préstamos	\$ 0
Saldo deuda corto plazo	\$ 0
Pago de intereses	\$ 0
DEUDA DE LARGO PLAZO	
Préstamos	\$ 0
Devolución de préstamos	\$ 0
Saldo deuda largo plazo	\$ 0
Pago de intereses	\$ 0
SUBSIDIOS Y DONACIONES	
Subsidios y donaciones	\$ 0
TOTAL FINANCIAMIENTO	\$ 20.000.000

Valores de inicio

VALORES DE INICIO (Pesos)	ene-19
Caja	
Cuentas a cobrar	\$ 0
Crédito fiscal IVA	\$ 0
Crédito fiscal Impuesto a la Renta / a las Ganancias	\$ 0
Inventarios al inicio	\$ 0
Activo corriente	\$ 0
Activos fijos	\$ 0
- Amortizaciones acumuladas	\$ 0
Activo no corriente	\$ 0
ACTIVO	\$ 0
Cuentas a pagar	
Deudas de corto plazo	\$ 0
Pasivo corriente	\$ 0
Deudas de largo plazo	\$ 0
Pasivo no corriente	\$ 0
Aportes de los dueños	\$ 0
Retiros de los dueños	\$ 0
Resultados acumulados	\$ 0
Patrimonio neto	\$ 0
PASIVO + PATRIMONIO	\$ 0

Flujo de caja Año 2019

FLUJO DE CAJA (Pesos)	ene-19	feb-19	mar-19	abr-19	may-19	jun-19	jul-19	ago-19	sep-19	oct-19	nov-19	dic-19	2019
CAJA INICIAL	\$ 0	\$ 11,575,890	\$ 10,670,640	\$ 9,759,877	\$ 15,122,271	\$ 14,199,643	\$ 13,270,633	\$ 24,960,343	\$ 24,026,597	\$ 23,076,464	\$ 28,136,527	\$ 27,470,493	\$ 0
Ventas	\$ 30,400,000	\$ 4,000,000	\$ 4,000,000	\$ 11,200,000	\$ 4,000,000	\$ 4,000,000	\$ 20,800,000	\$ 4,000,000	\$ 4,000,000	\$ 11,200,000	\$ 4,000,000	\$ 4,000,000	\$ 105,600,000
Costo de ventas	-\$ 226,600	-\$ 103,000	-\$ 103,000	-\$ 164,800	-\$ 103,000	-\$ 103,000	-\$ 206,000	-\$ 103,000	-\$ 103,000	-\$ 164,800	-\$ 103,000	-\$ 103,000	-\$ 1,586,200
Salarios	-\$ 3,600,000	-\$ 3,600,000	-\$ 3,600,000	-\$ 3,600,000	-\$ 3,600,000	-\$ 3,600,000	-\$ 3,600,000	-\$ 3,600,000	-\$ 3,600,000	-\$ 3,600,000	-\$ 3,600,000	-\$ 3,600,000	-\$ 43,200,000
Gastos fijos	-\$ 1,567,000	-\$ 1,492,250	-\$ 1,497,763	-\$ 1,503,551	-\$ 1,509,628	-\$ 1,516,010	-\$ 1,622,710	-\$ 1,529,746	-\$ 1,537,133	-\$ 1,544,889	-\$ 1,553,034	-\$ 1,561,596	-\$ 18,455,300
Impuestos	-\$ 8,143,010	\$ 496,934	\$ 498,753	\$ 1,954,943	\$ 502,669	\$ 504,775	\$ 4,970,024	\$ 509,308	\$ 511,746	\$ 1,841,301	\$ 518,993	\$ 519,815	-\$ 12,745,295
Ingresos y egresos extraordinarios	\$ 290,000	\$ 290,000	\$ 290,000	\$ 290,000	\$ 290,000	\$ 290,000	\$ 290,000	\$ 290,000	\$ 290,000	\$ 290,000	\$ 290,000	\$ 290,000	\$ 3,480,000
Caja generada por operaciones	\$ 17,133,390	\$ 408,316	\$ 412,010	\$ 4,366,706	\$ 419,959	\$ 424,235	\$ 10,691,266	\$ 433,438	\$ 438,387	\$ 4,330,010	\$ 449,041	\$ 454,771	\$ 33,090,215
Variación cuentas a cobrar	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Variación cuentas a pagar	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Variación créditos fiscales	-\$ 4,037,500	-\$ 496,934	-\$ 498,753	\$ 995,688	-\$ 502,669	-\$ 504,775	\$ 1,007,444	-\$ 509,308	-\$ 511,746	\$ 1,021,053	-\$ 516,993	-\$ 519,815	-\$ 5,074,308
Variación de inventarios	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Inversión en capital de trabajo	-\$ 4,037,500	-\$ 496,934	-\$ 498,753	\$ 995,688	-\$ 502,669	-\$ 504,775	\$ 1,007,444	-\$ 509,308	-\$ 511,746	\$ 1,021,053	-\$ 516,993	-\$ 519,815	-\$ 5,074,308
Inversión en activos fijos	-\$ 21,520,000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	-\$ 21,520,000
Flujo de caja libre	-\$ 8,424,110	-\$ 905,250	-\$ 910,763	\$ 5,362,394	-\$ 922,628	-\$ 929,010	\$ 11,698,710	-\$ 942,746	-\$ 950,133	\$ 5,360,063	-\$ 966,034	-\$ 974,586	\$ 6,495,907
Aportes de los dueños	\$ 20,000,000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 20,000,000
Retiros de los dueños	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	-\$ 10,000,000
Flujo de caja de los dueños	\$ 20,000,000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 10,000,000
Deuda corto plazo	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Deuda largo plazo	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Flujo de caja de la deuda	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Subsidios y donaciones	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Flujo de caja del financiamiento	\$ 20,000,000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 10,000,000
FLUJO DE CAJA DEL NEGOCIO	\$ 11,575,890	-\$ 905,250	-\$ 910,763	\$ 5,362,394	-\$ 922,628	-\$ 929,010	\$ 11,698,710	-\$ 942,746	-\$ 950,133	\$ 5,360,063	-\$ 966,034	-\$ 974,586	\$ 16,495,907
CAJA FINAL	\$ 11,575,890	\$ 10,670,640	\$ 9,759,877	\$ 15,122,271	\$ 14,199,643	\$ 13,270,633	\$ 24,960,343	\$ 24,026,597	\$ 23,076,464	\$ 28,136,527	\$ 27,470,493	\$ 16,495,907	\$ 16,495,907

Años 2020

FLUJO DE CAJA (Pesos)	ene-20	feb-20	mar-20	abr-20	may-20	jun-20	jul-20	ago-20	sep-20	oct-20	nov-20	dic-20	2020
CAJA INICIAL	\$ 16.495.907	\$ 35.925.703	\$ 35.499.653	\$ 35.068.090	\$ 40.405.121	\$ 39.961.693	\$ 34.511.883	\$ 46.892.669	\$ 46.429.123	\$ 45.958.190	\$ 51.292.890	\$ 50.806.056	\$ 16.495.907
Ventas	\$ 32.515.000	\$ 4.675.000	\$ 4.675.000	\$ 12.355.000	\$ 4.675.000	\$ 4.675.000	\$ 22.915.000	\$ 4.675.000	\$ 4.675.000	\$ 12.355.000	\$ 4.675.000	\$ 4.675.000	\$ 117.540.000
Costo de ventas	-\$ 186.840	-\$ 118.800	-\$ 118.800	-\$ 120.720	-\$ 118.800	-\$ 118.800	-\$ 166.040	-\$ 118.800	-\$ 118.800	-\$ 120.720	-\$ 118.800	-\$ 118.800	-\$ 1.544.520
Salarios	-\$ 3.780.000	-\$ 3.780.000	-\$ 3.780.000	-\$ 3.780.000	-\$ 3.780.000	-\$ 3.780.000	-\$ 3.780.000	-\$ 3.780.000	-\$ 3.780.000	-\$ 3.780.000	-\$ 3.780.000	-\$ 3.780.000	-\$ 45.360.000
Gastos fijos	-\$ 1.597.000	-\$ 1.602.250	-\$ 1.607.763	-\$ 1.613.551	-\$ 1.619.628	-\$ 1.626.010	-\$ 1.632.710	-\$ 1.639.746	-\$ 1.647.133	-\$ 1.654.889	-\$ 1.663.034	-\$ 1.671.586	-\$ 19.575.300
Impuestos	-\$ 8.958.372	\$ 208.173	\$ 209.992	-\$ 2.321.864	\$ 213.908	\$ 216.014	-\$ 5.785.386	\$ 220.547	\$ 222.985	-\$ 2.308.222	\$ 228.232	\$ 231.054	-\$ 17.622.939
Ingresos y egresos extraordinarios	\$ 400.000	\$ 400.000	\$ 400.000	\$ 400.000	\$ 400.000	\$ 400.000	\$ 400.000	\$ 400.000	\$ 400.000	\$ 400.000	\$ 400.000	\$ 400.000	\$ 4.800.000
Caja generada por operaciones	\$ 18.392.898	\$ 217.877	\$ 221.571	\$ 4.918.865	\$ 229.520	\$ 233.796	\$ 11.950.864	\$ 242.999	\$ 247.948	\$ 4.891.169	-\$ 258.602	-\$ 264.332	\$ 38.237.241
Variación cuentas a cobrar	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Variación cuentas a pagar	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Variación créditos fiscales	\$ 1.036.808	-\$ 208.173	-\$ 209.992	\$ 418.166	-\$ 213.908	-\$ 216.014	\$ 429.922	-\$ 220.547	-\$ 222.985	\$ 443.531	-\$ 228.232	-\$ 231.054	\$ 577.522
Variación de inventarios	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Inversión en capital de trabajo	\$ 1.036.808	-\$ 208.173	-\$ 209.992	\$ 418.166	-\$ 213.908	-\$ 216.014	\$ 429.922	-\$ 220.547	-\$ 222.985	\$ 443.531	-\$ 228.232	-\$ 231.054	\$ 577.522
Inversión en activos fijos	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Flujo de caja libre	\$ 19.429.796	-\$ 426.050	\$ 431.563	\$ 5.337.031	-\$ 443.428	-\$ 449.810	\$ 12.380.786	-\$ 463.546	-\$ 470.933	\$ 5.334.700	-\$ 486.834	-\$ 495.386	\$ 38.814.763
Aportes de los dueños	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Retiros de los dueños	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	-\$ 5.000.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	-\$ 5.000.000
Flujo de caja de los dueños	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	-\$ 5.000.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	-\$ 5.000.000
Deuda corto plazo	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Deuda largo plazo	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Flujo de caja de la deuda	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Subsidios y donaciones	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Flujo de caja del financiamiento	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	-\$ 5.000.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	-\$ 5.000.000
FLUJO DE CAJA DEL NEGOCIO	\$ 19.429.796	-\$ 426.050	\$ 431.563	\$ 5.337.031	-\$ 443.428	-\$ 5.449.810	\$ 12.380.786	-\$ 463.546	-\$ 470.933	\$ 5.334.700	-\$ 486.834	-\$ 495.386	\$ 33.814.763
CAJA FINAL	\$ 35.925.703	\$ 35.499.653	\$ 35.068.090	\$ 40.405.121	\$ 39.961.693	\$ 34.511.883	\$ 46.892.669	\$ 46.429.123	\$ 45.958.190	\$ 51.292.890	\$ 50.806.056	\$ 50.310.670	\$ 50.310.670

Años 2021-2022-2023

FLUJO DE CAJA (Pesos)	2021	2022	2023
CAJA INICIAL	\$ 50.310.670	\$ 57.588.992	\$ 70.104.861
Ventas	\$ 81.696.300	\$ 94.357.463	\$ 108.984.005
Costo de ventas	-\$ 1.816.576	-\$ 2.134.003	-\$ 2.507.018
Salarios	-\$ 48.081.600	-\$ 50.966.496	-\$ 54.024.486
Gastos fijos	-\$ 20.648.100	-\$ 21.795.636	-\$ 23.023.222
Impuestos	-\$ 4.610.988	-\$ 7.753.458	-\$ 11.234.546
Ingresos y egresos extraordinarios	\$ 5.280.000	\$ 5.808.000	\$ 6.388.800
Caja generada por operaciones	\$ 11.819.036	\$ 17.515.869	\$ 24.583.533
Variación cuentas a cobrar	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Variación cuentas a pagar	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Variación créditos fiscales	\$ 459.286	\$ 0	\$ 0
Variación de inventarios	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Inversión en capital de trabajo	\$ 459.286	\$ 0	\$ 0
Inversión en activos fijos	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Flujo de caja libre	\$ 12.278.322	\$ 17.515.869	\$ 24.583.533
Aportes de los dueños	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Retiros de los dueños	-\$ 5.000.000	-\$ 5.000.000	\$ 0
Flujo de caja de los dueños	-\$ 5.000.000	-\$ 5.000.000	\$ 0
Deuda corto plazo	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Deuda largo plazo	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Flujo de caja de la deuda	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Subsidios y donaciones	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Flujo de caja del financiamiento	-\$ 5.000.000	-\$ 5.000.000	\$ 0
FLUJO DE CAJA DEL NEGOCIO	\$ 7.278.322	\$ 12.515.869	\$ 24.583.533
CAJA FINAL	\$ 57.588.992	\$ 70.104.861	\$ 94.688.394

Estado de resultados

Año 2019

ESTADO DE RESULTADOS (Pesos)	ene-19	feb-19	mar-19	abr-19	may-19	jun-19	jul-19	ago-19	sep-19	oct-19	nov-19	dic-19	2019
Ventas	\$ 30.400.000	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000	\$ 11.200.000	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000	\$ 20.800.000	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000	\$ 11.200.000	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000	\$ 105.600.000
Costo de ventas	-\$ 226.600	-\$ 103.000	-\$ 103.000	-\$ 164.800	-\$ 103.000	-\$ 103.000	-\$ 206.000	-\$ 103.000	-\$ 103.000	-\$ 164.800	-\$ 103.000	-\$ 103.000	-\$ 1.566.200
Margen bruto	\$ 30.173.400	\$ 3.897.000	\$ 3.897.000	\$ 11.035.200	\$ 3.897.000	\$ 3.897.000	\$ 20.594.000	\$ 3.897.000	\$ 3.897.000	\$ 11.035.200	\$ 3.897.000	\$ 3.897.000	\$ 104.033.800
Salarios	-\$ 3.600.000	-\$ 3.600.000	-\$ 3.600.000	-\$ 3.600.000	-\$ 3.600.000	-\$ 3.600.000	-\$ 3.600.000	-\$ 3.600.000	-\$ 3.600.000	-\$ 3.600.000	-\$ 3.600.000	-\$ 3.600.000	-\$ 43.200.000
Otros gastos fijos	-\$ 1.587.000	-\$ 1.492.250	-\$ 1.497.763	-\$ 1.503.551	-\$ 1.509.628	-\$ 1.516.010	-\$ 1.622.710	-\$ 1.529.746	-\$ 1.537.133	-\$ 1.544.889	-\$ 1.553.034	-\$ 1.561.586	-\$ 18.455.300
Gastos fijos	-\$ 5.187.000	-\$ 5.092.250	-\$ 5.097.763	-\$ 5.103.551	-\$ 5.109.628	-\$ 5.116.010	-\$ 5.222.710	-\$ 5.129.746	-\$ 5.137.133	-\$ 5.144.889	-\$ 5.153.034	-\$ 5.161.586	-\$ 61.655.300
Resultado operativo	\$ 24.986.400	-\$ 1.195.250	-\$ 1.200.763	\$ 5.931.649	-\$ 1.212.628	-\$ 1.219.010	\$ 15.371.290	-\$ 1.232.746	-\$ 1.240.133	\$ 5.890.311	-\$ 1.256.034	-\$ 1.264.586	\$ 42.358.500
Amortizaciones	-\$ 600.611	-\$ 600.611	-\$ 600.611	-\$ 600.611	-\$ 600.611	-\$ 600.611	-\$ 600.611	-\$ 600.611	-\$ 600.611	-\$ 600.611	-\$ 600.611	-\$ 600.611	-\$ 7.207.333
Pago de intereses	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Ingresos y egresos extraordinarios	\$ 290.000	\$ 290.000	\$ 290.000	\$ 290.000	\$ 290.000	\$ 290.000	\$ 290.000	\$ 290.000	\$ 290.000	\$ 290.000	\$ 290.000	\$ 290.000	\$ 3.480.000
Subsidios y donaciones	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Impuestos	-\$ 8.143.010	\$ 496.934	\$ 498.753	-\$ 1.054.943	\$ 502.669	\$ 504.775	-\$ 4.970.024	\$ 508.308	\$ 511.746	-\$ 1.841.301	\$ 516.993	\$ 519.815	-\$ 12.748.285
Resultado neto	\$ 16.532.779	-\$ 1.008.927	-\$ 1.012.621	\$ 3.766.095	-\$ 1.020.570	-\$ 1.024.816	\$ 10.090.655	-\$ 1.034.049	-\$ 1.038.999	\$ 3.738.399	-\$ 1.019.652	-\$ 1.055.382	\$ 25.882.882

Año 2020

ESTADO DE RESULTADOS (Pesos)	ene-20	feb-20	mar-20	abr-20	may-20	jun-20	jul-20	ago-20	sep-20	oct-20	nov-20	dic-20	2020
Ventas	\$ 32.515.000	\$ 4.675.000	\$ 4.675.000	\$ 12.355.000	\$ 4.675.000	\$ 4.675.000	\$ 22.915.000	\$ 4.675.000	\$ 4.675.000	\$ 12.355.000	\$ 4.675.000	\$ 4.675.000	\$ 117.540.000
Costo de ventas	-\$ 186.640	-\$ 118.800	-\$ 118.800	-\$ 120.720	-\$ 118.800	-\$ 118.800	-\$ 166.040	-\$ 118.800	-\$ 118.800	-\$ 120.720	-\$ 118.800	-\$ 118.800	-\$ 1.544.520
Margen bruto	\$ 32.328.360	\$ 4.556.200	\$ 4.556.200	\$ 12.234.280	\$ 4.556.200	\$ 4.556.200	\$ 22.748.960	\$ 4.556.200	\$ 4.556.200	\$ 12.234.280	\$ 4.556.200	\$ 4.556.200	\$ 115.995.480
Salarios	-\$ 3.780.000	-\$ 3.780.000	-\$ 3.780.000	-\$ 3.780.000	-\$ 3.780.000	-\$ 3.780.000	-\$ 3.780.000	-\$ 3.780.000	-\$ 3.780.000	-\$ 3.780.000	-\$ 3.780.000	-\$ 3.780.000	-\$ 45.360.000
Otros gastos fijos	-\$ 1.597.000	-\$ 1.602.250	-\$ 1.607.763	-\$ 1.813.551	-\$ 1.819.628	-\$ 1.826.010	-\$ 1.832.710	-\$ 1.839.746	-\$ 1.847.133	-\$ 1.854.889	-\$ 1.863.034	-\$ 1.871.586	-\$ 19.575.300
Gastos fijos	-\$ 5.377.000	-\$ 5.382.250	-\$ 5.387.763	-\$ 5.393.551	-\$ 5.399.628	-\$ 5.406.010	-\$ 5.412.710	-\$ 5.419.746	-\$ 5.427.133	-\$ 5.434.889	-\$ 5.443.034	-\$ 5.451.586	-\$ 64.935.300
Resultado operativo	\$ 26.951.360	\$ 826.950	\$ 831.563	\$ 6.840.729	\$ 843.428	\$ 849.810	\$ 17.336.250	\$ 863.516	\$ 870.933	\$ 6.799.391	\$ 886.034	\$ 895.386	\$ 51.060.180
Amortizaciones	-\$ 204.778	-\$ 204.778	-\$ 204.778	-\$ 204.778	-\$ 204.778	-\$ 204.778	-\$ 204.778	-\$ 204.778	-\$ 204.778	-\$ 204.778	-\$ 204.778	-\$ 204.778	-\$ 2.457.333
Pago de intereses	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Ingresos y egresos extraordinarios	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000	\$ 4.800.000
Subsidios y donaciones	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Impuestos	-\$ 8.958.372	-\$ 208.173	-\$ 209.992	-\$ 2.321.864	-\$ 213.908	-\$ 216.014	-\$ 5.785.386	-\$ 220.547	-\$ 222.985	-\$ 2.308.222	-\$ 228.232	-\$ 231.054	-\$ 17.622.939
Resultado neto	\$ 18.188.210	-\$ 422.655	-\$ 426.348	\$ 4.714.087	-\$ 434.298	-\$ 438.574	\$ 11.746.086	-\$ 447.777	-\$ 452.726	\$ 4.686.391	-\$ 463.380	-\$ 469.110	\$ 35.779.907

Años 2021-2022-2023

ESTADO DE RESULTADOS (Pesos)	2021	2022	2023
Ventas	\$ 81.696.300	\$ 94.357.463	\$ 108.984.005
Costo de ventas	-\$ 1.816.576	-\$ 2.134.003	-\$ 2.507.018
Margen bruto	\$ 79.879.724	\$ 92.223.459	\$ 106.476.987
Salarios	-\$ 48.081.600	-\$ 50.966.496	-\$ 54.024.486
Otros gastos fijos	-\$ 20.648.100	-\$ 21.795.636	-\$ 23.023.222
Gastos fijos	-\$ 68.729.700	-\$ 72.762.132	-\$ 77.047.708
Resultado operativo	\$ 11.150.024	\$ 19.461.327	\$ 29.429.279
Amortizaciones	-\$ 2.457.333	-\$ 1.774.000	-\$ 1.774.000
Pago de intereses	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Ingresos y egresos extraordinarios	\$ 5.280.000	\$ 5.808.000	\$ 6.388.800
Subsidios y donaciones	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Impuestos	-\$ 4.610.988	-\$ 7.753.458	-\$ 11.234.546
Resultado neto	\$ 9.361.703	\$ 15.741.869	\$ 22.809.533

Balance general

Año 2019

BALANCE (Pesos)	ene-19	feb-19	mar-19	abr-19	may-19	jun-19	jul-19	ago-19	sep-19	oct-19	nov-19	dic-19	2019
Caja	\$ 11.575.890	\$ 10.670.640	\$ 9.759.877	\$ 15.122.271	\$ 14.199.643	\$ 13.270.633	\$ 24.969.343	\$ 24.026.597	\$ 23.076.464	\$ 26.436.527	\$ 27.470.493	\$ 16.495.907	\$ 16.495.907
Cuentas a cobrar	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Creditos fiscales	\$ 4.037.500	\$ 4.534.434	\$ 5.033.188	\$ 4.037.500	\$ 4.540.169	\$ 5.044.944	\$ 4.037.500	\$ 4.546.808	\$ 5.058.553	\$ 4.037.500	\$ 4.554.493	\$ 5.074.306	\$ 5.074.308
Inventarios	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Activo corriente	\$ 15.613.390	\$ 15.205.074	\$ 14.793.064	\$ 19.159.771	\$ 18.739.812	\$ 18.315.577	\$ 29.006.843	\$ 28.573.404	\$ 28.135.017	\$ 32.474.027	\$ 32.024.986	\$ 21.570.215	\$ 21.570.215
Activos fijos	\$ 21.520.000	\$ 21.520.000	\$ 21.520.000	\$ 21.520.000	\$ 21.520.000	\$ 21.520.000	\$ 21.520.000	\$ 21.520.000	\$ 21.520.000	\$ 21.520.000	\$ 21.520.000	\$ 21.520.000	\$ 21.520.000
Amortizaciones acumuladas	-\$ 600.611	-\$ 1.201.222	-\$ 1.801.833	-\$ 2.402.444	-\$ 3.003.056	-\$ 3.603.667	-\$ 4.204.278	-\$ 4.804.889	-\$ 5.405.500	-\$ 6.006.111	-\$ 6.606.722	-\$ 7.207.333	-\$ 7.207.333
Activo no corriente	\$ 20.919.389	\$ 20.318.778	\$ 19.718.167	\$ 19.117.556	\$ 18.516.944	\$ 17.916.333	\$ 17.315.722	\$ 16.715.111	\$ 16.114.500	\$ 15.513.889	\$ 14.913.278	\$ 14.312.667	\$ 14.312.667
ACTIVO	\$ 36.532.779	\$ 35.523.852	\$ 34.511.231	\$ 38.277.326	\$ 37.256.756	\$ 36.231.910	\$ 46.322.565	\$ 45.288.516	\$ 44.249.517	\$ 47.987.916	\$ 46.938.264	\$ 35.882.882	\$ 35.882.882
Cuentas a pagar	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Deudas de corto plazo	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Pasivo corriente	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Deudas de largo plazo	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Pasivo no corriente	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Aportes netos de los dueños	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 10.000.000	\$ 10.000.000
Resultados acumulados	\$ 16.532.779	\$ 15.523.852	\$ 14.511.231	\$ 18.277.326	\$ 17.256.756	\$ 16.231.910	\$ 26.322.565	\$ 25.288.516	\$ 24.249.517	\$ 27.987.916	\$ 26.938.264	\$ 25.882.882	\$ 25.882.882
Patrimonio neto	\$ 36.532.779	\$ 35.523.852	\$ 34.511.231	\$ 38.277.326	\$ 37.256.756	\$ 36.231.910	\$ 46.322.565	\$ 45.288.516	\$ 44.249.517	\$ 47.987.916	\$ 46.938.264	\$ 35.882.882	\$ 35.882.882
PASIVO + PATRIMONIO	\$ 36.532.779	\$ 35.523.852	\$ 34.511.231	\$ 38.277.326	\$ 37.256.756	\$ 36.231.910	\$ 46.322.565	\$ 45.288.516	\$ 44.249.517	\$ 47.987.916	\$ 46.938.264	\$ 35.882.882	\$ 35.882.882

Año 2020

	ene-20	feb-20	mar-20	abr-20	may-20	jun-20	jul-20	ago-20	sep-20	oct-20	nov-20	dic-20	2020
\$ 35.925.703	\$ 35.499.653	\$ 35.068.090	\$ 40.405.121	\$ 39.961.693	\$ 34.511.863	\$ 46.892.669	\$ 46.429.123	\$ 45.958.190	\$ 51.282.890	\$ 50.806.056	\$ 50.310.670	\$ 50.310.670	\$ 50.310.670
\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
\$ 4.037.500	\$ 4.245.673	\$ 4.455.666	\$ 4.037.500	\$ 4.251.408	\$ 4.467.422	\$ 4.037.500	\$ 4.258.047	\$ 4.461.031	\$ 4.037.500	\$ 4.265.732	\$ 4.496.786	\$ 4.496.786	\$ 4.496.786
\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
\$ 39.963.203	\$ 39.745.326	\$ 39.523.755	\$ 44.442.621	\$ 44.213.100	\$ 38.979.304	\$ 50.930.169	\$ 50.687.169	\$ 50.439.221	\$ 55.330.390	\$ 55.071.788	\$ 54.807.456	\$ 54.807.456	\$ 54.807.456
\$ 21.520.000	\$ 21.520.000	\$ 21.520.000	\$ 21.520.000	\$ 21.520.000	\$ 21.520.000	\$ 21.520.000	\$ 21.520.000	\$ 21.520.000	\$ 21.520.000	\$ 21.520.000	\$ 21.520.000	\$ 21.520.000	\$ 21.520.000
-\$ 7.412.111	-\$ 7.816.889	-\$ 7.821.667	-\$ 9.026.444	-\$ 9.231.222	-\$ 9.436.000	-\$ 9.640.778	-\$ 9.845.556	-\$ 10.050.333	-\$ 9.255.111	-\$ 9.459.889	-\$ 9.664.667	-\$ 9.664.667	-\$ 9.664.667
\$ 14.107.889	\$ 13.903.111	\$ 13.698.333	\$ 13.493.556	\$ 13.288.778	\$ 13.084.000	\$ 12.879.222	\$ 12.674.444	\$ 12.469.667	\$ 12.264.889	\$ 12.060.111	\$ 11.855.333	\$ 11.855.333	\$ 11.855.333
\$ 64.071.092	\$ 63.648.437	\$ 63.222.089	\$ 57.936.176	\$ 57.501.878	\$ 52.063.304	\$ 63.809.391	\$ 63.361.614	\$ 62.908.888	\$ 67.595.279	\$ 67.131.899	\$ 66.662.789	\$ 66.662.789	\$ 66.662.789
\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
\$ 10.000.000	\$ 10.000.000	\$ 10.000.000	\$ 10.000.000	\$ 10.000.000	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000
\$ 44.071.092	\$ 43.648.437	\$ 43.222.089	\$ 47.936.176	\$ 47.501.878	\$ 47.063.304	\$ 58.809.391	\$ 58.361.614	\$ 57.908.888	\$ 62.595.279	\$ 62.131.899	\$ 61.662.789	\$ 61.662.789	\$ 61.662.789
\$ 54.071.092	\$ 53.648.437	\$ 53.222.089	\$ 57.936.176	\$ 57.501.878	\$ 52.063.304	\$ 63.809.391	\$ 63.361.614	\$ 62.908.888	\$ 67.595.279	\$ 67.131.899	\$ 66.662.789	\$ 66.662.789	\$ 66.662.789
\$ 64.071.092	\$ 63.648.437	\$ 63.222.089	\$ 57.936.176	\$ 57.501.878	\$ 52.063.304	\$ 63.809.391	\$ 63.361.614	\$ 62.908.888	\$ 67.595.279	\$ 67.131.899	\$ 66.662.789	\$ 66.662.789	\$ 66.662.789

Años 2021-2022-2023

BALANCE (Pesos)	2021	2022	2023
Caja	\$ 57.588.992	\$ 70.104.861	\$ 94.688.394
Cuentas a cobrar	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Creditos fiscales	\$ 4.037.500	\$ 4.037.500	\$ 4.037.500
Inventarios	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Activo corriente	\$ 61.626.492	\$ 74.142.361	\$ 98.725.894
Activos fijos	\$ 21.520.000	\$ 21.520.000	\$ 21.520.000
Amortizaciones acumuladas	-\$ 12.122.000	-\$ 13.896.000	-\$ 15.870.000
Activo no corriente	\$ 9.398.000	\$ 7.624.000	\$ 5.850.000
ACTIVO	\$ 71.024.492	\$ 81.766.361	\$ 104.575.894
Cuentas a pagar	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Deudas de corto plazo	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Pasivo corriente	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Deudas de largo plazo	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Pasivo no corriente	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Aportes netos de los dueños	\$ 0	-\$ 5.000.000	-\$ 5.000.000
Resultados acumulados	\$ 71.024.492	\$ 86.766.361	\$ 109.575.894
Patrimonio neto	\$ 71.024.492	\$ 81.766.361	\$ 104.575.894
PASIVO + PATRIMONIO	\$ 71.024.492	\$ 81.766.361	\$ 104.575.894

Flujo caja acumulado

Año 2019

FLUJO DE CAJA ACUMULADO	ene-19	feb-19	mar-19	abr-19	may-19	jun-19	jul-19	ago-19	sep-19	oct-19	nov-19	dic-19	2019
Ventas	\$ 30.400.000	\$ 34.400.000	\$ 38.400.000	\$ 42.400.000	\$ 46.400.000	\$ 50.400.000	\$ 54.400.000	\$ 58.400.000	\$ 62.400.000	\$ 66.400.000	\$ 70.400.000	\$ 74.400.000	\$ 78.400.000
Costo de ventas	-\$ 226.600	-\$ 329.600	-\$ 432.600	-\$ 535.600	-\$ 638.600	-\$ 741.600	-\$ 844.600	-\$ 947.600	-\$ 1.050.600	-\$ 1.153.600	-\$ 1.256.600	-\$ 1.359.600	-\$ 1.462.600
Salarios	-\$ 3.600.000	-\$ 7.200.000	-\$ 10.800.000	-\$ 14.400.000	-\$ 18.000.000	-\$ 21.600.000	-\$ 25.200.000	-\$ 28.800.000	-\$ 32.400.000	-\$ 36.000.000	-\$ 39.600.000	-\$ 43.200.000	-\$ 46.800.000
Gastos fijos	-\$ 1.587.000	-\$ 3.079.250	-\$ 4.577.013	-\$ 6.074.776	-\$ 7.572.539	-\$ 9.070.302	-\$ 10.568.065	-\$ 12.065.828	-\$ 13.563.591	-\$ 15.061.354	-\$ 16.559.117	-\$ 18.056.880	-\$ 19.554.643
Impuestos	-\$ 8.143.010	-\$ 7.846.076	-\$ 7.549.142	-\$ 7.252.208	-\$ 6.955.274	-\$ 6.658.340	-\$ 6.361.406	-\$ 6.064.472	-\$ 5.767.538	-\$ 5.470.604	-\$ 5.173.670	-\$ 4.876.736	-\$ 4.579.802
Ingresos y egresos extra	\$ 290.000	\$ 580.000	\$ 870.000	\$ 1.160.000	\$ 1.450.000	\$ 1.740.000	\$ 2.030.000	\$ 2.320.000	\$ 2.610.000	\$ 2.900.000	\$ 3.190.000	\$ 3.480.000	\$ 3.770.000
Caja generada por operac	\$ 17.133.390	\$ 16.725.074	\$ 16.313.064	\$ 20.679.771	\$ 20.259.812	\$ 19.835.577	\$ 30.526.843	\$ 30.093.404	\$ 29.655.017	\$ 33.994.027	\$ 33.544.986	\$ 33.090.215	\$ 33.090.215
Variación cuentas a cobr	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Variación cuentas a pag	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Variación creditos fiscal	-\$ 4.037.500	-\$ 4.534.434	-\$ 5.033.188	-\$ 4.037.500	-\$ 4.540.169	-\$ 5.044.944	-\$ 4.037.500	-\$ 4.546.808	-\$ 5.058.553	-\$ 4.037.500	-\$ 4.554.493	-\$ 5.074.308	-\$ 5.074.308
Variación de inventarios	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Inversion en capital de tra	-\$ 4.037.500	-\$ 4.534.434	-\$ 5.033.188	-\$ 4.037.500	-\$ 4.540.169	-\$ 5.044.944	-\$ 4.037.500	-\$ 4.546.808	-\$ 5.058.553	-\$ 4.037.500	-\$ 4.554.493	-\$ 5.074.308	-\$ 5.074.308
Inversión en activos fijos	-\$ 21.520.000	-\$ 21.520.000	-\$ 21.520.000	-\$ 21.520.000	-\$ 21.520.000	-\$ 21.520.000	-\$ 21.520.000	-\$ 21.520.000	-\$ 21.520.000	-\$ 21.520.000	-\$ 21.520.000	-\$ 21.520.000	-\$ 21.520.000
Flujo de caja libre	-\$ 8.424.110	-\$ 9.329.360	-\$ 10.240.123	-\$ 4.877.729	-\$ 6.800.357	-\$ 6.729.367	\$ 4.969.343	\$ 4.026.597	\$ 3.076.464	\$ 8.436.527	\$ 7.470.493	\$ 6.495.907	\$ 6.495.907
Aportes de los dueños	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000
Retiros de los dueños	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Flujo de caja de los dueño	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000
Deuda corto plazo	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Deuda largo plazo	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Flujo de caja de la deuda	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Subsidios y donaciones	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Flujo de caja del financiam	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000
CAJA FINAL	\$ 11.575.890	\$ 10.670.640	\$ 9.759.877	\$ 15.122.271	\$ 14.199.643	\$ 13.270.633	\$ 24.969.343	\$ 24.026.597	\$ 23.076.464	\$ 28.436.527	\$ 27.470.493	\$ 16.495.907	\$ 16.495.907

Año 2020

FLUJO DE CAJA ACUMULADO (F)	ene-20	feb-20	mar-20	abr-20	may-20	jun-20	jul-20	ago-20	sep-20	oct-20	nov-20	dic-20
Ventas	\$ 138.115.000	\$ 142.790.000	\$ 147.465.000	\$ 159.820.000	\$ 164.495.000	\$ 169.170.000	\$ 192.085.000	\$ 196.760.000	\$ 201.435.000	\$ 213.790.000	\$ 218.465.000	\$ 223.140.000
Costo de ventas	-\$ 1.772.840	-\$ 1.891.640	-\$ 2.010.440	-\$ 2.131.160	-\$ 2.249.960	-\$ 2.368.760	-\$ 2.534.800	-\$ 2.653.600	-\$ 2.772.400	-\$ 2.893.120	-\$ 3.011.920	-\$ 3.130.720
Salarios	-\$ 46.980.000	-\$ 50.780.000	-\$ 54.580.000	-\$ 58.320.000	-\$ 62.100.000	-\$ 65.880.000	-\$ 69.660.000	-\$ 73.440.000	-\$ 77.220.000	-\$ 81.000.000	-\$ 84.780.000	-\$ 88.560.000
Gastos fijos	-\$ 20.052.300	-\$ 21.854.950	-\$ 23.262.313	-\$ 24.875.864	-\$ 26.495.492	-\$ 28.121.502	-\$ 29.754.212	-\$ 31.393.958	-\$ 33.041.091	-\$ 34.695.980	-\$ 36.359.014	-\$ 38.030.600
Impuestos	-\$ 21.706.657	-\$ 21.498.484	-\$ 21.289.492	-\$ 23.610.355	-\$ 23.396.448	-\$ 23.180.434	-\$ 28.965.819	-\$ 28.745.273	-\$ 28.522.288	-\$ 30.830.510	-\$ 30.602.278	-\$ 30.371.224
Ingresos y egresos extraord	\$ 3.880.000	\$ 4.280.000	\$ 4.680.000	\$ 5.080.000	\$ 5.480.000	\$ 5.880.000	\$ 6.280.000	\$ 6.680.000	\$ 7.080.000	\$ 7.480.000	\$ 7.880.000	\$ 8.280.000
Caja generada por operacion	\$ 51.483.203	\$ 51.265.326	\$ 51.043.755	\$ 55.962.621	\$ 55.733.100	\$ 55.499.304	\$ 67.450.169	\$ 67.207.169	\$ 66.959.221	\$ 71.850.390	\$ 71.591.788	\$ 71.327.456
Variación cuentas a cobrar	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Variación cuentas a pagar	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Variación créditos fiscales	-\$ 4.037.500	-\$ 4.245.673	-\$ 4.455.666	-\$ 4.037.500	-\$ 4.251.408	-\$ 4.467.422	-\$ 4.037.500	-\$ 4.259.047	-\$ 4.481.031	-\$ 4.037.500	-\$ 4.265.732	-\$ 4.496.786
Variación de inventarios	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Inversión en capital de trabajo	-\$ 4.037.500	-\$ 4.245.673	-\$ 4.455.666	-\$ 4.037.500	-\$ 4.251.408	-\$ 4.467.422	-\$ 4.037.500	-\$ 4.258.047	-\$ 4.481.031	-\$ 4.037.500	-\$ 4.265.732	-\$ 4.496.786
Inversión en activos fijos	-\$ 21.520.000	-\$ 21.520.000	-\$ 21.520.000	-\$ 21.520.000	-\$ 21.520.000	-\$ 21.520.000	-\$ 21.520.000	-\$ 21.520.000	-\$ 21.520.000	-\$ 21.520.000	-\$ 21.520.000	-\$ 21.520.000
Flujo de caja libre	\$ 25.925.703	\$ 25.499.653	\$ 25.068.090	\$ 30.405.121	\$ 29.961.693	\$ 29.511.883	\$ 41.892.669	\$ 41.429.123	\$ 40.956.190	\$ 46.292.890	\$ 45.806.056	\$ 45.310.670
Aportes de los dueños	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000
Retiros de los dueños	-\$ 10.000.000	-\$ 10.000.000	-\$ 10.000.000	-\$ 10.000.000	-\$ 10.000.000	-\$ 10.000.000	-\$ 15.000.000	-\$ 15.000.000	-\$ 15.000.000	-\$ 15.000.000	-\$ 15.000.000	-\$ 15.000.000
Flujo de caja de los dueños	\$ 10.000.000	\$ 10.000.000	\$ 10.000.000	\$ 10.000.000	\$ 10.000.000	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000
Deuda corto plazo	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Deuda largo plazo	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Flujo de caja de la deuda	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Subsidios y donaciones	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Flujo de caja del financiamiento	\$ 10.000.000	\$ 10.000.000	\$ 10.000.000	\$ 10.000.000	\$ 10.000.000	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000
CAJA FINAL	\$ 35.925.703	\$ 36.499.653	\$ 35.068.090	\$ 40.405.121	\$ 39.961.693	\$ 34.511.883	\$ 46.892.669	\$ 46.429.123	\$ 45.956.190	\$ 51.292.890	\$ 50.806.056	\$ 50.310.670

Años 2021-2022-2023

FLUJO DE CAJA ACUMULADO (P	2021	2022	2023
Ventas	\$ 304.836.300	\$ 399.193.763	\$ 508.177.767
Costo de ventas	-\$ 4.947.296	-\$ 7.081.299	-\$ 9.588.317
Salarios	-\$ 136.641.600	-\$ 187.608.096	-\$ 241.632.582
Gastos fijos	-\$ 58.678.700	-\$ 80.474.336	-\$ 103.497.558
Impuestos	-\$ 34.982.212	-\$ 42.735.670	-\$ 53.970.216
Ingresos y egresos extraordinarios	\$ 13.560.000	\$ 19.368.000	\$ 25.756.800
Caja generada por operaciones	\$ 83.146.492	\$ 100.662.361	\$ 125.245.894
Variación cuentas a cobrar	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Variación cuentas a pagar	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Variación créditos fiscales	-\$ 4.037.500	-\$ 4.037.500	-\$ 4.037.500
Variación de inventarios	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Inversión en capital de trabajo	-\$ 4.037.500	-\$ 4.037.500	-\$ 4.037.500
Inversión en activos fijos	-\$ 21.520.000	-\$ 21.520.000	-\$ 21.520.000
Flujo de caja libre	\$ 57.588.992	\$ 75.104.861	\$ 99.688.394
Aportes de los dueños	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000
Retiros de los dueños	-\$ 20.000.000	-\$ 25.000.000	-\$ 25.000.000
Flujo de caja de los dueños	\$ 0	-\$ 5.000.000	-\$ 5.000.000
Deuda corto plazo	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Deuda largo plazo	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Flujo de caja de la deuda	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Subsidios y donaciones	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Flujo de caja del financiamiento	\$ 0	-\$ 5.000.000	-\$ 5.000.000
CAJA FINAL	\$ 57.588.992	\$ 70.104.861	\$ 94.688.394

Índices

INDICES (Pesos)	2019	2020	2021	2022	2023
INDICES DE RENTABILIDAD					
Rentabilidad sobre patrimonio neto (ROE)	72%	54%	13%	19%	22%
Rentabilidad sobre activos (ROA)	72%	54%	13%	19%	22%
Resultado neto / Ventas	25%	30%	11%	17%	21%
Resultado operativo / Ventas	40%	43%	14%	21%	27%
INDICES OPERATIVOS					
Días promedio de cobranza	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Días promedio de pago	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Días promedio de inventario	-	-	-	-	-
Caja / Activo	46%	75%	81%	86%	91%
INDICES DE ENDEUDAMIENTO					
Deuda financiera / Activos	0%	0%	0%	0%	0%
Deuda financiera de corto plazo / deuda financiera total	-	-	-	-	-
DATOS FINANCIEROS					
Ventas	\$ 105.600.000	\$ 117.540.000	\$ 81.696.300	\$ 94.357.463	\$ 108.984.005
Costo de insumos	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Total egresos operativos	-\$ 63.241.500	-\$ 66.479.820	-\$ 70.546.276	-\$ 74.896.135	-\$ 79.554.726
Resultado operativo	\$ 42.358.500	\$ 51.060.180	\$ 11.150.024	\$ 19.461.327	\$ 29.429.279
Resultado neto	\$ 25.882.882	\$ 35.779.907	\$ 9.361.703	\$ 15.741.869	\$ 22.809.533
Caja	\$ 16.495.907	\$ 50.310.670	\$ 57.588.992	\$ 70.104.861	\$ 94.688.394
Cuentas a cobrar	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Inventarios	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Activos	\$ 35.882.882	\$ 66.662.789	\$ 71.024.492	\$ 81.766.361	\$ 104.575.894
Cuentas a pagar	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Deuda financiera de corto plazo	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Deuda financiera de largo plazo	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Patrimonio neto	\$ 35.882.882	\$ 66.662.789	\$ 71.024.492	\$ 81.766.361	\$ 104.575.894

BIBLIOGRAFÍA

- BALLESTEROS ALTUVE, A. (05 de 02 de 2018). *El Colombiano*. Recuperado el 11 de 06 de 2018, de Así se moverá el comercio electrónico en Colombia en 2018: <http://www.elcolombiano.com/negocios/empresas/comercio-electronico-crecera-20-en-2018-BI8129571>
- Cartilla Ley 1266 de 2008*. (s.f.). Recuperado el 24 de 06 de 2018, de http://www.sic.gov.co/sites/default/files/files/Nuestra_Entidad/Publicaciones/Cartilla_Ley_1266_de_2008_Habeas_Data.pdf
- COLSUBSIDIO*. (s.f.). Recuperado el 05 de 2018, de Quiénes somos: <https://www.colsubsidio.com/afiliados/quienes-somos>
- Comercio, S. d. (2016). Recuperado el 24 de 06 de 2018, de https://www.ups.com/assets/resources/media/es_AR/CO-PQR-Claim.pdf
- DefiniciónABC. (2018). Recuperado el 24 de 06 de 2018, de <https://www.definicionabc.com/derecho/codigo-penal.php>
- DNP, Departamento Nacional de Planeación*. (23 de 09 de 2015). Recuperado el 01 de 06 de 2018, de Seguridad Social Integral, Sistema de Seguridad Social en Colombia (Ley 100 de 1993) : <https://www.dnp.gov.co/programas/desarrollo-social/subdireccion-de-empleo-y-seguridad-social/Paginas/Seguridad-Social-Integral.aspx>
- economía simple.net*. (2016). Recuperado el 24 de 06 de 2018, de <https://www.economiasimple.net/glosario/codigo-de-comercio>
- Escudero, J. (15 de 12 de 2017). *Emprendedores*. Recuperado el 18 de 05 de 2018, de Cómo se elabora un modelo Canvas: <http://www.emprendedores.es/gestion/modelo-3>
- Frenk, J. (2001). Recuperado el 04 de 2018, de <http://www.saludcolombia.com/actual/salud54/informe.htm>
- Gaviria Correa, A. (30 de 01 de 2012). *Revista Salud Pública de Medellín*. (G. J. Guarín Alzate, Ed.) Recuperado el 06 de 06 de 2018, de Plan de Salud Municipal 2012-2015 “Medellín, ciudad saludable”: <https://www.medellin.gov.co/irj/go/km/docs/wpccontent/Sites/Subportal%20del%20Ciudadano/Salud/Secciones/Plantillas%20Gen%C3%A9ricas/Documentos/2012/Revista%20Salud/Revista%20volumen%206,%20No%201/Revista%20Salud%20P%C3%BAblica%202011.pdf>
- Jurídico, A. A. (2012). Recuperado el 24 de 06 de 2018, de http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1581_2012.html
- Knoow.net enciclopedia temática. (2018). Recuperado el 04 de 2018, de <http://knoow.net/es/cieeconcom/gestion/alianza-estrategica/>

- Méndez, C. (2012). *eumed.net*. Recuperado el 16 de 05 de 2018, de Técnicas de recolección de datos: http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/eal/tecnicas_recoleccion_datos.html
- Ministerio de Salud y Protección Social. (s.f.). Recuperado el 07 de 06 de 2018, de Régimen Subsidiado: <https://www.minsalud.gov.co/salud/Paginas/R%C3%A9gimenSubsidiado.aspx>
- Ministerio de Salud y Protección Social. (2014). Recuperado el 29 de 05 de 2018, de Aseguramiento al Sistema General de Seguridad Social en Salud: <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/VP/DOA/RL/cartillas-de-aseguramiento-al-sistema-general-de-seguridad-social-en-salud.pdf>
- Protección Online. (05 de 2015). Recuperado el 06 de 2018, de ¿Qué es WhatsApp, cómo funciona y cómo instalar?: <http://www.protecciononline.com/%C2%BFque-es-whatsapp-como-funciona-y-como-instalar/>
- Secretaría Jurídica Distrital de la Alcaldía Mayor de Bogotá D.C. (2013). Recuperado el 24 de 06 de 2018, de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=53646>
- Superintendencia Industria y Comercio . (2011). Recuperado el 06 de 2018, de Estatuto del Consumidor: <http://www.sic.gov.co/estatutos-consumidor>
- Velez, A. U. (30 de 12 de 2009). *El Abedul*. Recuperado el 24 de 06 de 2018, de https://colombiatic.mintic.gov.co/602/articles-621_doc_norma.pdf
- Vigilancia en Salud Pública. (s.f.). Recuperado el 09 de 05 de 2018, de Uso adecuado de Medicamentos : <http://www.saludcapital.gov.co/sitios/VigilanciaSaludPublica/Paginas/Usodemedicamentos.aspx>
- WhatsApp. (2018). Recuperado el 30 de 05 de 2018, de Descargar WhatsApp Business (WhatsApp para Negocios): <https://faq.whatsapp.com/es/smba/26000095/>