



Plan de negocio para la creación de la empresa SERVILOGIC

Erwin Edison Caicedo Cely

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Oriente (Santander)

Centro Universitario Cúcuta (Norte de Santander)

Programa Administración de Empresas

noviembre de 2025

PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA SERVILOGIC

Erwin Edison Caicedo Cely

Plan de negocio presentado como requisito para optar al título de Administrador de  
Empresas

Asesor(a)

Angelica María Carvajal Guerrero

Economista

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Oriente (Santander)

Centro Universitario Cúcuta (Nortde de Santander)

Programa Administración de Empresas

noviembre de 2025

## Dedicatoria

Este trabajo lo dedico a mi familia, por su apoyo incondicional, comprensión y motivación durante el desarrollo tanto académico como personal del proceso que hoy culmina, pero que al mismo tiempo se convierte en un punto de partida. A mis padres, quienes me inculcaron los valores de la responsabilidad, el esfuerzo y el trabajo bien hecho.

A mis docentes y compañeros de carrera, quienes con sus enseñanzas, aportes y experiencias han contribuido a la construcción de SERVILOGIC, proyecto que se concreta hoy en día, idea que nació en el deseo de generar oportunidades laborales formales y contribuir al desarrollo de mi región.

A todas aquellas personas que persiguen el sueño de emprender. Con esforzado compromiso y propósito, es posible convertir una idea en una empresa que genere impacto.

## **Agradecimientos**

A Dios, por concederme la fortaleza, la claridad y la perseverancia imprescindibles para culminar una etapa tan importante de mi formación personal y profesional.

A mi familia, por su apoyo incondicional, por su paciencia y por sus palabras de ánimo ante los momentos más difíciles. A mis padres, por ser mi mayor referente en compromiso, honestidad y esfuerzo; por enseñarme que los verdaderos logros se construyen con disciplina y dedicación.

A mis docentes, por su asesoramiento, por su enorme corpus académico y exigencias que me permitieron desarrollar una visión crítica y profesional del mundo empresarial. Cada enseñanza recibida fue un ladrillo fundamental en la construcción de este proyecto, el cual hoy representa no solamente un logro académico, sino que, además, la concreción de un sueño.

A mis compañeros y amigos, que viajaron a mi lado por la senda del aprendizaje, del conocimiento compartido y del proyecto inspirador de seguir.

Finalmente, mi gratitud a todas las personas y / o entidades que contribuyeron, de una manera u otra, al desarrollo de SERVILOGIC, una propuesta que no busca más y nada menos que generar empleo digno, valor social y desarrollo sostenible para nuestra región.

Este proyecto representa el cierre de una etapa de mi vida, pero también es el comienzo de un nuevo camino, el camino que nos transmitirá la consolidación de un propósito que emergió de la supervivencia y la convicción de que sí es posible hacer de las ideas una realidad.

## Contenido

Lista de tablas .....	9
Lista de figuras.....	10
Resumen .....	11
Abstract.....	12
Introducción.....	13
CAPÍTULO I. Generalidades.....	15
1 Identificación del modelo de negocio .....	15
1.1 Situación encontrada.....	15
1.2 Objetivos .....	16
1.2.1 Objetivo general.....	16
1.2.2 Objetivos específicos .....	17
1.3 Justificación .....	17
1.4 Marco Referencial.....	19
1.4.1 Marco teórico .....	19
1.4.2 Marco conceptual (Cuando sea pertinente).....	21
1.4.3 Marco legal (Cuando sea pertinente) .....	22
1.5 Concepto de negocio.....	24
1.5.1 Descripción de la idea de negocios según modelo Canvas .....	24
1.5.2 Identificación de ingresos claves de la idea de negocios .....	42
1.5.3 Lienzo Canvas: resumen gráfico de la idea de negocios.....	48
1.5.4 Población.....	50
1.5.5 Muestra.....	51
1.5.6 Técnicas e instrumentos de recolección de información .....	53
1.6 Alcances y limitaciones .....	56
CAPÍTULO II Modulo de Mercado .....	59
2 Módulo de mercado.....	59
2.1 Investigación de mercado.....	59
2.1.1 Análisis del mercado.....	59
<b>Comportamiento del Sector de Servicios Generales.....</b>	<b>59</b>

<b>Análisis PESTEL</b> .....	60
2.1.2 Identificación del cliente.....	66
2.1.3 Buyer person (Basándose en la segmentación).....	83
2.1.4 Necesidades que se esperan satisfacer del cliente y consumidor.....	85
2.2 Análisis de competencia.....	89
2.3 Marketing Mix.....	100
2.4 Tendencias del mercado.....	126
<b>CAPÍTULO III Modulo Técnico u operación</b> .....	126
3 Modulo Técnico u operación.....	126
3.1 Descripción del Proceso.....	126
3.1.1 Ficha Técnica del Producto o Servicio.....	128
3.1.2 Diagrama de flujo de producción o del servicio.....	129
3.1.3 Recursos necesarios para operación óptima.....	131
3.2 Diseño de planta (Cuando sea pertinente).....	133
3.3 Propuesta de Valor.....	134
3.4 Validación de la idea.....	137
3.5 Prueba piloto.....	139
3.5.1 Testeo y Feedback.....	141
<b>CAPÍTULO IV Modulo Organizacional</b> .....	142
4 Estructura Organizacional.....	142
4.1 Misión y Visión.....	142
4.2 Valores corporativos.....	144
4.3 Objetivos estratégicos.....	146
4.4 Organigrama y Perfiles.....	147
4.4.1 Estructura orgánica.....	147
4.4.2 Perfiles.....	150
4.5 Constitución Empresa y Aspectos Legales.....	157
4.5.1 Forma legal de la empresa.....	157
4.5.2 Registro y constitución.....	163
4.5.3 Capital social.....	170
4.5.4 Requisitos legales y regulatorios.....	173
4.5.5 Impuestos y obligaciones fiscales.....	177

4.5.6	Protección de propiedad intelectual .....	182
4.5.7	Cumplimiento normativo y ético .....	187
4.5.8	Asesoramiento legal.....	192
4.6	Gastos de Puesta en Marcha.....	195
4.7	Condiciones comerciales (Cuando sea pertinente) .....	196
CAPÍTULO V Modulo Financiero.....		198
5	Modulo Financiero .....	198
5.1	Proyección de ventas .....	198
5.1.1	Tamaño del mercado .....	199
5.1.2	Tabla de proyección de ventas y Justificación .....	200
5.1.3	Participación del mercado .....	202
5.1.4	Política de cartera .....	203
5.2	Inversión y financiación.....	204
5.2.1	Plan de inversión.....	204
5.2.2	Estrategias de financiamiento .....	205
<b>Uso de los Fondos Requeridos .....</b>		<b>206</b>
5.2.3	Costos y gastos de operación.....	211
5.2.4	Costo variable unitario .....	212
5.2.5	Costos fijos.....	213
5.3	Proyección de ingresos, costos y gastos.....	214
5.4	Estados financieros .....	217
5.4.1	Balance General (proyectado a 5 años) .....	221
5.5	Evaluación del proyecto.....	224
5.5.1	VAN y TIR.....	224
5.5.2	Punto de equilibrio .....	225
5.5.3	Razones Financieras.....	227
CAPÍTULO VI Impactos.....		229
6	Impactos.....	229
6.1	Impacto económico .....	229
6.2	Impacto social .....	230
6.3	Impacto ambiental.....	230
6.4	Riesgos (Técnico, comercial, TTHH, normativo, ambiental, otros).....	231

6.4.1	Marco Metodológico para la Gestión de Riesgos .....	231
6.4.2	Matriz de Evaluación de Riesgos Inherentes .....	232
6.4.3	Análisis Detallado de Riesgos Críticos y Estrategias de Tratamiento. ....	233
6.4.4	Resumen de Tratamiento de Riesgos y Responsables. ....	242
6.4.5	Consideraciones Finales sobre la Viabilidad .....	244
CAPÍTULO VII Conclusiones.....		245
7	Conclusiones .....	245
CAPÍTULO VIII Recomendaciones.....		247
8	Recomendaciones .....	247
8.1	Reflexión final .....	249
Referencias.....		251

## Lista de tablas

<i>Tabla 1. Lienzo Canvas: resumen gráfico de la idea de negocios</i> .....	49
<i>Tabla 2. Análisis PESTEL para SEVILOGIC</i> .....	61
<i>Tabla 3. Buyer Person Decisor Principal: "Laura, la Administradora Prevenida"</i> .....	83
<i>Tabla 4. Evaluación Comparativa de Competidores y SEVILOGIC</i> .....	94
<i>Tabla 5. Precios de la Competencia por Servicio (Valores Mensuales Estimados en COP)</i> .....	109
<i>Tabla 6. Presupuesto de Costos y Servicios (Estimación Mensual para un Conjunto Residencial Mediano): ...</i>	113
<i>Tabla 7. Comparación de Precios: Servicios Fragmentados vs. SEVILOGIC (Valores Mensuales Estimados en COP)</i> .....	115
<i>Tabla 8. Ficha Técnica del Servicio Integral de Gestión de Propiedades SEVILOGIC</i> .....	128
<i>Tabla 9. Perfil del Gerente General (CEO)</i> .....	150
<i>Tabla 10. Perfil del director de Operaciones</i> .....	151
<i>Tabla 11. Perfil del Supervisor de Servicio</i> .....	152
<i>Tabla 12. Perfil del Personal de Portería y Conserjería</i> .....	153
<i>Tabla 13. Perfil del Personal de Aseo y Limpieza</i> .....	154
<i>Tabla 14. Perfil del Personal de Jardinería</i> .....	154
<i>Tabla 15. Perfil del Personal de Mantenimiento de Piscinas (Piscinero)</i> .....	155
<i>Tabla 16. Gastos de puesta en marcha</i> .....	196
<i>Tabla 17. Proyección de Ventas</i> .....	198
<i>Tabla 18. proyección de ventas y Justificación</i> .....	200
<i>Tabla 19. distribución del plan de inversión</i> .....	204
<i>Tabla 20. Escala de Evaluación de Riesgos (ISO 31000 Adaptado)</i> .....	231
<i>Tabla 21. Matriz de Riesgos Inherentes del Plan de Negocio SEVILOGIC</i> .....	232
<i>Tabla 22. Estrategias de Mitigación y Responsables para Riesgos Críticos</i> .....	243

## Lista de figuras

<i>figura 1. Rol de los Encuestados en el Edificio/Conjunto (Pregunta 1) .....</i>	<i>67</i>
<i>figura 2. Tiempo de Residencia/Trabajo en el Edificio/Conjunto (Pregunta 2) .....</i>	<i>68</i>
<i>figura 3. Nivel de Satisfacción General con los Servicios (Pregunta 3) .....</i>	<i>69</i>
<i>figura 4. Calificación de Aspectos Específicos de Portería y Seguridad (Pregunta 4) .....</i>	<i>70</i>
<i>figura 5. Calificación de Aspectos Específicos de Conserjería / Atención al Residente/Empleado (Pregunta 5)..</i>	<i>71</i>
<i>figura 6. Calificación de Aspectos Específicos de Aseo y Limpieza de Áreas Comunes (Pregunta 6).....</i>	<i>73</i>
<i>figura 7. Calificación de Aspectos Específicos de Jardinería y Zonas Verdes (Pregunta 7) .....</i>	<i>74</i>
<i>figura 8. Calificación de Aspectos Específicos de Mantenimiento de Piscina (si aplica) (Pregunta 8) .....</i>	<i>75</i>
<i>figura 9. Áreas que Requieren Mejora Urgente (Pregunta 9 - Abierta) .....</i>	<i>76</i>
<i>figura 10. Logotipo corporativo.....</i>	<i>101</i>
<i>figura 11. Flujograma.....</i>	<i>129</i>
<i>figura 12. MoodBoard.....</i>	<i>138</i>
<i>figura 13. Organigrama.....</i>	<i>148</i>

## Resumen

El objeto de este plan de negocio es el de analizar la viabilidad técnica, operativa y económica de SERVILOGIC, compañía una prestadora de servicios de portería, conserjería, aseo, jardinería y mantenimiento de las zonas comunes en Cúcuta. La propuesta anclada en el estudio del mercado, la estructura organizacional y la proyección financiera a 5 años. Se adopta una metodología descriptiva apoyada en información documental y del diagnóstico del entorno empresarial. Los resultados nos demuestran rentabilidad, sostenibilidad y de retorno social a la formalización del empleo y mejora de la calidad del servicio, constituyendo un modelo replicable y con incidencia positiva en el desarrollo regional.

### *Palabras clave:*

SERVILOGIC, plan de negocio, servicios integrales, viabilidad, rentabilidad, sostenibilidad, formalización laboral.

### **Abstract**

This business plan aims to evaluate the technical, operational and financial feasibility of SERVILOGIC, a company that provides concierge, cleaning, gardening and maintenance services of common areas in Cúcuta, Colombia. This proposal is based on market analysis, organizational structure and financial projections for five years. A descriptive methodology was used through documentary research and environmental business diagnosis. The results show that the project is profitable, sustainable and socially useful, improving the quality of these services and promoting formal employment. SERVILOGIC is presented as a replicable and significant model of business that helps with the economic development of the region.

*Keywords:*

SERVILOGIC, business plan, integrated services, feasibility, profitability, sustainability, labor formalization.

## Introducción

El enfoque del presente proyecto empresarial consiste en analizar y explicar la viabilidad de SERVILOGIC, una organización dedicada a la prestación de servicios integrales de portería, conserjería, aseo, jardinería y mantenimiento de zonas comunes en la ciudad de Cúcuta.

Se inició el estudio a partir de una problemática del entorno que tiene lugar: la creciente demanda de la oferta de servicios tercerizados de calidad, que cumplen con la normativa laboral vigente y que ofrecen confianza, formalidad y eficiencia a los conjuntos residenciales, edificios corporativos y establecimientos comerciales, cuyas características suelen asociarse a una demanda más propia de un entorno avanzado.

Desde el marco teórico, la propuesta se apoya en conceptos sobre el emprendimiento sostenible, la planeación estratégica y la gestión del talento humano como sustento que permite consolidar la importancia de crear empresas que integren la rentabilidad económica con la responsabilidad social y ambiental.

En el plano empírico, este estudio de investigación está sustentado por un análisis del mercado local, una observación de lo competitivo directamente y la experiencia de ser prestador de servicios logísticos, lo que condujo a la identificación de las oportunidades reales de posicionamiento y diferenciación.

La justificación del proyecto está dada por la posibilidad de generar un empleo formal y la capacitación laboral que se deriva de la creación de valor; propuestas a partir de la profesionalización de un sector que ha estado ligado a la informalidad; SERVILOGIC se ofrece como una alternativa empresarial para contribuir al desarrollo económico regional y al mismo tiempo fortalecer el tejido productivo, contribuyendo igualmente a la cultura de los servicios y a la sostenibilidad de la gestión operativa.

En cuanto a la metodología, este estudio se enmarcó bajo un enfoque descriptivo y de tipo aplicado, con la utilización de información documental, a entrevistas y análisis financiero con el objeto de estructurar esta propuesta de negocio; Los resultados se recopilan en el plan integral que hace referencia a la planificación operativa, la proyección económica, la evaluación de impactos y la identificación de riesgos.

Finalmente, el trabajo está estructurado en capítulos que articulan los referentes teórico - prácticos, los objetivos del estudio, el análisis financiero y las conclusiones, lo que pone de manifiesto la coherencia existente entre la investigación académica y la empresa en funcionamiento.

En este sentido , SERVILOGIC se consolida no solo como una empresa viable y sostenible sino también como un caso demostrativo que da la nota de una integración entre teoría y práctica, capaz de generar un conocimiento aplicable y aportar al desarrollo académico, social y económico de la región.

## **CAPÍTULO I. Generalidades**

### **1 Identificación del modelo de negocio**

#### **1.1 Situación encontrada**

El problema principal que esta investigación pretende atender es la falta de una oferta de servicios generales estructurados, formalizados y profesionalizados para la gestión de propiedades en Cúcuta; lo que empuja a los administradores a tener que enfrentar una disyuntiva con una aplicación de métodos ineficientes y arriesgados, que dada la ciudad de Cúcuta la aumenta. En efecto, Cúcuta tiene una de las tasas de informalidad laboral más altas y contundentes del país, con un mercado laboral caracterizado por contar con serios problemas estructurales ( Banco de la República, 2023); la informalidad en la prestación de servicios sin embargo facilita la aparición de una disyuntiva falsa para los administradores de propiedades.

De este problema pueden generarse dos formulaciones básicas que han de considerarse desde el punto de vista de los administradores: la primera, la contratación de empresas especializadas en vigilancia y seguridad privada, un modelo formal y regulado, cuyo costo es elevado y que recorre a unas funciones de seguridad armada que suelen superar las exigencias que requieren un uso diario para la mayor parte de las propiedades: conserjería, atención al residente, etc. ; la segunda y más habitual, la que opta por la contratación de trabajador independiente de manera informal. El empleo informal, según está definido, se refiere a toda relación laboral que no está regida o amparada por un marco complejo de normas legales, y eso significa ausencia de las garantías existentes -tanto para el asalariado a la que se recurre como para el contratante- ( OIT , 2013 , citado en Arrieta, 2024).

Esta situación representa un problema relevante ya que de la exposición de las copropiedades a consecuencias negativas por múltiples lados. En el orden legal, la contratación

informal conlleva un altísimo riesgo de litigios o sanciones frente al incumplimiento de las obligaciones laborales y parafiscales. Como resalta la literatura sobre el tema, uno de los problemas en la administración de las propiedades horizontales es precisamente la “ contratación ilegal ”, así como los “ errores en la selección del personal temporal ”, lo cual deviene en serias responsabilidades para la copropiedad (Guerrero et al., 2018). Operativamente, la falta de protocolos estandarizados de selección y capacitación se traduce en una calidad del servicio en las copropiedades erráticas y alta rotación del personal, además de fomentar la desconfianza generalizada; Esto no hace más que tensionar de manera directa la convivencia y afecta el valor de la propiedad.

Lo que se exponen y se analiza a posteriori tiene que ver de manera directa con los sujetos y también con el objeto de estudio de este trabajo. Los sujetos del estudio son, en primer lugar, los administradores de edificios y las juntas de copropietarios como sujetos pasivos - sufriendo directamente la carga administrativa y los riesgos legales que puede conllevar la gestión de copropiedad y la presión de los copropietarios insatisfechos - y, en segundo lugar, los residentes, quienes son quienes sufren en su día a día las consecuencias de un servicio deficiente. Por otro lado, el objeto de estudio-el plan de negocio para una empresa de servicios integrales-es el mismo y surge como la solución directa a la falla de mercado, ofreciendo como un modelo que elimina la riesgosa disyuntiva y propone una alternativa formal, eficiente y confiable, que se adapta a las necesidades reales que presenta el contexto específico de Cúcuta.

## **1.2 Objetivos**

### **1.2.1 Objetivo general**

Poder plantear una construcción de empresa dedicada a prestar un servicio de portería - conserjería - apoyo operativo innovador, en la mejora de la seguridad y la eficiencia en espacios

residenciales, empresariales e institucionales, enfocándose en una preocupación humana, preventiva y tecnológica que se incorpora a la vigilancia privada.

### **1.2.2 Objetivos específicos**

Realizar un diagnóstico de necesidades en al menos cinco conjuntos residenciales o edificios empresariales para la identificación de oportunidades de mejora en portería y servicios generales.

Diseñar un portafolio básico de servicios innovadores que incluya soluciones humanas y tecnológicas, ajustadas a diferentes tipos de clientes.

Desarrollar una imagen corporativa sólida (marca, uniforme, presencia digital básica) que fortalezca la confianza del cliente y permita posicionamiento del negocio en el mercado local.

### **1.3 Justificación**

La elaboración del presente plan de negocio que justifica la puesta en marcha de SERVILOGIC se sustenta en un cúmulo de razones esgrimibles desde la perspectiva de lo práctico, lo social y lo pedagógico, que convergen para dar respuesta a una necesidad concreta en Cúcuta.

Desde lo práctico y lo económico, el proyecto aborda una problemática real sin atender el mercado de gestión de propiedades en la zona. El sector de la construcción se encuentra en desarrollo; el crecimiento en la comercialización de viviendas es del 11 % para el año 2021 y el producto Interno Bruto de Cúcuta creció un 7.4 % durante 2022; esto ha conllevado a una demanda de los servicios generales que requiere la administración de inmuebles. Por su parte los administradores deben resolver el dilema que ofrece una oferta polarizada donde o pagan el alto precio del servicio de vigilancia privada o contratan de manera informal, con todos los riesgos y desventajas que ello implica. Esta propuesta de grado tiene una aplicación directa que se

establece a partir del diseño de un modelo de negocio funcional que ocupa el vacío, no solamente de rentabilidad para la iniciativa, sino que además sirve de apoyo al tejido empresarial de la ciudad.

La justificación social puede llegar a ser la más significativa. El modelo de negocio propuesto tiene un impacto directo en el nicho de trabajadores del sector de servicios generales, un colectivo culturalmente afectado por la informalidad. La manera de operar se basa en la contratación 100% formal, lo que ya en sí mismo sirve para combatir la precariedad laboral, la promoción del trabajo digno, garantizar el acceso al sistema de seguridad social integral para sus trabajadores y sus familias. La formalización no solo protege los derechos de los trabajadores y pone en valor la productividad, sino que, de acuerdo con diversos estudios, también permite a las empresas acceder a nuevos mercados y créditos (Confecámaras, 2024). Por otro lado, profesionalizar el servicio de portería y conserjería incide positivamente en la seguridad percibida y mejora las relaciones interpersonales en las comunidades atendidas, impactando de manera positiva en la calidad de vida de la comunidad atendida.

Desde el punto de vista pedagógico y educativo, este trabajo de grado se traduce en la implementación de los principios que fomentan la Ley 1014 de 2006, la ley de promoción de la cultura del emprendimiento. Dicha ley persigue entre otras cosas, "promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país" y " dar origen a un vínculo del sistema educativo y sistema productivo nacional" (Congreso de Colombia, 2006). Este proyecto constituye un ejemplo práctico y riguroso de los saberes adquiridos durante el programa de Administración de Empresas, integrándose a partir de los conceptos de estrategia, finanzas y operaciones en la estructura de una empresa real. La formación académica se puede convertir en un ejercicio práctico el cual nos puede aportar diferentes soluciones sostenibles e innovadoras.

De no atenderse este tema, las consecuencias tenderán a ver con la existencia de un mercado ineficiente y riesgoso. Las copropiedades continuarían asumiendo costos ocultos y pasivos laborales, y el ciclo de informalidad laboral dejaría a los trabajadores del sector desprotegidos. validar un modelo de negocio que no sólo es económicamente viable, sino que también traduce un valor social tangible para la comunidad de Cúcuta.

## **1.4 Marco Referencial**

Para poder fundamentar el diseño y la validación del modelo de negocio de SERVILOGIC, será necesario construir un marco referencial que integre las teorías, el contexto y las normativas de referencia. Es este marco el que proporciona el andamiaje conceptual sobre el cual se construye la propuesta de valor y justifica su relevancia e innovación en su contexto.

### **1.4.1 Marco teórico**

La base del modelo de negocio de SERVILOGIC se apoya en la concurrencia de cuatro corrientes teóricas que nos permiten en conjunto dar una explicación del modelo en cuanto a su innovación, a su estructura de funcionamiento y a su abordaje tecnológico .

#### **1. Teoría de la innovación de Joseph Schumpeter**

El economista Joseph Schumpeter (1934) afirmaba que la innovación no es sólo la invención de un nuevo producto, sino la introducción de nuevas combinaciones exitosas que alteran el flujo económico. Su teoría de la « destrucción creativa » describe el proceso de un empresario innovador que introduce una novedad a través de la cual las viejas prácticas y modelos resultan desplazados, originando un nuevo equilibrio económico superior. El modelo de SERVILOGIC es una clara interpretación del modelo de innovación de Schumpeter, puesto que no se inventa la portería o limpieza, sino que se introduce un nuevo recorrido de producción que integra servicios fraccionados (portería, conserjería, aseo, jardinería, entre otros) en un único

paquete tecnológicamente gestionado. De este modo, la empresa se convierte en un agente de cambio que busca innovar el patrón de producción de los servicios generales, desplazando el modelo ineficaz y muy arriesgado que predomina en el mercado.

## **2. Teoría del Modelo de Negocios de Osterwalder y Pigneur**

La estructura más relevante para organizar este plan es el Business Model Canvas, elaborado por Alexander Osterwalder e Yves Pigneur (2010). Este tipo de teoría sostiene que "un modelo de negocio expresa las bases sobre las que una empresa crea, ofrece y captura valor". Este modelo se representa en un lienzo de nueve módulos interdependientes que abarcan las cuatro áreas principales para tener en cuenta en un negocio: clientes, oferta, infraestructura y viabilidad económica. Este marco resulta ser crítico para SERVILOGIC en la medida en que permite visualizar cómo pueden interactuar de forma integral las distintas partes del negocio para dar respuesta a su propuesta de valor (servicios integrados, formales y tecnológicos), que es el corazón del modelo.

## **3. Teoría de la Gestión Integrada de Edificios ( Integrated Facility Management)**

El Facility Management (FM) es un área de la gestión que integra la gestión de edificios y los servicios propios del soporte de una organización para tener la posibilidad de optimizar recursos y mejorar el desempeño del entorno en que se ubica la organización. El modelo de SERVILOGIC se sitúa en este concepto en la medida en que ofrece una gestión integrada en la que múltiples servicios, normalmente denominados Soft Services (limpieza, seguridad, conserjería), son gestionados por un solo proveedor. Según Atkin y Brooks (2015), las ventajas de este camino son la reducción en costes mediante la generación de sinergias, la simplificación de la comunicación al tener un único punto de contacto y la mejora de la consistencia del servicio.

#### **4. Modelo de Aceptación de la Tecnología (TAM)**

Con el fin de fundamentar la viabilidad del componente tecnológico involucrado en SERVILOGIC (la aplicación móvil), el trabajo se detiene en el Modelo de Aceptación de la Tecnología (TAM) desarrollado por Davis (1989) que predice la adopción de una nueva tecnología a partir de los cálculos de dos factores fundamentales que percibe el usuario: la Utilidad Percibida (PU), que es el grado en que el usuario cree que la tecnología le ayudará a desempeñar mejor; y la Facilidad de Uso Percibida (PEOU), que es el grado en el que cree que usarla será libre de esfuerzo. El modelo TAM presume que, si una tecnología es vista como útil y se percibe como fácil de utilizar, la intención de adoptarla será alta, lo que en este caso la presentación de SERVILOGIC está diseñada de modo que los dos factores, PU y PEOU, sean los máximos posibles.

##### **1.4.2 Marco conceptual (Cuando sea pertinente)**

El presente ensayo se desarrolla en San José de Cúcuta, un contexto que presenta a la vez oportunidades económicas y la existencia de retos sociales asociados a SERVILOGIC.

Desde la óptica económica la ciudad y el departamento de Norte de Santander han presentado un alto dinamismo. El Producto Interno Bruto (PIB) de la zona presenta un crecimiento del 7,4 % en el 2022 con un importante impulso del sector de los servicios. Esta expansión se refrenda también en el sector de la construcción como un motor de la demanda de servicios de gestión de propiedades. En esto, las cifras de Camacol (2021) dan cuenta de la venta de 4.316 unidades de vivienda en la región en 2020, con proyecciones de crecimiento de un 11 % para el siguiente año. Esta expansión urbana asegura una base amplia de consumidores de servicios rutinarios de mantenimiento y de operación. Desde el enfoque social y cultural, Cúcuta

tiene el reto estructural de tener una de las tasas de informalidad más elevadas del país. Un informe del Banco de la República (2023), apunta que la ciudad mantiene elevadas tasas de informalidad, lo que se traduce en un mercado de trabajo con importantes barreras para la formalización. El fenómeno cultural de la informalidad en el sector de servicios generales también se hace presente, donde es común contratar personal independiente sin las prestaciones legales correspondientes a los mismos. Esta situación propicia un entorno precario para los trabajadores y niveles de riesgo legal elevados para los contratantes, lo que en cierta forma justifica el modelo de negocio de SERVILOGIC, el cual toma como base la formalidad.

### **1.4.3 Marco legal (Cuando sea pertinente)**

La estructuración y operación de la empresa SERVILOGIC se encuentran codificados dentro de un conjunto de normativas colombianas que regulan la actividad y que coinciden, validan y refuerzan la propuesta de valor para el conjunto de bienes y/o servicios producidos y/o comercializados. Abarca desde la normativa relacionada al fomento al emprendimiento hasta la normativa relacionada a las regulaciones del sector servicios y al diseño de la propiedad horizontal, y de forma directa y en relación con el objeto de estudio (el plan de negocio) y sus sujetos (administradores, residentes y trabajadores).

Una de las teorías y normativas más relevantes es la Ley 1014 de 2006, denominada Ley de fomento a la cultura del emprendimiento. Esta política pública “toma el espíritu emprendedor como un fin de la educación, con el propósito de promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país, creando un vínculo entre el sistema educativo y el sistema productivo nacional ” (Congreso de Colombia, 2006). El presente proyecto de grado es aplicación de dicha ley, ya que utiliza los conocimientos teóricos para el diseño de una propuesta

empresarial que busque crear valor económico y social, en tanto une la educación superior con las demandas del mercado.

Para la constitución de la empresa, objeto de estudio, la norma fundamental es la Ley 1258 de 2008 que introduce la figura de la Sociedad por Acciones Simplificada (SAS), la cual es una figura jurídica ideal para una empresa como SERVILOGIC, gracias a su flexibilidad administrativa, y permite constituir la empresa con un solo accionista, pero sobre todo porque fija la responsabilidad limitada de los socios a las aportaciones realizadas (Congreso de Colombia, 2008). La protección del patrimonio personal que tienen los emprendedores constituye un aliciente muy importante para emprender nuevas empresas.

El ámbito en el que va a operar SERVILOGIC y donde están n los sujetos de la investigación está configurado por la Ley 675 de 2001 que desarrolla el régimen de la propiedad horizontal; la cual resalta tanto los derechos y deberes de los copropietarios, o sea, de cada uno de los propietarios de los inmuebles (o bienes inmuebles), la naturaleza de los bienes comunes y las funciones de los órganos de administración (Congreso de Colombia, 2001). De ahí que el modelo de negocio SERVILOGIC se ampare en esta ley para ofrecer una solución a la "administración correcta y eficaz de los bienes y servicios comunes", una de las finalidades principales de la persona jurídica de la copropiedad.

SERVILOGIC se crea como una empresa dedicada a la organización y administración de todo lo relacionado en la propiedad horizontal de los conjuntos residenciales. Una de las propuestas del valor que se presenta es la formalidad laboral, que tiene su contenido en el Código Sustantivo del Trabajo y las políticas de formalizar la actividad laboral, la contratación informal que exponen a los administradores de las copropiedades (sujetos de estudio) a situaciones de riesgo legal y financiero. SERVILOGIC se presenta como una respuesta a este problema,

haciendo gustar la contratación laboral y el cumplimiento de las obligaciones laborales. Pero la formalización no sólo lo que se puede percibir como una obligación. También puede generar ventajas como el acceso a créditos y mejoras en la productividad que da como resultado una ventaja competitiva (Confecámaras, 2024). Igualmente, la prestación de los servicios específicos regulados en la Ley 1209 de 2008, que establece normas de seguridad obligatorias para las piscinas de uso colectivo, aquellas de las que son beneficiarios los conjuntos residenciales (Congreso de Colombia, 2008). El cumplimiento de esta normativa y la asunción de tareas en virtud de ella se percibe como un elemento diferenciador de SERVILOGIC, ya que permitirá garantizar la seguridad de los residentes (sujetos de estudio) y eludir consecuencias o sanciones negativas para los administradores, lo que significa la consolidación de la propuesta de valor de la compañía.

## **1.5 Concepto de negocio**

### **1.5.1 Descripción de la idea de negocios según modelo Canvas**

La idea de negocio de SERVILOGIC se encuentra plenamente sustentada en el formato del Business Model Canvas (BMC), y bajo los postulados académicos de la Corporación Universitaria Minuto de Dios (UNIMINUTO) y el espíritu de la Ley 1014 de 2006. Persigue la finalidad de poder aprovechar, a partir de una falla de mercado que se presenta en Cúcuta, el alto riesgo (legal y operativo) que enfrentan los administradores de propiedad en virtud de la informalidad laboral.

El BMC describe las bases que fundamentan la forma en la cual la empresa crea, entrega y capta valor (Osterwalder & Pigneur, 2010)

### 1.5.1.1 Segmento de clientes

#### *¿Para quién estamos creando valor?*

SERVILOGIC será para: Conjuntos residenciales, Propiedades horizontales, Edificios de oficinas Zonas Industriales, Hospitales y Clínicas Supermercados y Grandes Superficies.

El mercado de Cúcuta presenta una buena base de clientes que se encuentra en expansión. El PIB de Norte de Santander se aumentó un 7,4 % en 2022, siendo el sector servicios la base del aumento (Universidad de Pamplona, 2022; UPRA, sf.). La comercialización de un total superior a las 4.316 unidades de vivienda en 2020, el cual se estima crecer í a un 11% en 2021 (superior a las 4,800 unidades) (Camacol, sf), y la inversión equivalente a más de \$30 mil millones de pesos colombianos en infraestructura de Cúcuta (portal.gestiondelriesgo.gov.co, 2024), apoyan directamente la demanda de servicios generales. Asimismo, existen muchas empresas registradas, que se pueden ver en "LAS 100 EMPRESAS CON MÁS GANANCIAS" (Data Cúcuta, sf.), y más de 9.200 unidades habitacionales vendidas por parte de empresas del sector (viviendasyvalores.com.co, sf.); el que implica que existe un buen mercado.

#### *¿Quiénes dentro de estos lugares toman la decisión?*

Administradores de propiedad horizontal, miembros del consejo de administración, gerentes de planta o de seguridad, juntas de copropietarios, coordinadores logísticos o de servicios generales.

#### *¿Qué beneficios obtienen si adquieren el servicio de SERVILOGIC?*

**Reducción de costos operativos**, en comparación con empresas de seguridad privada tradicional .

**Cumplimiento normativo**, eliminando riesgos asociados a empresas informales o que no pagan parafiscales.

**Mejora en la percepción de seguridad y del servicio al cliente**, gracias a un personal capacitado y supervisado.

**Asesoría en seguridad preventiva**, sin necesidad de tener que contratar esquemas costosos.

**Integración de tecnología**, que optimiza la gestión de alertas, de accesorios y de necesidades internas de la comunidad.

**Confianza y cercanía**, mediante un servicio personalizado, humano y con valores.

#### **1.5.1.2 Propuesta de valor**

SERVILOGIC ofrece un modelo innovador de portería, conserjería y servicios generales integrados con tecnología, que reduce costos, mejora la seguridad y profesionaliza el servicio con personal legalmente contratado y capacitado, brindando confianza, eficiencia y cercanía al cliente.

#### **Diferenciales clave:**

**Modelo de servicio integral:** Una misma empresa que la portería, la conserjería y la conserjería general, eliminando el coste de la movilidad con la multiplicidad de empresas puede producir un ahorro importante.

**Tecnología al servicio de la seguridad:** La aplicación para alertas, la comunicación y la gestión y la posibilidad de monitorización preventiva desde la propia central. La automatización de la gestión del mantenimiento de las piscinas (Abastecedora y Purificadora de Agua Cinera, sf; EDIFICAR GROUP, sf.) y la utilización de equipos avanzados de limpieza (Tienda Karcher, sf; Mercado Libre, sf, Maquitech de Colombia, sf; Limpiezasenvitoriajuanlu, 2023; Falabella, sf), tanto la automatización de la gestión del mantenimiento de las piscinas como los equipos avanzados de limpieza no sólo son optimizados sino que también implican y son sinónimos de

un descenso de la intervención manual y de la calidad en el servicio con un descenso del coste del cliente a medio y largo plazo.

**Talento humano confiable:** La plantilla que trabaja es la plantilla que está legalmente vinculada, que está formada en atención al cliente, que está formada en atención al residente y que está formada en operación segura. Se genera tranquilidad, confianza.

### **1.5.1.3 Valor agregado de la idea de negocios.**

El valor agregado de SERVILOGIC, que le permite tener una ventaja competitiva, es construido a partir de la diferenciación estratégica, que es un concepto que aglutina el análisis de la competencia (Porter, 2007). La forma de trabajar de la empresa está dirigida a localizar y mejorar las actividades que incorporan valor en la cadena, que dan lugar a un beneficio único y perceptible por parte del cliente y que consigue alcanzar el éxito mediante la utilización de las estrategias de diferenciación (Contreras, 1980)

El valor agregado de SERVILOGIC se concreta en tres dimensiones:

#### **Mitigación de Riesgos y Tranquilidad Legal (Valor Estratégico):**

**Atributo:** Ofrecer un equipo humano 100% formalizado y con todas las prestaciones sociales al día, lo cual es una diferenciación fundamental en un mercado formalmente con muy alta informalidad laboral (Contreras, 1980).

**Beneficio:** Para el cliente (comunidad de propietarios), el valor añadido lo conforma el control del riesgo de pleitos, multas o pasivos laborales derivados de una contratación informal ofreciendo tranquilidad jurídica y seguridad económica.

#### **Innovación y Productividad (Valor Funcional):**

**Atributo:** la incorporación de la Limpieza 6.0, que articular a la digitalización, la mecanización avanzada y la mejora continua en la gestión precisa, transparente y veraz (Clece

Solutions, sf.). Incluyendo, por tanto, la implementación de aplicación móvil en la gestión de incidencias y la mejora de la optimización de tareas.

**Beneficio:** consigue elevar la productividad del personal y de la gestión operativa , disminuyendo el esfuerzo físico del trabajo y favoreciendo entornos más saludables y seguros. La tecnología utilizada como uno de los procesos de la estrategia competitiva para mejorar las actividades de generación de valor en el cliente.

#### **Impacto social y Sostenibilidad ( valor Psicológico y Ético):**

**Atributo:** la apuesta por el empleo formal y digno, ofreciendo a los trabajadores acceso al sistema de la Seguridad Social pleno y la adopción de prácticas sostenibles, como son los productos ecológicos certificados y la jardinería sostenible (ej. los métodos secos para limpieza de exteriores y las plantas resistentes a la sequía), refuerzan la sostenibilidad .

**Beneficio:** permite al cliente (comunidades de propietarios y empresas) cumplir con sus propios objetivos de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y sostenibilidad y la mejora de la calidad de vida de sus trabajadores, así como la imagen reputacional de los inmuebles.

El valor añadido del SERVILOGIC, por tanto, reside en ofrecer una solución holística de mayor calidad (gracias a la tecnología), menor riesgo (gracias a la formalidad) y más responsable (gracias con la sostenibilidad) que justifica su estrategia de precios basada en el valor y no en una competencia de precios bajos.

#### **1.5.1.4 Descripción general de atributos físicos, funcionales y psicológicos del producto (bien o servicio).**

Descripción detallada de los atributos físicos, funcionales y psicológicos del producto (bien o servicio). Los atributos de un servicio son considerados como las características que permiten el triunfo en el mercado y son necesarios para que un producto o un servicio agregue

valor con la finalidad de convertirse en el objeto de deseo de los consumidores (Fischer & Espejo, 2011). El servicio global de SEVILOGIC se estudia por medio de sus tres atributos genéricos: físicos (tangibles), funcionales (beneficios del uso) y psicológicos (emocionales y de percepción).

**Atributos Físicos (Tangibles):**

**Definición:** Siendo los servicios productos que carecen de tan importante atributo , los atributos físicos corresponden a las características del material de soporte que acompaña la prestación del servicio.

**En SERVILOGIC :**

**Presentación del Personal:** Personal adecuadamente uniformado, provisto de Protección Personal Adecuada (E.P.P) y siguiendo un diseño profesional de la marca (los colores azul, dorado y blanco) que denota seriedad y confianza.

**Tecnología y Equipos:** Utilización de maquinaria ergonómica, equipos de limpieza industrial de gama alta, limpieza de vehículos rotativos y la interfaz de App (aplicaciones para dispositivos móviles).

**Suministros:** Uso de productos de limpieza ecológicos y productos químicos certificados para piscinas.

**Atributos funcionales ( uso y uso operativo):**

**Definición:** Atributos que ponen el énfasis en el valor incorporado por la empresa al cliente en términos de rendimientos operativos, y su capacidad para resolver problemas.

**En SERVILOGIC:**

**Integralidad y Centralización:** Capacidad de reunir la portería, conserjería, aseo, jardinería y piscinas en un contrato único, haciendo desaparecer la complejidad derivada de gestionar a muchos proveedores.

**Eficiencia Operativa:** Aplicación de procedimientos de trabajos estandarizados y Justo a Tiempo por medio de la plataforma tecnológica, rápida atención, solución variable a incidencias.

**Calidad Acreditada:** Empleo de maquinaria puntera, formación de personal en uso continuo para garantizar altos estándares de procedimientos de Limpieza (Limpieza 6.0), Seguridad de Piscinas (Ley1209 / 2008), Estética de Jardines.

**Atributos Psicológicos (Key Attribute State):**

**Definición:** Vínculo con la propia imagen que el cliente genera en la marca, con su prestigio , confianza que proyecta y el sentimiento de satisfacción.

**En SERVILOGIC:**

**Tranquilidad Legal:** La certeza de que el personal está en un 100% de formalidad y la empresa cumple con la normativa (laboral, fiscal y sectorial) transforma el riesgo legal del cliente en satisfacción.

**Confianza y profesión:** La marca se proyecta en prestigio, seriedad y responsabilidad, diferenciándose muy bien con la informalidad del mercado.

**Impacto Ético:** El cliente y el usuario final también pueden sentirse a gusto de consumir un servicio que promueve el trabajo digno (Impacto Social) y la ambiental (Sostenibilidad) y que está alineado con sus propios valores éticos.

La explícita comunicación de todos estos atributos, desde el logotipo de la seguridad y vigilancia pasando por la promesa formalidad, es muy sensata, dado que la distorsión de las

afirmaciones comunes sobre estos atributos intangibles acabará por destruir la credibilidad y la lealtad a la marca.

#### **1.5.1.5 Canales de comunicación, distribución y venta**

**Canales de comunicación, distribución y venta:** Los canales de SERVILOGIC están orientados para el modo de emprender estrategias B2B (Business-to-Business), priorizando el desarrollo de la confianza, el contacto de manera directa y la eficiencia online para llegar a los administradores de propiedades y juntas de copropietarios. La venta de servicios integrales (Facility Management) en Colombia se fundamenta en modelos de venta consultativa y gestión de la relación del largo plazo.

**Canales de Distribución y Venta (Adquisición de Clientes):** La distribución se fundamenta en que la contratación del servicio integral - que reviste complejidad y alto valor - sea posible en canales directos y segmentados:

**Venta Directa Consultiva (Offline):** Se trata del canal principal para la adquisición de clientes grandes. El equipo de asesores comerciales lleva a cabo prospección activa y visitas presenciales a los tomadores de decisión (administradores y juntas de copropietarios). La venta consiste en exponer el valor de la mitigación de riesgos legales, así como la eficiencia total del modelo a implementar, necesaria para un servicio de Facility Management.

**Mecanismo:** prospección directa utilizando bases de datos segmentadas como, por ejemplo, toda la información de las unidades empresariales que la Cámara de Comercio tiene de la ciudad de Cúcuta.

**Objetivo:** consiste en generar relaciones de confianza y dar a conocer una propuesta de valor ajustada a cada propiedad, es decir, una propuesta de valor personalizada.

**Plataforma Web Profesional (online ):** el sitio web cuya función es la de ser la "vitrina" digital y donde puede consultarse perfectamente el portafolio integral (portería, conserjería, aseo, piscina, jardinería) así como la tecnología utilizada.

**Mecanismo:** Optimización para SEO y sencilla visibilidad de formularios de contacto para la solicitud de cotizaciones y la generación de leads.

### **Canales de Comunicación y Relación (Fidelización y Soporte)**

La comunicación se convierte en un elemento diferenciador a la hora de gestionar propiedades horizontales. SEVILOGIC emplea para la comunicación y la relación con el cliente y el usuario finales canales digitales y humanos.

**Aplicación Móvil Propia (APP):** La APP se establece como el canal de comunicación bidireccional más importante para el día a día facilitar la interacción entre el personal de SERVILOGIC y los residentes/administradores.

**Funciones clave:** Reporte de incidencias en tiempo real, gestión de solicitudes, comunicación directa (chat) con personal de porterías y supervisión.

**Beneficio:** Mejoramiento de la velocidad en la respuesta y la respuesta eficaz en la solución de problemas (Microsoft form, sf, Imagen 4; Imagen 5).

**Redes Sociales Profesionales (LinkedIn y Facebook):** Se usan para construir imagen de marca confiable y profesional.

**LinkedIn:** Imprescindible para el networking de los que administran y dirigen plantas de fabricación, posicionando a SERVILOGIC como un líder de la opinión para la gestión de propiedades y la seguridad preventiva.

**Facebook/Instagram:** Utilizado para mostrar la calidad del servicio, la formalidad del personal y el impacto social (trabajo digno y sostenibilidad), atrayendo al cliente final (residente) que influye sobre la decisión de la contratación.

**Networking y Eventos Sectoriales (Offline):** Participación en ferias y congresos, así como en reuniones de administradores de propiedad horizontal en Cúcuta; es un canal cuyo impacto es determinante para el branding y la generación de leads cualificados porque demuestra la propuesta de valor.

#### **1.5.1.6 Relacionamiento con el cliente**

La relación con el cliente en SERVILOGIC está fundamentada en los principios de la Transparencia, la Proactividad y la Cercanía.

De todos modos, la encuesta de mercado sí nos mostró carencias muy significativas en cuanto a la "Eficiencia en la Resolución de Solicitudes/Problemas en el Mercado Actual " y en cuanto a la "Rapidez de Respuesta ante Situaciones de Seguridad en el Mercado Actual ". A partir de aquí, la estrategia de relación de SERVILOGIC tiene un objetivo claro, que es la solución a las carencias encontradas:

**Gestión de Incidencias en Tiempo Real:** La APP para residentes y para administradores permitirá atender una incidencia de forma inmediata, y, en consecuencia, aumentará la respuesta en eficiencia, que es uno de los puntos donde la competencia ha fallado al ser lentos y no comunicativos.

**Supervisión y Asesoría Proactiva:** Se asigna un Supervisor de Servicio para ir teniendo contacto periódico e ir dando asesoría en la seguridad preventiva para que no se vuelva un servicio reactivo.

**Transparencia:** La formalidad laboral bien documentada y la generación de informes de calidad en la plataforma de gestión garantizarán que se cumpla el transmitir toda la información al cliente con relación a los índices de cumplimiento y de desempeño.

#### **1.5.1.7 Recursos claves requeridos**

El cumplimiento de la propuesta de valor de SERVILOGIC requiere recursos claves en tres líneas :

**Recursos Humanos (Recurso Clave ):** El elemento fundamental es el recurso humano. Debe ser formal, humano, específico para cada área (ej. CPO® para el manejo de las piscinas). Se debe dar formalidad, esto es un recurso que da confianza y es la defendida principal frente a la informalidad.

**Recursos tecnológicos:** Ingresos sobre la plataforma de gestión interna (CRM/ERP), el desarrollo de la propia aplicación móvil APP para interactuar con el cliente y los equipos especializados de alta gama (aspiradoras industriales, fregadoras, equipos de jardinería profesionales).

**Recursos financieros:** Necesidades iniciales de inversión total : se estima que es de \$110.000.000 COP de los cuales \$60.000.000 provienen de los recursos propios (capital semilla) y se busca el apalancamiento a través del crédito bancario (50.000.000 COP) para los vehículos, equipos y desarrollo tecnológico inicial.

#### **1.5.1.8 Actividades claves requeridas**

Las actividades claves son aquellas necesarias para mantener y escalar el modelo de negocio, de las cuales la gran mayoría de ellas las podemos enmarcar dentro de la "garantía de calidad del servicio" y del "cumplimiento" de la normativa.

**Gestión integral de servicios:** coordinación y supervisión para garantizar la convergencia y el elevado estándar de calidad de todas las líneas de servicio (portería con un sistema para la recepción de los servicios de los diferentes proveedores, aseo, mantenimiento de piscinas, jardinería, etc.).

**Cumplimiento normativo y laboral:** garantizar la formalización laboral (pago de las prestaciones sociales, de la seguridad social, etc.) y la normativa sectorial como, por ejemplo, la Ley 1209 de 2008 para el funcionamiento de las piscinas del edificio.

**Desarrollo y mantenimiento tecnológico:** inversión constante de recursos en la plataforma digital y la aplicación móvil para mantener la ventaja de la eficiencia y la comunicación.

**Formación e información continuada:** invertir en la formación técnica y de servicio al cliente de la plantilla operativa, y así garantizar la proactividad y una calidad consistente y continua en los servicios que proporcionan.

#### **1.5.1.9 Socios claves requeridos para generar redes con otros de iguales condiciones o alianzas con otros para fortalecer el negocio**

Los socios clave (Key Partners) son entidades o individuos externos que proveen recursos esenciales, comparten riesgos o complementan las actividades clave de la empresa, siendo vitales para la sostenibilidad de la propuesta de valor (Osterwalder & Pigneur, 2010). Para SERVILOGIC, la estrategia de alianzas se enfoca en tres pilares: el cumplimiento legal/financiero, la innovación tecnológica y la credibilidad gremial.

##### **Socios de Cumplimiento Legal y Financiero**

Dada la complejidad normativa de la operación formal y la necesidad de financiamiento, estas alianzas mitigan el riesgo y aseguran la viabilidad económica:

**Asesoría Legal, Contable y Fiscal Especializada:**

Aporte: Garantizan la constitución correcta bajo la figura de S.A.S. y el cumplimiento continuo de la legislación laboral, fiscal y sectorial. Son esenciales para la gestión de nómina formal, los recargos y la adaptación a reformas como la Ley 2381 de 2024 (reforma pensional).

Estrategia: Contratación de una firma con experiencia en derecho laboral y en la regulación de la **Superintendencia de Vigilancia y Seguridad Privada**, crucial para asegurar que la portería y conserjería no incurran en ilegalidades.

**Entidades Financieras (Bancoldex y FNG):**

Aporte: Bancoldex provee líneas de crédito para capital de trabajo y modernización (adquisición de flota y equipos). El **Fondo Nacional de Garantías (FNG)** actúa como fiador institucional, facilitando el acceso a la deuda necesaria para la inversión inicial.

Estrategia: Utilizar estos respaldos gubernamentales para optimizar la estructura de capital y asegurar la liquidez necesaria para cubrir los altos costos de la formalidad.

**Socios de Innovación y Tecnología**

La tecnología es el diferenciador principal de SEVILOGIC (Limpieza 6.0), lo que hace indispensable el apoyo de socios tecnológicos:

**Proveedores de Software (CMMS/GMAO y Desarrolladores de APP):**

Aporte: Suministro y mantenimiento de la plataforma de gestión de mantenimiento (GMAO/CMMS) y el desarrollo de la aplicación móvil (APP).

Estrategia: Colaborar con proveedores como MántumCMMS+SV o desarrolladores de Proptech para asegurar una plataforma que se integre con la aplicación móvil y permita funcionalidades avanzadas (georreferenciación, reporte de incidencias).

**Proveedores Mayoristas de Equipos y Suministros Especializados:**

Aporte: Garantizan el suministro constante de equipos industriales (fregadoras, aspiradoras), productos de limpieza ecológicos certificados y químicos especializados para piscinas.

Estrategia: Priorizar proveedores que ofrezcan **crédito comercial** (Neto 30/45 días) para optimizar el Capital de Trabajo Neto (NWC), y aquellos que se alineen con el compromiso de **sostenibilidad** de SEVILOGIC.

### **Socios Gremiales, Académicos y Comerciales (Redes de Valor)**

Estas alianzas otorgan credibilidad, acceso a la red de contactos local y ventajas competitivas en el desarrollo de talento:

#### **Cámara de Comercio de Cúcuta (CCC):**

Aporte: Acceso a bases de datos de empresas (censo empresarial) para la prospección B2, uso de servicios como Conciliación y Arbitraje, y participación en convocatorias y clústers empresariales.

Estrategia: Integrarse activamente en el Círculo Preferencial y las iniciativas de la CCC para obtener visibilidad y credibilidad en el entorno empresarial local.

#### **Asociaciones y Gremios del Sector (Facility Management, Propiedad Horizontal):**

Aporte: Pertenecer a gremios como la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (**ANDI**), que defienden los intereses de empresas formalizadas y promueven la libre empresa. También es crucial asociarse a entidades del sector FM.

Estrategia: Obtener visibilidad, participar en el debate sectorial y generar networking directo con potenciales clientes B2B. Los Facility Managers que se alinean con objetivos estratégicos y sostenibilidad han ganado visibilidad en el sector.

#### **Academia (UNIMINUTO - SENA):**

Aporte: El convenio **UNIMINUTO-SENA** ofrece **beneficios económicos** exclusivos (descuentos acumulables en formación continua y diplomados). Esto es un recurso directo para la capacitación del personal operativo en habilidades blandas y técnicas especializadas (ej. certificaciones de jardinería o atención al cliente), a un costo menor que el mercado.

Estrategia: Utilizar estos convenios para atraer y retener talento formal, diferenciando a SERVILOGIC como un empleador que invierte en el desarrollo profesional de sus colaboradores.

### **Aliados para Licitaciones Públicas (Consortios):**

Aporte: Para participar en grandes licitaciones públicas (ej. contratos con hospitales, instituciones), SERVILOGIC debe estar abierta a formar **Consortios o Uniones Temporales** con otras empresas (ej. especializadas en seguridad electrónica o mantenimiento Hard FM).

Estrategia: Compartir riesgos, complementar capacidades y acceder a contratos de mayor volumen que individualmente serían imposibles de obtener.

La formalización de estas alianzas es tan crítica como la inversión en activos, ya que le otorgan a SERVILOGIC el blindaje legal, la solidez financiera y la capacidad de innovación que la distinguen de la competencia.

Los socios clave (Key Partners) se refieren a aquellas personas o entidades que se encuentran fuera de la empresa y que proporcionan recursos clave, comparten riesgos o que son fundamentales para el desarrollo de las actividades clave de la empresa, resultando ser determinantes para la sostenibilidad de la propuesta de valor (Osterwalder & Pigneur, 2010). En el caso el SERVILOGIC, la estrategia de unirse a otros es en función de tres ejes: el cumplimiento legal/financiero, la innovación tecnológica, la credibilidad gremial.

### **Socios de Cumplimiento Legal y Financiero**

Dada la complejidad normativa de la operación formal y la necesidad de financiación, estas colaboraciones permiten disminuir el riesgo y hacer que el modelo de negocio sea viable desde un punto de vista económico:

#### **Asesoría Legal, Contable y Fiscal Especializada:**

Aporte: Garantizan que la constitución se lleve a cabo de manera correcta bajo la forma de SAS constitutiva y el cumplimiento desde la constitución de la sociedad y de manera eventual, de la legislación laboral, fiscal y de las de la etapa comercial. Resultan ser pieza fundamental para la gestión de nómina formal, la determinación de los recargos y la adaptación a reforma como la Ley 2381 de 2024 (reforma pensional).

Estrategias : Contratación de una firma con experiencia en derecho laboral y en la regulación de la Superintendencia de Vigilancia y Seguridad Privada, que tiene como objetivo que la portería y conserjería no puedan ser inducidas a la ilegalidad.

#### **Entidades Financieras (Bancoldex y FNG):**

Aporte: Bancoldex es el responsable de las líneas de crédito para capital de trabajo y para la modernización, es decir, para la adquisición de flota y equipos; el Fondo Nacional de Garantías (FNG) es el fiador institucional que permite acceder a la deuda necesaria para realizar la inversión inicial.

Estrategia: Valerse de estos respaldos de tipo gubernamental para mejorar la estructura de capital y asegurar la liquidez necesaria para hacer frente a los altos costos de la formalidad.

### **Socios de I + D y Tecnología**

La tecnología es el principal valor diferencial de SEVILOGIC (Limpieza 6.0), uno de los que la hace necesaria la colaboración con nuestros socios tecnológicos:

**Proveedores de Software (CMMS/GMAO + Desarrolladores APP):**

Aporte técnico: Suministro y mantenimiento de la plataforma de CMMS / GMAO y desarrollo de la APP.

Estrategia: Establecer conexiones, preferiblemente con los proveedores: MántumCMMS+SV o los desarrolladores de Proptech, a fin de contar con un entorno de trabajo que se integra con la APP y que sea capaz de incorporar funcionalidades avanzadas (georreferenciación, reporte de incidencias, etc.).

**Proveedores Mayoristas de Equipos y Suministros Especializados:**

Aporte: Ofrecen garantizaran el suministro permanente de los equipos industriales (fregadoras, aspiradoras), de productos de limpieza ecológicos certificados y productos químicos especializados para el tratamiento de las piscinas.

Estrategia: Hacer preferencia por aquellos proveedores que cuenten con crédito comercial (Neto 30 días / 45 días) y que se alineen y se comprometan con los principios de sostenibilidad de SEVILOGIC.

**Socios Gremiales, Académicos y Comerciales (Redes de Valor)**

Estas alianzas proveen credibilidad, acceso a red de contactos locales, mediante ventajas competitivas para el desarrollo del talento:

**Cámara de Comercio de Cúcuta (CCC):**

Aporte: Acceso a Bases de Datos de Empresas (censo empresarial) para la prospección B2B, utilización de servicios de Conciliación y Arbitraje y participación de otras convocatorias y constructores empresariales.

Estrategia: Integrarse con fuerza en el Círculo Preferencial y las iniciativas de CCC, obteniendo visibilidad y autoridad en el ecosistema empresarial local.

**Asociaciones y Gremios del Sector (Facility Management, Propiedad Horizontal):**

Aporte: Forma parte de gremios como por ejemplo la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI), que defienden los intereses de las empresas formalizadas y promueven la libre empresa, es importante pertenecer también a entidades del sector FM.

Estrategia: Visibilidad, participar en el debate sectorial y generar networking directo con potenciales clientes B2B. Los Facility Managers que se alinean con objetivos estratégicos, así como de sostenibilidad han ganado una visibilidad y relevancia dentro del sector.

**Academia (UNIMINUTO - SENA):**

Aporte: El convenio UNIMINUTO-SENA permite acceder a beneficios económicos que solo se obtienen con descuentos acumulables en formación continua y en diplomados. Esto socializa recursos directos para la capacitación del personal operativo en habilidades blandas y técnicas especializadas (ej. certificaciones de jardinería o de atención al cliente), con un costo por debajo del mercado.

Estrategia: Utilizar estos convenios como un elemento que le sirva a SERVILOGIC para atraer y retener talento formal, estableciéndose como un empleador que invierte en el desarrollo profesional de sus colaboradores.

**Aliados para Licitaciones Públicas (Consortios):**

Aporte: SERVILOGIC debe estar abierta a formar Consortios o Uniones Temporales con otras empresas (ej. que hagan parte del campo de la seguridad electrónica o del Mantenimiento Hard FM) para la participación en grandes licitaciones públicas (ej. contratos con hospitales, instituciones).

Estrategia: Compartir riesgos, capacidades complementarias y acceder a contratos de mayor volumen que individualmente serán imposibles de acceder o que en el mejor de los casos no podrá obtener.

La formalización de este tipo de alianzas resulta ser tan importante como la inversión en activos, ya que permite a SERVILOGIC conseguir el blindaje legal, la solidez financiera y la capacidad de innovación que lo diferencia del resto de la competencia. Los Facility Managers que están alineados dentro de objetivos estratégicos y de sostenibilidad han logrado la aceptación del sector .

### **1.5.2 Identificación de ingresos claves de la idea de negocios**

La estructura de ingresos (Revenue Streams) define cómo la organización obtiene efectivo a partir de su propuesta de valor, y en el caso de SERVILOGIC, cómo monetiza la solución integral de Facility Management. SERVILOGIC tiene una estrategia de ingresos basada en recurrencia, en una propuesta de valor agregada y diversificación controlada.

#### **Principal o mayor fuente de Ingreso: Contratos de Servicio Recurrente (Venta de Servicios)**

La principal fuente de ingresos de SERVILOGIC es la venta de servicios integrada, facturada a clientes B2B (Propiedad Horizontal, edificios corporativos) mediante contratos de larga duración (a partir de 12 meses). Este modelo de ingreso recurrente está muy valorado por la estabilidad y previsibilidad financiera que proporciona.

**Mecanismo de Pago:** Cuota fija por mensual / bimensual.

**Modelo de Precios:** Precio Basado en el Valor. El precio no se determina exclusivamente sobre el costo para la mano de obra, se hace también sobre el valor que el cliente puede llegar a tener , por el cual el mismo estará dispuesto a pagar, incluyendo la reducción del riesgo ante

aspectos legales, la eficiencia del negocio, la garantía de calidad que la formalidad y la tecnología pueden suponer (Porter, 2007).

**Definición de Facturación:**

**Contrato Integral Básico:** Incluye toda la formalidad de la mano de obra 24X7 (portería, conserjería), así como los servicios de aseo, jardinería y piscinas en las frecuencias contratadas . Este precio ya incluye el cumplimiento normativo (ej. Ley 1209/2008).

**Precio de Venta Sugerido:** Para un conjunto residencial mediano, el precio de venta sugerido asciende a \$25.000.000 COP / mes (en base a un costo total de \$24.570.379 COP más un margen de beneficio del 25%).

**Fuentes Alternativas de Ingresos Secundarios: Propuesta de un Servicio de Valor Añadido.**

Con el objetivo de diversificar el riesgo y maximizar el Valor del Ciclo de Vida del Cliente (Customer Life Value), SERVILOGIC podría eventualmente generar ingresos adicionales mediante el upselling o la propuesta de servicios complementarios a su ya existente base de clientes la cual se apalanca en la infraestructura operativa instalada.

**Servicios Extraordinarios y Mantenimiento Correctivo.**

**Descripción:** se trata de trabajos específicos no incluidos en la cuota fija mensual: recorridos de mantenimiento correctivo, servicio de todero, servicio de limpieza profunda posterior a un evento, servicio de fumigación especializada, atención para emergencias no operativas, etc.

**Mecanismo de Pago:** Pago por Servicio (Payment for Service, PFS), o tarifa por hora más costo de materiales.

**Venta de Insumos o Alquiler de Equipos.**

**Descripción:** venta de insumos de uso específico (ej. productos ecológicos de limpieza de alta concentración, productos químicos de piscina) a las copropiedades o alquiler de maquinaria de uso específico (ej. fregadoras industriales) de uso esporádico fuera del contrato.

**Mecanismo de Pago:** Pago inmediato o por crédito comercial manejado a través de la plataforma.

### **Monitoreo Tecnológico y Consultoría (Futuro).**

**Descripción:** ingreso derivado de la suscripción de módulos avanzados de la aplicación móvil o de la plataforma de gestión (GMAO) que ofrecen analíticas predictivas o que integran sistemas de seguridad electrónica (interfonía inteligente, control de acceso). Se trataría a de un modelo de ingresos basado en la tecnología, es decir Finanzas en Innovación.

**Mecanismo de Pago:** tarifa de suscripción mensual o anual.

#### **1.5.2.1 Identificación de costos claves de la idea de negocios**

El conocimiento y análisis de la estructura de costos (Cost Structure) constituyen, desde la tecnología, aspectos de fundamental importancia para la viabilidad financiera de SERVILOGIC, en la medida en que la propuesta de valor de la empresa se sustenta, justo es decirlo, en la diferenciación (calidad, formalidad y tecnología), o lo que, en otras palabras, significa que la estructura de costos de SERVILOGIC es superior a la de la competencia informal (Porter, 2007).

Ahora bien , la estructura de costos de SERVILOGIC se caracteriza, entre otras cosas, por el hecho de ser intensiva en mano de obra formal (Costos Variables) y en gran medida dependiente de la inversión en tecnología y activos (Costos Fijos) que garantizan la eficiencia y la diferenciación operativa.

#### **Costos Variables (OPEX – Gastos de Operación Variables)**

Los Costos Operacionales (OPEX) son los costos recurrentes directamente relacionados con la prestación del servicio y que tienen variación en función del volumen de contratos (Kaizen, 2025). Para SERVILOGIC, la parte más importante es la mano de obra formal:

**Mano de Obra Directa Operativa (MOI):**

**Salarios y Prestaciones Sociales:** Salario, Pensiones, incluye el Salario Mínimo Legal Mensual Vigente (SMLMV) para enero de 2025 de \$1.423.500 COP más el Auxilio de Transporte (\$200.000 COP) El aumento de la formalidad exige el pago de los aportes a la Pensión (12% empleador), Caja de Compensación (4%) y ARL ( por ejemplo , Riesgo III: 2.436%).

**Recargos y Suplementos:** un costo variable alto cuando se trata de Portería y Conserjería (24/7), el suministro nocturno ( una recarga del 35%), dominicales y festivos ( una recarga del 75%) aumentan el costo total real que tiene una persona del primer nivel (BizLatinHub, sf).

**Impacto Normativo:** La empresa deberá hacer seguimiento a la reglamentación Ley 2381 de 2024 (reforma pensional) que pueden impactar el costo de los empleados con salarios altos a partir de julio de 2025.

**Materiales y Suministros Consumibles:**

Productos de limpieza (detergentes, desinfectantes, productos ecológicos); productos químicos para piscinas (cloro, reguladores de pH, alguicidas); productos como fertilizantes, semillas y otros insumos de jardinería y otros. Varió en función de la intensidad y de la frecuencia del servicio.

**Depreciación y Mantenimiento Variable de Equipos:**

El mantenimiento y combustibles de los vehículos como la depreciación por uso intensivo de maquinaria especializada (fregadoras, cortacéspedes) se consideran costos variables.

**Costo Variable Total Estimado por Contrato (Mensual - Conjunto Mediano): \$4.570.379 COP.**

**Costos Fijos (OPEX y CapEx – Gastos Fijos de Operación e Inversión.**

Los Costes Fijos (OPEX); son los costos que hacen posible que la organización mantenga la estructura y la marca (Kaizen, 2025). Los Costos de Capital (CapEx) son la inversión inicial de activos a largo plazo (HubSpot, s.f.):

**Gastos Fijos Operacionales (OPEX Fijo):**

**Salarios Administrativos y Supervisión:** sueldos del director general, del director de Operaciones, del director Comercial y de los Supervisores de Servicio, más sus aportes sociales y parafiscales fijos.

**Alquiler y Servicios Públicos:** Costo fijo de la sede administrativa en Cúcuta.

**Servicios Profesionales Fijos:** Honorarios mensuales fijos de la asesoría legal, contable y fiscal requisitos para la formalidad y el cumplimiento.

**Mantenimiento Tecnológico:** Cuotas de suscripción fijas (SaaS) del software GMAO/CMMS (ej. MántumCMMS+SV ), hosting web y licencias.

**Costo Fijo Total Estimado (Mensual): \$9.543.000 COP.**

**Gastos de Capital (CapEx – Inversión Inicial No Recurrente):**

**Vehículos:** N/A

**Equipamiento Especializado:** Adquisición inicial de maquinaria industrial (fregadoras, pulidoras, equipos de jardinería profesional) y la interfaz tecnológica (hardware y desarrollo MVP de la App).

**Equipamiento de Características Específicas para el Negocio:** Compra inicial de maquinaria industrial (fregadoras, pulidoras, tecnología de jardinería profesional) y a lo tecnología (hardware y el desarrollo MVP de la App).

**Inversión Total Inicial Requerida: \$110.000.000 COP.**

### **Estructura de Costos Estratégicos y Sostenibilidad**

La estrategia de costos de SERVILOGIC es debe centrar en la inversión de diferenciaciones (en cuanto a su compra inicial) y el paso de costos de cumplimiento a ventajas competitivas:

**Formalidad Laboral:** El alto costo variable de la MOI formal (en contraposición al bajísimo costo informal) se justifica (primando) como un costo de eliminación de riesgo legal para el cliente, justificando la estrategia de precios de valor (Stripe, s.f.).

**Inversión en Tecnología:** El CapEx en GMAO y App se reconvierte en eficiencia operativa, siendo positivamente también un soporte para una planificación de mantenimiento predictivo (que minimiza así las fallas que suponen un coste alto para el futuro) y con ello reducción de costos a largo plazo.

**Reducir los riesgos:** La afiliación a la ARL y la contratación de seguros fijos corresponden a inversiones en prevención (por lo tanto, una propuesta de valor de seguridad) que protegen a la empresa de sufrir pérdidas económicas derivadas de la aparición de litigios o siniestros laborales.

La estricta administración de estos costos es fundamental para garantizar que el precio de venta sugerido de \$25.000.000 COP / mes (descontando un margen del 25% sobre el costo total) sea económicamente viable y rentable, aun aterrizando en la presión competitiva del mercado informal de Cúcuta.

### **1.5.3 Lienzo Canvas: resumen gráfico de la idea de negocios**

La siguiente tabla resume el modelo de negocio de SERVILOGIC en los nueve bloques del Business Modelo Canvas (BMC), que describe cómo la empresa "crea, proporciona y capta valor" (Osterwalder & Pigneur, 2010).

**Tabla 1. Lienzo Canvas: resumen gráfico de la idea de negocios**

Socios Clave	Actividades Clave	Propuesta de Valor	Relación con el Cliente	Segmento de Clientes
<b>Aliados de Cumplimiento:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Asesoría Legal y Contable (Formalidad, Ley 2381/2024)</li> <li>• Entidades Financieras: FNG (Garantías) y Bancoldex (Crédito Modernización).</li> </ul>	<b>Gestión de Servicios Integral:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Coordinación y Supervisión de 5 líneas de servicio (FM).</li> </ul>	<b>Tranquilidad Legal y Mitigación de Riesgos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Eliminación de riesgos de pasivos laborales (formalidad 100% del personal).</li> <li>• Cumplimiento riguroso de normativas (ej. Ley 1209/2008 Piscinas).</li> </ul>	<b>Fidelización y Transparencia B2B:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Seguimiento proactivo de satisfacción y rendimiento (O-Data y SLAs).</li> <li>• Reuniones trimestrales de revisión de KPIs con Administradores.</li> </ul>	<b>B2B Principal:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Administradores de Propiedad Horizontal.</li> <li>• Juntas de Copropietarios/Consejos de Administración.</li> <li>• Gerentes de Planta/Logísticos (Edificios corporativos).</li> </ul>
<b>Aliados de Valor:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Proveedores de Software (CMMS/GMAO).</li> <li>• Academia (Convenio UNIMINUTO-SENA) para capacitación con descuento.</li> <li>• Gremios (ANDI, Fenaseo) para credibilidad y networking.</li> </ul>	<b>Innovación Operacional:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Implementación y Mantenimiento de Plataforma Tecnológica (GMAO/APP).</li> <li>• Capacitación Continua del personal (Técnica y Habilidades Blandas).</li> <li>Aseguramiento de la Formalidad: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestión de Nómina y ARL (Riesgo Laboral).</li> </ul> </li> </ul>	<b>Eficiencia Operativa y Calidad Superior:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Solución integral (un solo proveedor) que simplifica la gestión administrativa.</li> <li>• Personal capacitado en servicio al cliente y resolución de conflictos.</li> <li>• Limpieza 6.0 (maquinaria avanzada y sostenibilidad).</li> </ul>	<b>Relación B2C (Usuario Final):</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Atención impulsada por la Aplicación Móvil (e-CRM) para Reporte de Incidencias en Tiempo Real.</li> <li>• Personal Operativo con Alta Amabilidad y Proactividad (Soft Skills).</li> <li>• Protocolo de Manejo de Quejas transparente y documentado.</li> </ul>	<b>B2C (Usuarios):</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Residentes y Empleados de las propiedades.</li> </ul>
<b>Recursos Clave Humanos (Recurso Crítico):</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Personal Operativo 100% formal (Portería, Aseo, Jardinería, Piscinas).</li> <li>• Personal Certificado (ej. CPO® Piscinero) y con alta capacitación en soft skills.</li> </ul>	<b>Propuesta de Valor Agregado:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Liderazgo en diferenciación (Porter) al convertir el costo de la formalidad en un valor de seguridad para el cliente.</li> <li>• Valor Psicológico: Tranquilidad Legal y Ética (Trabajo Digno).</li> </ul>	<b>Canales Adquisición (Venta):</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Venta Directa Consultiva (Asesores a Administradores/Juntas).</li> <li>• Prospección Activa (Cámara de Comercio de Cúcuta, networking).</li> </ul>	<b>Fuentes de Ingresos Principal: Contratos Recurrentes:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuota Fija Mensual por el Contrato de Servicio Integral (mínimo 12 meses).</li> <li>• Precio Basado en Valor (Value-Based Pricing): Justificación del precio (\$19.522.672 COP/mes estimado) por la mitigación de riesgos.</li> </ul>	<b>Estructura de Costos Costos Variables (Dominantes):</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mano de Obra Directa Operativa (MOI): Salarios, prestaciones, aportes, y Altos Recargos 24/7 (mayor costo variable).</li> <li>• Materiales y Suministros Consumibles (limpieza, químicos, jardinería).</li> <li>• Transporte Operacional (Combustible, Mantenimiento por uso).</li> </ul>
<b>Tecnológicos:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicación Móvil (APP) propia (MVP).</li> <li>• Plataforma GMAO/CMMS para gestión de mantenimiento predictivo.</li> </ul>	<b>Atributos del Servicio:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Físicos: Uniformes, Maquinaria Industrial (Limpieza 6.0).</li> <li>• Funcionales: Integralidad, Eficiencia, Protocolos Estandarizados.</li> <li>• Psicológicos: Confianza, Profesionalismo, Seguridad.</li> </ul>	<b>Relación (Fidelización):</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicación Móvil Propia (APP).</li> <li>• Plataforma Web Profesional y Redes Sociales (LinkedIn).</li> <li>• Email Marketing (nutrición de leads B2B).</li> </ul>	<b>Secundarias (Upselling/Servicios Extraordinarios):</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicios de Mantenimiento Correctivo (PFS).</li> <li>• Venta de Suministros Especializados (mayoristas).</li> <li>• Suscripciones a Módulos Tecnológicos Avanzados (futuro).</li> </ul>	<b>Costos Fijos (OPEX Mensual):</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Salarios Administrativos y Supervisión (\$4.6M COP).</li> <li>• Alquiler de Oficinas y Servicios Básicos (\$1.5M COP).</li> <li>• Honorarios Legales/Contables Fijos.</li> <li>• Mantenimiento Fijo de Software y Tecnología (\$300K COP).</li> <li>• Costo Fijo Total Estimado: \$9.543.000 COP mensuales.</li> </ul>
<b>Físicos (CapEx):</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Flota de Vehículos Operativos (\$230M COP CapEx).</li> <li>• Equipos Industriales y de Jardinería Especializada.</li> </ul>				
<b>Financieros:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Capital Inicial Propio (\$15M COP).</li> <li>• Capital de Trabajo Neto (NWC) gestionado eficientemente.</li> </ul>				

#### 1.5.4 Población

La determinación precisa de la población de estudio (universo) es crucial para fijar los límites de la investigación y la representatividad de la muestra, tal como lo ha definido la metodología de investigación de mercados (Minciencias, s.f.).

Para SERVILOGIC, la población se distribuye en dos números a partir del modelo de negocio B2B (Cliente Contratante) y el B2C (Usuario Final).

**Población Cliente Contratante (B2B):** La Población Toma de Decisiones Es este el universo de clientes potenciales que pueden contratar los servicios integrales de SERVILOGIC.

**Definición:** El total de entidades jurídicas (Residentes de Propiedades Horizontales, Edificios Corporativos, Instituciones y Parques Industriales) de San José de Cúcuta y su área metropolitana que clasifican la gestión externa de servicios generales, portería, conserjería, aseo, piscina y jardinería.

**Criterio de Inclusión:** Propiedades que, por su tamaño, volumen de áreas comunes o número de unidades, requieren una administración formal y externalizada. Esto se relaciona principalmente con la nueva construcción (Vivienda de Interés Social y No VIS) y los edificios de mediana a alta complejidad en los estratos 4, 5 y 6.

**Estimación de la Población:** La Cámara de Comercio de Cúcuta registra las unidades empresariales y de comercio formalizado, lo que sirve como base para estimar el universo de clientes (Cámara de Comercio de Cúcuta, s.f.). Los datos de construcción en Norte de Santander indican una base robusta y en crecimiento, con más de 4.316 unidades de vivienda comercializadas en 2020, y una tendencia sostenida en la construcción de apartamentos y edificios.

**Unidades de Análisis (Tomadores de Decisión):** Administradores de Propiedad Horizontal, Miembros de Juntas de Copropietarios y Gerentes Logísticos de empresas.

**Población Usuario Final (B2C):** la Población de la Experiencia, que corresponde a aquellos individuos que usan y se relacionan con los servicios de SEVILOGIC de manera diaria.

**Definición de la Población:** todo el conjunto de residentes, propietarios, arrendatarios, empleados, clientes y visitantes, de las propiedades (conjuntos residenciales, edificios de oficinas, hospitales, etc.) en Cúcuta y su área metropolitana, que se sitúa en el universo de clientes de B2B.

**Estimación de la Población:** la población que representa es mucho mayor y mucho más extensiva: si asumimos una estimación conservadora de 100 unidades por cada 100 conjuntos residenciales grandes, la población de usuarios finales podría ascender a millas de personas.

#### **Conexión con la Investigación.**

La investigación de mercado realizada a través de la encuesta (Microsoft Forms, s.f.) se enfocó principalmente en la Población Usuario Final (B2C), ya que el 97% de los 63 encuestados eran residentes o propietarios, lo que proporciona datos de alta calidad sobre la percepción del servicio, los puntos de dolor (Jardinería, Portería) y las necesidades de seguridad y eficiencia.

Los datos de la Población B2B son cruciales para la proyección de ventas y la validación financiera, mientras que los datos de la Población B2C son fundamentales para validar la Propuesta de Valor y las estrategias de Relacionamiento con el Cliente (CRM).

#### **1.5.5 Muestra**

La muestra corresponde a un subconjunto representativo de la población objetivo, y con base en ella se pueden inferir conclusiones válidas para el universo de estudio (Minciencias, s.f.). Para SEVILOGIC, la muestra utilizada en la investigación primaria está centrada en el usuario

final (B2C), con el propósito de validar la percepción de la calidad del servicio existente y los puntos de dolor del mercado.

### **Muestra para la Investigación de Mercado (Encuesta Primaria)**

El objetivo de la muestra era hacer una validación empírica de las debilidades del mercado actual en el que se basa la propuesta de SERVILOGIC.

**Universo (Población Objetivo para la Muestra):** Residentes y Propietarios (Usuarios Finales B2C) de Propiedades Horizontales en Cúcuta (sobre todo estratos 4, 5 y 6).

**Tipo de Muestreo:** no probabilístico por conveniencia. Este tipo de muestreo se utiliza cuando la selección de la muestra se hace en función de la accesibilidad y disponibilidad de los participantes, lo que resulta común en las primeras etapas de validación de ideas de negocios.

**Tamaño de la Muestra (n):** 63 participantes.

**Composición de la Muestra:** El 97% de los encuestados eran Residentes (Propietarios o Arrendatarios) y el 3% restante eran Empleados u Otros, lo que confirmó la perspectiva del usuario final.

**Instrumento de Recolección:** Encuesta online administrada a través de Microsoft Forms.

### **Criterios de Representatividad y Conexión con la Estrategia**

Aunque el muestreo fue por conveniencia, la muestra de 63 participantes es suficiente para el objetivo específico de la investigación, que era:

**Validar la Insatisfacción:** Confirmar si la hipótesis de que el mercado tiene un problema de calidad e inconsistencia era cierta. Los resultados confirmaron una satisfacción "moderada a inconsistente" y señalaron a "Jardinería" y "Portería" como puntos de mejora urgente.

**Identificar Puntos de Dolor Específicos:** Recopilar datos cualitativos sobre qué aspectos de la conserjería, aseo y seguridad son deficientes (ej. rapidez de respuesta, comunicación).

La representatividad de los **Administradores de Propiedad Horizontal (B2B)**, que son los clientes directos de SERVILOGIC, se obtendrá a través de la prospección directa (venta consultiva) y el uso de bases de datos segmentadas de la Cámara de Comercio de Cúcuta , más que a través de una encuesta masiva de validación B2C.

La muestra utilizada cumplió su función de validación empírica del problema del usuario final, lo que es crucial para el diseño final de la propuesta de valor y los protocolos de servicio de SERVILOGIC.

#### ***1.5.6 Técnicas e instrumentos de recolección de información***

La etapa de recolección de información es esencial para fundamentar el plan de negocio con datos primarios (obtenidos directamente de la población) y secundarios (obtenidos de fuentes ya existentes). La solidez de la propuesta de SEVILOGIC depende de la calidad y pertinencia de las técnicas e instrumentos utilizados para triangular la información (Minciencias, s.f.).

Para la investigación que da sustento a este plan de negocio, se emplearon las siguientes técnicas e instrumentos:

##### **Técnicas de Recolección de Información**

##### **Investigación Documental y Revisión Bibliográfica (Fuentes Secundarias)**

**Técnica:** Revisión sistemática de literatura, informes sectoriales, normativa legal y documentos académicos.

**Objetivo:** Definir el Marco Referencial (teórico, conceptual y legal) y obtener datos macroeconómicos del entorno y del sector de la piscina como fuente de información para el Módulo Mercado.

**Contenidos Obtenidos:**

**Marco legal:** definición de SAS, Ley 1014 de 2006 ( de emprendimiento); Ley 1209 de 2008 ( de piscinas); toda la normativa laboral derivada de la (Ley 2381 de 2024, recargos)

**Contexto Económico:** crecimiento del PIB en Norte de Santander; índices de informalidad en Cúcuta; tendencias del sector de la construcción de vivienda.

**Referentes Teóricos:** justificación del modelo Canvas (Osterwalder & Pigneur, 2010); diferenciación de Porter; Gestión de instalaciones (Atkin & Brooks, 2015)

**Investigación de Campo (Encuesta - Fuente Primaria)**

**Técnica:** Encuesta descriptiva para medir la percepción y el nivel de satisfacción de los usuarios finales (B2C) de los servicios de apoyo existentes en el mercado de Cúcuta.

**Propósito:** comprobar la insatisfacción y los puntos de dolor que tiene y que justifican la Propuesta de Valor de SERVILOGIC (rapidez, calidad, comunicación).

**Información Obtenida:** Datos sobre la Satisfacción General, Calificación de Portería/Jardinería (identificadas como áreas críticas) y retroalimentación cualitativa sobre las necesidades urgentes de mejora (ver sección 1.5.3).

**Instrumentos para la Recolección de Información**

**Encuesta (Instrumento Primario para la Recolección)**

**Descripción:** Cuestionario estructurado con 9 preguntas ; con una escala de Likert (1 a 5) y preguntas abiertas para poder obtener información cuantitativa y cualitativa , referida a la percepción del servicio.

**Formato:** Instrumento digital administrado mediante Microsoft Forms (Microsoft Forms, s.f.).

**Aplicación:** Aplicado a una unidad muestral constituida por 63 informantes (97% locales / patentes B2C).

**Resultado de Relevancia:** Ha permitido conocer que la "Jardinería" y la "Portería" son las áreas con mayor urgencia de mejora, permitiendo en consecuencia establecer las prioridades correspondientes de actividades y de recursos de SERVILOGIC.

### **Fichas de Recolección de Datos (Instrumento Secundario de Recolección)**

**Descripción:** Instrumentos no estructurados que SERVILOGIC ha desarrollado con la finalidad de recopilar la información clave derivada de fuentes secundarias.

#### **Tipos de Fichas:**

**Ficha de Marco Legal:** se ha utilizado para sintetizar las leyes y los decretos correspondientes .

**Ficha de Competencia/Precio:** Para consolidar el portafolio, características y precios de los competidores directos e indirectos (ej. Casalimpia, Umbrella) y sus tarifas por hora o por mes.

**Ficha de Referencias Financieras:** Para obtener tasas clave (ej. SMLMV 2025: \$1.423.500 COP, Tasas ARL).

### **Proceso de Triangulación de Información**

La validación de la idea de negocio se logró mediante la **triangulación de la información** (Minciencias, s.f.), donde los hallazgos de las fuentes secundarias se confirmaron con los datos primarios:

La primera validación de las fuentes secundarias con las fuentes primarias es la Hipótesis (Secundaria): Es necesaria la existencia del alto riesgo legal por informalidad (BizLatinHub, s.f.) , para exigir de un proveedor premium una formalidad servicio.

Validación (Primaria): La encuesta muestra que la calidad es « inconsistente » lo cual refuerza un mal en el mercado y que solamente un proveedor formal y de calidad puede solucionarlo.

Conclusión: La ausencia en el uso de la estrategia de precios, basada en el valor, es una estrategia que sí podrá justificar el precio asociado con la formalidad que le da sentido, la cual es viable; La combinación del uso de estas técnicas e instrumentos ha generado un gran soporte cuantitativo, cualitativo y jurídico que justifica cada decisión del modelo estratégico, financiero y operativo del plan de negocio SERVILOGIC.

## **1.6 Alcances y limitaciones**

La primera subsección Alcances y Limitaciones, constituye una de las subsecciones más relevantes dentro de todo plan de negocio o proyecto de investigación, debido a que delimitan los límites del estudio al que se hace referencia y son, a su vez, las restricciones del entorno o internas que podrían afectar el buen término del emprendimiento (Minciencias, sf; citado en; JLL, s.f.).

### **Alcances del Plan de Negocio SEVILOGIC**

Los alcances definen cuál es el producto de plan de negocio y la propuesta SEVILOGIC:

**Alcance Geográfico y de Mercado:** el plan de negocio se centra y valida solamente en la ciudad de San José de Cúcuta y en su conurbación metropolitana, el mercado objetivo son las propiedades horizontales de estratos 4, 5 y 6 y en los edificios corporativos que requieren un servicio formal integral.

**Alcance del Portafolio de Servicios:** La oferta de SERVILOGIC incluye la integración de cinco líneas de servicio (Portería, Conserjería, Aseo, Jardinería y Mantenimiento de Piscinas) bajo un único contrato y gestión. Este enfoque general es la característica que más nos distingue.

**Alcance Legal y de Formalidad:** El proyecto garantiza la composición de SEVILOGIC como una SAS completamente formal y garantiza el cumplimiento estricto de toda la normativa laboral, fiscal y sectorial colombiana (ej. Ley 1209/2008 Piscinas; Ley 2381/2024 Laboral).

**Alcance Tecnológico (MVP):** El proyecto incluye la documentación y la justificación económica que rodea la inversión en el Producto Mínimo Viable (MVP) de la aplicación móvil (e- CRM ) y la instalación de un software de gestión de mantenimiento (GMAO/CMMS) para optimizar la logística y el seguimiento.

**Alcance Financiero y de Viabilidad:** En el plan se considera la proyección de la inversión inicial (\$110.000.000 COP), se proporciona la estimación detallada de la estructura de costos (fijos y variables) y se justifica la estrategia de precios (Value-Based Pricing) en función del valor para garantizar la rentabilidad en el tiempo.

### **Limitaciones del Plan de Negocio SERVILOGIC**

Las limitaciones son aquellas situaciones que se escapan del control del emprendedor o que restringen los límites del trabajo, por lo tanto, hay que reconocerlas para la gestión de riesgos:

**Limitación en el Mercado (Competencia Informal):** La principal limitante es la elevada tasa de informalidad laboral que se presenta en la ciudad de Cúcuta (Banco de la República, 2023), y que produce que los administradores de las empresas escojan las de bajo

costo, sin garantías. Este entorno de informalidad se convierte en un límite para la propuesta de SERVILOGIC para una estrategia de precios de valor.

**Limitación de la Muestra (Encuesta Primaria):** La investigación de tipo primaria tiene una muestra no probabilística por conveniencia de 63 usuarios encuestados finales (B2C). Si bien es útil para validar la afirmación de la propuesta de valor y los puntos de dolor de la propuesta del valor, los resultados no son extrapolables estadísticamente a toda la población B2C o B2B de Cúcuta.

**Limitación de Costos Laborales (Riesgo Normativo):** Las proyecciones de los costos fijos y variables provienen del SMLMV de 2025 y de la legislación en vigor de la Ley 2381 de 2024 y de los aumentos imprevistos en los recargos laborales por horas extras.

**Limitación Logística Inicial:** El capital de arranque para la flota de vehículos y equipos es alto (\$230.000.000 COP), lo que también limita la capacidad operativa inicial de SERVILOGIC (cuántos contratos podrán asumir simultáneamente) hasta que logre un crecimiento que permita adquirir más activos.

**Limitación de Distinción de Servicios:** El marco legal colombiano impide que SERVILOGIC realice una distinción estricta entre conserjería/portería y vigilancia armada (Decreto Ley 356 de 1994); Esto implica que SERVILOGIC no puede proporcionar servicios de vigilancia armada, lo que podría limitar su atractivo para clientes de vigilancia.

**Limitación de Financiamiento Inicial:** El negocio que se ha proyectado es de alto apalancamiento por deuda (\$110.000.000 COP), lo que implica un alto riesgo financiero y requiere la aprobación de una buena línea de créditos con el apoyo de las entidades del FNG.

## **CAPÍTULO II Modulo de Mercado**

### **2 Módulo de mercado**

#### **2.1 Investigación de mercado**

##### **2.1.1 Análisis del mercado**

La etapa de análisis del mercado es una parte fundamental en la planificación de un emprendimiento, ya que permite conocer las características y el comportamiento del sector, así como el conocimiento de las fuerzas externas que pueden tener un efecto sobre su desarrollo (Minciencias, s.f.; Onepark Financiamiento, s.f.). Para SEVILOGIC, tal estudio, por lo pronto ya que es un estudio de mercado que pone énfasis en el sector de servicios generales en Colombia, Cúcuta y que aplica el marco PESTEL para estudiar el contexto.

#### **Comportamiento del Sector de Servicios Generales**

El sector de los servicios en Colombia ha presentado un crecimiento continuo en los últimos años, donde el Producto Interno Bruto (PIB) correspondiente al departamento de Norte de Santander, donde se ubica Cúcuta, alcanzó una tasa de crecimiento del 7.4% anual en 2022, lo cual muestra que el sector terciario (servicios) representa uno de los pilares más fuertes de la economía regional (Universidad de Pamplona, 2022; UPRA, sf). A nivel de todo el país, el mercado de productos de limpieza y cuidado del hogar se incrementó un 11,9% en 2023, alcanzando una importación acumulada de ventas de US \$ 1.195 millones (ANDI, 2023). El mercado global en este ámbito de productos de limpieza y cuidado del hogar se proyecta con una Tasa de Crecimiento Anual Compuesto (CAGR) de 6.5 % hasta 2030 (Spherical Insights, sf).

El mercado de gestión de las instalaciones, que abarca un amplio espectro de bienes y servicios de mantenimiento, se proyectan con ingresos de billones de dólares (USD) hasta el año 2032 (GM Insights, s.f.). A la par, el mercado de Mantenimiento, Reparación y Operaciones (MRO) ha sido estimado en USD 440.81 mil millones en 2024, y su correspondiente proyección

alcanza USD 493.40 mil millones hasta 2029 (Mordor Intelligence, s.f.). Para el mercado de servicios de jardinería y paisajismo , se define en 2024 una cifra de 256,07 millas de USD (MORDOR INTELLIGENCE , s.f.). Al mismo nivel , en Colombia y considerando el sector relacionado de la floricultura, se espera que la tasa compuesta anual de crecimiento (CAGR) sea del 4,81 % en el periodo 2025 - 2030 (MORDOR INTELLIGENCE, s.f.). Estas cifras, aunque algunas de ellas son mundiales, denotan una tendencia general de crecimiento, así como una demanda sostenida de los servicios de mantenimiento y cuidado profesional.

La construcción de viviendas y el crecimiento de las inversiones en infraestructura de Cúcuta son los principales impulsores de la demanda de servicios generales. En 2020, 4 . 316 unidades de vivienda fueron comercializadas en Norte de Santander, y se espera un crecimiento del 11 % para el siguiente año, alcanzando aproximadamente 4.800 unidades (CAMACOL, s.f.). Asimismo , por encima de los 30 mil millones de pesos colombianos de inversiones en infraestructura en Cúcuta se han ejecutado obras específicas de reducción de riesgos, de esa manera la economía se dinamiza y la demanda de servicios se ve incrementada (portal.gestiondelriesgo.gov.co, 2024). En el caso concreto de la demanda de limpieza personal , es visible con 38 ofertas de empleo sobre "Limpieza casas" para junio de 2025 (Joooble, sin fecha ), y en la misma línea í nea la necesidad de servicios de aseo sigue constante, sellada por los planos de contingencia de empresas de los servicios públicos correspondientes en la llegada a eventos masivos (Caracol, 2024).

### **Análisis PESTEL**

De esta forma, para tener una comprensión tratada y formal del entorno externo que influye de alguna manera en SERVILOGIC, se ha redactado un análisis PESTEL. Este sistema permite detectar y analizar de forma sistemática los factores Políticos, Económicos,

Socioculturales, Tecnológicos, Ambientales y Legales con los que el emprendimiento pueda encontrar oportunidades y amenazas (VECDIS, 2021). Se ha sucedido un análisis PESTEL conceptual exponiendo los factores del entorno que pueden ser amenazas u oportunidades de SERVILOGIC y su potencial impacto:

***Tabla 2. Análisis PESTEL para SEVILOGIC***

Variable PESTEL	Amenazas	Oportunidades	Impacto
-----------------	----------	---------------	---------

### Económico

<p>Tamaño de su industria o sector</p> <p>Inflación en el sector</p> <p>Crisis mundial influye en el sector</p> <p>Las decisiones de los consumidores de ahorrar influyen en el sector</p> <p>Barreras de ingreso en su industria</p> <p>Tasa de desempleo</p> <p>Escenario para emprender</p>	<p>Inflación persistente: La inflación en Colombia, que fue del 5.05% en mayo de 2025 (DANE, s.f.; Infobae, 2025), puede elevar los costos de salarios, suministros y equipos, afectando los márgenes de ganancia.</p> <p>Crisis económica o recesión: Una desaceleración económica podría reducir el poder adquisitivo de los clientes y la demanda de servicios no esenciales o premium.</p> <p>Barreras de entrada (inversión inicial): La necesidad de invertir en equipos profesionales y en la formalización de personal puede ser una barrera para nuevos competidores, pero también un desafío para SEVILOGIC (Business Plan Templates, s.f.; Factorial, s.f.).</p>	<p>Crecimiento del sector de servicios y construcción: El dinamismo del PIB en Norte de Santander (7.4% en 2022) (Universidad de Pamplona, 2022; UPRA, s.f.) y el auge de la construcción de vivienda y obras civiles en Cúcuta (Camacol, s.f.; portal.gestiondelriesgo.gov.co, 2024) impulsan una demanda creciente y sostenida de servicios generales.</p> <p>Demanda de servicios formalizados y de calidad: La preocupación por la informalidad y la búsqueda de eficiencia y confianza por parte de administradores y propietarios genera una oportunidad para SEVILOGIC de posicionarse como un proveedor confiable y legal (Auxlimpieza, s.f.; Casalimpia, s.f.).</p> <p>Mercado de productos y equipos en crecimiento: La expansión global de mercados relacionados (ej. productos de limpieza con CAGR del 6.5%, equipos para piscinas con CAGR del 5.1%) indica disponibilidad y evolución de insumos y tecnología.</p>	<p>Alto: La inflación impacta directamente la estructura de costos. El crecimiento del sector y la construcción son motores clave de la demanda para SEVILOGIC.</p> <p>Alto: Una recesión podría afectar la demanda. La preferencia por la formalidad es una oportunidad directa para la diferenciación de SEVILOGIC.</p> <p>Medio: La inversión inicial es un desafío, pero el crecimiento de los mercados de insumos facilita el acceso a mejores herramientas.</p>
--	---	---	---

Fuente: elaboración propia

### Político

<p>Tratados comerciales con otros países.</p> <p>Conflictos, iniciativas, incentivos o Impuestos.</p> <p>Estatutos y/o leyes que regulan el sector.</p> <p>Políticas de gobierno nacional o municipal que influyen.</p>	<p>Ambigüedad en la regulación de conserjería/portería: La distinción legal entre servicios de conserjería/portería y vigilancia armada puede generar confusión y riesgos de sanciones si las funciones se solapan sin licencia (Superintendencia de Vigilancia y Seguridad Privada, s.f.; Universidad Militar Nueva Granada, s.f.).</p>	<p>Políticas de apoyo a MiPymes y emprendimiento: Leyes como la Ley 2069 de 2020 y programas gubernamentales buscan impulsar el emprendimiento y la formalización empresarial, ofreciendo incentivos y acceso a recursos (Mi Pymes, s.f.; DNP, s.f.).</p>	<p>Alto: La claridad y el cumplimiento de la normativa política y legal son cruciales para la operación y la reputación de SEVILOGIC. Las políticas de apoyo pueden reducir barreras de entrada y costos de formalización.</p>
---	--	---	--

	Incremento de impuestos o cargas laborales: Cambios en la política fiscal o laboral que aumenten los costos operativos (ej. seguridad social, salarios mínimos) pueden afectar la rentabilidad (BizLatinHub, s.f.; Enlace, s.f.).	Regulaciones que penalizan la informalidad: La aplicación estricta de normativas que sancionan la contratación de servicios informales o sin licencia (Superintendencia de Vigilancia y Seguridad Privada, s.f.) crea una ventaja competitiva para empresas formalizadas como SEVILOGIC.	Medio: Un aumento significativo en los costos laborales o impositivos podría requerir ajustes en la estructura de precios. Las regulaciones contra la informalidad benefician directamente la propuesta de valor de SEVILOGIC.
--	---	--	--

Fuente: elaboración propia

### Legislación

<p>Hay a reglamentación especial para este sector o actividad.</p> <p>Regulaciones gubernamentales. Nacionales que se involucran.</p> <p>Normas de Comercialización que regulan el sector para los productos y/o servicios</p>	<p>Marco regulatorio complejo y cambiante: La necesidad de cumplir con diversas leyes laborales (Ley 2191 de 2022, Ley 2114 de 2021, Ley 1846 de 2017, etc.) (SUIN-Juriscal, s.f.; BizLatinHub, s.f.), de seguridad y salud en el trabajo (Decreto 1072 de 2015, Resolución 0312 de 2019) (Soonso, s.f.; Service Company, s.f.), y específicas del sector (Ley 1209 de 2008 y Resolución 4113 de 2012 para piscinas) (Innova Equipos, s.f.; Minsalud, s.f.) puede ser un desafío administrativo y financiero.</p> <p>Riesgos de litigios laborales: El incumplimiento de la normativa laboral puede derivar en demandas y sanciones económicas significativas (BizLatinHub, s.f.).</p>	<p>Ventaja de la formalización: La estricta regulación y las sanciones por informalidad (Superintendencia de Vigilancia y Seguridad Privada, s.f.) crean una barrera de entrada para competidores no formalizados, beneficiando a SEVILOGIC que opera bajo la legalidad.</p> <p>Normativas de seguridad (ej. piscinas): Leyes como la Ley 1209 de 2008 y la Resolución 4113 de 2012 (Innova Equipos, s.f.; Minsalud, s.f.) que exigen dispositivos y certificaciones de seguridad para piscinas, crean un nicho de mercado para servicios especializados y conformes, donde SEVILOGIC puede destacarse.</p>	<p>Alto: El cumplimiento legal es un requisito no negociable y una fuente de ventaja competitiva. La complejidad regulatoria exige una gestión legal rigurosa.</p> <p>Alto: Los litigios laborales son un riesgo financiero. Las normativas de seguridad en piscinas son una oportunidad para ofrecer servicios premium y especializados.</p>
--	--	---	---

Fuente: elaboración propia

### Tecnológico

<p>Sistemas o programas tecnológicos se utilizan en este medio.</p> <p>La aparición de nuevas tecnologías.</p> <p>Plataformas virtuales para el conocimiento de este sector.</p> <p>Proyecciones se tienen para el futuro.</p>	<p>Rápida obsolescencia tecnológica: La constante evolución de la tecnología puede requerir inversiones frecuentes en actualización de equipos y sistemas para mantener la competitividad.</p> <p>Ciberseguridad y protección de datos: La implementación de plataformas digitales y sistemas de monitoreo conlleva riesgos de ciberseguridad que deben ser gestionados</p>	<p>Avances en IA, robótica y automatización: La incorporación de robots de limpieza autónomos, sistemas de gestión en tiempo real, sensores inteligentes y automatización en piscinas (Abastecedora y Purificadora de Agua Cinera, s.f.; EDIFICAR GROUP, s.f.; Moviaseo, s.f.; EY, s.f.) permite mayor eficiencia, calidad y reducción de costos a largo plazo.</p>	<p>Alto: La tecnología es tanto un costo de inversión como un diferenciador clave. La capacidad de SEVILOGIC para integrar y aprovechar estas innovaciones determinará su ventaja competitiva.</p> <p>Medio: Los riesgos de ciberseguridad son manejables con las inversiones adecuadas. Las plataformas digitales</p>
--	---	---	--

Nuevas formas de producción y distribución.	para proteger la información de clientes y operaciones.	Plataformas digitales para la gestión de servicios: El uso de aplicaciones móviles para la programación, comunicación y seguimiento de servicios mejora la experiencia del cliente y la eficiencia operativa (Casalimpia, s.f.; Auxlimpieza, s.f.).	son esenciales para la conveniencia del cliente.
---	---	---	--

Fuente: elaboración propia

### Socio Cultural

<p>Cambios en los gustos o en las modas que repercutan en el nivel de consumo.</p> <p>Creencias que hay entorno al sector.</p> <p>Nivel educativo.</p> <p>Tendencias de crecimiento.</p> <p>Tendencias se esperan en los años venideros.</p>	<p>Cambios en las preferencias del consumidor hacia el "hágalo usted mismo": Algunos clientes podrían optar por realizar tareas de mantenimiento por sí mismos para ahorrar costos, especialmente en un entorno económico incierto.</p> <p>Nivel educativo de la fuerza laboral: Un nivel educativo bajo en ciertos segmentos de la población puede requerir una mayor inversión en capacitación y desarrollo de habilidades para el personal operativo (UPRA, s.f.).</p>	<p>Mayor conciencia sobre higiene y salud: La pandemia de COVID-19 ha elevado la importancia de la limpieza y desinfección profesional, creando una demanda por servicios que garanticen entornos saludables (Ladoinsa, s.f.; Misión Servir, s.f.; Gelite, s.f.; Exeditio Repositorio, s.f.).</p> <p>Demanda de conveniencia y externalización: La tendencia a externalizar servicios para ahorrar tiempo y simplificar la gestión es una oportunidad para SEVILOGIC, que ofrece un modelo "sin complicaciones" (Auxlimpieza, s.f.; Quickshine, s.f.).</p> <p>Preferencia por personal confiable y capacitado: Los clientes valoran la seguridad y el profesionalismo del personal que ingresa a sus propiedades, lo que favorece a empresas que invierten en selección y formación (Casalimpia, s.f.; Auxlimpieza, s.f.; Anna.com.co, s.f.).</p>	<p>Medio: El "hágalo usted mismo" es una amenaza, pero la creciente conciencia sobre la higiene y la salud es una oportunidad directa para los servicios profesionales de SEVILOGIC.</p> <p>Alto: La necesidad de capacitación es un costo, pero la demanda de conveniencia y externalización es un motor clave para el negocio.</p> <p>Alto: La confianza y la capacitación del personal son pilares de la propuesta de valor de SEVILOGIC.</p>
--	---	---	--

Fuente: elaboración propia

### Ambiental

<p>Restricciones ecológicas para este sector.</p> <p>Normas sobre empaque, transporte y envasado.</p>	<p>Regulaciones ambientales más estrictas: Normativas sobre el manejo de residuos, el uso de químicos y el consumo de agua pueden aumentar los costos de operación y requerir procesos más complejos (Ley 1259</p>	<p>Creciente demanda de servicios sostenibles: Existe una tendencia global y local hacia la preferencia por productos y prácticas eco-amigables, lo que permite a SEVILOGIC</p>	<p>Alto: El cumplimiento ambiental es obligatorio y puede ser costoso, pero la sostenibilidad es una oportunidad significativa para atraer a un segmento</p>
---	--	---	--

<p>Existen reglas de protección del medio ambiente.</p> <p>Hay una regla o restricción especial para este sector.</p> <p>Cambio climático.</p>	<p>de 2008; Decreto 1713 de 2002; VUI, s.f.; Orange County FL, s.f.).</p> <p>Cambio climático (ej. sequías): Fenómenos climáticos extremos pueden afectar la disponibilidad de agua para el mantenimiento de jardines y piscinas, incrementando costos o limitando servicios.</p>	<p>diferenciarse ofreciendo limpieza ecológica, jardinería sostenible y gestión responsable de residuos (EY, s.f.; Moviaseo, s.f.; Ecocert, s.f.; Eulen, s.f.; Quickshine, s.f.; Anna.com.co, s.f.).</p> <p>Innovación en productos y técnicas eco-amigables: El desarrollo de nuevos productos de limpieza biodegradables y sistemas de riego eficientes (Ecocert, s.f.; Anna.com.co, s.f.) facilita la adopción de prácticas sostenibles sin comprometer la calidad.</p>	<p>de mercado premium y fortalecer la imagen de marca.</p> <p>Medio: El cambio climático es un riesgo, pero la innovación en productos y técnicas sostenibles ofrece soluciones.</p>
--	---	--	--

Fuente: elaboración propia

### Actividad Económica

<p>Revise el código CIU.</p> <p>Identifique por lo menos (2) actividades a la cual pertenece su idea de negocio:</p> <p><a href="https://www.ccb.org.co/Inscripciones-y-renovaciones/Todo-sobre-el-Codigo-CIU">https://www.ccb.org.co/Inscripciones-y-renovaciones/Todo-sobre-el-Codigo-CIU</a></p>	<p>CIU 8110: Actividades Combinadas de Apoyo a Instalaciones. Este código es directamente aplicable a los servicios de portería y conserjería, ya que abarca las actividades de apoyo integral a la gestión y mantenimiento de instalaciones, como se ha observado en empresas del sector (Servicio De Conserjería S.A.S., s.f.; Servicio De Conserjería S.A.S., s.f.). Las funciones de porteros y conserjes, que incluyen control de acceso, gestión de correspondencia, supervisión de áreas comunes y pequeñas reparaciones, encajan en este ámbito de apoyo a las instalaciones (Lineadirecta, s.f.; Seinsur, s.f.; mas-social.es, s.f.).</p> <p>CIU 8129: Otras actividades de limpieza de edificios e instalaciones industriales. Este código abarca las actividades de limpieza general de edificios, oficinas, fábricas, tiendas, instituciones y otras instalaciones, así como la limpieza especializada de ventanas, chimeneas, hornos, etc. (MinSalud, s.f.). Es directamente aplicable a los servicios de aseo y limpieza ofrecidos por SEVILOGIC.</p> <p>CIU 8130: Actividades de paisajismo y servicios de mantenimiento conexos. Este código incluye el establecimiento y mantenimiento de jardines, parques y otras áreas verdes, así como los servicios de mantenimiento relacionados. Esto es directamente aplicable a los servicios de jardinería y al mantenimiento de piscinas, que a menudo se consideran parte del paisajismo y el cuidado de áreas verdes (Servicios Generales Mile S.A.S., s.f.; MinSalud, s.f. ).</p>
---	--

El análisis PESTEL muestra que SERVILOGIC se encuentra en un entorno con importantes oportunidades, pero con amenazas que necesitan ser gestionadas estratégicamente. Las oportunidades más relevantes se encuentran en el crecimiento sostenido con el que está creciendo el sector de servicios y construcción en Cúcuta, la demanda de servicios formalizados y de calidad, y una elevada conciencia en torno a la higiene y sostenibilidad (Universidad de Pamplona, 2022; Camacol, s.f.; Auxlimpieza, s.f.; Ladoinsa, s.f.; Ecocert, s.f.). La integración de tecnología y las políticas de apoyo a MiPymes también son catalizadores del crecimiento y diferenciación (EY, s.f.; DNP, s.f.). A su vez, el emprendimiento tiene que gestionar potencialmente amenazas relacionadas como la ambigüedad regulatoria entre el conserje y la vigilancia, la inflación persistente que impacta los costos operativos y la rápida obsolescencia tecnológica que requiere inversiones continuas (Superintendencia de Vigilancia y Seguridad Privada, s.f.; DANE, s.f.; EY, s.f.). Un marco legal complejo y cambiante es también una amenaza que SERVILOGIC debe gestionar con determinación para mantener su propuesta de valor de formalidad y cumplimiento (SUIN-Juriscal, s.f.; Minsalud, s.f.).

### ***2.1.2 Identificación del cliente***

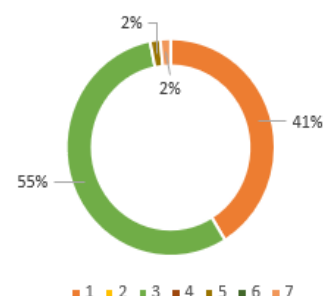
La puesta en marcha de una encuesta de mercado constituye un importante instrumento para la investigación primaria, siendo la que sirve para la obtención de datos directos sobre las percepciones y necesidades del cliente y el nivel de satisfacción de los clientes y usuarios potenciales (Minciencias, sf ; Onepark Financiam, s.f.). Para SERVILOGIC se tuvo una encuesta de 63 encuestados, con un tiempo medio de respuesta de 6 minutos y 17 segundos, durante 13 días, demostrando el esfuerzo por parte de estos últimos (Microsoft Forms, sf, Información general sobre las respuestas). El análisis de las respuestas se convierte en una guía importante para afinar la propuesta de valor y las estrategias del emprendimiento.

**Título del Cuestionario:** Diagnóstico de Satisfacción y Oportunidades de Mejora en Servicios del Edificio/Conjunto

**figura 1. Rol de los Encuestados en el Edificio/Conjunto (Pregunta 1)**

1. ¿Cuál es su rol en este edificio/conjunto?

• Residente / Propietario	26
• Residente / Arrendatario	35
• Empleado de oficina / local comercial (en edificio empresarial)	1
• Otras	1



La estructura de los roles de los sujetos participantes tiene un elevado interés a la hora de captar la óptica a partir de las respuestas ofrecidas .

Residente / Arrendatarios : 56% (35 respuestas)

Residente / Propietario: 41% (26 respuestas)

Empleados de oficina - locales comerciales : 2% (1 respuesta)

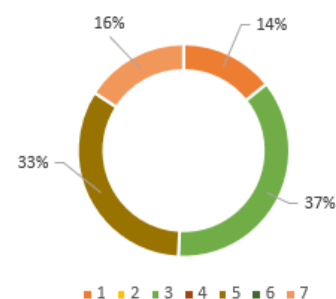
Otras: 2% (1 respuesta)

**Análisis.** La mayoría aplastante de los sujetos encuestados (97%) son Residentes, sean propietarios o sean arrendatarios (Microsoft Forms, sf, Img 1). Esto muestra que esta encuesta ha dado más traslado de la perspectiva del usuario final de los servicios, que no del cliente o del cliente final (administradores o juntas de copropietarios). Esta información es útil para SERVILOGIC porque el usuario final satisfecho tendrá una visión del servicio que, finalmente, permitirá lógicamente a los administradores renovar o no los contratos. La escasa representación de empleados de oficinas o de locales comerciales sugiere que el futuro de la investigación debería ser más directiva al respecto si SERVILOGIC quiere, de hecho, penetrar en casas para oficinas .

**figura 2. Tiempo de Residencia/Trabajo en el Edificio/Conjunto (Pregunta 2)**

2. ¿Cuánto tiempo lleva viviendo/trabajando en este edificio/conjunto?

- Menos de 6 meses 9
- Entre 6 meses y 2 años 23
- Entre 2 y 5 años 21
- Más de 5 años 10



El tiempo que los encuestados llevan en la propiedad añade contexto sobre sus experiencias con los servicios actuales.

Menos de 6 meses: 14% (9 respuestas).

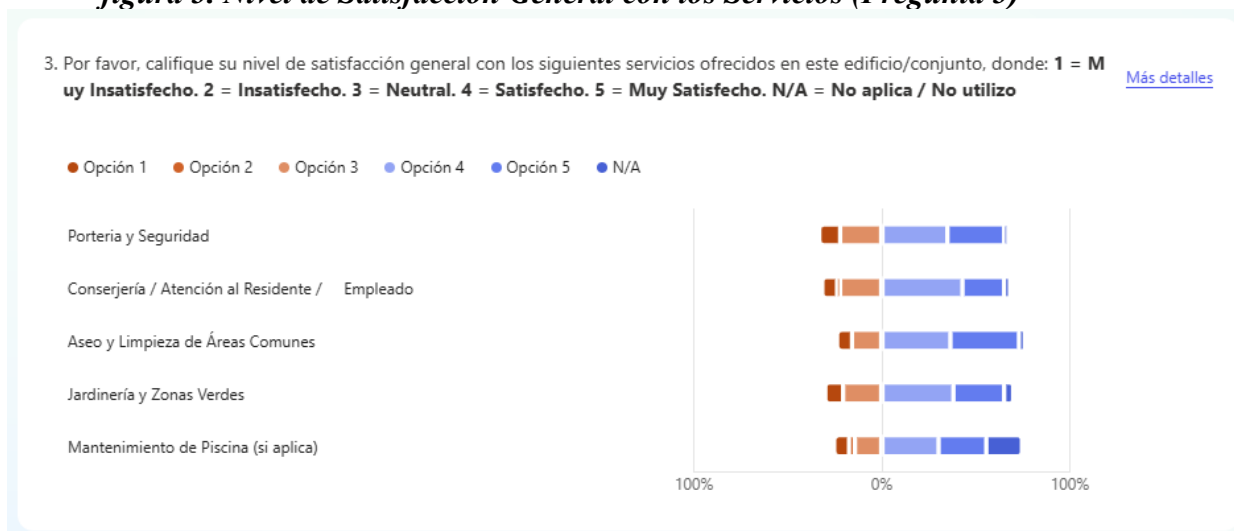
Entre 6 meses y 2 años: 37% (23 respuestas).

Entre 2 y 5 años: 33% (21 respuestas).

Más de 5 años: 16% (10 respuestas).

**Interpretación.** La mayor parte de los encuestados (70%) vive o trabaja en el edificio/conjunto entre 6 meses y 5 años (Microsoft Forms, sf, Imagen 2), lo cual significa que así se cuenta con personas que tienen x trayectoria en el uso de los servicios y su posible cambio en el tiempo, no sólo las percepciones iniciales. La presencia de un 16% con más de 5 años de antigüedad ofrece un punto de vista desde una supuesta lealtad o insatisfacción a largo plazo que sólo el paso del tiempo puede ofrecer; un 14 % con menos de 6 meses puede aportar el punto de vista de una visión más renovada, en comparación con las experiencias realizadas a partir del inicio de la actividad.

**figura 3. Nivel de Satisfacción General con los Servicios (Pregunta 3)**



Esta pregunta pone a prueba la imagen general que tienen los servicios de portería, conserjería, aseo, jardinería y las piscinas. La escala de satisfacción varía del 1 (Muy Insatisfecho) al 5 (Muy Satisfecho).

**Análisis.** La representación de los resultados (Microsoft Forms, sf, Imagen 3) manifiesta una tendencia similar en todos los servicios: Existe una distribución de respuestas que recorre todos los niveles de satisfacción (1 a 5), con un punto de concentración muy notable en las categorías de satisfacción 3 (Neutral) y 4 (Satisfecho).

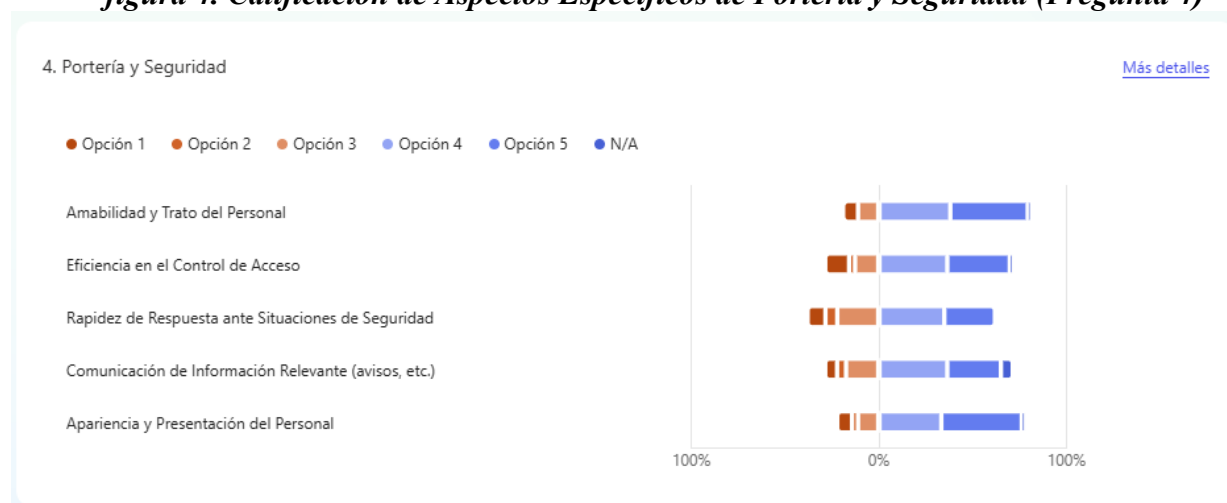
En todos los servicios (Portería y Seguridad, Conserjería, Aseo, Jardinería, Mantenimiento de piscina), se observa una buena porción de respuestas en la categoría de insatisfacción (1 y 2). Esto es una oportunidad clave para el SERVILOGIC, pues muestra que los servicios actuales no están plenamente satisfechos con una parte de la población objetivo con la que intentan tener éxito, lo que les entrega la oportunidad de poder presentar una oferta de más calidad.

A pesar de que hay respuestas en "Muy Satisfecho" (5), estas no dominan claramente a los demás, mostrando que la excelencia no es una característica del mercado actual.

Las respuestas "N/A" (No aplica / No utilizo) son más que esperadas, en especial para el caso del mantenimiento de piscinas, tal y como sucede que no tienen dicho bien todos los conjuntos.

**Conclusión general de satisfacción:** El mercado actual de servicios generales en Cúcuta muestra una satisfacción generalista moderada / inestable. No existe un proveedor que claramente sea el que mejor satisface al cliente, lo que refuerza la hipótesis del SEVILOGIC en cuanto a que hay problemas de confianza, informalidad, capacitación, etc.; lo que les entrega la oportunidad para un nuevo proveedor que pueda ofrecer una calidad de servicio superior y que sea consistente.

**figura 4. Calificación de Aspectos Específicos de Portería y Seguridad (Pregunta 4)**



Esta sección profundiza en la percepción de la portería y seguridad.

Análisis. (Microsoft Forms, sf, Imagen 4)

**Amabilidad y Trato del Personal:** Muestra una clara tendencia más positiva, evidenciado con una alta concentración de respuesta a favor de Satisfecho y Muy Satisfecho, aunque también con una proporción de insatisfechos más que relevantes. Por lo tanto, la amabilidad es una de las fortalezas relativas de los actuales porteros.

**Eficiencia en el Control de Acceso:** Presenta el conjunto de respuestas mucho más disperso, con una parte significativa sobre el neutro y los insatisfechos. Esto hace suponer que el control de acceso no alcanza una percepción óptima, algo que suele ser crítico para la seguridad.

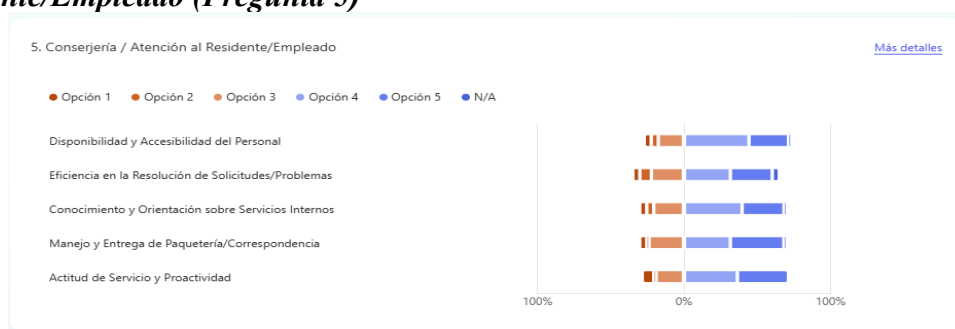
**Rapidez de Respuesta ante Situaciones de Seguridad:** Similar a la eficiencia en el control de acceso, con una respuesta alternada que, nuevamente, presenta insatisfechos y neutros. Esto es claramente una debilidad importante de las porterías y la seguridad, considerando que la rapidez es algo realmente importante en la seguridad.

**Comunicación de Información Relevante (avisos, etc.):** También observada con una distribución dispersa, en cuanto a las oportunidades de mejora en la comunicación.

**Apariencia y Presentación del Personal:** Tiende a ser más positiva, pero en la misma línea que la amabilidad, lo que podría explicar que el aspecto visual del personal es más que aceptable en términos generales.

**Implicaciones para SERVILOGIC (Portería y Seguridad):** SERVILOGIC debe aprovechar la gran importancia de las amabilidades y la presentación del personal, pero teniendo en cuenta que el enfoque de la mejora debe ser drástico en la eficiencia del control de acceso, la velocidad de respuesta y la comunicación. De este modo, la integración tecnológica ( app informativa para alertas de comunicación) y la formación en los protocolos de seguridad preventiva son las soluciones directas para estas debilidades actuales del mercado.

**figura 5. Calificación de Aspectos Específicos de Conserjería / Atención al Residente/Empleado (Pregunta 5)**



Esta sección evalúa la calidad de la atención y el soporte del personal de conserjería.

**Análisis:** (Microsoft Forms, sf, Imagen 5)

**Disponibilidad y Accesibilidad del Personal:** La distribución de respuestas nos da un resultado con una cierta concentración en "Satisfecho" y "Muy Satisfecho", pero también hay una notable porción de usuarios en "Neutral" e "Insatisfecho", sugiriendo que el personal está presente, pero su accesibilidad o disponibilidad no es siempre consistente para todos los usuarios.

**Eficiencia en la Resolución de solicitudes / problemas:** Es similar a la anterior, ya que hay una mezcla de respuestas que indica que la resolución de problemas no siempre es eficiente ni satisfactoria, lo cual es muy relevante para la experiencia del usuario.

**Conocimiento y orientación sobre servicios internos:** La validación de respuestas se distribuye en el tiempo, indicando que el conocimiento del personal sobre los servicios internos del edificio/ conjunto debe mejorarse.

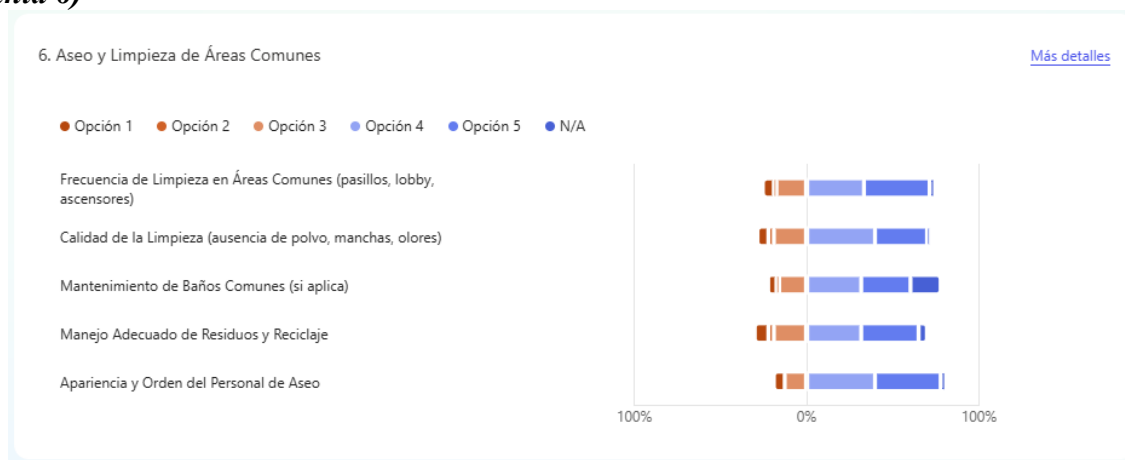
**Manejo y entrega de paquetería / correspondencia:** Aunque hay satisfacción, también hay cierta neutralidad e insatisfacción, lo que indica que este servicio básico pero importante no ofrece el 100 % de eficacia.

**Actitud de Servicio y Proactividad:** Refleja una tendencia muy positiva, parecida a la amabilidad en portería, sugiriendo que la actitud global del personal es buena, si bien la de la proactividad puede no ser siempre coherente con dicha amabilidad.

**Implicaciones para SERVILOGIC (Conserjería):** La capacitación del personal en resolución de problemas, conocimiento de servicios internos y proactividad debe ser la clave.

La aplicación móvil de SERVILOGIC puede ayudar a que la funcionalidad de la gestión de solicitudes con entrega de paquetería y la comunicación directa se ponga de relieve, ayudando a todas las carencias que se pueden observar en cuanto a disponibilidad y accesibilidad.

**figura 6. Calificación de Aspectos Específicos de Aseo y Limpieza de Áreas Comunes (Pregunta 6)**



En esta sección se delimitan la calidad y frecuencia de los servicios de limpieza, que se analizan a partir de Microsoft Forms, sf ( ver Imagen 6) .

**Frecuencia de limpieza de las áreas comunes:** las respuestas se distribuyen en diversas situaciones; de hecho, bien se aprecian insatisfacción o neutralidad, lo que hace que parte (al menos) de las personas usuarias no tenga una percepción óptima de la frecuencia real de limpieza.

**Calidad de la limpieza (falta de polvo, manchas, olores):** es un claro ejemplo de la calidad del servicio, la distribución de respuestas indica que la calidad de la limpieza es variable en el sentido de que existe una parte importante de las personas usuarias familiares insatisfechos o en condiciones de neutralidad.

**Mantenimiento de baños comunes:** al igual que la calidad general, el mantenimiento de baños comunes presenta una mezcla de distribución de respuestas que indica que son inefectivos

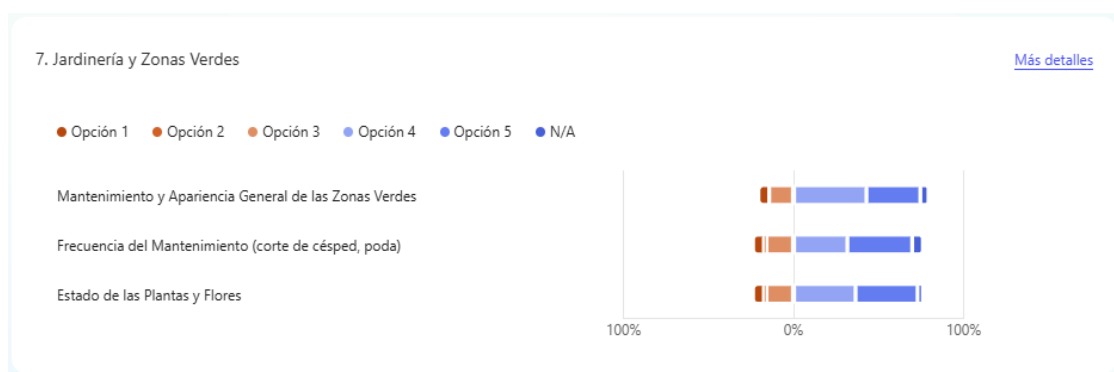
y que aparecen como una fuente de mejora tanto hacia las condiciones de limpieza como respecto a la del mantenimiento.

**Manejo adecuado de los residuos y reciclaje:** las respuestas acaban mostrando una distribución de respuestas variada, lo que hace que el manejo de residuos y reciclaje no sea del todo eficiente ni adecuado para todas las personas usuarias.

**Aspecto1 y la orden de la plantilla de aseo:** tendería a ser más favorable dado que es similar al de la amabilidad de la portería, lo que hace suponer que el aspecto del personal de aseo es generalmente aceptable.

**Implicaciones hacia SERVILOGIC (Aseo):** SERVILOGIC debe enfatizar la calidad de la limpieza (falta de polvo, manchas, olores); la frecuencia adecuada y el manejo de los residuos. En este sentido, la inversión en utillajes profesionales, así como en productos ecológicos y formaciones en protocolos de limpieza y desinfección (Misión Servir, sf; Ladoinsa, sf) será una clave para superar las expectativas de mercado.

**7) *figura 7. Calificación de Aspectos Específicos de Jardinería y Zonas Verdes (Pregunta***



Este apartado se refiere a la estética y al cuidado de las zonas verdes.

**Análisis:** (Microsoft Forms, sf, Imagen 7) Estado y Mantenimiento de la Estética General de las Zonas Verdes. La distribución de respuestas muestra una combinación de satisfacción,

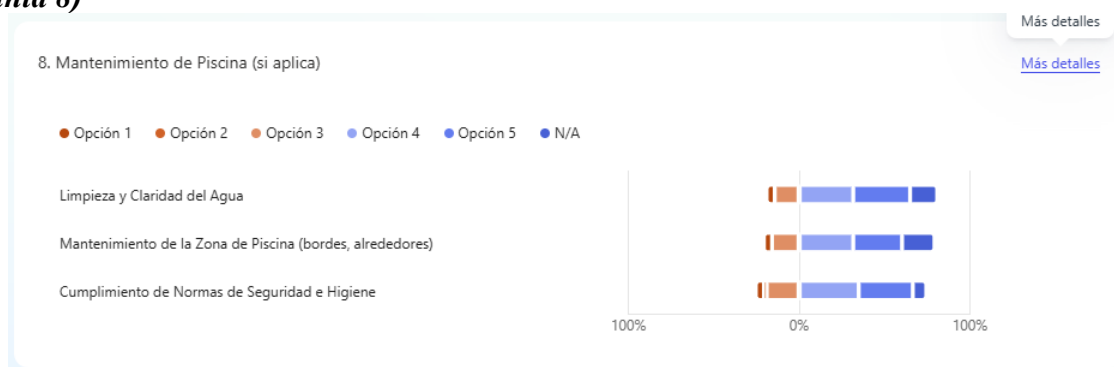
neutralidad e insatisfacción; Esto supone que la apariencia general de las zonas verdes no es de forma consistente excelente, dejando lugar a mejoras.

**Frecuencia del Mantenimiento (corte de césped y poda ):** De forma similar a la apariencia, las respuestas indican que la frecuencia de corte de césped y poda no ha sido la más adecuada para mantener las zonas verdes en las mejores condiciones.

**Estado de las Plantas y Flores:** Las respuestas son dispares, indicando que el estado de las plantas y flores no es percibido de forma consistente como saludable o vibrante por todos los usuarios.

**Implicaciones para SERVILOGIC (Jardinería):** SERVILOGIC debe poner el foco en la jardinería sostenible y el mantenimiento proactivo para garantizar la salud y la estética de las zonas verdes. La implementación de sistemas de riego eficientes y el control biológico de plagas (Anna.com.co, sf; Quickshine, sf) pueden ser diferenciadores.

**figura 8. Calificación de Aspectos Específicos de Mantenimiento de Piscina (si aplica) (Pregunta 8)**



Este apartado se concentra en la limpieza, el mantenimiento y la seguridad en las piscinas.

**Análisis:** (Microsoft Forms, sf, Imagen 8)

**Limpieza y Transparencia del Agua:** Los resultados apuntan hacia una distribución de las respuestas que incluye insatisfacción y consensos neutros, señalando que la limpieza y

transparencia del agua de las piscinas no es siempre la adecuada u óptima. Este elemento es esencial para la seguridad y la satisfacción.

**Mantenimiento de la zona de piscina (borde, contorno):** De forma semejante a la limpieza del agua, las respuestas indican que el mantenimiento de los alrededores de la piscina también es un punto con margen de mejora.

**Mantenimiento de Normas Generales de Seguridad e Higiene:** Si bien hay satisfacción, se apreciarán también respuestas neutras e insatisfechas. Este punto es bastante crítico, y más si tenemos en cuenta que en Colombia existen leyes estrictas (Innova Equipos, sf; Minsalud, 2012).

**Implicaciones para SERVILOGIC (piscinas):** SERVILOGIC debe enfatizar su experiencia técnica en el tratamiento del agua y el cumplimiento riguroso de las normas de higiene y seguridad para las piscinas. La certificación del propio personal (ej. CPO®) y las automatizaciones de los sistemas (EDIFICAR GROUP, sf; Abastecedora y Purificadora de Agua Cinera, sf) son imprescindibles para generar confianza y reputación .

**figura 9. Áreas que Requieren Mejora Urgente (Pregunta 9 - Abierta)**



Establecer una pregunta abierta es imprescindible ya que permite obtener una retroalimentación cualitativa directa de los puntos de dolor más destacados para los usuarios.

**Análisis:** La nube de palabras generadas a partir de las respuestas (Microsoft Forms, sf, Imagen 9) pone de manifiesto las áreas que son percibidas como más urgentes para la mejora, pues las palabras de mayor tamaño son aquellas que han sido más mencionadas .

**"Jardinería" y "Portería"** son las palabras que más destacan, lo que nos lleva a deducir que estas son las áreas que los encuestados consideran que, de forma más insistente , requieren de una mejora. Las otras palabras destacadas son "acceso", administración", "quejas", "personal", "corte" (relacionado con jardinería), "área" y "plantas".

La existencia de "Todo" y "Ninguno", en cambio, lleva a deducir que hay quienes perciben una necesidad de mejora generalizada, o en menor medida una falta de necesidad de mejorar urgentemente.

**Implicaciones para SERVILOGIC:** Las respuestas a esta pregunta abierta son de gran valía. Las altas menciones de **"Jardinería" y "Portería"** como áreas de mejora urgente deben marcar el camino a seguir cuando se prioricen las inversiones en capacitación, tecnología y desarrollo de protocolos de servicio para SERVILOGIC en estas áreas sería la mejora tanto en el tema del control de acceso como en el de la comunicación. En jardinería, se deberá reforzar la frecuencia y la calidad del corte, así como el estado de las plantas en general .

### **Conclusiones Generales de la Encuesta y sus Implicaciones para SERVILOGIC**

La encuesta realizada a través de Microsoft Forms, a pesar de centrado en una visión del usuario final, ofrece una validación empírica de las oportunidades de mercado detectadas por SERVILOGIC:

**Validación de la Demanda de Calidad y de Profesionalismo:** la existencia de insatisfacción y nivel de neutralidad en la calificación general de los servicios vigentes nos

permite identificar que el mercado no está adecuadamente atendido y responde a la búsqueda de una oferta de calidad y confianza.

**Una Oportunidad para la Diferenciación por Formalidad y Capacitación:** las debilidades en cuanto a la eficiencia, velocidad de la respuesta y comunicación, en especial con la portería y conserjería, vuelven a valorar la necesidad de personas formadas y con protocolos claros, un eje de la propuesta de valor de SERVILOGIC.

**Relevancia de la Integración Tecnológica:** la encuesta constituye una validación de la importancia en las comunicaciones y en términos de eficiencia, lo que pone de manifiesto el valor de la posibilidad de acceder a una app y a la plataforma de la gestión de SERVILOGIC para mejorar en la comunicación y la manera de dar solución a problemas.

**Enfoque en la Seguridad y en la Higiene:** la importancia de la limpieza (aseo) y la temática del cumplimiento de las normas de seguridad (piscinas) son oportunidades críticas que SERVILOGIC puede aprovechar y que se verán complementadas por su práctica de sostenibilidad y su cumplimiento con la normativa.

**Prioridad en la Experiencia de Usuario:** La mayoría de los encuestados es usuario final, por lo tanto, satisfacer sus necesidades cotidianas (higiene, seguridad personal, cordialidad del personal) es criterio para la permanencia del cliente a largo plazo. Las áreas de "Jardinería" y "Portería" deben ser focos inmediatos de mejora para SERVILOGIC, tal y como lo indican las respuestas abiertas.

En síntesis, los resultados de la encuesta corroboran la viabilidad del modelo de negocio de SERVILOGIC; Además, tiene una hoja de ruta clara sobre las áreas donde el emprendimiento puede tener mayor impacto y diferenciación en el mercado de Cúcuta.

### **Perfil del cliente**

La definición del perfil del consumidor es un elemento central en la investigación de mercado ya que permite tener una distracción detallada de los consumidores o entidades a quienes se dirige un emprendimiento (Minciencias, sf; Onepark Financiamiento, sf). Para SERVILOGIC, en esta sección se hace alarde de las características demográficas, socioeconómicas, psicográficas y de comportamiento de los clientes y usuarios objetivo, quien se transforma e identifica cuáles de estos grupos son aquellos que desean contar con sus servicios.

### **Perfil del Cliente (Quien Contrata/Paga el Servicio)**

El cliente de SERVILOGIC es la entidad o persona que contrata y paga los servicios integrales de portería, conserjería, aseo, piscinas y jardinería.

### **Segmento Geográfico:**

**Ubicación:** Principalmente en Cúcuta y municipios aledaños, en el departamento de Norte de Santander. Esta área se caracteriza por un crecimiento económico sostenido, crecimiento del PIB del 7.4% en 2022 (Universidad de Pamplona, 2022; UPRA, sf) y un destacado dinamismo en el sector de la construcción (Camacol, sf; portal.gestiondelriesgo.gov.co, 2024).

**Concentración:** Áreas urbanas y periurbanas con elevada densidad de conjuntos residenciales, edificios, zonas industriales, centros de salud y grandes superficies (Datacucuta, sf; viviendasvalores.com.co, sf).

**Tipo de entidad:** conjuntos residenciales, propiedades horizontales, edificios de oficinas, parques industriales, hospitales, clínicas, supermercados y grandes superficies.

**Tamaño:** desde propiedades medianas hasta grandes complejos que requieren de un manejo integral y profesional de sus instalaciones.

**Tomadores de decisión:** administradores de propiedad horizontal, integrantes del Consejo de Administración , gerentes de planta o de seguridad, Juntas de Copropietarios , coordinadores logísticos o de servicios generales. Estos roles suelen tener atribuciones de presupuesto y de manejo de riesgos.

**Segmento actitudinal o psicológico:**

**Valores:** Privilegian la formalidad, la transparencia, la eficiencia, la seguridad (preventiva), la calidad del servicio, la sostenibilidad.

**Puntos de dolor:** preocupación por los altos costos que tienen las empresas de seguridad privada tradicional (Superintendencia de Vigilancia y Seguridad Privada, sf; vigilancia La Frontera, sf; GAAT Security Group, sf) ; falta de confianza en servicios informales o poco profesionales (Porteros de Colombia, sf; Auxlimpieza, sf); riesgos legales asociados a la contratación de personal no formalizado (Superintendencia de Vigilancia y Seguridad Privada, sf); de gestión de múltiples proveedores.

**Motivaciones:** buscan tranquilidad, reducción de cargas administrativas, optimización de recursos, mejora de la imagen de la propiedad y un ambiente seguro y bien mantenido para los ocupantes.

**Segmento conductual:**

**Forma de contratación:** preferir soluciones integrales que consoliden a múltiples servicios bajo un proveedor (Auxlimpieza, sf).

**Frecuencia de compra:** suelen buscar contratos a largo plazo para servicios recurrentes (ej. mensuales, anuales) que les aseguran estabilidad y previsibilidad en el manejo.

**Hábitos de compra:** llevan a cabo los rigurosos procesos de evaluación, contrastando propuestas desde un enfoque de costo-beneficio, cumplimiento legal, experiencia del proveedor,

referencias. Son sensibles a la profesionalización y a la integración tecnológica (Casalimpia, sf; Porteros de Colombia, sf; Moviaseo, sf).

**Uso del servicio:** buscan un manejo proactivo y eficiente, fluido en la comunicación y capacidad de respuesta ante incidencias.

**Segmento aspiracional:**

**Deseos:** Buscan que sus propiedades tengan atributos como modernos, seguros, eficientes y correctamente gestionados. Quieren que se creen condiciones que permitan a sus residentes mejorar la calidad de vida de estos o a los empleados mejorar la productividad en el trabajo.

**Estado Prestigio:** Quieren vincularse con empresas que sean exhibidoras de calidad y responsabilidad y que, de este modo, contribuyan a confeccionar el prestigio que tienen sus propiedades al ser gestionadas.

**Perfil del consumidor o usuario:** El usuario o consumidor final de SERVILOGIC es quien usa los servicios que la empresa proporciona, a saber, los residentes de un conjunto, los empleados de una oficina o los visitantes de una clínica.

**Segmento geográfico:**

**Contexto:** Personas que residen, trabajan o visitan las propiedades atendidas por SEVILOGIC en Cúcuta y sus alrededores.

**Segmento demográfico:**

**Características Personales:** amplio espectro de edades, géneros, niveles socioeconómicos y educativos dependiendo del tipo de propiedad (ej. residentes de conjuntos, empleados de oficinas, pacientes de hospitales).

**Segmento actitudinal o psicológico:**

**Valores:** Limpieza, seguridad personal, confort, amabilidad y profesionalidad de los servicios de atención.

**Puntos de Dolor:** Incomodidad de la presencia de suciedad, la inseguridad percibida, la falta de atención o la informalidad del personal de atención, de la falta de mantenimiento de las zonas comunes.

**Motivaciones:** Quieren un lugar que les resulte agradable, seguro y funcional en su día a día.

**Segmento conductual:**

**Interacción con el servicio:** Tienen interacción habitual, todos los días con el personal de portería y conserjería (saludos , recepción de paquetes, consultas). Hacen uso de áreas comunes limpias (pasillos, ascensores, zonas verdes) y disfrutan de las instalaciones mantenidas (piscinas, jardines).

**Comportamiento de retroalimentación:** Suelen dar cuenta de incidencias o de su satisfacción / insatisfacción a la administración de la propiedad y esto indirectamente afecta su decisión de continuar el contrato con SERVILOGIC.

**Uso de la tecnología:** Pueden estar dispuestos a usar aplicaciones móviles para reportar problemas o comunicarse con el personal de servicio, siempre que sea una forma sencilla de comunicarse.

**Segmento aspiracional:**

**Deseos:** Deseo vivir o trabajar en un espacio agradable, seguro, limpio y cuidado. Quieren sentirse valorados y escuchados por el personal de servicio.

**Expectativas:** Esperan que las tareas de mantenimiento contribuyan con su bienestar y, en general, una experiencia vital o profesional sin incidentes.

Mientras el cliente de SEVILOGIC es una organización en búsqueda de la eficiencia, el cumplimiento y la mitigación de riesgos, el usuario final es un individuo que vive de forma directa la calidad e impacto de los servicios, valorando, por encima de todo, la comodidad, la seguridad y la profesionalidad.

### ***2.1.3 Buyer person (Basándose en la segmentación)***

La elaboración de un Buyer Person (BP) es una de las técnicas que materializa la segmentación de mercado mediante una representación semi-ficticia, detallada y concreta del cliente ideal al que la empresa desea dirigir sus mensajes, al mismo tiempo que le permite proponer los canales de comunicación idóneos, así como adecuar la propuesta de valor con las motivaciones y las reales dificultades del decisor de compra (Asana, sf, citado en; Hubspot, sf, citado en; Cely Álvarez, 2025).

En lo que respecta a SEVILOGIC, el Buyer Persona definido será la figura del Decisor B2B, el cual es la persona que da el visto bueno a la aprobación del presupuesto para que su empresa adquiera consecuencias legales y operativas como gestora de la propiedad horizontal.

#### ***Tabla 3. Buyer Person Decisor Principal: "Laura, la Administradora Prevenida"***

DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS	PERFIL PSICOGRÁFICO Y MOTIVACIONES
Nombre: Laura Martínez (45 años)	Personalidad: Analítica, cumplida , pragmática y responsable.
Ubicación: Cúcuta, Sector de Conjuntos Residenciales (Estrato 5).	Objetivos Profesionales: Asegurar la tranquilidad de los copropietarios , maximizar el presupuesto anual de la copropiedad y evitar riesgos jurídicos por demandas laborales.
Rol: Administradora de un Conjunto Residencial (120 unidades).	Motivaciones de Compra: La seguridad jurídica, la eficiencia en los procesos y el respaldo de una marca formal que reduzca el tiempo de gestión y los conflictos con las Juntas de Copropietarios.
Educación: Profesional en Administración de Empresas , con diploma en Propiedad Horizontal.	Influenciadores: Abogados y asesores jurídicos, miembros de la Junta y el desempeño de los servicios de la competencia.
Antigüedad en el cargo: 4 años (Busca estabilidad).	Preocupación por los Costes : El coste de la solución integral, pero el coste del riesgo (pasivos laborales) le da más miedo que el precio del servicio.
PUNTOS DE DOLOR (RETO PROFESIONAL)	¿CÓMO SEVILOGIC AYUDA A LAURA?
Miedo a demandas laborales : constante miedo a tener que afrontar una demanda laboral por tener que contratar los servicios de portería y aseo semi-formales o informales como suele suceder en Cúcuta.	Tranquilidad Legal: SEVILOGIC garantiza personal 100% formal con contrataciones directas , eliminando el miedo a tener que afrontar pasivos laborales. Le entrega informes de cumplimiento para la ARL y parafiscales.
Carga Administrativa: pasar demasiado tiempo coordinando 4 o 5 proveedores diferentes (aseo, piscina, jardín, conserjería) y sus respectivos pagos.	Eficiencia Integral: un sólo contrato y un sólo punto de contacto (el Supervisor de Servicio). El modelo Facility Management reduce drásticamente su carga administrativa.
Inconsistencia en el Servicio: quejas frecuentes de vecinos en relación a la lentitud en la atención en portería o mala calidad o frecuencia del corte de jardín.	Tecnología y Calidad: la plataforma GMAO y la App permiten la atención inmediata de incidentes (rapidez de respuesta) y la atención en tiempo real de la calidad del servicio (Limpieza 6.0), reduciendo las quejas de los vecinos. [17, 2]
Proceso de Venta: Laura necesita una venta consultiva que le demuestre la relación costo -beneficio del precio premium de SEVILOGIC. La propuesta debe ser racional y fundamentada en datos y no en emociones.	Argumento de Venta: No es un gasto, es una inversión que reduce el costo de eliminación de riesgo y de la rotación de personal, aumentando el valor percibido del conjunto.

La conceptualización de Laura Martínez como Buyer Person Decisor se garantiza que todas las estrategias de Marketing y Ventas de la compañía SEVILOGIC ( desde el tono de la comunicación o mensaje hasta el contenido del folleto) , persigan la mitigación de sus miedos racionales (riesgo legal) y la satisfacción de sus necesidades funcionales (eficiencia, calidad).

### **Análisis del Buyer Persona Decisor: "Laura, la Administradora Precavida "**

El perfil de Laura Martínez es clave para la estrategia de SEVILOGIC, ya que ella es el punto de intersección entre la necesidad del mercado (tranquilidad jurídica) y la solución innovadora (el servicio formal integrado).

La descripción se centra en tres conclusiones sobre su comportamiento de compra:

**La Prioridad Máxima es Mitigar el Riesgo (no solo ahorrar):** Laura es una persona profesional analítica que tiene como principal punto de dolor el Riesgo Jurídico ( demandas laborales por informalidad en Cúcuta). Ella puede estar preocupada por el gasto, pero el costo de un juicio laboral es mucho más que el costo premium que tiene SEVILOGIC. Por lo que se le

vende el servicio SEVILOGIC como una póliza de seguro legal y no como un producto de bajo costo.

**Busca la Eficiencia para Mitigar su Carga:** Laura es consciente de la sobrecarga administrativa coordinando los proveedores. Laura quiere la eficiencia total. SEVILOGIC le ofrece un único contrato (Facility Management) y le ofrece la tecnología (App y GMAO) para delegar la supervisión e informes claros de cumplimiento (SLA) que le permiten dedicarse a otros tipos de tareas más estratégicas.

**Necesita Pruebas Objetivas (Venta Consultiva):** Debido a su perfil orientado a resultados y su necesidad de poder justificar la inversión ante la Junta de Copropietarios, a Laura nunca le van a influir en campañas publicitarias desde una perspectiva emocional. La venta tiene que ser consultada y con datos que demuestren que SEVILOGIC mejora la calidad del servicio (reduciendo las quejas de los residentes) y gestiona los riesgos de manera superior.

Laura no compra limpieza o portería; compra Tranquilidad Jurídica y Eficiencia Digital que respalda su gestión ante la propia comunidad y ante los Organismos de Control .

#### ***2.1.4 Necesidades que se esperan satisfacer del cliente y consumidor***

Se entiende que la necesidad del cliente son aquellas situaciones, aquellas necesidades, aquel deseo, aquellos problemas que provocan la demanda de un producto o servicio (Minciencias, sf; Onepark Financiamiento, sf), de tal forma que tenemos un buen punto de referencia para conocer, en profundidad, este tipo de necesidades dado que tomamos como referencia la concepción de la magnitud de las necesidades que tiene Abraham Maslow, quien propone una clasificación de que va desde las más primarias hasta la autorrealización (Maslow, 1943, en MHEducation, sf). SEVILOGIC persigue, entonces, un conjunto de necesidades muy variadas

que tienen que ver tanto con los clientes (los que contratan el servicio), consumidores, como usuarios del servicio (los que lo utilizan de forma directa).

**Clientes:**

**Necesidades de la Seguridad ( Organizacional y Financiera):** Mitigación de Riesgos Legales y Laborales: La abundancia de empresas informales en el sector exponen a los clientes a una hipotética imposición de multas o litigios (Superintendencia de Vigilancia y Seguridad Privada, sf; BizLatinHub, sf). Satisfacción de la necesidad de operar de un modo relativamente formal de acuerdo con la legislación del país, o como lo demanda el mercado de la formalidad en la contratación y el cumplimiento de obligaciones laborales y parafiscales (Auxlimpieza, sf ; Enlace, sf)

**Reducción y Optimización de Costos:** La proyección de los altos costos de las empresas de seguridad privada tradicional como una preocupación latente (Superintendencia de Vigilancia y Seguridad Privada, sf; Vigilancia La Frontera, sf; GAAT Security Group, sf). Satisfacción de la necesidad de la eficiencia del dinero, sobre todo a partir de un modelo todo - en - uno que consolida los servicios, optimiza el uso de recursos y minimiza la necesidad de varios contratos (a lo que hay que sumar la posibilidad de los ahorros en este concepto).

**Fiabilidad y Continuidad del Servicio:** La falta de confianza y la exhibición de informalidad de ciertos proveedores causa incertidumbre en el cliente que necesita poder contar con un servicio apropiado, constante, profesional y sin interrupciones, además de contar con personas sometidas a un proceso de capacitación, bien controlados y supervisadas (Porteros de Colombia, sf; Auxlimpieza, sf).

**Cumplimiento Normativo Específico:** La legislación hita 1209 de 2008 y la Resolución 4113 de 2012 requieren, entre otras, exigentes normas de seguridad y certificación (Innova

Equipos, sf; Minsalud, sf). SERVILOGIC responde a esta necesidad, presta servicios que cumplen con las normas y ayuda a evitar sanciones.

**Necesidades de Estima (Reputación y Profesionalismo):**

**Mejoramiento de la Imagen de la Propiedad:** Un entorno que está bien mantenido y gestionado ofrece un prestigio mayor y valor a la propiedad (Quickshine, sf; Lineadirecta, sf; Anna.com.co, sf). Los clientes quieren que su edificio o su conjunto residencial refleje calidad y orden.

**Profesionalización del Personal:** La falta de formación en el personal de servicios generales es un doloroso punto que satisface SERVILOGIC, que genera la necesidad del personal experto en servicio al cliente, resolución de conflictos y de técnicas específicas de aseo, piscina y jardinería, y ayuda a tener una percepción de calidad y profesionalidad (Casalimpia, sf; Scribd, sf; SENA, sf).

**Innovación y modernización:** La tecnología (aplicaciones, supervisión , automatización) satisface la necesidad de los clientes por modernizar la gestión de su propiedad , poniendo a su propiedad al día con las nuevas tendencias y mejorando la eficiencia operativa (Casalimpia, sf ; EDIFICAR GROUP, sf ; Moviasseo, sf).

**Consumidores:** Los consumidores finales, como habitantes, trabajadores o visitantes, se relacionan directamente con los servicios de SERVILOGIC en su día a día. Sus necesidades se traducen en torno a los niveles fisiológicos, de seguridad y sociales/afiliación de la pirámide de necesidades de Maslow.

**Necesidades fisiológicas (Entorno básico y confort):**

**Higiene y limpieza:** La necesidad b á sica y primordial de vivir o trabajar en un entorno limpio, desinfectado y libre de suciedad (Ladoinsa, s.f.; Misión Servir, s.f.; Gelite, s.f.). La

respuesta que presta el SERVILOGIC se refleja a través de la prestación de los servicios de aseo profesional y de uso de productos convenientes.

**Espacios funcionales y agradables:** Espacios comunes bien mantenidos, jardines cuidados, piscina limpia, etc., que se traducen en el confort y bienestar de la vida diaria (Quickshine, s.f.; Orange Country FL, s.f.).

#### **Necesidades de Seguridad (Personal y del Entorno):**

**Seguridad Personal y Control de Acceso:** Los usuarios requieren la sensación de seguridad en su entorno. El personal de portería y conserjería de SERVILOGIC logra esta necesidad al controlar el acceso de las personas y los vehículos, al estar pendiente de las anomalías como , aunque no actuando como vigilantes armados. (Lineadirecta, sf; Seinsur, sf; mas-social.es, sf).

**Infraestructura Segura y Manteniéndola:** La seguridad en las piscinas (perímetro de seguridad, alarmas) y con el mantenimiento preventivo de las instalaciones (ej. jardines libres de plagas, áreas sin peligros) resulta fundamental para que los usuarios estén tranquilos (Innova Equipos, sf; Minsalud, sf; Anna.com.co, sf).

#### **Necesidades Sociales/Afiliación (Interacción y Bienestar Comunitario):**

**Atención Cordial y Respetuosa:** El contacto diario con el personal de portería y conserjería es la clave. Los usuarios necesitan contar con un trato en el que se sienten satisfechos y ser recibidos con una atención cordial y servicial (Revfine, sf; Porteros de Colombia, sf).

**Comunicación Fluida:** La posibilidad de reportar incidencias de manifiesto o de solicitar ayuda fácilmente (ej. mediante el uso de una app) satisface la comunicación fluida y la solución de los problemas (Casalimpia, sf; Auxlimpieza, sf).

**Ambiente Comunitario Armonioso:** Un entorno bien gestionado y con servicios eficaces contribuye al clima de convivencia y la satisfacción comunitaria.

SERVILOGIC funciona en ese sentido como todo lo contrario a una potenciación de servicios de vigilancia, pues no sólo lo resolverá problemas de operatividad y financieros de las entidades que contratan los servicios, sino que les dará la calidad de vida y percepción de seguridad suficiente al usuario final, satisfaciendo sus necesidades básicas, de seguridad y de intereses en su día a día.

## 2.2 Análisis de competencia

La investigación de la competencia es una pieza clave dentro del proceso de desarrollo de un plan de negocio. Este nos permite conocer el marco del mercado, identificar a los actores principales y constituir la estrategia de diferenciación más efectiva (Minciencias, sf; Onepark Financiamiento, sf). Para SERVILOGIC el análisis de la competencia se centrará principalmente en los competidores que son directos e indirectos en Cúcuta, se evaluará sus características y el modo del posicionamiento.

### **Identificación de Competidores (Directos e Indirectos)**

El mercado de servicios generales en Cúcuta es variado y tiene muchas empresas que ofrecen una o varias de las líneas de servicios que integra SERVILOGIC.

**Competidores Directos:** Se entiende por competencia a aquellas empresas que tienen servicios similares o idénticos a los de SERVILOGIC, pero no necesariamente con el mismo modelo integral.

### **En Servicios de Aseo:**

**Casalimpia:** Empresa de renombre que presenta "aseo por días", limpieza especializada en casa, servicio de cuidado del adulto mayor. Se diferencian por la "seguridad de su personal";

el trato cordial; la capacitación de sus expertos; la aplicación móvil para agendar servicios " (Casalimpia, sf; Casalimpia, sf).

**Auxlimpieza:** se refiere a la disponibilidad de aseo por días u horas para hogares y / o empresas, dicho de otra forma, a aseos generales, cocina, planchado, cuidado de niños y adultos mayores, etcétera. Su principal rasgo distintivo es el modelo "sin cláusulas, sin cesantías, sin primas, sin liquidaciones, sin contratos" para el cliente, pues la carga administrativa y laboral la asume la empresa (Auxlimpieza, sf; Auxlimpieza, sf).

**Ladoinsa:** presta servicios de aseo y limpieza para conjuntos residenciales y pone énfasis en la disminución de virus y bacterias, control de plagas y eliminación de pequeños insectos , y mejora de la calidad de los espacios de vida (Ladoinsa, sf).

**Summar Productividad:** trabaja con productos de "Operarios de Aseo" en Cúcuta (Summar Empleo, sf).

**Americana de Servicios:** Ofrecen servicios de limpieza en instituciones para empresas y conjuntos residenciales, con la puesta en escena de protocolos de limpieza y desinfección, tratamiento de pisos y manejo de residuos sólidos (Americana de Servicios, sf).

#### **En la organización de Servicios de Portería y Conserjería (no armada):**

**Porteros de Colombia (COLPORT SAS):** Ofrecen servicios de conserjería de gran nivel, destacando el personal formado, la flexibilidad de horarios, el cumplimiento de la norma interna, la suplencia garantizada y la supervisión periódica de la calidad del servicio (Porteros de Colombia, sf).

**Umbrella Conserjería-Portería:** Se presentan como los únicos en el mercado que ostentan acreditación internacional en servicios de conserjería-portería, ofreciendo un buen

precio , calidad y un servicio excepcional al cliente. Ofrecen también servicio de todero-jardinero (Umbrella Conserjería-Porteria, sf).

**Acerca de los Servicios de Mantenimiento de Piscinas:**

**GRUPO EDIFICAR:** Presta servicios de construcción, mantenimiento y gestión de proyectos acuáticos, instalación de sistemas automáticos de filtración y recogida, calefacción solar , y la instalación de dispositivos de seguridad en cumplimiento de la Ley 1209 de 2008 (GRUPO EDIFICAR, sf; GRUPO EDIFICAR, sf).

**Abastecedora y Purificadora de Agua Cinera:** Especializados en el tratamiento y mantenimiento de aguas para piscinas, jacuzzis y espacios familiares con la oferta de ozono, medios filtrantes, desinfección y automatismos (Abastecedora y Purificadora de Agua Cinera, sf; Abastecedora y Purificadora de Agua Cinera, sf).

**Inversiones Alfa Y Omega:** Especializados en servicios de purificación y tratamiento de agua, y que se presenta como distribuidora líder de plantas de tratamiento de aguas con ozono (Inversiones Alfa Y Omega, sf).

**En la sección de Servicios de Jardinería:**

**Vivero El Rosal:** Vivero El Rosal se dedica a la jardinería y el suministro de plantas, ya que proporciona información especializada del tipo de arreglo floral, de la flora local y la decoración de jardines, junto con productos y la remodelación de zonas al aire libre (Vivero El Rosal, sf ; Vivero El Rosal, sf).

**Sociedad de Mejoras Públicas Cúcuta:** Es una empresa que hace "poda especializada" mediante el uso de automóviles con carro canasta dieléctricos para árboles de gran tamaño o muy próximos a redes eléctricas (Sociedad de Mejoras Públicas Cúcuta, sf; Sociedad de Mejoras Públicas Cúcuta, sf).

**Servicios Generales Mile SAS:** Este ciclo incluye la "Actividades de Paisajismo - Y Servicios de Mantenimiento Conexos" (Servicios Generales Mile SAS, sf).

**Competidores indirectos:** se trata de compañías que, aun cuando no ofrecen la misma gama de servicios, abordan una cuestión parecida a la de los clientes o bien proceden como una alternativa a ellos.

**Empresas de Vigilancia / Security Privada:** empresas como Vigilancia La Frontera (Vigilancia La Frontera, sf) o GAAT Security Group (GAAT Security Group, sf) ofrecen vigilancia armada. Aunque SERVILOGIC no está presente en la armada de vigilancia, ambas empresas se establecen como alternativas de costo elevado que los clientes consideran para la "seguridad", opción de la que SERVILOGIC se diferencia por el hecho de ofrecer su Asociación de Servicios Generales y Seguridad Preventiva No Armada y de un costo mucho más bajo.

**Trabajadores/ Informal / Autónomos:** Muchas personas ofrecen servicio de limpieza, jardín n o piscina de forma informal. Representan una competencia barata, pero con consecuencias de informalidad laboral y sin garantías para el cliente (Superintendencia de Vigilancia y Seguridad Privada, sin fecha; Auxlimpieza, sin fecha).

### **Competencia en el Mercado**

El mercado de los servicios generales en Cúcuta es un mercado de competencia monopolística o imperfecta, por el hecho de que existe una serie de empresas prestadoras de servicios similares, pero cada una intenta diferenciarse respecto de las otras a través de la calidad, la especialización, la tecnología, la formalidad y la propuesta de valor. No existe un producto o servicio completamente homogéneo, es decir, cada uno de los productos que ofrecen las empresas tiene un componente de diferenciación que le da cierto poder para manejar los

precios y las estrategias de competencia. SERVILOGIC, con su propuesta integral , de formalidad y de tecnología, intenta ocupar un nicho diferente en el mercado mencionado.

### **Análisis de la Competencia**

Para realizar el análisis del principal competidor y el posicionamiento de SERVILOGIC, se ha recurrido a una escala que va del 1 al 5 (1 = Muy Bajo / Debilidad, 5 = Muy Alto /Excelente) en los principales factores Producto/Servicio, Precio, Distribución y Comunicación. Se han seleccionado tres competidores significativos: Casalimpia (líder en aseo mediante tecnología), Portereros de Colombia (especialización en portería formal), y EDIFICAR GROUP (especialización en piscinas mediante alta tecnología).

**Tabla 4. Evaluación Comparativa de Competidores y SEVILOGIC**

<b>Factores</b>	<b>Características principales</b>	<b>Casalimpia</b>	<b>Porteros de Colombia</b>	<b>EDIFICAR GROUP</b>	<b>SEVILOGIC</b>
<b>Producto/ Servicio</b>	Características	4	3	3	5
	Calidad	4	4	5	5
	Portafolio	3	2	2	5
	Garantías	4	4	5	5
<b>Precio</b>	Formas de pago	4	3	3	4
	Tiempos de pago	4	3	3	4
	Descuentos	3	2	4	4
<b>Distribución</b>	Ubicación	5	4	4	4
	Cobertura	5	4	3	4
	Fuerza de ventas	4	3	3	4
<b>Comunicación</b>	Publicidad	4	3	3	4
	Estrategias digitales	4	2	3	5
	Eventos	3	1	1	3
<b>Total</b>		51	38	42	55

Fuente: elaboración propia

## **Análisis de los Resultados de la Evaluación**

La evaluación comparativa muestra el desempeño de SERVILOGIC con una puntuación total de 55, lo que lo coloca como el competidor más fuerte de los que comparamos. Esto es principalmente por su propuesta de servicio integral (Portafolio: 5), con portería, conserjería, aseo, piscinas y jardinería, lo que acaba haciendo más fácil la gestión para el cliente. Además, su acentuada calidad y garantías, unidas a las estrategias digitales (Estrategias digitales: 5), les suponen una asignación muy superior a sus competidores. La tecnología en la integración, como la aplicación propia y el monitoreo remoto, es una buena posibilidad de diferenciación respecto de lo que ofrecen a sus consumidores (los competidores actuales no lo realizan de forma tan asentada como lo hace SERVILOGIC).

**Casalimpia (Total: 51)** es un buen competidor en el segmento de aseo, con unas características de alta cobertura y estrategias digitales (app móvil) muy desarrolladas, aunque su práctica de servicio es menos integral que la que ofrece SERVILOGIC.

**GRUPO EDIFICAR (Total: 42)** se considera una empresa equivalente con respecto a la calidad y mejoras en su nicho de especialización, es decir, la de piscinas, donde aportamos la tecnología í a más avanzada. Permanece demasiado acotada a un portafolio muy específico y no consideramos que compita con la amplitud de SERVILOGIC.

**Porteros de Colombia (Total: 38)** aunque es formal y tiene el personal responsable y capacitado para su área de especialización, se configura como una oferta más pequeña y con las Estrategias digitales menos desarrolladas tratándose de SERVILOGIC y Casalimpia.

Por lo tanto, aunque el mercado de servicios integrales en Cúcuta sea competitivo y haya empresas bien establecidas en cada nicho, la propuesta de SERVILOGIC que tiene un plan común de señalización, pero muy "formalizado" en el sentido del compromiso que se da con la

formalidad, con la capacitación, con la tecnología y con la entrega de calidad, es lo que le otorga ventajas competitivas que la hacen hoy más reconocible. La posibilidad de ofrecer "soluciones no complicadas" desde un único proveedor y la promesa de innovación y cumplimiento son lo que la convierte en la empresa más. competitivos en el mercado.

### **Inconvenientes de SERVILOGIC y Estrategias de Minimización**

Aparte del estudio de competidores, un plan de negocio sólido también necesita un autoconocimiento crítico, donde se detectan debilidades del propio proyecto; esto es, donde SERVILOGIC podría ser susceptible o donde tiene que trabajar para llegar a su máxima razón de ser y / o su máxima propuesta de valor. El conocimiento permite plantear y desarrollar estrategias que tiendan a irlas minimizando y / o reforzando la operación y la propuesta de valor (Minciencias, sin fecha; Onepark Financiamiento, sin fecha).

### **Debilidades de SERVILOGIC**

Como emprendimiento recién comenzado en el ámbito de los servicios generales integrales, SERVILOGIC tiene una serie de inconvenientes que tienen que ver necesariamente con su fase determinada de nueva creación , además de un modelo de negocio innovador como el propuesto.

**Imposibilidad de Historial y Reputación:** Por ser un emprendimiento que comienza , SERVILOGIC no tiene un historial conocido y no tiene una reputación identificable en el mercado de Cúcuta. Los usuarios de los servicios de limpieza, en especial los administradores de fincas y las juntas de propietarios, Son habituar a validar la experiencia y las referencias para la contratación de los servicios en los que confían (Porteros de Colombia, sf ; Casalimpia, sf).

**Alta inversión inicial y elevados costos de explotación:** El fuerte compromiso de formalizar las relaciones laborales (ofrecer salarios competitivos, pagar las prestaciones sociales)

y la inversión en tecnología avanzada (dos desarrollos significativos tendrán el desarrollo de aplicaciones, un sistema de monitorización, un equipamiento profesional) lleva implícitos costos de inversión y de explotación más elevados que los de sus informales o que los de sus informales. modelos menos limitantes (Factorial, sf; Enlace, sf; Tienda Karcher, sf; Mercado Libre, sf; Maquitech de Colombia, sf; Business Plan Templates, sf). Eso podría derivar en precios más altos percibidos por algunos segmentos del mercado.

**Complejidad en la operación de un modelo integral:** Mancomunadamente , facilitar una serie de múltiples líneas de servicio (portería, conserjería, limpieza, piscinas, jardinería) exige contar con una coordinación interna compleja, una logística eficiente y una supervisión exigente para garantizar que la calidad se mantenga en todas ellas, de perfiles del personal y los equipos también añaden un nivel de dificultad.

**Desarrollo y Mantenimiento de la Propia Tecnología:** Pese a que la tecnología constituye un factor de diferenciación, el desarrollo y mantenimiento de una aplicación móvil y de una central de monitoreo propio pueden ser costosos, requieren tiempo y requieren personal con una capacitación técnica en TI excesiva que puede dirigir recursos de la operación central del servicio. La rápida caducidad de la tecnología es un riesgo permanente (EY, sf).

**Atracción y Retención del Talento Calificado y Formal:** En un mercado donde la informalidad impera, captar el interés y una retención del personal con un alto grado de calificación y que acepte trabajar bajo un esquema formal y con todas las prestaciones es complicado. Los sueldos promedios que puede tener la posición de algunos roles pueden ser limitados lo cual exige una buena propuesta de valor para el empleado ( OCUPACOL, sf; OCUPACOL, sf; OCUPACOL, sf ).

**Ataque a la falta de historia: Acelerada construcción de credibilidad y confianza:**

**Estrategia:** Crear reputación desde el principio a partir de la operativa con eficiencia, transparencia y comunicación del resultado.

**Acciones:**

**Proyectos piloto y testimonios:** Lanzar servicios piloto a un grupo de propiedades clave en Cúcuta, con condiciones preferenciales, a cambio de testimonios y referencias de alto nivel, documentar ampliamente el resultado del éxito y la satisfacción del cliente.

**Transparencia e informes:** Generar un sistema de informes periódicos y de transparencia respecto del resultado del servicio, el cumplimiento de criterios y las métricas y variables de calidad, emplear la plataforma tecnológica para mostrar el valor aportado.

**Alianzas estratégicas:** Presentar alianzas con constructoras, administradores de propiedades de reconocido prestigio o asociaciones del sector para las primeras validaciones y visibilidad de la inversión inicial.

**Acciones:**

**Modelo de Precios por Valor:** Comunicar que a pesar de que el precio inicial pueda ser superior al de la informalidad, la formalidad, la tecnología y la calidad que proporciona SERVILOGIC se traducen en ahorros a largo plazo (reducción de riesgo legal), mayor eficiencia, menor rotación del personal, mayor valor para la propiedad).

**Inversión por Fases:** Priorizar la inversión en tecnología y maquinaria básica para el PMV e ir incrementando la sofisticación, a medida que el negocio se expande y genera ingresos.

**Buscar financiamiento:** Explorar la opción de financiamiento para emprendedores universitarios o MiPymes o el beneficio de contar con políticas de apoyo oficial (DNP, sf; Mi PYMES , sf).

**Atacar la Complejidad Operacional: Estandarizar y GESTIONAR BIEN:**

**Estrategia:** Implementar internamente procesos de trabajo con el más alto nivel de estandarización, apoyados por un sistema de gestión que garantiza la gestión óptima y la coherencia en todas las líneas de servicio.

**Acciones:**

**Manuales de Procedimientos Operativos Estándar (SOPs):** Generar SOPs exhaustivos para cada tarea de portería, conserjería, limpieza, piscina y jardinería que garantizan la estandarización y calidad del servicio.

**Sistema de gestión integrada:** Implementar un software de gestión de servicios a través del cual poder programar, asignar tareas, realizar el seguimiento del equipo humano, controlar el inventario de suministros y gestionar incidencias de forma centralizada.

**Capacitación Cruzada y Especialización:** Capacitar a los supervisores en la gestión de Múltiples servicios y fomentar la especialización del equipo operativo en su área correspondiente , con certificaciones correspondientes (ej. CO® para piscinas, certificaciones SENA para jardinería) (Scribd, sf; SENA, sf; ACODAL, sf; 4CPO, sf).

**Ataque al Desarrollo Tecnológico: Enfoque Estratégico y Colaboración:**

**Estrategia:** Desarrollar el tecnológico de manera incremental, priorizando las funcionalidades de mayor impacto y explorando alianzas.

**Acciones: MVP Tecnológico:** Publicar la aplicación y el sistema de monitoreo de forma que contiene funcionalidades mínimas viables para generar valor inmediato (alertas, comunicación básica, reporte de incidencias) e ir iterando y a ñ añadiendo características en base a la retroalimentación del usuario.

**Alianzas con Desarrolladores:** Evaluar la posibilidad de establecer una alianza con empresas de desarrollo de software o con el talento de universidades para optimizar los tiempos y costos de la creación y mantenimiento de la plataforma.

**Ataque a la Atracción y Retención de Talento: Propuesta de Valor al Empleado:**

**Estrategia:** Diferenciar a SERVILOGIC como una Agencia de empleo atractivo que ofrece estabilidad, desarrollo dentro de la profesión, ambiental de trabajo digno.

**Acciones: Salarios Competitivos y Beneficios:** Proporcionar salarios por encima de los medios del sector, y el cumplimiento total de las prestaciones sociales y seguridad social, lo cual ya emerge como un diferenciador respecto a la informalidad (BizLatinHub, sf; Enlace, sf).

**Programas de Capacitación y Crecimiento:** Inversión continua en la capacitación del personal en habilidades técnicas y blandas (servicio al cliente, resolución de conflictos , primeros auxilios), y fomentar el crecimiento dentro de la organización.

**Cultura Organizacional Positiva:** Promotor un ambiente de respeto, reconocimiento y trabajo en equipo, que también es incentiva la retención de personal y la calidad del servicio (Service Company, sf).

A través de la ejecución de estas acciones SERVILOGIC no solo podrá mitigar sus debilidades sino además convertirlas en fortalezas que refuercen su propuesta de valor integral y su posicionamiento como organización de referencia en el mercado de servicios generales en Cúcuta.

### 2.3 Marketing Mix

El mercado se concibe como el ámbito dinámico en el que tienen lugar las interacciones accionales entre los compradores y el vendedor de los productos o servicios destinados a la oferta comercial y la negociación entre las partes (Minciencias, sf; Onepark Financiamiento, sf) y de la

manera en que se aprehende el marketing mix por un emprendimiento como SERVILOGIC en el que hacer marketing mix, en el que se manejan las estrategias de producto, precio, distribución y promoción representa la forma en la que SERVILOGIC se posiciona y logra sus objetivos comerciales.

**Estrategias de producto:** las estrategias de producto constituyen los atributos del bien o servicio del que se habla ( SBA, sf; Smartsheet, sf ) con la intención de resolver las necesidades del cliente a partir de un bien o servicio que destaque. Para SERVILOGIC lo que se entiende por "producto" no es otra cosa que la oferta de servicios generales que le propone a sus clientes.

- a. **Marca.** La marca de SERVILOGIC constituye un importante vehículo de traslado de la propuesta de confianza, profesionalidad e innovación.

- i. **Nombre.**

SERVILOGIC. Este nombre, sugiere "Servicios Logísticos generales y de conserjería", evoca eficiencia, organización y soluciones bien planificadas, adecuándose a la promesa de optimización y profesionalidad.

- ii. **Logo.**

*figura 10. Logotipo corporativo.*



Fuente: elaboración propia

### **Análisis Descriptivo de la Identidad Visual Corporativa: Caso SERVILOGIC**

El logotipo de la empresa SERVILOGIC se presenta como una composición visual equilibrada y moderna que consta en su resultado de dos elementos básicos : isotipo (el símbolo gráfico) y logotipo (el nombre de la marca en texto) que juntos, conforman el isologo cuyo significado - base es la confianza, profesionalidad y seguridad.

#### **Descripción del Isotipo (Símbolo Gráfico)**

El isotipo es una abstracción que se considera una fusión de dos elementos conceptuales en una sola forma:

**Elemento Principal (Letra Estilizada):** En color azul oscuro, toda una forma se da para asociarse a una letra "S" estilizada : inicial del nombre "SERVILOGIC" y también en el concepto del " Servicio". La parte superior de esa forma incluye un círculo que junto al trazo curvo puede ser una silueta abstracta de una persona o agente, relacionándose, por tanto, con el concepto de un servicio personalizado.

**Elemento Secundario (El Escudo):** En color dorado/ocre, se da una forma geométrica encuadrando el lado derecho de la "S". Es un escudo o cresta en parte. Simbólicamente, el escudo es considerado un arquetipo universal de protección, seguridad, solidez y garantía. Su inclusión hace referencia a que los servicios ofrecidos por la empresa son confiables, seguros y de alta calidad.

**La interacción entre los dos elementos es importante:** la "S" dinámica (el servicio) está contenida o respaldada por el escudo (la seguridad) que se representa a través de un mensaje que incluye el de la agilidad y el de la confiabilidad.

#### **Descripción del Logotipo (Tipografía)**

El nombre "SERVILOGIC" se muestra justo debajo del isotipo; en una función que le da solidez, o bien le sirve de anclaje visual. Las características tipográficas son suficientes:

**Fuente:** Se utiliza una tipografía de palo seco (sans-serif), la cual se caracteriza por la inexistencia de remates (serifs) en sus trazos. Esta elección tipográfica transmite la modernidad, claridad y accesibilidad

**Caja y Peso:** El texto está conformado íntegramente en mayúsculas (caja alta) y en un peso bastante elevado (negrita o negrita ). Esto le otorga al nombre una presencia fuerte, estable y de autoridad.

**Kerning:** El espacio entre letras (kerning) es regular y laxado, lo que garantiza una legibilidad óptima incluso en tamaños reducidos.

**La paleta de colores:** azul oscuro/marino, que significa confianza, profesionalidad y estabilidad, dorado/bronce, que se asocia a la calidad premium, la excelencia y el prestigio, y blanco, que genera limpieza y claridad. La fusión de todos los elementos simbólicos y descriptivos, así como la adecuada selección de una paleta de colores, convierte el logo en una representación gráfica muy exitosa de la propuesta de valor de SEVILOGIC.

iii. **Eslogan.** El eslogan "**SOLUCIONES INTEGRALES EN SERVICIOS ESTRATÉGICOS Y GENERALES**" El eslogan que ha sido seleccionado para comunicar de una forma muy breve y efectiva la propuesta de valor central de SEVILOGIC. " SOLUCIONES INTEGRALES " Pone en relieve la oferta conjunta suma de los servicios Múltiples (portería, conserjería, aseo, piscinas, jardinería) bajo la misma gestión lo que facilita la misma para el cliente y genera eficiencias. Constituye la respuesta a la necesidad de conveniencia ( en relación a la tipicidad del servicio ) y a la dificultad de controlar cada uno de sus contratos ( Auxlimpieza , sf).

**"Servicios Estratégicos"** Eleva el nivel de percepción de los servicios al margen de las tareas operativas y simplistas. Significa que SEVILOGIC no solo realiza, sino que aporta valor gracias a la planificación, prevención, implementación de tecnología, que son pilares significativos del nivel de inteligencia, de visión que aporta su logo.

**"y Generales"** Valida la extensión del portafolio de servicios, logrando que el público objetivo interiorice, asímíl la cobertura de todo el ciclo de sus necesidades de mantenimiento y apoyo a las propiedades. Se trata de un eslogan motivador en cuanto a que promete una solución total y de alto nivel, basándose en la aportación de confianza a la capacidad de SERVILOGIC para llevar a cabo la gestión adecuada de las propiedades de sus clientes.

**b. Diseño.** El diseño del servicio de SERVILOGIC se apoya en la experiencia del cliente y en la operativa eficiente, a través de las características y beneficios reificables

**i. Diseño del producto o características del servicio.**

SERVILOGIC ofrece un modelo de servicio u único y encargado, lo que significa que el cliente puede acceder a portería, conserjería, aseo, mantenimiento de la piscina y jardinería con un único proveedor. Esto disminuye la complejidad administrativa y no necesitar gestionar varios contratos (Auxlimpieza, sf). El servicio está formalizado, con el personal contratado legalmente, con todas las prestaciones sociales, evitando riesgos para el cliente (Superintendencia de Vigilancia y Seguridad Privada, sf; BizLatinHub, sf).

**ii. Funciones o beneficios**

**Reducción de Costos Operativos.** En la medida que se agrupan servicios y optimizan recursos, SERVILOGIC proporciona una opción más eficiente y económica que la contratación de servicios fragmentados o empresas de seguridad privada de alto costo (Superintendencia de Vigilancia y Seguridad Privada, sf; Auxlimpieza, sf).

**Tranquilidad y Confianza.** Garantizada por personal formalmente empleado , capacitado y supervisado y por el estricto cumplimiento de la normativa legal (Porteros de Colombia, sf; Auxlimpieza, sf).

**Eficiencia y Conveniencia.** Un único punto de contacto para múltiples necesidades, facilitando la gestión de la propiedad.

**Mejora de la Calidad del Entorno.** Ambientes más limpios, seguros, funcionales y estéticamente agradables, mejorando la calidad de vida de los usuarios y el valor de la propiedad (Quickshine, sf; Lineadirecta, sf; Anna.com.co, sf).

**Seguridad Preventiva.** Más que reacción, constituye la anticipación y la resolución de situaciones, sin el recurso a costosa armada de vigilancia.

### iii. Usos o aplicaciones

Los servicios de SERVILOGIC son aplicables a una amplia gama de propiedades:

**Conjuntos Residenciales y Propiedades Horizontales:** Para la gestión integral de las zonas comunes, accesos y mantenimiento de áreas verdes y piscinas.

**Edificios de Oficinas y Parques Industriales:** Para el mantenimiento de la imagen corporativa, la higiene y el control de accesos.

**Hospitales y Clínicas:** Para garantizar ambientes asépticos y seguros, imprescindibles para la salud pública (Misión Servir, sf; Ladoinsa, sf).

**Supermercados y Grandes Superficies:** Para la limpieza, orden y seguridad en espacios de alta afluencia.

**c. Transporte.** Debido a la situación especial de que SERVILOGIC sea empresa de servicios y no producto tangible que necesiten de empaque o embalaje para su venta al cliente final, entendemos que esta sección está dedicada a describir el modo en que se gestionan

los elementos y equipos requeridos para la prestación del servicio. por lo cual se pasa a la localización de las características del tipo de servicio y de la compañía para no desvirtuarlo.

**i. Empaque, embalaje (Adaptado a Servicios):**

El " embalaje " del servicio de SERVILOGIC se delimitará a la presentación profesional del personal y de los equipos.

**Personal.** Uniformes limpios, claramente visibles e identificables , profesionales , que transmiten seriedad y confianza. El personal de limpieza portará equipos de protección personal (EPP) adecuados y claramente perceptibles (Misión Servir, sf).

**Equipos y Suministros.** Los equipos destinados a la limpieza (aspiradoras, fregadoras) y a la jardinería (cortacéspedes, desbrozadoras) serán transportados y almacenados de manera ordenada y segura. Los productos químicos para limpiadores de piscina y limpieza se manejan en sus envases originales, con etiquetas claras y en conformidad con la normativa respecto a los productos químicos (Orange County FL, sf; Gelite, sf). Los vehículos de transporte de personal y equipos estarán limpios y rotulados con la marca SERVILOGIC.

**d. Descripción de APP.** SERVILOGIC desarrollará una aplicación intuitiva y fácil que podrá usar tanto los administradores de propiedades como los residentes/usuarios. Este sistema volverá a ser, en cierta medida, el centro de la interacción digital del cliente.

**Funcionalidades Clave.**

**Reporte de Incidencias.** El usuario podrá realizar su reporte en tiempo real estableciendo los problemas surgidos (mantenimiento, limpieza, seguridad, etc.), pudiendo además adjuntar fotos, así como una breve descripción de problemas de mantenimiento, limpieza o seguridad.

**Gestión de Solicitudes.** Envío de solicitudes concretas (ej. limpieza adicional, poda de emergencia, comprobación de piscina).

**Comunicación Directa.** Chat o mensajería directa con el personal de SERVILOGIC (portero, supervisor) y con la administración central.

**Notificaciones y Alertas.** Recepción de alertas de seguridad preventiva, avisos de mantenimiento programados o avisos de la administración.

**Historial de Servicios.** Acceso a los servicios realizados, incidencias que han dado lugar a tales servicios y programación.

**Encuestas de Satisfacción.** Herramienta para que los usuarios califiquen el servicio y generen retroalimentación , lo que facilitará la mejora continua.

**Realización.** El desarrollo se producirá por fases. Una primera versión (MVP) con funcionalidades básicas de reporte y comunicación será lanzada en un primer momento , y mejorará y agregará funcionalidades de forma. Basado en el feedback de los usuarios y las necesidades del mercado. Se contempla la contratación de desarrolladores externos , así como las alianzas con universidades para el desarrollo y mantenimiento.

**e. Descripción de la plataforma. Sí, aplica y complementa la APP.** Descripción de la Plataforma: SERVILOGIC implementará una plataforma de gestión interna en la nube que será el cerebro operativo del negocio. Esta plataforma estará interconectada con la APP móvil de cliente.

**Funcionalidades Clave:**

**Gestión de Personal.** Asignación de turnos, seguimiento de la ubicación del personal (si procede y con consentimiento), control de asistencia y gestión de nómina.

**Programación y Despacho de Servicios.** Planificación de tareas de limpieza, mantenimiento de piscinas y jardinería, optimizando las rutas y los recursos.

**Monitoreo Remoto Preventivo.** Integración a sistemas de cámaras o sensores (si se incorpora en un futuro ) para la televigilancia de áreas de uso común y detección de anomalías, permitiendo así realizar reacciones proactivas.

**Gestión de Incidencias.** Recepción centralizada de los reportes de la APP, atribución a equipos, seguimiento del estado y cierre de las incidencias.

**Inventario y Suministros.** Control de productos de limpieza, químicos para piscinas y materiales de jardinería; en caso de reabastecimiento, alertas.

**Reportes y Analíticas.** Generación de informes sobre la rentabilidad de la operación , la realización de las tareas, la satisfacción del cliente y las métricas del negocio.

**Realización.** La implementación de la plataforma se llevará a cabo utilizando las soluciones de software de gestión de servicios que existen en el mercado adaptadas en función de las necesidades propias de SERVILOGIC. Se buscarán plataformas escalables que permitan la integración con la app y las tecnologías futuras (Moviaseo, sf; EY, sf)

**Estrategias de Precio.** El precio se presenta como la manifestación en el plano de lo monetario y, para esto, su definición contiene un análisis muy minucioso de cada uno de los costos que componen el servicio, el margen que se quiere obtener y, por supuesto, el sistema de precios de la competencia (Minciencias, sf; Onepark Financiamiento, sf).

**Precio de la competencia.** La tasa de precios del mercado de servicios generales en Cúcuta se caracteriza por una gran heterogeneidad de precios determinada por la especialización del servicio, la formalidad del servicio y la calidad percibida por los consumidores; para evidenciar el funcionamiento del sistema de precios en este mercado se presenta una tabla

comparativa de los precios de los servicios ofrecidos que ofrece la competencia convertidos todos ellos a pesos colombianos (COP).

### **Tasas de Cambio Utilizadas para Conversión:**

1 USD = 4.000 COP (Tasa promedio de referencia para julio de 2025) (Wise, 2025 ; Banco de la República, 2025 ; Xe, 2025 ).

1 R\$ = 833 COP (Tasa implícita derivada de la conversión de R\$300 a ~COP 250.000 en la investigación) (Nautilus BR, s.f.).

**Tabla 5. Precios de la Competencia por Servicio (Valores Mensuales Estimados en COP)**

Servicio	Competidor/Fuente	Rango de Precios (COP)	Notas/Frecuencia
<b>Portería/Conserjería</b>	Umbrella Conserjería-Portería	\$6.000.000 - \$8.500.000	Mensual, según programación (7x5, 24x24, 2x2x2) y duración de contrato
	AcaNi Servicios (Toderó)	\$2.800.000 - \$3.100.000	Mensual, 46 horas/semana (L-S)
<b>Limpiafy</b>	Limpiafy	\$2.991.000 - \$3.708.773	Mensual, con descuentos por duración de contrato
	Portero/Conserje (Scribd)	\$2.500.000	Mensual
<b>Aseo y Limpieza</b>	Auxlimpieza (Casas)	\$48.000 - \$97.000	Por servicio, según dimensiones (10M a 100M)
	Casalimpia (Hogares/PYMES)	\$66.900	Por día
	Moviaseo (Ej. 2 trabajadores)	\$2.249.100	Mensual
<b>Mantenimiento Piscinas</b>	Nautilus BR (Limpieza física)	\$250.000	Mensual (1 R\$ = 833 COP)
	TikTok user (Químicos)	< \$1.400.000	Mensual (convertido de USD)
	Business Plan Templates (Básico/visita)	\$396.000 - \$596.000	Por visita (convertido de USD)
<b>Business Plan Templates (Estándar/visita)</b>	Business Plan Templates (Estándar/visita)	\$600.000 - \$1.000.000	Por visita (convertido de USD)
	Business Plan Templates (Premium/visita)	\$1.004.000 - \$1.400.000	Por visita (convertido de USD)
<b>Jardinería</b>	GoSite (Mantenimiento general)	\$160.000 - \$320.000	Por hora (convertido de USD)
	GoSite (Corte de césped)	\$100.000 - \$240.000	Por hora (convertido de USD)
	GoSite (Proyectos generales)	\$1.200.000 - \$2.800.000	Por proyecto (convertido de USD)
	GoSite (Poda y setos)	\$1.160.000 - \$2.400.000	Por proyecto (convertido de USD)

Fuente: elaboración propia

El análisis de los precios de la competencia, tal como se expone en la Tabla 4, demuestra que existe un mercado que presenta una amplia gama de precios, los cuales están relacionados con la especialización y la formalidad de los servicios. Los servicios de portería y conserjería formal específicamente 24/7 son muy caros por la complejidad que tienen los turnos y la recarga laboral. Para el servicio de aseo, las opciones son de servicio por servicio, por el día, contratos mensuales, etc. Hay variantes incluso en los servicios de piscina y jardinería, es decir, existe la opción de pago por visita, pago por hora, pago por proyecto. Además, el costo de los insumos puede ser considerable. Tal heterogeneidad en los precios representa una oportunidad para SERVILOGIC que puede desenvolverse con una estrategia de valor que sustente el precio total a partir de una propuesta de alto valor, que permita solventar los peligros que plantean los servicios fragmentados e informales.

**a. Precio que está dispuesto a pagar el cliente.**

Los clientes de SERVILOGIC, fundamentalmente administradores de propiedades y juntas de copropietarios, están dispuestos a pagar un precio que cuya estructura base gira en torno al valor y a la mitigación de riesgos. Se siente la preocupación por "reducir" el precio comparativamente a la seguridad privada armada, pero lo que se expresa no es un barco de precio bajo, sino de confianza, formalidad, eficiencia y conveniencia (Superintendencia de Vigilancia y Seguridad Privada, s.f.; Auxlimpieza, s.f.; Porteros de Colombia, s.f.). Éstos están dispuestos a pagar por un servicio que les dé tranquilidad tanto legal como operativa, por aumentar la imagen de la propiedad y por la calidad de vida de los usuarios. Pedir, solicitar o exigir la integración con tecnología y la profesionalización del personal son aspectos por los que se está dispuesto a pagar un precio superior, dado que hay una sensación de ahorro de gastos en el tiempo y una satisfacción global superior.

**b. Estrategia de precios.****i. Desarrollo de mercado.**

La estrategia de precios que ha elegido SERVILOGIC para el desarrollo del mercado. Su enfoque es la ampliación del mercado para sus servicios existentes en SERVILOGIC coincidiendo con los nuevos segmentos de clientes o nuevos territorios geográficos en Cúcuta y en otras ciudades en el futuro (DNP, s/f; Mi Pymes, s/f).

**Justificación:** SERVILOGIC no entra a competir por la única oferta del precio más bajo ya que su propuesta de valor gira en torno a la formalidad, la integración tecnológica y la cualificación de su personal. Esto nos lleva a la consideración de que una estrategia de penetración de precios bajos no responde a una coherencia lógica. Por el contrario, el desarrollo del mercado se encuentra basado en una práctica de precios orientada a la valoración (Value-Based Pricing). Lo que esto significa es que el precio será fijado en función del beneficio que perciben el cliente, dado al eventual decremento de riesgos legales, la disminución de la carga administrativa, la mayor eficacia de la actividad operativa, el incremento del nivel de la seguridad preventiva y la calidad del servicio. efectivo superior. De este modo, al dar a conocer ese valor indicado, SERVILOGIC podrá captar potenciales clientes dando una solución total y confiable, aunque el precio inicial sea más caro que la de servicios informales o el de la actividad no fragmentada . Esta opción le asegurará a SERVILOGIC, por un lado, diferenciarse de la competencia y, al mismo tiempo, captar segmentos del mercado de las actividades premium que le permitirán aumentar su tamaño y su capacidad de consolidación de la compañía.

**c. Costo y precio de venta.**

La definición de costo y precio de venta para SERVILOGIC se fundamentará en un análisis riguroso de los costos directos e indirectos y proyectará un margen de utilidad que asegure la sostenibilidad y el crecimiento.

#### **Elementos del Costo:**

**Mano de Obra Directa.** Incluye salarios del personal operativo (porteros, conserjes, operarios de aseo, piscineros, jardineros) y prestaciones sociales obligatorias (pensión, salud, riesgos laborales, caja de compensación). Cabe destacar que el salario base para estos roles suele ser el SMLMV (salario mínimo legal mensual vigente) en Colombia, que en enero de 2025 se sitúa en \$1.423.500 COP (Enlace, sf). La diferencia que generará la remuneración total y, en consecuencia, el costo para SERVILOGIC será por horas recargadas (125% del salario normal), horas nocturnas (175%), trabajo en domingos y festivos (175%), que son propios de los servicios de portería y de conserjería 24/7 (BizLatinHub, sf). Las cotizaciones a aportes a la seguridad social para el empleador ascienden a un 20.5% del SMLMV (BizLatinHub, sf; Enlace, sf).

**Impacto de la Nueva Reforma Laboral (Ley 2381 de 2024):** A partir del 1 de julio de 2025, la Nueva Reforma Laboral (Ley 2381 de 2024) será importante tener en cuenta que la Ley 2381 de 2024 establece a partir del 1 de julio de 2025 el aumento de los porcentajes de cotización al Fondo de Solidaridad Pensional (FSP) para quienes les aplica el nuevo sistema de pensiones (Actualícese, sf). Si bien el SMLMV actual está por debajo del umbral para la mayoría de las cotizaciones adicionales al FSP (que inician a partir de 4 SMLMV), esta reforma podría impactar los costos laborales de empleados con salarios más altos o se cambian los umbrales de aplicación en el futuro. SERVILOGIC deberá tener un seguimiento activo de la reglamentación de esta ley para ajustar sus proyecciones de costos laborales a partir de su puesta en marcha.

**Materiales y Suministros:** Productos de limpieza (detergentes, desinfectantes y otros químicos especializados), productos químicos para piscinas (cloro, reguladores de pH, herbicidas), fertilizantes, semillas, otros insumos de jardinería. Los precios varían desde kits básicos de limpieza (\$164.800 COP) (Bioweb, s.f.) hasta químicos para piscinas (tabletas de cloro desde \$1.900 COP) (Homecenter, s.f.).

**Equipos y Herramientas:** Adquisición y mantenimiento de aspiradoras industriales (\$489.900 COP - \$4.680.000 COP) (Falabella, s.f. ; Tienda Karcher, s.f. ), fregadoras (\$89.250 COP - \$11.473.000 COP) (Mercado Libre, s.f. ; Maquitech de Colombia, s.f. ), cortacéspedes (\$1.419.000 COP - \$4.999.000 COP) (Equipmaster, s.f. ), desbrozadoras (\$169.900 COP - \$2.600.000 COP) (Mercado Libre, s.f. ; Agropaisa, s.f. ), y herramientas manuales de jardinería (\$12.900 COP - \$169.900 COP) (Mercado Libre, s.f. , ).

**Costos Indirectos y Administrativos:** Alquiler de oficinas, servicios públicos, seguros (responsabilidad civil general: \$400-\$750 USD anuales, equivalentes a **\$1.600.000 - \$3.000.000 COP** anuales, considerando 1 USD = 4.000 COP) (Insureon, s.f. ; Kinsta, s.f. ), gastos de marketing, mantenimiento de la plataforma tecnológica, honorarios de asesorías (contables, legales), y gastos de transporte de personal y equipos (Factorial, s.f. ; Tickelia, s.f. ).

**Tabla 6. Presupuesto de Costos y Servicios (Estimación Mensual para un Conjunto Residencial Mediano):**

Concepto de Costo	Detalle	Cálculo (COP)	Costo Mensual (COP)
<b>I. Mano de Obra Directa</b>			
Personal Portería/Conserjería (3.5 FTEs)	Salario base (SMLMV) x 3.5	1,423,500 x 3.5	4,982,250
	Recargos (estimado 30% sobre base por turnos 24/7)	4,982,250 x 0.30	1,494,675
	Aportes Seguridad Social (20.5% empleador sobre SMLMV)	4,982,250 x 0.205	1,021,361
<b>Subtotal Portería/Conserjería</b>			<b>7,498,286</b>

Personal Aseo (1 FTE)	Salario base (SMLMV) x 1	1,423,500 x 1	1,423,500
	Aportes Seguridad Social (20.5% empleador sobre SMLMV)	1,423,500 x 0.205	291,817
<b>Subtotal Aseo</b>			<b>1,715,317</b>
<b>Subtotal Mano de Obra Total</b>			<b>9,213,603</b>
<b>II. Materiales y Suministros</b>	Productos de limpieza, químicos piscinas, fertilizantes, etc.	Estimado	1,000,000
<b>III. Equipos y Herramientas</b>	Depreciación/Mantenimiento de aspiradoras, fregadoras, cortacéspedes, etc.	Estimado	1,500,000
<b>IV. Costos Indirectos/Administrativos</b>	Alquiler, servicios públicos, seguros, marketing, TI, asesorías	Estimado 25% de Costos Directos (I+II+III)	2,928,401
<b>Costo Total Mensual Estimado</b>			<b>14,642,004</b>
<b>Precio de Venta Sugerido (25% margen de utilidad)</b>	Costo Total / (1 - Margen de Utilidad)	14,642,004 / 0.75	<b>19,522,672</b>

La propuesta de presupuesto (Tabla 5) muestra que el costo total mensual aproximado para SERVILOGIC al ofrecer un servicio global a un conjunto residencial de tamaño mediano es de \$ 24.570.339,00 COP. La mano de obra directa que comprende los salarios más las prestaciones sociales es la que presenta un peso mayor dentro de los costos, en parte, porque se da cobertura a turnos 24x7 con la recarga correspondiente. De establecer un margen de utilidad del 25%, el precio de venta estimado será de \$ 25.000.000,00 COP. Este aspecto demuestra la necesidad de una adecuada gestión del personal a la vez que pone en relevancia la importancia de la garantía de la legalidad del servicio y la calidad de este.

#### **Análisis Comparativo del Precio de Venta:**

Para ofrecer una imagen del posicionamiento de los precios que tiene SERVILOGIC respecto a la competencia, se establece una tabla que realiza la comparación y detalla los costos estimados de contratar los servicios de manera fragmentada versus la solución global que obtiene SERVILOGIC.

Tasas de Cambio Utilizadas para Conversión: 1 USD = 4.000 COP; 1 R\$ = 833 COP

(implícito).

**Tabla 7. Comparación de Precios: Servicios Fragmentados vs. SERVILOGIC (Valores Mensuales Estimados en COP)**

Concepto de Servicio	Rango de Costo Mensual Estimado (COP) - Contratación Fragmentada (Formal)	Costo Mensual Estimado (COP) - SERVILOGIC (Solución Integral)
Portería/Conserjería (formal, con recargos)	\$2.500.000 - \$10.100.000 (Scribd, Acaniservicios , Limpiafy , Umbrella )	Incluido en el precio integral
Aseo (formal, mensual)	\$2.249.100 (Moviaseo)	Incluido en el precio integral
Piscinas (formal, mensual, incluyendo químicos y mano de obra)	\$250.000 (Nautilus BR) - \$1.400.000 (TikTok, convertido de USD)	Incluido en el precio integral
Jardinería (formal, mensual, incluyendo insumos y mano de obra)	\$1.200.000 - \$2.800.000 (GoSite, convertido de USD)	Incluido en el precio integral
<b>Costo Total Fragmentado (Rango Estimado)</b>	<b>\$6.199.100 - \$16.549.100</b>	<b>\$19.522.672</b>

El análisis de la **Tabla 6** indica que, aunque el precio integral de SERVILOGIC de \$19.522.672 COP puede estar por encima del rango más bajo de la suma de servicios contratados de manera fragmentada, la diferencia entre uno y otro se podría explicar por la propuesta de valor del proyecto. La contratación fragmentada, aunque a veces parezca más económica, no recoge en su totalidad ningún recargo de los factores laborales, las tareas administrativas de manejar múltiples proveedores y / o la calidad del trabajo de supervisión e integración que SERVILOGIC puede ofrecer. La propuesta de SERVILOGIC de un único proveedor formal, dentro de la garantía de calidad y tecnología, incluye y mitiga riesgos y situaciones legales y operativas con la tranquilidad y eficiencia que los precios fragmentados muchas veces no recogen. Por esto, los clientes que priorizan la formalidad, la eficiencia o la profesionalización

estarán dispuestos a pagar por esta propuesta integral, incluso mejorando los valores a largo plazo y la reducción de problemas que SERVILOGIC les plantea.

**Estrategia de distribución.** La estrategia de distribución se refiere a aquel método mediante el cual la empresa SERVILOGIC pondrá a disposición del cliente servicios. La estrategia de distribución definirá los diferentes canales por los cuales se producirá la oferta comercial. Teniendo en cuenta que SERVILOGIC ofrece servicios intangibles, la "distribución" se refiere especialmente a cómo llegar a que facilitar la oferta y la contratación del servicio.

**a. Distribución Offline:**

La distribución offline de SERVILOGIC se concretará en establecer contacto directo y crear relaciones de confianza en la actividad local.

- i. Centro comercial
- ii. Almacenes de cadena
- iii. Minorista
- iv. Tienda propia.
- v. Mayoristas

Estos canales no pueden ser aplicados según la forma tradicional de comercializar los servicios integrales de SERVILOGIC, ya que no puede haber un producto en un punto de venta convencional.

- vi. **Asesores de ventas.** Sí, aplicable.

SERVILOGIC tiene previsto disponer de un equipo de asesores de ventas especializados en el sector de propiedad horizontal y empresarial.

**Cómo se realizará.** Los asesores venderán su propuesta de forma presencial a administradores de conjuntos residenciales, miembros de consejos de administración, gerentes de

planta y sean de servicios generales; venderán su propuesta a través de la presentación de la propuesta de forma presencial, resolverán dudas y se convertirán en un nexo de confianzas con la persona / las personas a las que se informarán los mensajes de ventas. Una venta consultada será determinante, llevando a cabo el discurso de ventas a partir de los beneficios de la solución integral de SERVILOGIC.

**vii. Otro (Contacto Directo y Eventos Sectoriales)**

**Contacto Directo.** Prospección activa mediante bases de datos sobre propiedades horizontales y empresas en Cúcuta. Llamadas telefónicas y correos electrónicos para la posibilidad de agendar reuniones.

**Ferias y Eventos Sectoriales.** Asistencia a ferias inmobiliarias, eventos de administradores de edificios de propiedad horizontal o congresos empresariales en Cúcuta y la región; esto permitirá a SERVILOGIC presentar su propuesta de valor de manera directa a un público objetivo concentrado y generar leads cualificados.

**b. Distribución Online.** La distribución online supone otro pilar básico para la visibilidad, la captación de leads, la interacción con el cliente, etc.; Además, permite aprovechar la naturaleza tecnológica aplicada por SERVILOGIC.

**i. Marketplace.** (No directamente aplicable).

Los Marketplace suelen ser para productos o servicios de un determinado nivel de estandarización. Los servicios integrales de SERVILOGIC requieren de cotización personal y de una manera de relación más directa.

**ii. Redes sociales (Instagram, Facebook, LinkedIn):** Sí, aplicable.

**Cómo se realizará.** La creación y gestión de perfiles profesionales en estas plataformas. Se utilizarán para mostrar contenido que tenga valor (casos de éxito, testimonios, vídeos

explicativos de los servicios y de la tecnología), interactuar con la audiencia, generar notoriedad de marca y redirigir tráfico a la web. LinkedIn será clave para conectar con administradores y gerentes.

**iii. Catalogo virtual.** Sí, aplicable.

**Cómo se realizará.** Se anterior es una parte del sitio web del SERVILOGIC dedicada a describir con detalle cada uno de los servicios (portería, conserjería, aseo, piscinas, jardinería), sus características, beneficios y los paquetes de los que disponen. Incluirá imágenes y si es posible vídeos demostrativos.

**iv. Sitio web.** Sí, aplicable.

**Cómo se realizará.** Un sitio web profesional y optimizado para SEO (Search Engine Optimization) que es el centro neurálgico del SERVILOGIC . Contendrá la información completa sobre la empresa, la propuesta de valor, los servicios, los testimonios, un blog con información útil (ej. consejos sobre mantenimiento, legislación), y un formulario de contacto claro para solicitar una oferta o información.

**v. E-commerce propio.** (No directamente aplicable).

Dado que los servicios son a medida y suponen cotización a medida, la transacción de comercio electrónico es un modelo no aplicable. No obstante, el sitio contará con funcionalidades para solicitar cotizaciones y gestionar la contratación.

**c. Aprovevisionamiento:** (Gestión de Proveedores y Logística Interna).

El aprovisionamiento alude a si SERVILOGIC obtendrá los recursos (materiales, equipos, personal) necesarios para la prestación de sus servicios y cómo gestionará su logística interna.

**i. Transporte:** (interno de la empresa).

**Cómo se realizará.** SERVILOGIC dispondrá de su propia flota de vehículos o arrendadores (camionetas, furgonetas) para el transporte de personal, equipos (aspiradoras, cortacéspedes, herramientas de jardinería) y suministros (productos de limpieza, químicos para piscinas). Los vehículos estarán rotulados con el logo SERVILOGIC para reforzar la imagen profesional. Se estimarán rutas eficientes para optimizar tiempos y costes de combustible.

**ii. Como llevará los inventarios (si los hay)**

**Cómo se realizará.** Se implementará un sistema de gestión de inventarios que permitirá realizar un seguimiento de los suministros consumibles (productos de limpieza, productos químicos para las piscinas, fertilizantes, etc.) y del equipamiento a través de la plataforma de gestión interna (mencionada en Estrategias de Producto) que cuenta con un módulo de inventario que permite controlar entradas y salidas, hacer un seguimiento del stock y generar alertas para reabastecer y asegurar la disponibilidad de insumos. Para evitar interrupciones en el servicio, se implementa el método de gestión de inventarios.

**iii. Como será el proceso de pedidos: (a proveedores).**

**Cómo se realizará.** El proceso de pedidos a proveedores será centralizado y digitalizado mediante la plataforma de gestión, construyendo relaciones con los proveedores mayoristas confiables que ofrecerán precios competitivos y garantizarán la calidad de los suministros. Los pedidos se irán generando automáticamente al alcanzar los niveles mínimos predefinidos de inventario o manualmente por los supervisores. Se intentará buscar proveedores de insumos que permitan las entregas a domicilio y las condiciones de pago.

**iv. Formas de pago. (a proveedores).**

**Cómo se realizará.** SERVILOGIC establecerá políticas de pago a proveedores que aseguren la optimización en el flujo de caja, sin menoscabar la existencia de relaciones sólidas y Fiables.

**Transferencias Bancarias.** Esta será la forma de pago prioritaria ante la gran parte de los proveedores, dado que ofrece la posibilidad de trazabilidad y de pagar de una forma más eficiente.

**Pagos a Crédito (Neto 30/45 días).** Se establecerán plazos de pagos a crédito (ej. 30 o 45 días netos) con aquellos proveedores fundamentales de material o de equipos para optimizar así el capital de trabajo; permitirá a SERVILOGIC generar ingresos hasta incluso antes del pago a los proveedores, mejorando, así como la liquidez.

**Descuentos por Pronto Pago.** Se buscarán proveedores que puedan ofrecer un descuento por la realización de pagos por adelantado (ej. 2/10 Net 30), lo que supondrá un ahorro directo en los costes de aprovisionamiento.

**Pagos con Tarjeta Corporativa:** Para las compras menores o urgentes, se emplearán las tarjetas de empresa que permitan un control de gastos y una conciliación eficaz.

**Evaluación de Proveedores.** Las políticas de pago de la empresa se articularán en un sistema de evaluación de proveedores que tenga en cuenta no sólo el precio y la calidad, sino también la confiabilidad de la entrega y la flexibilidad de las condiciones de pago. Se favorece a los proveedores que ofrezcan unas condiciones favorables, además de tener interés en la calidad y la sostenibilidad.

**Política de Pagos a Proveedores.** La política de SERVILOGIC será la de pagar a los proveedores de forma puntual y en función de los términos pactados. Se intentará crear relaciones a largo plazo fundamentadas en la confianza y el beneficio de ambas partes. En el

caso de nuevos proveedores o de un volumen pequeño, se puede empezar con pagos al contado o plazos cortos para posteriormente ir ampliando los créditos con el transcurso del tiempo y la existencia de una relación de confianza. La gestión de estas políticas será centralizada a través de la plataforma de gestión interna con la finalidad de conseguir eficacia y cumplimiento.

**Estrategia de distribución:** La estrategia de promoción y comunicación de SERVILOGIC se centrará en la construcción de una buena marca, la generación de confianza y la educación del mercado acerca del valor que ofrecen sus servicios integrales, mediante una estrategia que contempla los medios offline y online.

**a. Canales Offline.**

A pesar de que el enfoque será netamente digital, algunos canales "offline" son imprescindibles para establecer credibilidad y realizar una serie de acciones de prospección directa en la zona local; como, por ejemplo:

- i. Televisión
- ii. Radio
- iii. Presa

Dichos canales suelen incurrir en gastos excesivos y su radiodifusión masiva no es la más eficiente para atacar un nicho de mercado tan específico como son los administradores de propiedades; Sólo lo podríamos plantearnos aquí si se consideran futuras fases de expansión.

- iv. **Patrocinio.** Sí, aplicable.

**Cómo se realizará.** Patrocinio de eventos locales relevantes para administradores de propiedades, juntas de copropietarios o asociaciones empresariales en Cúcuta. De esa forma, se incrementará la visibilidad de la marca y se producirá un "networking" directo con posibles clientes.

- v. **Ferías.** Sí, aplicable.

**Cómo se realizará.** Asistir a ferias del sector inmobiliario, de construcción o de servicios para propiedades en Cúcuta y la región; habilitar un stand atractivo donde poder demostrar la propuesta de la unidad de valor integral del producto ofrecido, la tecnología (ej. demo de la App) y el profesionalismo del personal.

- vi. **Vallas**
- vii. **Volantes.**

**No aplicable inicialmente.** Estos medios masivos pueden ser menos efectivos en el público objetivo específico de SERVILOGIC, y no pueden transmitir la imagen de profesionalismo y tecnología permitida.

- viii. **Otros...** (Networking y Relaciones Públicas).

**Networking Directo:** Asistir a reuniones de asociaciones de administradores de propiedades, de cámaras de comercio y de eventos empresariales para generar contactos clave y generar referidos.

**Relaciones Públicas:** Buscar oportunidades de que el fundador o expertos de SERVILOGIC sean ponentes en esos eventos o sean entrevistas y escritos en los medios especializados del sector, alcanzando así el objetivo de ser considerados líderes de opinión en la temática de la gestión de propiedades y la seguridad preventiva

#### **b. Canales Online.**

Los canales online serán el epicentro de la estrategia de comunicación de SERVILOGIC, proporcionando alcance segmentado y continuidad en la interacción.

- i. **Instagram** Sí, aplicable.
- ii. **Facebook** Sí, aplicable.

**iii. LinkedIn** Sí, aplicable.

**Cómo se realizará.** Creación de contenido visual atractivo (fotos y vídeos de propiedades bien cuidadas, personal trabajando, demostraciones de la app) y publicaciones que hablan de los beneficios que aportan los servicios integrales, la sostenibilidad, la formalidad. Se utilizará publicidad segmentada orientada a los administradores de propiedades y a empresas. LinkedIn será un medio clave para el B2B.

**iv. Twitter.** No aplicable inicialmente.

El formato Twitter Podría resultar poco adecuado para canalizar la complejidad y el valor de los servicios de SERVILOGIC.

**v. WhatsApp.** Sí, aplicable.

**Cómo se realizará:** Uso de WhatsApp Business para la atención a los clientes, gestión de consultas rápidas, envío de presupuestos, la forma de contactar a los clientes existentes. Se incorporará como un canal de soporte y ventas.

**vi. YouTube.** Sí, aplicable.

**Cómo se realizará:** Se creará un canal de YouTube con contenidos en formato de vídeos de presentación de los servicios, de tutoriales para el uso de la aplicación, de testimonios de clientes y de consejos de mantenimiento de propiedades; todo ello para ayudar a Educar a la oferta y generar Autoridad.

**vii. Sitio Web.** Sí, aplicable.

**Cómo se realizará:** La web será el centro de la estrategia digital, con contenido orientado al SEO, formularios de contacto, blog actualizado y secciones de servicios junto a la propuesta de valor tecnológico.

**viii. Blog.** Sí, aplicable.

**Cómo se realizará:** También se pondrán en marcha publicando de manera regular artículos de blog de interés para administradores de propiedades y empresas (por ejemplo: Beneficios de la formalidad en servicios; Cómo la tecnología mejora la seguridad en tu conjunto; Guía de mantenimiento sostenible de piscinas); el fin de lo cual permitirá atraer tráfico orgánico y posicionar a Servilogic como experto.

**ix. Webinars.** Sí, aplicable.

**Cómo se realizará:** Realización de webinars gratuitos destinados a administradores y consejos de propiedad horizontal desde la temática de "Gestión eficiente del inmueble con tecnología" o "Cumplimiento legal en materia de los servicios generales. Esto permitirá generar leads cualificados en el mercado, y situar la marca SEVILOGIC como un referente en la temática.

**x. Podcasts.** No aplicable inicialmente.

Requiere una gran inversión en producción, y una audiencia muy determinada. En fases avanzadas podría ser factible.

**xi. Email marketing.** Sí, aplicable.

**Cómo se realizará:** Creación de una base de datos de leads (por medio de la web, webinars, ferias, etc.) para el entorno de newsletters, ofertas personalizadas, avisos de servicio, contenido de valor. El email marketing será clave para activar el lead y mantener la relación con los clientes actuales.

**c. Tácticas para retener.**

La retención de clientes es clave para la sostenibilidad y el crecimiento a largo plazo de SERVILOGIC.

**i. Email marketing (Generar ventas)** Personalizado y contextualizado.

**Cómo se realizará:** Comunicaciones personalizadas dirigidas a los clientes, ya sea para ofrecer nuevos servicios complementarios, recordatorios de mantenimiento estacional (p.ej., preparar la piscina antes del verano), promociones exclusivas. El contenido será realmente relevante y tendrá en cuenta las necesidades concretas de cada propiedad.

**ii. Perfiles de empresa en redes.** (Interacción y Soporte).

**Cómo se realizará:** Mantener una presencia activa en las redes sociales para interactuar con los clientes, resolver sus comentarios, responder a sus preguntas y ofrecer soporte ágil. Fortalece las relaciones y la lealtad.

**iii. Bases de datos.** (CRM y Gestión de Relaciones).

**Cómo se realizará:** Hacer uso de un sistema CRM (Customer Relationship Management) para gestionar la información de los clientes, el historial de los servicios, las preferencias, la retroalimentación luego de los servicios prestados. Facilitar la atención dentro de una relación más personalizada y proactiva anticipando sus necesidades.

**iv. Eventos.** (Fidelización y Comunidad).

**Cómo se realizará:** Organización de eventos exclusivos para los clientes (por ejemplo: talleres de seguridad en propiedades charlas de sostenibilidad en jardinería), reuniones periódicas con administradores para recoger feedback y conocer bien al cliente. Esto será un medio para crear comunidad y sentido de pertenencia.

**v. Palabras clave.** Explique cuales usará (Keywords).

**Cómo se realizará:** Las palabras clave las usaremos sobre todo en las estrategias de adquisición y visibilidad online (SEO, publicidad digital) no como táctica de retención. Aunque la coherencia en el mensaje de marca (confianza, integralidad, tecnología, formalidad) con estas palabras clave colaboran fuertemente a la construcción de la identidad de SEVILOGIC y a la

fidelización del cliente . Ejemplos de palabras clave: "servicios generales Cúcuta", "portería formal Cúcuta", "aseo profesional edificios", "mantenimiento piscinas legal", "jardinería sostenible Cúcuta", "gestión integral propiedades".

### **Ventaja Competitiva:**

La competitiva de SERVILOGIC se encuentra en su singular capacidad de ventaja para ofrecer soluciones de gestión de propiedades completas, en combinación con una tecnología propia de integración (móvil y de monitoreo preventivo) y un equipo humano legalmente contratado y con una formación completa. Esta propuesta de valor no considera únicamente por la reducción de costos y la complejizarían de las distintas administraciones del cliente, sino que además tiene un efecto en la confianza y cercanía, con lo que SERVILOGIC pasa de ser un proveedor a un socio estratégico de las propiedades en lo que se refiere a seguridad y bienestar. La visión y la experiencia del fundador, Erwin Caicedo, desarrolla una metodología del servicio de atención al cliente con un alto contenido de personalización y de generación de proactividad, la cual no resulta fácil de replicar, fortaleciendo a SERVILOGIC como una de las organizaciones de profesionalismo e innovación en el mercado.

## **2.4 Tendencias del mercado**

### **CAPÍTULO III Modulo Técnico u operación**

#### **3 Modulo Técnico u operación**

##### **3.1 Descripción del Proceso**

SERVILOGIC proporciona un Servicio Integral de Gestión de Propiedades, que le proporciona total de soporte para lo operativo y de mantenimiento a conjuntos residenciales, a edificios corporativos, a hospitales y a grandes superficies en Cúcuta, Colombia. El servicio integral elimina el reto de tener que gestionar Múltiples proveedores, ya que es capaz de integrar

bajo la misma administración las funciones de portería, conserjería, aseo, mantenimiento de piscinas y jardinería.

La esencia del servicio es la formalidad y la profesionalización. Para SERVILOGIC el personal de servicio está contratado a través de un contrato laboral, formado en cliente, resolución de problemas y por protocolos de seguridad preventiva, aspecto que garantiza un servicio confiable y que evita riesgos jurídicos para el cliente (Auxlimpieza, sf; Portero de Colombia, sf; Superintendencia de vigilancia y seguridad privada, sf.).

La integración de la tecnología es uno de los ingredientes principales de la oferta de SERVILOGIC, una aplicación móvil de uso comprensible para la comunicación directa con los residentes y con la administración de las fincas, a través de la cual se podrá avisar a la empresa de la aparición de incidencias, poder solicitar informes, recibir información y noticias. Además, una plataforma de gestión interna con la cual SERVILOGIC puede orientar de manera remota la vigilancia preventiva y optimizar la programación y el entorno de los servicios que sirve para mejorar la capacidad de respuesta y la operativa (Moviaseo, sf; EY, sf).

Este servicio está caracterizado por su enfoque en aquello que se conoce como calidad, eficiencia y sostenibilidad. La categoría de aseo será atendida mediante la utilización de productos profesionales y productos sostenibles (Misión Servir, sf; Orange County FL, sf). La categoría de jardinero favorece la aplicación de plantas nativas y el control biológico de plagas (Anna.com.co, sf; Quickshine, sf). La categoría del mantenimiento de piscinas garantiza el cumplimiento de las normativas de seguridad e higiene, con certificado personal y mediante soluciones avanzadas de tratamiento de agua. (Innova Equipos, s.f. ; Minsalud, 2012 ).

El servicio de mantenimiento presenta innovación en el proceso y en el producto con un valor diferenciador, no es un conjunto de tareas sino una solución estratégica para tranquilidad,

optimización de gastos y mejora de la calidad de vida y de la seguridad de las propiedades y sus ocupantes Innovación en proceso y producto (valor diferenciador).

### 3.1.1 Ficha Técnica del Producto o Servicio

La tabla siguiente sintetiza las características técnicas básicas del servicio de gestión integral de propiedades que ofrece SERVILOGIC.

**Tabla 8. Ficha Técnica del Servicio Integral de Gestión de Propiedades SERVILOGIC**

Ítem	Descripción
Nombre del Producto o Servicio	Servicio Integral de Gestión de Propiedades SEVILOGIC
Presentación	Solución unificada y centralizada para la gestión operativa y el mantenimiento de propiedades. Se presenta como un servicio "sin complicaciones" para el cliente, con un único punto de contacto y responsabilidad. La formalidad del personal (uniformado y con EPP adecuado) y la interfaz tecnológica (aplicación móvil y plataforma web) son parte integral de su presentación.
Cantidad	Paquete de servicio mensual adaptable a las necesidades específicas de cada propiedad (ej. número de porteros/conserjes, frecuencia de aseo, visitas de piscinero/jardinero). La unidad base de cálculo es el "Servicio Integral Mensual para un Conjunto Residencial Mediano".
Duración	Contratos de servicio con duración mínima de 12 meses, renovables anualmente. Posibilidad de contratos a más largo plazo con beneficios y descuentos por fidelidad.
Información Adicional	<p>Servicios Incluidos: Portería, Conserjería, Aseo y Limpieza de Áreas Comunes, Mantenimiento de Piscinas (limpieza, químicos, seguridad), Jardinería y Zonas Verdes (corte, poda, control de plagas).</p> <p>Diferenciadores Clave:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tecnología Propia: Aplicación móvil para reporte de incidencias, solicitudes y comunicación; plataforma de gestión interna para monitoreo y optimización.</li> <li>- Personal Formal y Capacitado: Empleados legalmente vinculados, con formación continua en servicio al cliente, seguridad preventiva y técnicas específicas de cada área.</li> <li>- Enfoque en la Formalidad y Cumplimiento Legal: Mitigación de riesgos laborales y legales para el cliente.</li> <li>- Sostenibilidad: Uso de productos ecológicos y prácticas de mantenimiento ambientalmente responsables.</li> <li>- Seguridad Preventiva: Asesoría y enfoque proactivo en la prevención de incidentes, sin recurrir a vigilancia armada costosa.</li> </ul>

### **Análisis de la Ficha Técnica del Servicio:**

La Ficha Técnica permite condensar, de una manera simplificada y explícita cita, la propuesta de valor de la SEVILOGIC. El nombre del servicio hace patentar la idea de servicio integral. La presentación manifiesta como el mejor e idóneo un problema que se puede resolver en una misma solución, así como la profesionalidad gráfica del personal y la tecnología. La cantidad y duración indican la flexibilidad y el compromiso a largo plazo con el cliente.

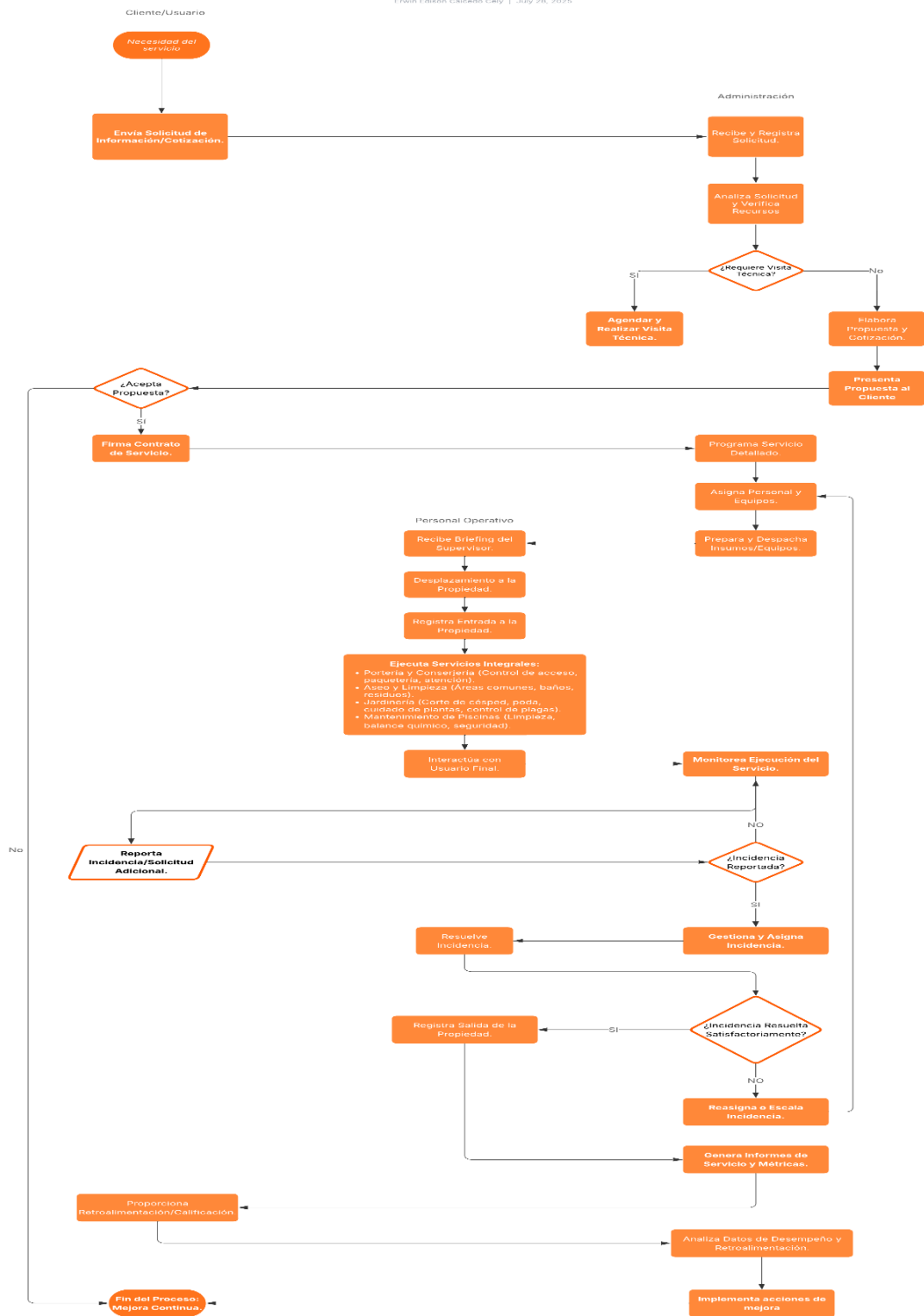
En la parte de Información Adicional es donde se enfatizan los diferenciadores que se muestran en SERVILOGIC: la integración de la tecnología, la formación y formalidad del personal; el cumplimiento legal y la sostenibilidad, el resultado de los cambios; el enfoque en la seguridad preventiva. La ficha técnica del servicio permitirá que los clientes puedan ser eficientes en su uso facilitando a los clientes potenciales descubrir el alcance y los valores diferenciadores que ofrece la SERVILOGIC.

### ***3.1.2 Diagrama de flujo de producción o del servicio***

El Diagrama de flujo representa de manera gráfica la sucesión de las operaciones, decisiones y flujos de información que forman un proceso (Minciencias, sf). Para SERVILOGIC, constatar el flujograma de su servicio integral es muy importante a la hora de evidenciar la efectividad y la lógica del funcionamiento de la función del servicio.

***figura 11. Flujograma.***

Diagrama de flujo  
Erwin Edison Calcedo Gely | July 26, 2025



### **3.1.3 Recursos necesarios para operación óptima**

Para asegurar la eficiencia, la continuidad y la calidad de la prestación de los servicios integrales que abarcan portería, conserjería, aseo, jardinería y el mantenimiento de piscinas en las que se interrelacionan aspectos operativos y de gestión, SERVILOGIC necesita tener los recursos necesarios en los siguientes cuatro campos: humano, tecnológico, físico y financiero. Cada uno de esos elementos constituye un soporte básico para que sus operaciones puedan hacerse de una manera operativa aceptable y sostenible.

#### **Recursos humanos**

El talento humano supone el principal activo de SERVILOGIC. Contamos con personal operativo de forma formalmente vinculada, dotado de una formación específica dependiendo del servicio que se considere: porteros y conserjes con la formación en la atención al cliente y la seguridad preventiva; y personal de aseo tratándose a la acción y los procedimientos que suponen la limpieza industrial (Limpieza 6.0) si se considera el caso; jardineros que dominan los componentes de la jardinería sostenible; y operadores de piscina (CPO® Certified Pool Operator). Adicionalmente, será necesaria una pieza del equipo de administración y supervisión, la cual consistirá en la figura de un director operativo, la figura de supervisores de servicios, y el personal de apoyo en áreas de talento humano, contabilidad y de servicio al cliente, el cual velará por la adecuación de los estándares de calidad y por el adecuado acompañamiento de la gestión de contratos.

#### **Recursos tecnológicos**

Se incorporarán herramientas tecnológicas orientadas a optimizar la gestión interna y la comunicación con el cliente. En este sentido se incorporará el uso de una aplicación móvil (APP), la cual servirá para la comunicación en el reporte y seguimiento de incidencias, y por el

uso de una plataforma de mantenimiento GMAO/CMMS, la cual servirá para planificar y controlar las tareas operativas.

### **Recursos físicos y logísticos**

Incluirá la instalación de una sede administrativa y bodega central en Cúcuta, donde se coordinarán las operaciones, guardando los equipos, insumos y uniformes; vehículos tipo van o camionetas para transportar al personal y a los elementos requeridos entre las diferentes sedes atendidas.

Los uniformes corporativos, los elementos de protección personal (EPP) y los puntos de control logísticos son recursos físicos que permitirán mostrar una imagen profesional y asegurar la seguridad en la operación.

### **Recursos Financieros**

Tendrá un monto de inversión inicial proyectado por valor de \$110.000.000 COP, de los cuales \$60.000.000 corresponden a capital propio y \$50.000.000 a crédito con respaldo del Fondo Nacional de Garantías (FNG); será una capitalización que permita la compra de equipos, el desarrollo tecnológico, la dotación inicial de personal y los gastos administrativos de formalización.

El capital de trabajo permitirá mantener la operatividad en los primeros meses de la operación concibiendo cubrir los costos fijos y los variables, logrando estabilidad financiera y cumplimiento de los compromisos laborales y contractuales.

Todos estos recursos permitirán una operación eficiente, moderna y sustentable que cierran la propuesta de valor de SERVILOGIC en el marco de la formalidad laboral, la innovación tecnológica y la excelencia de la prestación del servicio.

### 3.2 Diseño de planta (Cuando sea pertinente)

Pese a que SERVILOGIC es una empresa de servicios que desarrolla sus actividades en las instalaciones de los clientes, el rumbo actual de SERVILOGIC prevé que, a medida que la empresa crezca y se consolide, la compañía genere su propia sede administrativa y logística en la ciudad de Cúcuta. Esta sede central tendrá como objetivo ser el punto de partida para la planeación, coordinación y control de las operaciones y del almacenamiento de equipos y suministros.

El diseño que se prevé es de carácter funcional, con el objetivo de optimizar el flujo del trabajo y del control de los recursos, insertándose los siguientes espacios o áreas:

**Área administrativa:** se destina para la dirección general, operaciones, gestión comercial, talento humano y atención al cliente.

**Área de coordinación operativa:** donde los supervisores planifican las rutas, programan los turnos y verifican el establecimiento de los protocolos de servicio en campo.

**Bodega y zona de mantenimiento:** podemos encontrar la zona de almacenamiento de herramientas, equipos industriales de limpieza, insumos de jardinería y productos de mantenimiento de piscinas. También se contempla la realización de un pequeño taller para llevar a cabo el mantenimiento preventivo de los equipos.

**Zona de dotación y alistamiento:** se prevé el espacio necesario para la entrega y control de uniformes, elementos de protección personal (EPP) y materiales de trabajo.

**Zona de parqueo y transporte:** se destina para los vehículos de la empresa que deben ser utilizados para el transporte del personal y la distribución de insumos.

El diseño de esta sede, aunque en la configuración futura, está motivado y responde a la necesidad de consolidar el centro de operaciones que debe asegurar la eficiencia, el control y la

sostenibilidad de la gestión de los servicios. Este espacio debe ser clave para dar una mayor dimensión a SERVILOGIC, así como para posicionarla como una de las empresas más importantes del sector de soluciones integrales de apoyo logístico y mantenimiento de la región.

### **3.3 Propuesta de Valor**

La propuesta de valor es el eje central de cualquier proyecto emprendedor, a partir de la presentación de manera clara y concisa los beneficios diferenciadores que una empresa da a su segmento de mercado y las razones por las cuales estos deberían preferir su solución frente a las demás soluciones que el cliente puede considerar (Minciencias, sf [1]; Onepark Financial, sf [2]). La propuesta de valor a partir de la que SERVILOGIC se hace fuerte se edifica a partir del conocimiento que tiene sobre las necesidades insatisfechas del sector de los servicios generales en Cúcuta , financiación además con sus propias fortalezas.

#### **Declaración de la Propuesta de Valor**

SERVILOGIC proporciona a administradores de inmuebles y juntas de copropietarios de Cúcuta una solución integral y transformadora para la gestión de inmuebles, a partir de la oferta de servicios de portería, conserjería, limpieza, mantenimiento de piscinas y jardinería. Nuestra promesa radica en la posibilidad de generar un entorno de confianza, eficiencia y bienestar, liberándolos de todas las complejidades y riesgos que la informalidad y la pluralidad de los servicios ofrecen. Lo conseguimos a través de un equipo humano legalmente contratado, proactivo y cualificado, apoyado por una plataforma tecnológica propia que favorece la comunicación y la gestión, bajo un modelo transparente y sostenible que contribuye a aumentar el valor de la propiedad, así como la calidad de vida de sus ocupantes.

#### **Elementos Clave de la Propuesta de Valor**

La propuesta de valor SERVILOGIC se apoya en una serie de pilares básicos, los cuales inciden directamente en los "puntos de dolor" detectados en el mercado, así como en las necesidades de la clientela y el usuario del producto final:

### **Solución Integral y Simplificación Administrativa:**

**Beneficio Central.** Importante reducción de la complejidad y del periodo de tiempo que deben dedicar a la finalidad los administradores, puesto que integra en el mismo proveedor determinados servicios como pueden ser la portería, la conserjería, el aseo, las piscinas, la jardinería, etc. De esta manera, se evita la necesidad de tener que gestionar diferentes contratos, facturas, puntos de contacto, facilitando en consecuencia los procesos administrativos (Auxlimpieza, sf [3]).

**Conexión con Necesidades.** Aborda la "Falta de confianza en los servicios ofrecidos ... por las fallas en la atención" y el difícil manejo de varias empresas, tal como lo expresa la insatisfacción general de la encuesta (Microsoft Forms, sf, Imagen 3). La exigencia de "conveniencia y externalización" se perfila como una oportunidad clara (Quickshine, sf [4]).

### **Formalidad, Confianza y Mitigación de Riesgos Legales.**

**Beneficio Central.** Brinda tranquilidad y seguridad jurídica a los clientes. SERVILOGIC garantiza que todos sus colaboradores tienen contrato laboral, con todas las prestaciones sociales y parafiscales al día (BizLatinHub, sf [5]; Enlace, sf [6]). Ello elimina los riesgos de multas y responsabilidades laborales para el cliente, un tema crítico en el mercado por la expansión de empresas informales (Superintendencia de Vigilancia y Seguridad Privada, sf).

**Conexión con Necesidades.** Da respuesta a la "Existencia de empresas ilegales o informales" y la "Falta de confianza" (Lean Canvas). Los clientes están dispuestos a abonar más

por este concepto "tranquilidad legal" y "mitigación del riesgo " (Análisis de Precio competencia).

### **Tecnología al Servicio de la Eficiencia y la Comunicación.**

**Beneficio Central.** Mejora de la gestión operativa y la comunicación en base a herramientas digitales innovadoras. La aplicación móvil propia de SERVILOGIC permitirá a clientes y usuarios poder reportar incidentes en tiempo real, requerir el servicio, comunicarse con el operador y recibir alertas (Casalimpia, sf [9]; Moviaseo, sf [10]). La plataforma a utilizar por el personal permitir la programación, el mantenimiento preventivo y el control de la calidad.

**Conexión con Necesidades.** Toca la "Ausencia de formación del personal en aspectos clave como servicio al cliente, resolución de conflictos y manejo de situaciones normales de seguridad preventiva" (Lean Canvas). La encuesta ha descubierto limitaciones en la "Rapidez de Respuesta ante Situaciones de Seguridad" y la "Comunicación de Información de Interés" (Microsoft Forms, sf, Imagen 4), así como en la "Eficiencia en la Resolución de Solicitud /Problemas" (Microsoft Forms, sf, Imagen 5). SERVILOGIC es la respuesta directa a dichas carencias.

### **Personal Altamente Capacitado y Orientado al Servicio Proactivo.**

**Beneficio Central.** Un equipo humano de carácter profesional y motivado que va más allá de lo rutinario. El equipo humano de SERVILOGIC recibirá formación continua en servicio al cliente, resolución de conflictos, protocolos de seguridad preventiva y técnicas específicas para cada uno de los campos. (aseo, piscina, jardinería) (Porteros de Colombia, sf [6]; Auxlimpieza, sf [ 5 ]; Misión Servir, sf [ 11 ]). La focalización en la amabilidad y la proactividad para mejorar la experiencia de usuario final.

**Conexión con Necesidades.** Aborda directamente la "Ausencia de capacitación del personal" y la "Falta de confianza". La encuesta indicó que, si bien la "Amabilidad y Trato del Personal" es relativamente buena, hay oportunidades en la "Actitud de Servicio y Proactividad" y el "Conocimiento y Orientación sobre Servicios Internos" (Microsoft Forms, s.f., Imagen 4; Microsoft Forms, s.f., Imagen 5).

### **Compromiso con la Sostenibilidad y el Bienestar del Entorno.**

**Beneficio Central.** La forma de gestionar las propiedades sin afectar el medio ambiente , lo que aporta un entorno más saludable. SERVILOGIC va a utilizar productos de limpieza eco-amigables y promoverá la jardinería sostenible ( por ejemplo: riego, control biológico de plagas) (<https://www.google.com/search?q=Anna.com.co>, sf [10]; Quickshine, sf [11]; GoSite, sf [4]).

**Conexión con Necesidades.** Afronta la " conciencia de higiene y salud" y la "demanda de servicios sostenibles" (Análisis PESTEL) en respuesta a los resultados de la encuesta sobre compradores. El análisis gráfico refleja que también hay oportunidad en lo que hace referencia al "Manejo Adecuado de Residuos y Reciclaje" y el " Mantenimiento y Apariencia de las Zonas Verdes" (Microsoft Forms, sf, Imagen 6; Microsoft Forms, sf, Imagen 7).

La propuesta de valor de SERVILOGIC se reconoce por la forma de ofrecer una solución de gestión de propiedades eficiente y económicamente atractiva frente a la seguridad privada convencional, que acompaña la eliminación de riesgos indeseados derivados de la informalidad, la mejora en el estándar de calidad y servicio al cliente con apoyo en la tecnología y la sostenibilidad; construir así una relación de confianza y bienestar duradero y el beneficio de toda la clientela.

### **3.4 Validación de la idea**

La validación de una idea de negocio no solo debe basarse en análisis financiero o de mercado, sino que también hay que saber comunicar su esencia y atractivo visual y emocional.



## **Conclusiones del MoodBoard de SERVILOGIC**

El MoodBoard de SERVILOGIC (Fig. 11) logra un ejercicio de identidad visual que se encuentra en línea con la propuesta de valor del emprendimiento. La combinación de colores, texturas e imágenes logra transmitir los atributos identificados con la marca: confianza, profesionalismo, eficiencia, innovación y sostenibilidad. La presencia, en forma recurrente, del logo y sus elementos (el águila con gafas, el edificio) ayuda a reforzar una gestión atenta e inteligente.

El MoodBoard sirve no solo para hacer un ejercicio de conceptualización interna, sino que también puede ser un buen recurso para la validación externa, presentando el mismo a potenciales clientes o inversores y viendo si la parte periférica de lo que visualmente es SERVILOGIC puede atender el requerimiento de ellos como proveedor de servicios integrales, de alta calidad. La comunicación clara de formalidad del personal, de la integración tecnológica, del compromiso de sostenibilidad, a través de estos elementos visuales será de gran ayuda para crear la credibilidad y el atractivo de la marca en el mercado de Cúcuta. Al final, el MoodBoard es un buen punto de partida e insumo para el desarrollo de todas las comunicaciones futuras y de todos los puntos de contacto de la marca SERVILOGIC.

### **3.5 Prueba piloto**

Como parte del proceso de lanzamiento de SERVILOGIC, se desarrolló la prueba de una versión operativa que permitió comprobar en condiciones del mundo real la eficiencia del modelo de negocio, los protocolos de servicio y la respuesta del cliente frente a la propuesta de valor. Dicho paso fue el primer paso hacia la constitución de la empresa y su posicionamiento en el mercado local. La prueba del piloto se realizó con un cliente corporativo correspondiente a un

conjunto residencial de la ciudad de Cúcuta en el que SERVILOGIC puso en marcha su servicio integrado de portería, conserjería y apoyo a la operativa.

Esta fase de prueba, que duró tres meses, fue en la que entraron en operación los componentes principales del modelo que se había definido: la gestión formalizada del talento humano, los procesos operativos ya estandarizados y el acompañamiento tecnológico con la implementación de la aplicación móvil que servía para la comunicación y la entrega de reportes de incidencias.

**Los propósitos de la prueba piloto fueron:**

Verificar la efectividad del servicio integral en portería y conserjería desde la dimensión de la puntualidad, el cumplimiento y la atención al residente;

Verificar la operatividad del servicio por el lado del manejo de los turnos, el superviseo del personal, el control de los insumos;

Verificar la percepción del cliente y del usuario en cuanto a la calidad del servicio, la presentación del personal y la capacidad de respuesta;

Identificar oportunidades de mejora en los procesos y herramientas que se utilizaron en el proceso servicio.

**Principales resultados:**

La prueba piloto permitió validar desde un punto de vista técnico y operativo la viabilidad del modelo de SERVILOGIC. Las rutinas programadas lograron un cumplimiento de más del 95%, disminuyeron los tiempos de respuesta a las incidencias y el administrador del conjunto residencial documentó un nivel alto de satisfacción, destacando la formalidad del personal y la comunicación como los aspectos que mayor diferencia le generaron respecto de los proveedores anteriores.

La prueba además permitió identificar oportunidades de mejora en lo que se refería a la optimización de los turnos nocturnos o a los reportes digitales más descriptivos, situaciones que se están ajustando para la siguiente fase de escalamiento.

De esta manera se cierra la prueba piloto como la fase decisiva que permitió la validación de la funcionalidad y efectividad del modelo de SERVILOGIC, mostrando a su vez que la empresa cuenta con los recursos, los procesos y las capacidades para proceder con la escalación del servicio a nuevos clientes y segmentos del mercado en Cúcuta y su área metropolitana.

### ***3.5.1 Testeo y Feedback***

A partir de la ejecución de la prueba piloto desarrollada con el primer cliente corporativo, SERVILOGIC determinó implementar un proceso de testeo en el servicio, a la vez que un proceso de feedback asistido que buscaba, a partir de una evaluación sistemática y a lo largo del tiempo, medir cómo se palpaba el servicio, escanear algunas oportunidades de mejora y robustecer los protocolos operativos que se estaban aplicando en lugar de la propuesta.

Los mecanismos de testeo que se adoptaron para el servicio definido eran:

Encuestas de satisfacción al administrador del conjunto residencial y a los propios residentes que consideraban aspectos como cumplimiento del horario, presentación del personal, atención al usuario y cumplimiento de las tareas típicas del servicio.

Revisión semanal de indicadores de naturaleza práctica como son la asistencia, cumplimiento de tiempos de atención, cumplimiento del ciclo de rutina, gestión de incidencias, etc.

Reuniones quincenales de feedback entre el supervisor de servicio y el cliente que consideraban tanto los avances como los compromisos de mejora posibles.

Principales resultados de la implementación de la prueba piloto:

Los resultados del testeo reflejaron una interpretación de alta satisfacción en general, destacando la formalidad del personal, atención en los detalles y comunicación.

No obstante, se establecieron aspectos de mejora como la mejora de los turnos nocturnos aplicados, la mayor precisión en los reportes digitales del día a día y la periodicidad referente al control de jardinería.

Desde la implementación de este feedback, SERVILOGIC implementó los siguientes cambios:

Reestructuración de los horarios que tiene como objetivo la mejora de la cobertura de turnos nocturnos.

Definición de formatos digitales más completos en la aplicación para reportar incidencias y avances de mantenimiento.

Revisión y ajuste del plan de jardinería conunciativa, que permite una mejor adherencia a la frecuencia de inspección.

El procedimiento de testeo y feedback con el primer cliente corporativo permitió robustecer la propuesta de valor de SERVILOGIC, ya que se evidenció que contaba con cultura organizacional orientada a la mejora continua, la satisfacción del cliente y la excelencia operativa.

## **CAPÍTULO IV Modulo Organizacional**

### **4 Estructura Organizacional**

#### **4.1 Misión y Visión**

##### **Misión:**

La misión de una empresa es una declaración breve, una frase que debe ofrecer una descripción aproximada del propósito básico de la misma, el "por qué" de su existencia y cómo

opera para alcanzar sus metas. (Minciencias, s.f.; Onepark Financiam, s.f.). Para que el enunciado de la misión cumpla con su objetivo debe responder a las preguntas referentes a ¿qué hace la empresa?, ¿cómo lo hace? y ¿para qué lo hace?, así como configura su identidad para el grupo de personas que la conforman.

#### **Misión de SERVILOGIC.**

Optimizar la gestión de propiedades a través de soluciones integrales de portería, conserjería, limpieza, y de mantenimiento de piscinas y jardinería en Cúcuta, apoyando en ello un equipo humano formal y en buena medida capacitado que hace uso de una tecnología innovadora para garantizar la confianza y el bienestar de nuestros clientes.

#### **Visión:**

La visión de una empresa es una declaración de aspiraciones. Consta del horizonte a largo plazo para expresar cómo le gustaría que fuera percibida y el impacto que busca generar en el futuro (Minciencias, s.f.; Onepark Financiam, s.f.). La visión es inspiradora, concisa y contiene algunos conceptos tales como el nombre de la empresa, una temporalidad de referencia y los criterios para ser reconocida.

#### **Visión de SERVILOGIC.**

Para el 2030, SERVILOGIC consolidará su liderazgo como la empresa referente en la prestación de servicios integrales de portería, conserjería, limpieza, mantenimiento de piscinas y jardinería en Cúcuta y la región, distinguiéndose por su excelencia operativa, capacidad de innovación tecnológica, compromiso con la formalidad y la sostenibilidad, para transformar la gestión de propiedades elevando la calidad de vida de sus ocupantes.

## 4.2 Valores corporativos

Los valores corporativos son los principios y creencias que orientan el comportamiento de una organización y de cada uno de sus miembros. Constituyen la base sobre la que se asienta la cultura de una empresa y deben estar siempre alineados con la misión y la visión. Además, constituyen la referencia para la toma de decisiones y la manera de relacionarse con todas las partes interesadas (Minciencias, sf; Onepark Financial, sf). En SERVILOGIC, estos valores constituyen el sustento de la promesa de su servicio y del compromiso con la excelencia.

A continuación, se relacionan los valores corporativos básicos de SERVILOGIC y su descripción :

### **Confianza y Transparencia.**

**Descripción.** En SERVILOGIC, la confianza es el nacimiento de toda relación. Nos comprometemos a operar con plenitud de honestidad, integridad y claridad en cada uno de nuestros actos y de nuestras comunicaciones. Esto supone ser claros en nuestros procesos, precios y el cumplimiento de nuestras obligaciones laborales y / o legales, asegurando tanto la tranquilidad de nuestros clientes como la formalidad del equipo, (BizLatinHub, s.f.; Enlace, s.f.). Buscando generar relaciones a largo plazo basadas en la crisis o en la confianza y la credibilidad.

**Alineación.** Este valor responde claramente a la "Falta de confianza", así como a "riesgos legales", los problemas que el mercado ha identificado como tales y además ocupa una posición central en la misión de "elevar la confianza y el bienestar de nuestros clientes".

### **Excelencia Operativa.**

**Descripción.** Queremos la excelencia en cada uno de los servicios que prestemos. Es decir, la continua búsqueda de la máxima calidad en la ejecución de tareas de portería,

conserjería, aseo, mantenimiento de piscinas y jardinería. Establecemos procedimientos rigurosos, aplicamos dispositivos profesionales y productos de gama alta y nos aseguramos de que nuestro equipo esté sobradamente entrenado y cualificado para, en cada interacción y contacto con nuestros clientes, destrozarnos sus expectativas y prevenciones; (Misión Servir, sf; Ladoinsa, sf).

**Alineación.** Alinearse con nuestra visión de " ser el referente indiscutible en la prestación de servicios integrales" y nuestra misión de " entender cómo transformar los entornos de nuestros clientes" en el contexto de un servicio de elevado valor aportado.

#### **Innovación Constante.**

**Descripción.** Aceptar el cambio y la mejora continua como un potenciador de nuestro crecimiento. En SERVILOGIC asumimos un compromiso de exploración e implementación de nuevas tecnologías y metodologías que optimizan la relación con nuestros clientes, desde el control mediante nuestra plataforma digital y la aplicación móvil de la compañía a la adopción de prácticas más eficientes y sostenibles; ( Moviaseo, sf; EY, sf.).

**Alineación.** Unido directamente con estos propósitos de ser de "potenciador de tecnología innovadora" y la visión de llegar a la "vanguardia tecnológica" para transformar la gestión de propiedades.

#### **Compromiso Social y Ambiental.**

**Descripción.** Señalamos la responsabilidad que tenemos con la sociedad y el planeta. En SERVILOGIC tenemos el compromiso de generar un impacto positivo creando empleo formal y digno, mediante lo que contribuimos al bienestar de nuestra comunidad. También adquirimos hábitos que operan en sustentabilidad y que usan productos más amigables con el medio ambiente y que promueven el uso eficiente de los recursos dentro de todos nuestros servicios,

jardinería, mantenimiento de piscinas, entre otros (Anna.com.co, sf; Quickshine, sf; Orange County FL, sf).

**Alineación.** Alineamiento a los "Objetivos a largo plazo" de "Impacto Social y Sostenibilidad Ambiental" y visión de un "compromiso firme e inquebrantable con la formalidad y la sostenibilidad".

### **Orientación al Cliente y Proactividad.**

**Descripción.** La satisfacción de nuestros clientes representa nuestra razón de ser. Nos volcamos en entender sus necesidades; nos anticipamos a sospechas; les ofrecemos soluciones a sus requerimientos, puesto que nos mueve una actitud de servicio de altísimo nivel. Nuestro equipo se caracteriza por ser proactivo en el diagnóstico y solución de problemas, asegurando la comunicación y el relato sin problemáticas que fortalezcan la relación y la lealtad (Microsoft Forms, sf, Imagen 5; Porteros de Colombia, sf).

**Alineación.** Este valor es uno de los que integra la misión de "elevar la confianza y el bienestar de nuestros clientes" y se refleja en los resultados de la encuesta que indican oportunidades en lo que respecta a la "Actitud de Servicio y Proactividad" del personal actual del mercado.

Además , estos valores definen la identidad de SERVILOGIC, siendo también la base de la cultura organizacional y de la promesa de valor que la empresa entregará de forma consistente a sus clientes

## **4.3 Objetivos estratégicos**

### **Objetivo General:**

Crear una empresa que preste servicios innovadores de portería, conserjería y apoyo operativo, mejorando la seguridad y la eficiencia en espacios residenciales, empresariales e

institucionales, con un enfoque humano, preventivo y tecnológico que complemente la vigilancia privada.

**Objetivos específicos:**

Realizar un diagnóstico de necesidades en al menos cinco conjuntos residenciales o edificios empresariales para la identificación de oportunidades de mejora en portería y servicios generales.

Diseñar un portafolio básico de servicios innovadores que incluya soluciones humanas y tecnológicas, ajustadas a diferentes tipos de clientes.

Desarrollar una imagen corporativa sólida (marca, uniforme, presencia digital básica) que fortalezca la confianza del cliente y permita posicionamiento del negocio en el mercado local.

Organigrama y Perfiles

**4.3.1 Estructura orgánica**

**Estructura organizacional.**

La estructura de una organización es la definición de la jerarquía, roles, responsabilidades y los canales de comunicación; ser á importante para la eficiencia operativa y para el logro de los objetivos estratégicos (Asana, sf; Pandape, sf). En el caso de SERVILOGIC, el contar con una estructura organizacional definirán cómo gestionar el portafolio de servicios integrales que ofrecen, y para asegurar la calidad y la formalidad e incluso para el manejo de escalabilidad futura en función del número de contratos que gestionen.

**Tipo de Estructura Organizacional para SERVILOGIC.**

Considerando la naturaleza de los servicios integrales de SERVILOGIC, su enfoque en la especialización por área (portería, aseo, jardinería, piscinas) y su necesidad de eficiencia y

control, se propone una estructura organizacional funcional con elementos de estructura matricial en la gestión de proyectos/clientes.

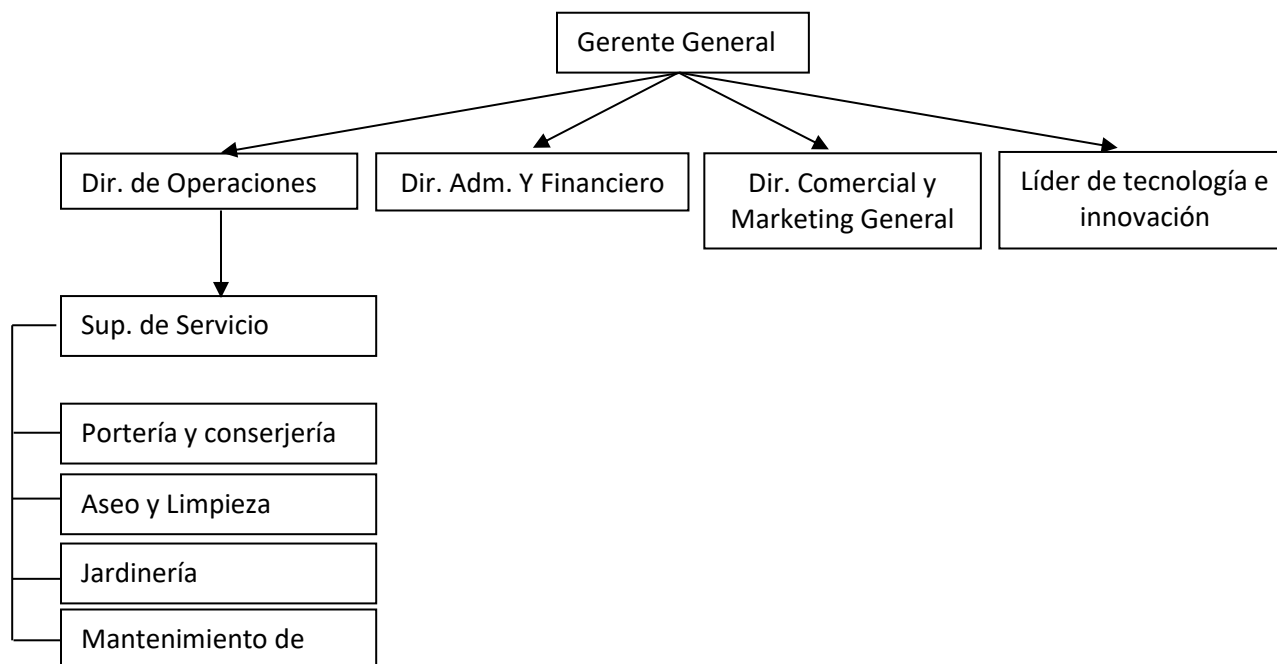
Si seguimos la lógica de los servicios integrales de SERVILOGIC (especialización en área, portería, aseo, jardines, piscinas) alta necesidad de eficiencia y control se podrá hablar de una estructura organizativa funcional con elementos estructurales matriciales en la manera de gestionar los proyectos / clientes.

**Estructura Funcional (Base).** Permite agrupar al personal por sus habilidades y funciones específicas (ej. un departamento de operaciones, uno administrativo, uno comercial). Promueve la especialización, la eficiencia en cada área y una clara cadena de mando dentro de cada función (Asana, sf).

**Elementos Matriciales (Complemento).** Si bien no estamos ante una matriz completa, la estructura organizacional requiere que la gestión de cada contrato de servicio integral (un conjunto residencial) obligará a la coordinación del personal de diversas áreas funcionales (porteros, personal de aseo, jardineros, piscineros). Es decir, el trabajo de coordinación transversal que da cuenta de un enfoque matricial : un "Gerente de Cuenta" o un "Supervisor de Propiedades " podría ser los responsables del cliente , coordinando a los equipos funcionales ; esto asegura que la propuesta de una propuesta de valor integral se entrega de manera cohesionada.

Esta combinación de estructura funcional y estructurales matriciales permite a SERVILOGIC mantener la eficiencia en cada línea de servicio mientras asegura al mismo tiempo por parte del cliente una confluencia de experiencia unificada y de alta calidad.

*figura 13. Organigrama.*



### **Análisis de la Estructura Organizacional y Proyección de Personal.**

La estructura inicial de SERVILOGIC, que viene determinada por la estructura propuesta, es de tipo funcional, lo que permite la especialización y el control sobre cada área funcional, lo cual es fundamental para asegurar la calidad y el cumplimiento de la legalidad. Identificamos que, a partir de un crecimiento de la empresa, la estructura funcional inicial podrá evolucionar y reforzarse gradualmente con elementos matriciales de coordinación de proyectos/clientes, y que, gracias a la forma escogida para SERVILOGIC, se podrán asegurar la coherencia y la integralidad de la oferta.

Tal como podemos observar en la proyección de las necesidades de personal (Tabla 12), el crecimiento de SERVILOGIC se relaciona directamente con la adquisición de nuevos contratos, siendo el personal operativo el que crece. La necesidad de recuperar la estructura varía con la selección de supervisores y la existencia de uno o más líderes de tecnología, por lo que son necesarias las inversiones en estos roles. Estas inversiones son necesarias para asegurar una calidad y una innovación a medida que la empresa crezca. La estructura también nos permite

gestionar eficazmente los costos del trabajo , teniendo en cuenta que el personal operativo varía según el servicio, pero el personal administrativo y de supervisión (que se espera que crezca de la manera en la que hemos mencionado), tiene un crecimiento más controlado. La formalidad en los contratos y en la formación del personal formarán parte de las bases de la atracción y la retención del talento necesario para esta estructura.

#### 4.3.2 *Perfiles*

Los perfiles de cargo, además, son una de las partes fundamentales que componen la estructura organizacional, dado que los mismos especifican cuáles son las competencias, características, funciones que se requieren para desempeñarse para cada uno de los cargos garantizándole a la empresa el contar con la planta de personal adecuada para el funcionamiento y crecimiento (Minciencias, sf [1]; Onepark Financiamiento, sf [2]). Para SERVILOGIC, la capacitación del personal y la formalidad de esta son aspectos claves, por lo que la construcción de perfiles claros se convierte en un asunto trascendental.

Para finalizar, en la tabla que sigue, se presentan los perfiles de los cargos claves para el funcionamiento de SERVILOGIC, respetando la plantilla de tabla que se propone. En la misma se ha tomado como base para los cargos operativos el salario mínimo legal mensual vigente (SMLMV) de \$1.423.500 COP para el 01 de enero de 2025 (Enlace, sf [3]) y para otros cargos se estipularon los salarios de acuerdo con la investigación realizada y lo que establece el mercado.

***Tabla 9. Perfil del Gerente General (CEO)***

<b>CARGO:</b> Gerente General (CEO)
<b>Área:</b> Dirección Estratégica
<b>Propósito del Cargo:</b> Liderar la visión estratégica, el desarrollo y la operación general de SEVILOGIC, asegurando el cumplimiento de la misión, la visión y los objetivos de rentabilidad y crecimiento del emprendimiento.
<b>Características Generales</b>
<b>Edad:</b> 30 - 55 años
<b>Sexo:</b> Indistinto

<b>Estado Civil:</b> Indistinto
<b>Formación:</b> Profesional
<b>Estudios:</b> Administración de Empresas, Ingeniería Industrial, Finanzas, o carreras afines. Preferiblemente con posgrado en Gerencia de Proyectos, MBA o similar.
<b>Competencias Técnicas:</b> Planificación estratégica, gestión financiera, desarrollo de negocios, marketing digital, gestión de proyectos, conocimientos básicos de tecnología (CRM, ERP), legislación laboral y de servicios.
<b>Experiencia:</b> Mínimo 5 años de experiencia en roles de liderazgo o gerencia, preferiblemente en el sector de servicios, gestión de propiedades o seguridad.
<b>Habilidades:</b> Liderazgo inspirador, visión estratégica, comunicación efectiva, negociación, resolución de problemas complejos, toma de decisiones, pensamiento analítico, orientación a resultados, capacidad de adaptación.
<b>Funciones:</b>
> Definir y comunicar la visión, misión y objetivos estratégicos de la empresa.
> Supervisar todas las áreas funcionales (operaciones, administrativa, comercial, tecnológica).
> Desarrollar y ejecutar el plan de negocio para asegurar el crecimiento y la rentabilidad.
> Establecer y mantener relaciones clave con clientes estratégicos, inversores y aliados.
> Liderar la cultura organizacional y el desarrollo del talento humano.
> Garantizar el cumplimiento legal y normativo de todas las operaciones de la empresa.
<b>Área a Quien reporta:</b> Junta Directiva / Propietarios
<b>Salario:</b> \$5.000.000 - \$8.000.000 COP (Estimado, según experiencia y responsabilidades)

**Tabla 10. Perfil del director de Operaciones**

<b>CARGO:</b> director de Operaciones
<b>Área:</b> Operaciones
<b>Propósito del Cargo:</b> Planificar, organizar, dirigir y controlar la prestación de todos los servicios operativos de SEVILOGIC (portería, conserjería, aseo, piscinas, jardinería), garantizando la calidad, eficiencia y satisfacción del cliente.
<b>Características Generales</b>
<b>Edad:</b> 28 - 50 años
<b>Sexo:</b> Indistinto
<b>Estado Civil:</b> Indistinto
<b>Formación:</b> Profesional
<b>Estudios:</b> Ingeniería Industrial, Administración de Empresas, o carreras afines. Preferiblemente con especialización en gestión de operaciones o logística.
<b>Competencias Técnicas:</b> Gestión de personal operativo, planificación de rutas y horarios, control de calidad de servicios, gestión de inventarios de insumos y equipos, manejo de software de gestión de operaciones, conocimientos de seguridad y salud en el trabajo (SST).
<b>Experiencia:</b> Mínimo 3 años de experiencia en supervisión o coordinación de equipos operativos en el sector de servicios, mantenimiento o logística.

<b>Habilidades:</b> Liderazgo de equipos, organización, comunicación clara, resolución de problemas operativos, orientación al detalle, capacidad de trabajar bajo presión, proactividad.
<b>Funciones:</b>
> Diseñar e implementar protocolos y procedimientos operativos estándar (SOPs) para cada servicio.
> Supervisar y evaluar el desempeño del personal operativo y los supervisores de servicio.
> Gestionar la asignación de personal y recursos a los contratos de servicio.
> Asegurar el cumplimiento de los estándares de calidad y los acuerdos contractuales con los clientes.
> Controlar el uso eficiente de materiales, suministros y equipos.
> Gestionar la resolución de incidencias operativas y la retroalimentación del cliente.
<b>Área a Quien reporta:</b> Gerencia General
<b>Salario:</b> \$3.500.000 - \$5.500.000 COP (Estimado, según experiencia y responsabilidades)

**Tabla 11. Perfil del Supervisor de Servicio**

<b>CARGO:</b> Supervisor de Servicio
<b>Área:</b> Operaciones / Campo
<b>Propósito del Cargo:</b> Coordinar y supervisar directamente al personal operativo en las propiedades de los clientes, asegurando la correcta ejecución de los servicios, el cumplimiento de los protocolos de calidad y la satisfacción del cliente en el día a día.
<b>Características Generales</b>
<b>Edad:</b> 25 - 45 años
<b>Sexo:</b> Indistinto
<b>Estado Civil:</b> Indistinto
<b>Formación:</b> Técnico o Tecnólogo
<b>Estudios:</b> Gestión de Operaciones, Administración, Seguridad Ocupacional, o áreas relacionadas con servicios generales.
<b>Competencias Técnicas:</b> Manejo de personal, conocimientos específicos de aseo, jardinería, piscinas y/o portería, uso de herramientas de reporte digital, primeros auxilios, gestión de conflictos.
<b>Experiencia:</b> Mínimo 2 años de experiencia en supervisión de personal operativo, preferiblemente en el sector de servicios generales.
<b>Habilidades:</b> Liderazgo práctico, comunicación asertiva, capacidad de observación, atención al detalle, resolución rápida de problemas, orientación al servicio al cliente, proactividad.
<b>Funciones:</b>
> Realizar visitas periódicas a las propiedades para supervisar la calidad del servicio.
> Capacitar y retroalimentar al personal operativo en campo.
> Gestionar y resolver incidencias o quejas de los clientes en el sitio.
> Controlar el uso y estado de equipos y suministros.
> Asegurar el cumplimiento de los horarios y tareas programadas.

> Reportar el desempeño del servicio y las novedades a la Gerencia de Operaciones.
<b>Área a Quien reporta:</b> Gerencia de Operaciones
<b>Salario:</b> \$2.000.000 - \$3.000.000 COP (Estimado, según experiencia y responsabilidades)

**Tabla 12. Perfil del Personal de Portería y Conserjería**

CARGO: Personal de Portería y Conserjería
<b>Área:</b> Operaciones / Portería y Conserjería
<b>Propósito del Cargo:</b> Garantizar el control de acceso, la atención amable a residentes y visitantes, y la gestión eficiente de la correspondencia y paquetería en las propiedades, contribuyendo a un ambiente seguro y organizado.
<b>Características Generales</b>
<b>Edad:</b> 20 - 50 años
<b>Sexo:</b> Indistinto
<b>Estado Civil:</b> Indistinto
<b>Formación:</b> Bachiller
<b>Estudios:</b> Educación básica o técnica. Se valorará formación en servicio al cliente, primeros auxilios o seguridad preventiva (OCUPACOL, s.f. [24]; Lineadirecta, s.f. [25]; Seinsur, s.f. [26]).
<b>Competencias Técnicas:</b> Manejo de sistemas de control de acceso (si aplica), registro de visitantes, gestión de correspondencia, uso básico de herramientas de comunicación (teléfono, radio, APP).
<b>Experiencia:</b> Mínimo 6 meses de experiencia en atención al público o roles similares.
<b>Habilidades:</b> Amabilidad, comunicación asertiva, escucha activa, discreción, capacidad de observación, orientación al servicio, resolución de problemas básicos (OCUPACOL, s.f. [24]; Lineadirecta, s.f. [25]; Seinsur, s.f. [26]).
<b>Funciones:</b>
> Controlar el ingreso y salida de personas y vehículos a la propiedad.
> Recibir, registrar y entregar correspondencia y paquetería.
> Atender de manera amable y proactiva a residentes, empleados y visitantes.
> Transmitir avisos y comunicaciones relevantes de la administración.
> Reportar novedades e incidencias a su supervisor.
> Mantener el orden y la limpieza básica del área de portería.
<b>Área a Quien reporta:</b> Supervisor de Servicio
<b>Salario:</b> \$1.423.500 COP (SMLMV 2025) + Recargos por horas extras, nocturnas, dominicales y festivos (BizLatinHub, s.f. [27]; Enlace, s.f. [3])

**Tabla 13. Perfil del Personal de Aseo y Limpieza**

<b>CARGO: Personal de Aseo y Limpieza</b>
<b>Área:</b> Operaciones / Aseo
<b>Propósito del Cargo:</b> Mantener la higiene, limpieza y desinfección de las áreas comunes de las propiedades, contribuyendo a un ambiente saludable y agradable para todos los usuarios.
<b>Características Generales</b>
<b>Edad:</b> 20 - 50 años
<b>Sexo:</b> Indistinto
<b>Estado Civil:</b> Indistinto
<b>Formación:</b> Bachiller
<b>Estudios:</b> Educación básica. Se valorará formación en técnicas de limpieza y desinfección (Misión Servir, s.f. [28]; Ladoinsa, s.f. [29]).
<b>Competencias Técnicas:</b> Manejo de equipos de limpieza (aspiradoras, trapeadoras), aplicación de productos de limpieza y desinfección, técnicas de manejo de residuos y reciclaje, uso de EPP.
<b>Experiencia:</b> Mínimo 6 meses de experiencia en labores de aseo, preferiblemente en entornos residenciales o institucionales.
<b>Habilidades:</b> Atención al detalle, organización, proactividad, responsabilidad, trabajo en equipo, discreción (OCUPACOL, s.f. [30]).
<b>Funciones:</b>
> Realizar la limpieza y desinfección diaria de pasillos, lobbies, ascensores, escaleras y baños comunes.
> Recolectar y gestionar adecuadamente los residuos sólidos y el reciclaje.
> Mantener la apariencia y el orden de las áreas asignadas.
> Reportar cualquier anomalía o necesidad de mantenimiento a su supervisor.
> Utilizar los equipos y productos de limpieza de manera segura y eficiente.
<b>Área a Quien reporta:</b> Supervisor de Servicio
<b>Salario:</b> \$1.423.500 COP (SMLMV 2025) + Recargos por horas extras, nocturnas, dominicales y festivos (BizLatinHub, s.f. [27]; Enlace, s.f. [3])

**Tabla 14. Perfil del Personal de Jardinería**

<b>CARGO: Personal de Jardinería</b>
<b>Área:</b> Operaciones / Jardinería
<b>Propósito del Cargo:</b> Mantener la estética, salud y vitalidad de las zonas verdes y jardines de las propiedades, aplicando prácticas sostenibles y contribuyendo a un entorno visualmente atractivo.
<b>Características Generales</b>
<b>Edad:</b> 20 - 50 años
<b>Sexo:</b> Indistinto
<b>Estado Civil:</b> Indistinto
<b>Formación:</b> Bachiller

<b>Estudios:</b> Educación básica. Se valorará formación en jardinería, paisajismo o manejo de zonas verdes (SENA, s.f. [11]; OCUPACOL, s.f. [12]).
<b>Competencias Técnicas:</b> Manejo de herramientas y equipos de jardinería (cortacéspedes, desbrozadoras, podadoras), conocimientos básicos de botánica, riego, fertilización y control de plagas (Gob.mx, s.f. [13]; Quickshine, s.f. [14]).
<b>Experiencia:</b> Mínimo 1 año de experiencia en labores de jardinería o mantenimiento de zonas verdes.
<b>Habilidades:</b> Atención al detalle, proactividad, capacidad de trabajo físico, organización, responsabilidad, trabajo en equipo (OCUPACOL, s.f. [12]).
<b>Funciones:</b>
> Realizar el corte de césped, poda de arbustos y árboles, y mantenimiento general de zonas verdes.
> Cuidar y mantener el estado de plantas y flores, incluyendo riego y fertilización.
> Identificar y reportar plagas o enfermedades en las plantas.
> Gestionar los residuos de jardinería de manera adecuada.
> Utilizar los equipos de jardinería de forma segura y eficiente.
<b>Área a Quien reporta:</b> Supervisor de Servicio
<b>Salario:</b> \$1.423.500 COP (SMLMV 2025) + Recargos por horas extras, nocturnas, dominicales y festivos (BizLatinHub, s.f. [7]; Enlace, s.f. [3])

**Tabla 15. Perfil del Personal de Mantenimiento de Piscinas (Piscinero)**

<b>CARGO:</b> Personal de Mantenimiento de Piscinas (Piscinero)
<b>Área:</b> Operaciones / Piscinas
<b>Propósito del Cargo:</b> Asegurar la limpieza, claridad y balance químico del agua de las piscinas, así como el cumplimiento de las normas de seguridad e higiene, garantizando un uso seguro y agradable para los usuarios.
<b>Características Generales</b>
<b>Edad:</b> 20 - 50 años
<b>Sexo:</b> Indistinto
<b>Estado Civil:</b> Indistinto
<b>Formación:</b> Bachiller / Técnico
<b>Estudios:</b> Educación básica o técnica. Se valorará formación o certificación específica en mantenimiento de piscinas (ej. CPO®, ACODAL) (Scribd, s.f. [15]; ACODAL, s.f. [16]).
<b>Competencias Técnicas:</b> Conocimiento profundo del balance químico del agua (pH, cloro), manejo de productos químicos para piscinas, uso de equipos de limpieza de piscinas (limpiafondos, skimmers), conocimientos de sistemas de filtración y normativas de seguridad (Innova Equipos, s.f. [17]; Minsalud, 2012 [18]).
<b>Experiencia:</b> Mínimo 1 año de experiencia en mantenimiento de piscinas.
<b>Habilidades:</b> Atención al detalle, responsabilidad, capacidad de trabajo físico, proactividad, cumplimiento de normas de seguridad.
<b>Funciones:</b>
> Realizar la limpieza física de la piscina (aspirado, cepillado de paredes, recolección de hojas).

> Medir y ajustar los niveles de pH y cloro del agua, y aplicar otros químicos según sea necesario.
> Limpiar y mantener los filtros de la piscina.
> Supervisar el cumplimiento de las normas de seguridad e higiene en la zona de piscina.
> Reportar cualquier anomalía en el funcionamiento de los equipos o la calidad del agua.
<b>Área a Quien reporta:</b> Supervisor de Servicio
<b>Salario:</b> \$1.423.500 COP (SMLMV 2025) + Recargos por horas extras, nocturnas, dominicales y festivos (BizLatinHub, s.f. [7]; Enlace, s.f. [3])

### **Análisis de los Perfiles de Cargos.**

La descripción completa de dichos perfiles del cargo reviste una especial importancia para SERVILOGIC por una serie de motivos:

**Claridad en la Contratación:** Aporta una guía esencial para los procesos de reclutamiento y selección, permitiendo atraer y contratar el personal con las competencias y con la experiencia adecuada para cada rol.

**Base para la Capacitación:** Al hacer que los perfiles de cargas contengan las competencias y habilidades requeridas permite que los perfiles de cargas configuren el punto de partida de unos programas de capacitación continua de la empresa, que fortalezcan al equipo y mantengan la calidad del servicio, en las áreas del servicio al cliente, la seguridad preventiva y la administración de la tecnología.

**Coherencia con la Propuesta de Valor:** Cada perfil de carga también es explícito y refuerza la voluntad de SERVILOGIC de formalizar (salarios y prestaciones), profundizar en la profesionalización (formación y experiencia) y garantizar la calidad del trabajo (funciones competenciales y habilidades). Esto resulta esencial para poder diferenciar a la organización de sus competidores no formales.

**Gestión del Desempeño:** Los perfiles permiten definir expectativas claras de desempeño para cada empleado, lo que permite el seguimiento, la retroalimentación y la trayectoria profesional de la empleabilidad de la organización.

**Estructura Escalable:** Al definir los perfiles de todas las líneas de mando, desde la gerencia hasta la operativa funcional, se forma la base de un organigrama que puede ir creciendo adecuadamente, en la medida que SERVILOGIC gane contratos y crezca geográficamente. La distinción de roles administrativos/supervisores y operativos permite que se gestione de forma austera la estructura del costo laboral, a la vez que se supervise de forma honorable la supervisión en campo.

Estos perfiles de carga son mucho más que descripciones de posiciones, se convierten en elementos estratégicos que permiten a la organización ir encontrando su principal activo en el capital humano y su principal diferenciador en la oferta de servicios integrales.

#### **4.4 Constitución Empresa y Aspectos Legales**

##### **4.4.1 Forma legal de la empresa**

En Colombia, se puede observar la gran diversidad de figuras jurídicas para la constitución de empresas, cada una de ellas con características y con ventajas y desventajas particulares que deben ser evaluadas de manera anticipada:

##### **Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S.)**

**Descripción:** La SAS se presenta como una figura jurídica moderna y flexible, establecida por la Ley 1258 de 2008, que permite la constitución de una empresa por una o varias personas, sean estas naturales o jurídicas. El capital se divide en acciones (Función Pública, sf; Servicio Legal, sf; UNIR, sf).

##### **Ventajas:**

**Constitución Simplificada y Ágil:** Su constitución es más corta y sencilla comparada con las características estatutarias propias de otros tipos de sociedad, incluso en muchas ocasiones a través de documento privado y con mecánicas de constitución sin requerir escritura pública complejas (Servicio Legal, sf; Caprioli Contadores, sf).

**Flexibilidad en la Estructura y Administración:** Permite unas óptimas posibilidades de redefinir las reglas al interior del funcionamiento a través de los estatutos. No exigir junta directiva facilitar la toma de decisiones y la gestión (Servicio Legal, sf).

**Responsabilidad Limitada:** El deber de responsabilidad por parte de los accionistas solamente exige responder hasta el monto de sus respectivos aportes, protegiendo así patrimonios personales de las deudas y obligaciones de la sociedad (Función Pública, sf; Servicio Legal, sf; Caprioli Contadores, sf).

**Número de Socios:** Puede estar compuesto por un solo accionista (unipersonal) o por Múltiples accionistas, lo que la hace ideal para emprendedores individuales o pequeños grupos (Servicio Legal, sf; Caprioli Contadores, sf).

**Objeto Social Indeterminado:** Puede realizar cualquier actividad comercial o civil lícita; es decir, es idónea para soportar el desarrollo de una pluralidad de líneas de negocio (Función Pública, sf; Servicio Legal, sf).

**Duración Indefinida:** Generalmente se constituye por término indefinido favoreciendo así la estabilidad (Función Pública, sf; Servicio Legal, sf).

**Tributación Simplificada (RST):** Puede desempeñárselo bajo Régimen Simplificado de Tributación ( RST), el cual reduce el cálculo y la determinación de impuestos a pagar; Sin embargo, la cuestión tributaria en lo general se comporta conforme a las reglas de las sociedades anónimas (Servicio Legal, sf).

**Desventajas:**

**Restricciones de Ingresos (en algunos contextos):** A pesar de que la Ley 1258 de 2008 en Colombia no establece un límite de ingresos para la SAS, hay que tener en cuenta que en otros países o regímenes fiscales (como la RESICO en México, la cual aparece en una fuente general de SAS) sí puede haber límites con obligación a adoptar otra figura jurídica (Caprioli Contadores, sf). En Colombia, la SAS no tiene dicho límite general, pero su régimen puede ser más elevado que otros para ciertas clases específica (Impoconta, sf).

**Costos de Disolución:** Si el negocio no prospera, el proceso para concluir la vida de una SAS puede ser largo y costoso (Caprioli Contadores, sf).

**Dificultad para Atraer Ciertos Inversores:** Pese a la medida en que facilitar la atracción de capital mediante la limitación de acciones de responsabilidad, algunas referencias apuntan que las SAS no son la mejor opción para permitir inversión de capital riesgo (VCs) o para ofrecer a los trabajadores en diversos casos (Business.nj.gov, s.f.).

**Sociedad de Responsabilidad Limitada (Ltda. o S.R.L.)**

**Descripción:** La Sociedad Limitada se define por tener el capital social repartido en cuotas de igual valor, limitando la responsabilidad de los socios a su cuota al capital de la sociedad. Es una opción típica para grupos pequeños de socios (Impoconta , s.f.; Abogadoc, s.f.).

**Ventajas:**

**Responsabilidad Limitada:** Preserva el patrimonio personal de socios (Impoconta, s.f.; Abogadoc, s.f.).

**Estructura Flexible (Mediana):** Más fácil de constituir y Gestionar que la Sociedad Anónima y con un nivel de flexibilidad en su administración (Impoconta, s.f.; Abogadoc, s.f.).

**Amplitud en Objeto Social:** Amplitud en el objeto social, separando varias actividades (Abogadoc, s.f.).

**Control sobre Socios:** La cesión de cuotas se encuentra sujeta al consentimiento de los socios, lo cual asegura la confianza y el compromiso entre ellos (Abogadoc, sf).

**Desventajas:**

**Restricción en la Cesión de Cuotas:** Dicha limitación en la libre negociación puede ser desfavorable si se busca la posibilidad de traspasar la propiedad con facilidad (Abogadoc, sf).

**Burocracia y Costos de Creación/Disolución:** La determinación se encuentra sometida al cumplimiento de ciertos aspectos formales (Impoconta, sf).

**Formalismos en Decisiones:** La toma de decisiones puede requerir el cumplimiento de ciertos aspectos formales (Impoconta, s.f.).

**Sociedad Anónima (S.A.)**

**Descripción:** Es un tipo de sociedad de capitales cuyo capital se encuentra dividido en acciones, de modo que se facilita el traspaso de la propiedad. Es adecuado para grandes proyectos de empresas y la atracción de gran escala de capital (Siigo, sf).

**Ventajas:**

**Responsabilidad Limitada:** Protección del patrimonio personal de los accionistas (Siigo, sf).

**Atracción de Capital:** Permite obtener recursos a partir de la emisión y negociación de acciones mediante la Bolsa (Siigo, sf).

**Permanencia y Crecimiento:** No se ve disuelta por la muerte o el retiro de un socio y proporciona gran flexibilidad al crecimiento y la expansión (Siigo, sf).

**Facilidad de Transferencia de Acciones:** Las acciones pueden ser vendidas o transferidas con facilidad (Siigo Acciones, sf).

**Desventajas:**

**Mayor Formalidad y Burocracia:** Se constituyen y funcionan de forma más compleja y están sometidas al Código de Comercio, requieren la escritura pública y más trámites (Siigo, sf).

**Capital Mínimo Exigido:** Para su constitución hay un capital mínimo exigido (Siigo, sf).

**Estructura Administrativa Compleja:** Tiene que haber junta directiva y los de más órganos de administración.

**Empresa Unipersonal (E.U.)**

**Descripción:** Permite a una persona ser el único propietario de la empresa y mantener separados los activos personales y los de la empresa (Siigo, sf ; Business.nj.gov, sf).

**Ventajas:**

**Simplicidad y Economía de Creación:** Es la forma de organizar la empresa más sencilla de todas, con poca burocracia y costes iniciales (Business.nj.gov, sf).

**Simplicidad Administrativa:** Menos formalidades, el orden público y organismos externos con los que interactúan para llevar el negocio adelante con una estructura organizativa simple ( Siigo, sf).

**Flexibilidad Fiscal:** Posibilidad de optar por la alternativa de tributación que mejor se adapta a su medida, en función de lo establecido en la legislación correspondiente (Siigo, sf).

**Desventajas:**

**Responsabilidad Ilimitada:** Conlleva que el propietario asuma, en primera persona, todas las deudas u obligaciones del negocio, poniéndose en riesgo como su patrimonio familiar (Business. nj. gov, sf).

**Limitaciones de Financiamiento:** Esta forma legal no permite realizar el dar o dar y compartir, lo que conlleva ni en términos de conseguir financiación ni en términos de incorporar uno o más socios que aporten capital (Business.nj.gov, sf)

### **Recomendación de Forma Legal para SERVILOGIC**

En base a la propuesta de valor de SERVILOGIC, de su modelo de negocio y sus objetivos de largo plazo, la forma legal que mejor se adecúa a su constitución es la Sociedad por Acciones Simplificada (SAS).

#### **Justificación:**

**Flexibilidad y Agilidad:** La SAS aporta flexibilidad para un emprendimiento que crece , adaptándose del modo más rápido y ágil a las realidades del mercado y generación de toma de decisiones sin una rigidez como la de otras sociedades (Servicio Legal, sf).

**Responsabilidad Limitada:** Este es un factor crítico. La protección del patrimonio personal del fundador y futuros accionistas es fundamental, especialmente en un sector que puede implicar riesgos operativos y contractuales (Función Pública, s.f. ; Servicio Legal, s.f.).

**Constitución Unipersonal:** Es uno de los motivos por los que se ha fundamentado el uso de la SAS . La protección del patrimonio de quien inicia el negocio como de los futuros accionistas es determinante , especialmente en un sector que puede entrar ñ a riesgos operativos o contractuales (Función Pública, sf; Servicio Legal, sf).

**Objeto Social Amplio:** La posibilidad de tener un objeto social indeterminado es el ideal para SERVILOGIC ya que ingresa en la prestación de servicios integrales y cubre diversas actividades (portería, aseo, jardinería y piscinas) y facilita la diversificación futura sin trámites complicados (Función Pública , sf).

**Imagen y Credibilidad:** Si bien se presenta de forma simplificada, la imagen de "Sociedad" otorga un grado más de credibilidad y confianza ante los clientes potenciales (administradores de propiedades, juntas de copropietarios) y ante los proveedores, respecto a una empresa unipersonal, lo que es clave para la propuesta de valor sobre la formalidad de SERVILOGIC (Impoconta, s.f.)

La SAS se acompaña a la perfección con la visión de SERVILOGIC de ser una empresa innovadora, formal y escalable, otorgándole el marco legal sólido y adaptable que precisa para su crecimiento y su consolidación en el mercado.

#### **4.4.2 Registro y constitución**

El registro y la constitución legal de una empresa es un trámite ineludible para formalizar un emprendimiento, ya que le da personalidad jurídica y establece sus derechos y sus obligaciones (Affirmalegal, sf; Servicio Legal, sf). La sociedad SERVILOGIC, constituida como una Sociedad por Acciones Simplificada (SAS), implica cumplir un proceso de requisitos documentales, tiempos y pago ante diferentes administraciones de las entidades estatales en el país.

#### **Procedimientos Necesarios para el Registro y Constitución Legal.**

La constitución de una SAS en Colombia, la forma legal que se recomienda para SEVILOGIC, es un paso a paso:

##### **Paso 1: Consulta de Nombre y Objeto Social**

**Procedimiento:** Antes de dar la razón social, hay que verificar que el nombre que se ha escogido no esté siendo usado por otra persona jurídica o establecimiento de comercio. Se genera esta consulta mediante el Registro Único Empresarial y Social (RUES), (Cámara de Comercio de Manizales por Caldas, sf).

**Requisitos:** A partir de la razón social o del nombre que se ha definido previamente para la sociedad, se tiene que incluir, ya sea el término Sociedad por Acciones Simplificada o bien SAS.

**Plazos y Tarifas:** La consulta es efectiva e inmediata , pero es gratuita.

## **Paso 2: Elaboración del Documento de Constitución**

**Procedimiento:** La SAS se forma por escrito mediante contrato o acto unilateral que ha de documentarse en un documento particular, el cual se entiende ser el "acta de nacimiento" de la sociedad (Función Pública, sf; Servicio Legal, sf; UNIR, sf).

**Requisitos Documentales:** El documento ha de contener, al menos : Nombre, documento de identidad y domicilio (ciudad o municipio) , de los accionistas (Cámara de Comercio de Manizales por Caldas, sf; Cámara de Comercio de Cúcuta, sf).

Razón social o denominación de la sociedad, añadiendo siempre "SAS" (Cámara de Comercio de Manizales por Caldas, sf).

Domicilio principal de la sociedad y de las sucursales si se crea en el mismo acto (Cámara de Comercio de Manizales por Caldas, sf).

Término de duración (si no es indefinido; si no se expresa es indefinido) (Cámara de Comercio de Manizales por Caldas, sf).

Enunciación clara y exhaustiva de las actividades principales, o bien pronunciamiento de que la sociedad puede realizar cualquier actividad permitida (Cámara de Comercio de Manizales por Caldas , sf).

Capital autorizado, suscrito y pagado, con indicación de la clase, número y valor nominal de las acciones y de la forma y plazos de pago (no superar 2 años para el capital suscrito) (Cámara de Comercio de Manizales por Caldas, sf).

Fotocopia del documento de identidad de todos los accionistas (Cámara de Comercio de Manizales por Caldas, sf).

Aceptaciones de cargos por escrito, con identificación y fotocopia, en caso de que las personas designadas no firmen el documento constitutivo (Cámara de Comercio de Girardot, sf).

**Plazos y Tarifas:** No hay plazos fijos para la elaboración; los costos dependen de la complejidad y de si se acude a consultar a un abogado.

### **Paso 3: Inscripción en el Registro Mercantil (Cámara de Comercio)**

**Procedimiento:** el documento constitutivo ha de ser autenticado ante notario (reconocimiento de firmas) y después ser puesto de manifiesto ante el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio del domicilio social de la entidad (Servicio Legal, s.f.; Cámara de Comercio de Girardot, s.f.).

#### **Requisitos Documentales:**

Documento constitutivo firmado y autenticado por los suscriptores de las acciones o por sus apoderados (Cámara de Comercio de Manizales por Caldas, s.f.).

Formulario RUES llenado (Cámara de Comercio de Cúcuta, s.f.; Contabilidad Bogotá, s.f.).

Comprobante de haber pagado el impuesto de registro y los derechos de registro (Cámara de Comercio de Manizales por Caldas, s.f. ; Contabilidad Bogotá , s.f. ) .

**Plazos:** El tiempo máximo para el registro será de 15 días hábiles (Cámara de Comercio de Bogotá, s.f.).

#### **Tarifas (Cámara de Comercio de Cúcuta, 2025):**

(Cámara de Comercio de Cúcuta, s.f.): Derechos de registro por la constitución de la entidad: \$69.000 COP (Tienda Nube, s.f.) o \$45.000 COP (Contabilidad Bogotá, s.f.).

Impuesto de Registro: 0,7% del capital suscrito para actos con cantidad (Contabilidad Bogotá, s. f.).

Solicitud de libros de actas: \$23.100 COP cada uno (Tienda Nube, s.f. ; Cámara de Comercio de Cúcuta, s.f.).

Formulario RUES: \$8.100 COP (Cámara de Comercio de Cúcuta, s.f. ) o \$6.200 COP (Contabilidad Bogotá, s.f.).

Certificado de Matrícula Mercantil: \$5.800 COP (Cámara de Comercio de Cúcuta, s.f. ; Tienda Nube, s.f.).

Certificado de Existencia y Representación Legal: \$11.600 COP (Cámara de Comercio de Cúcuta, s.f.) o \$6.200 COP (Contabilidad Bogotá, s.f.).

#### **Paso 4: Inscripción en el Registro Único Tributario (RUT) – DIAN**

**Procedimiento:** La sociedad, una vez registrada en la Cámara de Comercio de la cual obtendrá un CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACIÓN LEGAL, debe inscribirse en el Registro Único Tributario (RUT) ante la dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) donde deberá obtener el NIT o número de identificación tributaria (DIAN, sf.; DIAN, sf). Este trámite podrá hacerse en persona o bien, en algunos casos, de forma telemática, o en Cámaras de Comercio (DIAN, sf.; DIAN, sf. )

#### **Requisitos Documentales:**

Documento de identidad del representante legal.

Certificado de Existencia y de REPRESENTACIÓN LEGAL ofrecido por la Cámara de Comercio. Definir el código de actividad económica CIIU principal y secundarias (DIAN, sf.); Para SERVILOGIC: CIIU 8110 (Actividades Combinadas de Apoyo a Instalaciones), CIIU 8129 (Otras actividades de limpieza), CIIU 8130 (conexos).

Información de ubicación y contacto (DIAN, s.f.).

**Plazos y Tarifas:** inscripción de un RUT gratuito. Los plazos varían en función de su modalidad presencial o bien , en línea.

### **Paso 5: Afiliación a Seguridad Social y Parafiscales**

**Procedimiento:** Una vez constituida la empresa y con el NIT, esta debe inscribirse en el Sistema de Seguridad Social Integral (Salud, Pensiones, Riesgos Profesionales ) y las Cajas de Compensación Familiar. Este procedimiento es de carácter obligatorio para todos los trabajadores que formalmente se encuentren subyugados a la jornada de trabajo (BizLatinHub, sf; Enlace, sf). El Gobierno Nacional ha establecido la Ventanilla Única Empresarial (VUE) para facilitar la formalización en línea de la salud y de los riesgos profesionales (Ministerio de Salud y Protección Social, sf).

**Requisitos:** El del reporte de datos básicos de la empresa (NIT, razón social), la información del delegado, datos de localización y datos de contacto (YouTube, sf).

**Plazos y Tarifas:** los tiempos dependerán de la entidad; las tarifas son los porcentajes de cotizaciones sobre los ingresos de los trabajadores (en torno a un 20.5% a carga del empleador sobre el SMLMV) (BizLatinHub, sf ; Enlace, sf). Cabe tener en cuenta la Ley 2381 de 2024 sobre el posible cambio en los porcentajes de las cotizaciones al Fondo de Solidaridad Pensional para salarios a partir de los 4 SMMLV, el cual se tendrá efectivo a partir del 1 de julio de 2025 (Actualícese, sf).

### **Paso 6: Obtención de Licencia de Funcionamiento (Alcaldía)**

**Procedimiento:** En atención a las especificidades de la localidad (municipio) y de la operación correspondiente, se plantea la necesidad de la obtención de la licencia para el funcionamiento de la actividad o, en su caso, también para el uso del suelo frente a la Alcaldía de

forma local. En Cúcuta las exigencias pueden variar, pero en términos generales incluimos aquella que remite a la documentación del inmueble y de la actividad que constituye el objeto de la Licencia de funcionamiento (Curaduría Uno Cúcuta, s.f.; Camacol Cúcuta, s.f.).

**Requisitos Documentales (Comunes):**

Copia del Certificado de libertad y tradición del inmueble (no superior a un mes de expedición) (Curaduría Uno Cúcuta, s.f.).

Formulario único nacional, debidamente diligenciado para las solicitudes de licencias (Curaduría Uno Cúcuta, s.f.).

Copia del documento de identidad del solicitante o, en su caso, copia del certificado de existencia y representación legal en caso de ser solicitante una persona jurídica (Curaduría Uno Cúcuta, s.f.).

Copia del impuesto predial del último año (Curaduría Uno Cúcuta, s.f.).

Relación de la dirección de predios colindantes (Curaduría Uno Cúcuta, s.f.).

Matrícula profesional de los profesionales intervinientes (si aplica) (Curaduría Uno Cúcuta, s.f.).

**Plazos y Tarifas:** Los plazos pueden modificarse (por ejemplo, 15 días hábiles para ciertos trámites urbanísticos) (Camacol Cúcuta, s.f.). Las tarifas dependen de la normativa del municipio.

**Identificación de Autoridades Gubernamentales Pertinentes**

Las entidades gubernamentales y entidades reguladoras más relevantes que tienen que ver con el registro y la formalización de SERVILOGIC en Colombia son:

**Cámara de Comercio (de Cúcuta):**

**Función:** Está encargada, entre otras, de llevar el Registro Mercantil, donde se registra la conformación de la S.A.S., los cambios que se realicen, los libros y demás documentos, pero también expide certificados como su existencia y su representación legal (Cámara de Comercio de Manizales por Caldas, s.f. ; Cámara de Comercio de Cúcuta, s.f.).

**Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN):**

**Función:** Administra el Registro Único Tributario (RUT) y es la entidad pertinente que se encarga de la administración de los impuestos de carácter nacional (DIAN, s.f.).

**Superintendencia de Sociedades:**

**Función:** Realiza la inspección, vigilancia y control sobre las sociedades comerciales (incluidas las S.A.S.) que incurran en ciertas causales o que sean llevadas al control de dicha Superintendencia. La finalidad de esta institución es fomentar las buenas prácticas empresariales y constatar que las sociedades se atengan a la referida ley y a los estatutos (Superintendencia de Sociedades, s.f.; Superintendencia de Sociedades, s.f.).

**Superintendencia de Vigilancia y Seguridad Privada:**

**Función:** Limita su actividad al control y supervisión exclusivamente de los servicios de vigilancia y seguridad privadas. SERVILOGIC, es particularmente importante, no confundir los servicios prestados de portería y conserjería con la vigilancia armada para evitar sanciones, enfatiza la que dita la clara diferenciación de funciones entre el vigilante (proteger y prevenir, haciendo uso de armas) y el conserje (mantención y gestión, haciendo uso de medios de comunicación y aseo) (Superintendencia de Vigilancia y Seguridad Privada, s.f.; Superintendencia de Vigilancia y Seguridad Privada, s.f.).

**Ministerio de Salud y Protección Social:**

**Función:** Desarrolla protocolos y normas técnicas concernientes a bioseguridad y salud pública, como la regulación de las piscinas de uso colectivo y restringido ( Ley 1209 de 2008 y Resolución 4113 de 2012) (Ministerio de Salud y Protección Social, s.f. ; Ministerio de Salud y Protección Social, s.f.). SERVILOGIC deberá tener en cuenta estas regulaciones para su servicio de mantenimiento de piscinas.

**Ministerio del Trabajo:**

**Función:** Legisla las relaciones laborales en Colombia, como pueden ser la jornada laboral, salarios, prestaciones sociales, condiciones de trabajo, etc. SERVILOGIC deberá cumplir todas las leyes laborales, incluidas las reformas más recientes, como la Ley 2101 de 2021 (reducción gradual de la jornada laboral) y la Ley 2381 de 2024 (reforma pensional) (Función Pública, s.f. ; SUIN-Juriscol, s.f.).

**Alcaldía Municipal (de Cúcuta):**

**Función:** Se responsabiliza de expedir licencias de funcionamiento, permisos de uso de suelo y demás autorizaciones en el ámbito local, además de la gestión de los impuestos municipales (Curaduría Uno Cúcuta, s.f.; Camacol Cúcuta, s.f.). La asunción y el cumplimiento de estos procedimientos y normativas resultan imprescindibles para el funcionamiento legal y exitoso de SERVILOGIC, así como para reducir riesgos y construir un reputado marco de formalidad y responsabilidad.

#### **4.4.3 Capital social**

El capital social es el resultado de sumar los aportes que han realizado o que prometen hacer el resto de los socios o accionistas de una sociedad, a modo de referirse con este concepto al patrimonio inicial para el desarrollo de la sociedad (Minciencias, s.f; Onepark Financiamiento, s.f). Para SERVILOGIC, la definición del capital social constituye una de las partes fundamentales

que utilizaremos para describir su marco estructural financiero y legal conforme a nuestra nueva tipología societaria.

### **Capital Social Requerido para SERVILOGIC**

Teniendo en cuenta que SERVILOGIC se constituye como una Sociedad por Acciones Simplificada (SAS), es fundamental indicar que esta forma jurídica audita una flexibilidad del capital social muy importante. La Ley 1258 de 2008 se refiere a las SAS en Colombia y no exige para su constitución ni un capital mínimo ni una reserva (Función Pública, s.f.; Servicio Legal, s.f.; Caprioli Contadores, s.f.). Esto se traduce en una sensible reducción de las barreras de inicio de actividad empresarial.

Sin embargo, para activar adecuadamente SERVILOGIC y para asegurar las inversiones iniciales que se prevén, se necesita un capital que será aportado por los fundadores. Según el "Cuadro de Inversión Inicial" (Tabla 10), los recursos propios que se destinarán a la inversión inicial totalizan \$60.000.000 COP, cantidad que constituye el capital social inicial que aportarán los fundadores directamente a la empresa.

### **Detalles del Capital Social:**

**Capital Autorizado:** Equivale al máximo de capital que se puede emitir la sociedad; en el caso de SERVILOGIC se definirá un capital autorizado que permitirá futuras capitalizaciones sin necesidad de estar reformando continuamente los estatutos.

**Capital Suscrito:** corresponde a la proporción del capital autorizado que los accionistas se comprometen a desembolsar. En el capítulo de constitución de la SAS se debe especificar la modalidad y las condiciones en que este capital se pagará, con un plazo máximo de dos años (Función Pública, sf; Cámara de Comercio de Manizales por Caldas, sf).

**Capital Pagado:** Es la parte del capital suscrito que ha sido efectivamente desembolsado. para SEVILOGIC los \$60.000.000 COP iniciales de recursos propios constituirán el capital social pagado en el momento de la constitución.

### **Ventajas de la S.A.S. en Relación con el Capital Social**

La toma de la SAS para SERVILOGIC supone unas ventajas importantes en términos de capital:

**Flexibilidad en el Aporte:** Al no exigir un capital mínimo, permite a los socios fundadores comenzar con un capital que se ajuste a sus posibilidades económicas iniciales sin que se vea comprometida la formalidad de la empresa (Servicio Legal, sf; Caprioli Contadores, sf).

**Facilidad para Futuras Capitalizaciones:** La estructura de la acción facilita la incorporación de nuevos inversores o la introducción de aumentos de capital en el futuro, cuando SEVILOGIC crece y demanda más financiación , sin la complejidad que se deriva de otras figuras (Siigo, sf) .

**Responsabilidad Limitada:** La responsabilidad de los socios se limita al importe de sus aportes, protegiendo el patrimonio personal de las obligaciones de la sociedad (Función Pública, sf; Servicio Legal, sf). Esto es importante para minimizar los riesgos financieros asociados a la inversión inicial.

La estructura de capital de SERVILOGIC, ante la figura de SAS, es flexible y estratégica. Permite un inicio rápido con un capital inicial de fácil manejo, pero al mismo tiempo ofrece un marco para atraer futuras inversiones y para proteger el patrimonio de los fundadores, todo ello de acuerdo con la propuesta de valor de formalidad y crecimiento del emprendimiento.

#### **4.4.4 Requisitos legales y regulatorios**

La formalización de un emprendimiento en Colombia requiere el cumplimiento de los diferentes requisitos legales y de obligatoriedad específicas que son propios del tipo de negocio y su lugar de ubicación geográfica (Affirmalegal, sin fecha [1]; Servicio Legal, sin fecha [2]). En el caso de SERVILOGIC, este cumplimiento de la normativa tiene un valor en sí mismo , tanto para su funcionamiento legítimo como para ver reforzada su propuesta de valor de confianza y transparencia.

##### **Identificación de Requisitos Legales y Regulatorios Específicos**

Los principales requisitos legales y regulatorios que se identifican para SERVILOGIC teniendo en cuenta su operación en la ciudad de Cúcuta y su modelo de servicios integrales (portería, conserjería, aseo, piscinas, jardinería) son los siguientes:

##### **Registro Mercantil y Tributario:**

**Requisito:** inscripción en el Registro Mercantil de la sociedad y del Número de Identificación Tributaria (NIT).

**Normativa:** Código de Comercio, Ley 1258 de 2008 (respecto de la SAS), Estatuto Tributario.

##### **Normativa Laboral:**

**Requisito:** De cumplimiento de la normativa laboral en materia de contratación, jornada laboral, salarios, prestaciones sociales y seguridad social.

**Normativa:** Código Sustantivo del Trabajo, Ley 2101 de 2021 (reducción jornada laboral), Ley 2114 de 2021 (licencia de paternidad), Ley 2191 de 2022 (desconexión laboral), y la reciente Ley 2381 de 2024 (reforma pensional) (Función Pública, s.f. [3]; Función Pública, s.f. [4]; SUIN-Juriscol, s.f. [5]).

**Seguridad y Salud en el Trabajo (SST):**

**Requisito:** Emplear un Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST) para prevenir accidentes y enfermedades laborales.

**Normativa:** Decreto 1072 de 2015, Resolución 0312 de 2019.

**Licencias y Permisos Municipales:**

**Requisito:** Obtener licencias de funcionamiento y permisos para uso de suelo local.

**Normativa:** Acuerdos municipales de Cúcuta, Código de Policía.

**Normativas Sectoriales Específicas:****Portería y Conserjería:**

**Requisito:** Ejecutar netamente bajo los roles de soporte de instalaciones, evitando cumplir funciones de vigilancia y abuso de seguridad armada.

**Normativa:** Decreto Ley 356 de 1994 y pronunciamientos de la Superintendencia de Vigilancia y Seguridad Privada, que proscriben a los conserjes y porteros la realización de las funciones de protección de vidas y bienes, caso de no contar con la licencia, correspondiente (Superintendencia de Vigilancia y Seguridad Privada, sf [6]; Superintendencia de Vigilancia y Seguridad Privada, sf [7]; Universidad Militar Nueva Granada, sf [8]).

**Mantenimiento de Piscinas:**

**Requisito:** Estricto cumplimiento de normas de seguridad e higiene para estas piscinas de uso colectivo y restringido.

**Normativa:** Ley 1209 de 2008 y la Resolución 4113 de 2012 del Ministerio de Salud y Protección Social, donde se precisan dispositivos de seguridad y certificaciones específicas (Innova Equipos, sf [ 9 ] ; Minsalud, 2012 [10]; Minsalud, sf [11]).

**Aseo y Jardinería:**

**Requisito:** Adherirse a la existencia de protocolos de limpieza y desinfección, manejo de residuos, y prácticas que fomenten la sostenibilidad ambiental.

**Normativa:** Normas Técnicas Colombianas ( NTC ) vigentes aplicables a higiene y gestión ambiental, a las normas reguladoras locales de manejo de residuos.

### **Descripción de los Trámites Necesarios para el Cumplimiento**

El proceso para cumplir con estos requisitos implica una serie de trámites ante diversas entidades:

#### **Registro Mercantil y RUT:**

**Trámite:** Realizar el documento de constitución (S.A.S.), autenticación de firmas en notaria, registro en la Cámara de Comercio de Cúcuta (incluyendo pago de derechos de inscripción y el impuesto de registro del 0.7% del capital suscrito) (Cámara de Comercio de Cúcuta, s.f. [12]; Contabilidad Bogotá, s.f. [13]; Tienda Nube, s.f. [14]). Luego, inscripción en el Registro Único Tributario (RUT) en la DIAN para obtener el NIT, donde se debe especificar los códigos CIU (8110, 8129, 8130) (DIAN, s.f. [15]; DIAN, s.f. [16]).

**Plazos:** La inscripción en Cámara de Comercio puede tardar hasta quince días hábiles (Cámara de Comercio de Bogotá, sf [17]). El trámite del RUT es gratuito y puede ser rápido haciendo el trámite en línea.

#### **Afiliación a Seguridad Social y Parafiscales:**

**Trámite:** Registro de la empresa y afiliación de todos los trabajadores al Sistema de Seguridad Social Integral (EPS, AFP, ARL) y Cajas de Compensación Familiar. Este procedimiento puede realizarse a través de la Ventanilla Única Empresarial (VUE) (Ministerio de Salud y Protección Social, s.f. [18]; YouTube, s.f. [19]).

**Plazos:** Varían según la entidad.

### **Licencias y Permisos Locales:**

**Trámite:** Solicitar licencia de funcionamiento y concepto de uso de suelo ante la Alcaldía de Cúcuta. Esto implica la presentación de la documentación del inmueble , el certificado de existencia y representación legal de la empresa, y el pago de tasas municipales (Curaduría Uno Cúcuta, s.f. [ 20]; Camacol Cúcuta, s.f. [21]).

**Plazos:** pueden variar , con tiempos promedios de 15 días (hábles , en el caso de que haya algún trámite administrativo) para algunos trámites urbanísticos.

### **Cumplimiento de Normativas Sectoriales:**

**Portería/Conserjería:** formación del personal en materia de atención al cliente y protocolos de seguridad anticipada (por ej. dicho personal no debe realizar actividades relacionadas con la vigilancia armada).

**Piscinas:** Se ha contratado personal certificado en mantenimiento de piscinas (ej. CPO®) y que se realizan auditorías periódicas para determinar que la infraestructura y las prácticas utilizadas cumplan inicialmente con la Ley 1209 y con la Resolución 4113 ( Scribd, sf [22]; Innova Equipos, sf [9])

**Aseo/Jardinería:** se han implementado protocolos de limpieza y desinfección enmarcados en las normas NTCs, que se utilizan certificados y normas de gestión de residuos según la normativa ambiental.

### **Identificación de Autoridades Gubernamentales Pertinentes**

Las principales Gobernaciones o institucionalidades que deberán interactuar con SERVILOGIC son las siguientes:

**Cámara de Comercio de Cúcuta:** Registro Mercantil.

**Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN):** Registro Único Tributario (RUT) y gestión de impuestos nacionales.

**Superintendencia de Sociedades:** Inspección, vigilancia y control sobre las S.A.S. en casos específicos (Superintendencia de Sociedades, s.f. [23]; Superintendencia de Sociedades, s.f. [24]).

**Superintendencia de Vigilancia y Seguridad Privada:** Entidad que resulta un actor instrumental para la delimitación de funciones y para que no se incurra en una actuación ilegal en los servicios relacionados con la portería/conserjería.

**Ministerio de Salud y Protección Social:** normas de salud pública y regulación de piscinas.

**Ministerio del Trabajo:** Legislación laboral y seguridad social.

**Alcaldía Municipal de Cúcuta:** Licencias de funcionamiento y permisos municipales .  
El cumplimiento riguroso de estos requisitos no solo es una obligación que se deriva de la norma, sino que resulta ser un elemento adicional para el crecimiento de la credibilidad de SERVILOGIC, resulta ser un elemento más para la distinción respecto del servicio informal, resulta ser un cimiento en el desarrollo del crecimiento sostenible.

#### ***4.4.5 Impuestos y obligaciones fiscales***

El cumplimiento de las obligaciones tributarias constituye una característica ineludible y estratégica para cualquier entidad económica mica en Colombia, incluidas las sociedades por acciones simplificadas (SAS) como SERVILOGIC (Gestión Legal Colombia, sf; Expertos de América, sf). Se debe tener presente que comprender la situación tributaria y, al tiempo, diseñar e implementar estrategias de buena gestión fiscal resulta de gran importancia para optimizar la

carga tributaria hasta el punto de evitar posibles sanciones que, a su vez, garanticen la solvencia de la empresa o compañía en el largo plazo.

### **Resumen de las Obligaciones Fiscales de SERVILOGIC**

SERVILOGIC, al tener esta SAS como forma jurídica y prestar sus servicios generales en Cúcuta, se remitirá a ordinarias obligaciones tributarias nacionales y locales:

#### **Impuesto sobre la Renta:**

**Descripción:** Importe de periodicidad anual de tipo nacional que grava las utilidades generadas por la empresa entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de cada año (Gestión legal Colombia, sf); Importe de personas jurídicas: la tarifa general es el 35% sobre las utilidades netas (Nexo Legal, sf).

**Obligación:** Presentación de la declaración de la renta y de los complementarios anuales y pago del impuesto en las fechas fijadas por la DIAN en función del último dígito del NIT (Actualícese, sf).

#### **Impuesto al Valor Agregado (IVA):**

**Descripción:** Es un tributo nacional que grava la venta de bienes, la prestación de servicios, la importación y ciertas operaciones de juegos de suerte y azar. En Colombia, tipo general, la tarifa es del 19% (Actualícese, sf; Cuenta Conmigo, sf).

**Obligación:** SERVILOGIC tiene que expedir la factura del IVA en sus servicios grabados, recaudarlo, y declararlo de forma periódica (bimestral o cuatrimestral, según los ingresos que le correspondan) a la DIAN.

#### **Impuesto de Industria y Comercio (ICA):**

**Descripción:** Es un impuesto de carácter municipal que grava todas las actividades industriales, comerciales y de servicios que se llevan a cabo en Cúcuta (Gestión Legal Colombia,

sf; Nexo Legal, sf). Las tarifas dependen de la actividad económica y las determina el municipio (Tumnet, sf).

**Obligación:** Registro en el ICA de la Alcaldía de Cúcuta y presentación de las declaraciones y pagos periódicos (generalmente bimestrales o anuales) requeridos de acuerdo con la normativa local. Cabe mencionar que las SAS podrán recibir el beneficio de estar excluidas del ICA durante los primeros dos años de operación y que, en todo caso, habrá de verificar la normativa municipal correspondiente (America Expert, s.f.; La Nota Económica, s.f.).

**Gravamen a los Movimientos Financieros (GMF - 4x1000):**

**Descripción:** Impuesto nacional que grava las transacciones económicas, siendo el nivel de imposición del 0,4% (4 por mil) sobre el valor de la transacción (Gestión Legal Colombia, s.f.; Nexo Legal, s.f.)

**Obligación:** Este impuesto es inmediatamente retenido por las entidades financieras sobre los movimientos de efectivo de las cuentas bancarias SERVILOGIC.

**Aportes Parafiscales:**

**Descripción:** No son impuestos propiamente dichos, sino cargas económicas obligatorias para las empresas que ocupan a sus trabajadores de manera laboral. Comprende los aportes a las entidades SENA, ICBF y Cajas de Compensación Familiar (Gestión Legal Colombia, sf).

**Obligación:** SERVILOGIC deberá calcular mensual y puntualmente, primero que todo, estos aportes sobre la nómina de la empresa, además de los aportes para la seguridad social (salud, pensiones, riesgos laborales).

**Impuesto Predial:**

**Descripción:** Impuesto local que grava a los propietarios de la propiedad Raíz (Nexo Legal, sf).

**Obligación:** Si SERVILOGIC adquiere propiedades (terrenos o construcciones) deberá realizar el pago correspondiente a este impuesto cada año a la Alcaldía Municipal de Cúcuta, pero si únicamente arrienda este costo no es exigible a la empresa, pues recae sobre el propietario del inmueble.

### **Impuesto al Patrimonio:**

**Descripción:** Es aquel impuesto que grava la riqueza o el patrimonio líquido de las empresas a una fecha determinada (Gestión Legal Colombia, sf ; Nexo Legal, sf).

**Obligación:** Sujeto al impuesto solo si el patrimonio líquido de SERVILOGIC supera ciertos umbrales establecidos por la ley.

### **Estrategias para la Gestión Eficiente de los Impuestos y el Cumplimiento Fiscal**

El Cumplimiento Normativo detallan que para canalizar una gestión fiscal eficiente y lograr un riguroso cumplimiento de la normativa , SERVILOGIC debe aplicar las estrategias:

#### **Asesoría Profesional Especializada:**

**Descripción:** Sería importante contratar los servicios de un contador público y/o un asesor fiscal especializado desde el inicio del negocio . Ello con el objetivo de brindar asesor í a sobre cuál el régimen tributario más apropiado (ej. Régimen Simple de Tributación - SIMPLE, si corresponde para SAS en Cúcuta, de acuerdo con el Acuerdo 021 de 2020), asesor í a para la correcta clasificación de las actividades económicas (CIU), y serán responsables de la liquidación y presentación de los impuestos (America Expert, sf ; Nexo Legal, sf).

#### **Uso de Software Contable y de Gestión Fiscal:**

**Descripción:** Aplicar un software contable y de gestión fiscal que permita automatizar el registro de las transacciones, la facturación, el cálculo de los impuestos, la opción de generar informes. Esto favorece a la disminución de errores, a la mejora en la precisión de la información y a la facilitación del cumplimiento de las obligaciones tributarias de las empresas (América Expert, s.f.; La Nota Económica, s.f.).

#### **Planificación Tributaria Proactiva:**

**Descripción:** Hacer una planificación tributaria periódica que permita prevenir y detectar las oportunidades de reducción de la carga fiscal en virtud del uso de los beneficios fiscales, deducciones y exenciones que corresponden a las SAS o al sector servicio. Esto incluye la optimización del flujo de caja mediante la adecuada distribución del pago de impuestos (Nexo Legal, s.f.).

**Ejemplo:** Monitorear permanentemente la Ley 2381 de 2024 y su reglamentación la que entra en vigor a partir del 1 de julio de 2025 de forma tal que se puedan anticipar los posibles impactos en los costos laborales y los aportes parafiscales y en función de eso poder ajustar las proyecciones financieras (Actualícese , s.f.)

#### **Control Interno y Verificación de Información:**

**Descripción:** Definir un proceso interno de control adecuado para la contabilidad y la gestión fiscal; esto se traduce en llevar a cabo una verificación continua de las cuentas y una conciliación de los saldos, así como garantizar la calidad de la información remitida a la DIAN y demás entidades (La Nota Económica, s.f.)

#### **Cumplimiento Estricto de Plazos y Normativas:**

**Descripción:** Verificar la existencia de calendarización tributaria y asumir el cumplimiento de todos los plazos de declaración y pago de impuestos, impidiendo de esta

manera las multas y sanciones por la extemporaneidad (La Nota Económica, s.f.; Nexo Legal, s.f.).

**Monitoreo Legislativo:** Contar con información actualizada de las constantes modificaciones y requerimientos establecidos en la normativa fiscal colombiana, definida y caracterizada por su complejidad y dinamismo (America Expert, s.f.)

#### **Transparencia y Preparación para Fiscalizaciones:**

**Descripción:** Mantener registros contables ordenados y accesibles, así como preparar para el eventual desarrollo de controles y auditorías fiscales por parte de la DIAN; para lo cual la transparencia en las operaciones realizadas y la veracidad de la información se erigen en factores determinantes para llevar a cabo en forma eficiente la fiscalización (America Expert, s.f.; La Nota Económica, s.f.).

De esta manera la puesta en marcha de estos planteamientos permitirá a SERVILOGIC no solamente cumplir sus obligaciones fiscales con eficiencia, sino que también ayudará a solidificar su imagen de formalidad y responsabilidad, que es un aspecto diferenciador del competitivo mercado de servicios generales.

#### **4.4.6 Protección de propiedad intelectual**

La propiedad intelectual (PI) alude a las creaciones y las invenciones de la mente humana, es decir, los derechos exclusivos que pertenecen al autor de algo para que pueda utilizar su obra e invención (SURA, s.f.). Para SERVILOGIC, la protección de PI constituye una de las estrategias básicas para proteger su identidad de marca, su creatividad tecnológica y su forma de operar, de modo que garantiza su ventaja competitiva y, al mismo tiempo, su sostenibilidad en el mercado.

#### **Estrategias para Proteger la Propiedad Intelectual de SERVILOGIC**

Desde SERVILOGIC se pondrá en práctica una estrategia que desde muy diferentes aspectos protegerá los activos intangibles desde el Punto de Vista de marcas, derechos de autor y secretos empresariales.

**Marcas Registradas (Signos Distintivos):**

**Qué protegerá:** En este apartado se protegerán el nombre comercial "SERVILOGIC", el logo (el escudo con el águila y el edificio), y el slogan "SOLUCIONES INTEGRALES EN SERVICIOS ESTRATÉGICOS Y GENERALES". Proteger estos aspectos es fundamental para que la empresa logre distintividad en el mercado y reconocimiento de marca (Minjusticia, s.f. ; Nominus, s.f.).Estrategia: Presentar ante la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) la marca a fin de que la misma obtenga derechos de uso en las clases de servicios correspondientes, lo que hará imposible el uso por parte de terceras personas de signos iguales o similares que puedan dar lugar a confusión en el público.

**Procesos para Registrar y Hacer Valer los Derechos:**

**Búsqueda de Antecedentes:** Previo a la solicitud se concretará una búsqueda exhaustiva en la base de datos de la SIC (Plataforma SIPI) para cotejar la existencia de marcas iguales o similares que sufraguen la posibilidad del registro (Nominus, s.f.).

**Solicitud de Registro:** Se llenará el formulario oficial (PI01-F01) de la SIC en línea a través de la oficina virtual o se hierve de forma presencial. En la solicitud de derecho se deberán incluir los datos correspondientes del solicitante (SEVILOGIC), la denominación de la marca, el logo (formato JPG) y la clasificación de los servicios de acuerdo con la Clasificación de Niza (Nominus, s.f. ; Minjusticia, s.f.).

**Examen y Publicación:** La SIC considerará la solicitud con el objetivo de verificar el cumplimiento de todos los requisitos establecidos por la ley. Aprobada la solicitud, la publicará

en la Gaceta, con la apertura de un plazo de 30 días para las oposiciones de terceros (Minjusticia, s.f. ; Nominus, s.f.).

**Concesión y Mantenimiento:** Si no hay oposiciones (o bien, si se han planteado y resuelto a favor de SEVILOGIC), la SIC se limitará a otorgar el registro de la marca, concediendo así unos derechos de uso exclusivo durante diez años, prorrogables indefinidamente.

**Defensa de Derechos:** En caso de que se considere que se ha vulnerado el derecho de marca (porque unos terceros hayan utilizado la marca sin autorización), SERVILOGIC podrá presentar controversias ante la SIC para hacer valer sus derechos, pidiendo medidas cautelares o, incluso, indemnizaciones.

#### **Derechos de Autor:**

**Qué protegerá:** La aplicación móvil, la plataforma de gestión interna (código fuente, descripción del programa, manuales de usuario), así como el contenido original de su página web, blog, recursos de marketing (vídeos, infografías, textos), los manuales de formación de formadores, así como los protocolos operativos detallados (XM, s. f.; Dirección Nacional de Derechos de Autor, s.f.).

**Estrategia:** Si bien los derechos de autor nacen con la creación de la obra sin necesidad de registro formal, el registro en la Dirección de Derechos de Autor (DNDA) proporciona una prueba contundente de la titularidad y una mejor defensa en caso de plagio o utilización no autorizada (Minjusticia, s.f.; Dirección Nacional de Derechos de Autor, s.f.).

#### **Procesos para Registrar y Hacer Valer los Derechos:**

**Registro en Línea:** Se realizará el registro de las obras a través de la plataforma en línea de la DNDA ([www.registroenlinea.gov.co](http://www.registroenlinea.gov.co)). Se optará por el tipo de obra (software, obra

literaria, obra artística, etc.), cumplimentando el formulario correspondiente, y se añade la obra (código origen en .pdf o .txt para aquellas obras del tipo software) (Dirección Nacional de Derechos de Autor, s.f. ; Cárdenas & Vega, s.f.).

**Cesión de Derechos Patrimoniales:** En las obras creadas por empleados o contratistas (ej. desarrollo de un software, diseño de un contenido), se garantizará que los contratos de trabajo o de prestación de servicios contengan cláusulas expresas de cesión a favor de SERVILOGIC de los derechos patrimoniales, de forma que la empresa sea la titular de los derechos económicos de estas creaciones (XM, s.f.).

**Defensa de Derechos:** SERVILOGIC, en caso de que exista una infracción, podrá acudir a la DNDA o los tribunales para reclamar la defensa de sus derechos, incluida la prohibición de uso y la indemnización de daños.

**Secretos Empresariales (Know-How):**

**Qué protegerá:** Conocimientos reservados que conceden a SERVILOGIC una ventaja económica y la cual no se trata de públicos, e incluye: las listas de clientes, las listas de proveedores, la técnica de precios, las técnicas internas sobre la optimización de los servicios, los protocolos específicos sobre el entrenamiento, los aspectos financieros no públicos y cualquier "know-how" específico para la optimización de los recursos operativos (Actio Legalis, s. f.; XM, s.f.).

**Estrategia:** La protección de los secretos de la empresa no se consigue mediante un registro, sino a partir de la puesta en práctica de medidas razonables y activas para proteger la confidencialidad de la información (Actio Legalis, s.f.).

**Procesos para Hacer Valer los Derechos:**

**Acuerdos de Confidencialidad (NDAs):** Poner en práctica y hacer firmar a todos los propios empleados, contratistas, proveedores y socios que tengan acceso a información sensible.

**Políticas Internas de Confidencialidad:** Las políticas internas definirán claramente cómo se debe manejar la información considerada confidencial, quién tiene acceso a las bases de datos y a los documentos de la empresa que contienen documentos o información sensible, quién está obligado a guardar la discreción sobre el conocimiento que posee de los secretos comerciales.

**Medidas de Seguridad Digital y Física:** La información digital se protegerá mediante contraseñas sólidas, mediante procedimientos de cifrado y mediante sistemas de ciberseguridad. El acceso físico a documentos y a los equipos que contienen secretos empresariales está restringido.

**Cláusulas de No Competencia:** Se prevén cláusulas de no competencia para el personal considerado clave en los contratos laborales de este personal con el objetivo de asegurar que no podrán utilizar el know-how o la información confidencial de SEVILOGIC en su propio beneficio o en el de empresas competidoras tras su desvinculación.

**Defensa Legal:** En caso de que se conozcan o de que exista un uso no idóneo de los secretos empresariales, la empresa podrá hacer uso de la Ley 256 de 1996 (Ley de Competencia Desleal) y del Código Penal colombiano para iniciar acciones y acciones legales judiciales encaminadas a imponer sanciones o indemnizaciones (Actio Legalis, s.f.; Ámbito Jurídico, s.f.).

**Patentes (Consideración Futura):**

**Qué protegerá:** En esta primera fase, la no protección mediante patente no es el centro de atención, no obstante, SEVILOGIC supervisará el proceso de desarrollo de la invención o del proceso tecnológico novedoso que despierte algún interés -por ejemplo, un determinado

sistema de automatización de limpieza único, un dispositivo para piscinas que ofrece innovaciones en su construcción.

**Estrategia:** Se evalúa si estas creaciones cumplen los requisitos de patentabilidad (novedad, nivel inventivo, aplicación industrial) (XM, s.f.).

**Procesos:** Si se identifica una invención que pueda ser objeto de protección mediante patente se pondrá en marcha la solicitud ante la SIC, es un proceso que presenta un alto grado de complejidad y que requiere asesoría especializada.

La implementación de las estrategias de protección de la propiedad intelectual es un elemento fundamental dentro de la gestión de riesgos y es un elemento estratégico de crecimiento de SERVILOGIC para asegurar que sus activos intangibles, el eje que proporciona el grado decisonal e identificador de su diferenciación, se encuentren debidamente protegidas.

#### ***4.4.7 Cumplimiento normativo y ético***

La dedicación a la ética empresarial y al cumplimiento estricto de las regulaciones legales de la ética, permite mantener la reputación, sostenibilidad y éxito a largo plazo de cualquier entidad (Nexo Legal, sf ; La Nota Económica, sf). SERVILOGIC, cuya formalidad y transparencia son la base de su propuesta de valor, ha establecido el cumplimiento normativo y ético como una prioridad estratégica de toda la actividad que lleva a cabo.

#### **Compromiso de SERVILOGIC con la Ética Empresarial y el Cumplimiento Normativo**

SERVILOGIC se compromete a actuar bajo los más estrictos valores de ética empresarial ya cumplir el cumplimiento estricto de toda normativa legal y ética que sea aplicable al sector de servicios generales en Colombia. Este compromiso radica en los valores corporativos de

Confianza y Transparencia, de Excelencia Operativa, de Compromiso Social y Ambiental, y de Innovación Constante, y se concreta en los siguientes principios:

**Integridad y Honestidad:** Todas las operaciones y relaciones de SERVILOGIC estarán gobernadas por la honradez, la rectitud y la transparencia, tanto interna como externamente.

**Respeto por la Legalidad:** Adherencia estricta a la legislación colombiana en todos los frentes : laboral, fiscal, sectorial y de propiedad intelectual.

**Responsabilidad Social y Ambiental:** Puerto de carga en el que la traslación de mercancías favorezca a la comunidad y minimice los impactos ambientales.

**Profesionalismo y Calidad:** Priorizar los más altos estándares de calidad en la prestación de servicios, garantizando la satisfacción del cliente y la seguridad de los usuarios. Este compromiso ocupa un lugar preponderante para SERVILOGIC, reservado para la diferenciación de la competencia informal, así como para la construcción de una reputación, cimentada en la confianza y método.

### **Cumplimiento de Regulaciones Éticas y Legales Relevantes**

SERVILOGIC garantizará el cumplimiento de las siguientes normativas:

#### **Normativa Laboral:**

**Compromiso:** Asegurar la formalidad de todos los colaboradores , el pago oportuno de salarios y aportes a la seguridad social (salud, pensión, riesgos laborales y caja de compensación), y el respeto de la jornada laboral y el derecho a desconectarse del trabajo (Función Pública, sf; Función Pública, sf; BizLatinHub, sf; Enlace, sf).

**Consideración Especial:** Monitorear activamente la Ley 2381 de 2024, cuya vigencia inicia el 1 de julio de 2025, y habilitaría la obligación de aportar al Fondo de Solidaridad

Pensional para salarios mayores a 4 SMLMV (Actualícese, sf). SERVILOGIC se ajustará sus políticas y proyecciones de acuerdo con la regulación que disponga dicha reforma.

**Normativa Fiscal:**

**Compromiso:** cumplimiento de todas las obligaciones fiscales nacionales (Impuesto sobre la Renta, IVA, GMF) y municipales (ICA, Impuesto Predial), mediante la presentación de declaraciones y el cumplimiento de los pagos dentro de la oportunidad fijada por la DIAN y la Alcaldía de Cúcuta (Gestión Legal Colombia, s.f.; Nexo Legal, s.f.; América Experto, s.f.).

**Normativas Sectoriales Específicas:**

**Portería y Conserjería:** Estricto cumplimiento de la distinción legal entre servicios de apoyo a las instalaciones y la vigilancia armada, no portando armamento el personal de SERVILOGIC ni asumiendo la función de protección de vidas y bienes con licencia de la Superintendencia de Vigilancia y Seguridad Privada como para evitar los riesgos y sanciones a la empresa y a sus clientes (Superintendencia de Vigilancia y Seguridad Privada, s.f.; Superintendencia de Vigilancia y Seguridad Privada, s.f.).

**Mantenimiento de Piscinas:** Consiste en el cumplimiento estricto de la Ley 1209 de 2008 y la Resolución 4113 de 2012, firmadas por el Ministerio de Salud y Protección Social, que establece las exigencias de seguridad e higiene de las piscinas de uso colectivo y restringido (Innova Equipos, sf; Minsalud, 2012; Minsalud, sf). Es decir, implementamos dispositivos de seguridad e incluimos la certificación del personal para el cumplimiento de estas exigencias.

**Aseo y Jardinería:** se basa en la implementación de protocolos de limpieza diaria y desinfección, sobre la base de Normas Técnicas Colombianas (NTC), el tratamiento adecuado de los residuos generados, y la promoción de prácticas medioambientales responsables (Ladoinsa, sf; Misión Servir, sf; Orange County FL, sf).

**Protección de Propiedad Intelectual:**

**Compromiso:** Consiste en el cumplimiento de los derechos de propiedad intelectual de los terceros y en la protección activa de aquellos que son de nuestra propiedad (marcas, derechos de autor sobre producto software y sobre los contenidos, secretos empresariales), para lo cual nos apoyamos en registros y contratos de confidencialidad (Minjusticia, sf; Nominus, sf; Dirección Nacional de Derecho de Autor, sf; Actio Legalis, sf).

**Políticas y Procedimientos Internos para Asegurar el Cumplimiento Normativo y Ético**

Con el objetivo de garantizar la correcta aplicación de este compromiso, SERVILOGIC se compromete a establecer las siguientes políticas y procedimientos internos:

**Código de Conducta y Ética:**

**Descripción:** Creación de un documento formal que plasma los principios que guían la ética en la empresa, expectativas de conducta esperadas para todos los miembros de la organización (desde los mandos hasta el personal operativo), y directrices sobre conflictos de intereses, confidencialidad y trato justo. Este código será de consideración obligatoria y se entregará todo el nuevo personal.

**Programas de Capacitación Continua:**

**Descripción:** Puesta en marcha de formaciones regulares y obligatorias para todo el personal en relación con:

Ética empresarial y valores corporativos.

Normativa laboral vigente y derechos/deberes de los trabajadores / as.

Protocolos de seguridad y salud en el trabajo (SST) básicos, manejo de materiales, equipos y productos químicos.

Distinguir funciones de portería/conserjería y vigilancia.

Normativa de seguridad e higiene para piscinas.

Manejo adecuado de los residuos y prácticas sostenibles.

#### **Canales de Denuncia y Mecanismos de Reporte:**

**Descripción:** Creación de un canal seguro (ej. correo electrónico específico , buzón anónimo) para que los empleados, (sub) contratistas y clientes o puedan denunciar la sospecha de un incumplimiento ético o legal y sin que haya represalias. Se deberá asegurar una investigación oportuna e imparcial de todas las denuncias.

#### **Auditorías Internas y Externas:**

**Descripción:** Realización de auditorías internas periódicas para comprobar la adecuación de las políticas y procedimientos e internos y la normativa externa; Se planteará la posible contratación de auditorías externas que permitan verificar la adecuación a los estándares de calidad (ej. ISSA CIMS) o de las normativas específicas.

#### **Gestión de Riesgos y Monitoreo Legislativo:**

**Descripción:** Integración de los elementos de cumplimiento normativo y ético en el propio sistema de gestión de riesgos de la empresa. Se designará una persona responsable de dar seguimiento a los cambios en la legislación laboral, fiscal y sectorial y gestionarlos para que las políticas internas se actualicen de forma anticipada.

#### **Cláusulas Contractuales y Acuerdos de Confidencialidad:**

**Descripción:** Inclusión de cláusulas de cumplimiento ético y legal de forma expresa en todos los contratos con empleados (acuerdos de confidencialidad y no competencia para funciones claves), clientes, proveedores, es decir, fijar expectativas y proteger los intereses de SEVILOGIC.

### **Cultura de Cumplimiento:**

**Descripción:** Llevar a cabo una cultura organizacional en la que el cumplimiento normativo y ético sea considerado tanto una responsabilidad compartida como un valor intrínseco, fomentando la rendición de cuentas y el comportamiento ejemplar desde la alta dirección.

La puesta en práctica de estas políticas y procedimientos internos , no sólo lo que se garantiza que SERVILOGIC opere dentro del marco de la legalidad , sino que además se garantiza un fortalecimiento de su reputación como empresa de confianza , responsable y profesional, que es uno de los diferenciales que se encuentran en el mercado.

#### **4.4.8 Asesoramiento legal**

El contexto empresarial actual, caracterizado por la rapidez en la producción y la complejidad de las normativas, requiere que las empresas cuenten con un buen apoyo legal para poder navegar las normativas, prevenir riesgos y buscar un crecimiento sostenible (Nexo legal, sf; La nota económica, sf). Para SERVILOGIC que basa su propuesta de valor en la formalidad y el cumplimiento, el manejo proactivo de los asuntos legales es una prioridad clave como estrategia.

#### **Tipo de Asesoramiento Legal para SERVILOGIC**

SERVILOGIC apostará por un tipo de asesoramiento legal externo durante las primeras etapas de la organización , para tener un equipo legal interno cuando la organización escala y la complejidad de las operaciones lo exija.

#### **Asesoramiento Legal Externo (Fase Inicial):**

**Ventajas:** Le permite a SERVILOGIC tener acceso a muchos conocimientos especializados en diferentes disciplinas jurídicas (laboral, fiscal, comercial, propiedad

intelectual, regulaciones del sector) sin tener que asumir los costos fijos de la contratación de un abogado interno a dedicación exclusiva (America Expert, sf). Podrá proporcionar una visión objetiva y actualizada acerca de las últimas reformas en el sector y de la norma legal 2381 de 2024 (reforma pensional) (Actualícese, sf).

**Implementación:** SERVILOGIC creará una relación contractual con los abogados o consultores externos jurídicos de gran experiencia en el sector de servicios, derecho laboral y comercial en Colombia. Dicha consultora será clave para:

La constitución legal de la SAS (Affirmalegal, sf; Servicio Legal, sf).

La revisión y elaboración de contratos con clientes y proveedores.

El cumplimiento respecto de la normativa laboral y de la normativa de la seguridad social (BizLatinHub, sf; SUIN-Juriscol, sf).

El manejo de las obligaciones tributarias y la planificación fiscal (Gestión Legal Colombia, s.f ; Nexo Legal, s.f.).

La salvaguarda de la propiedad intelectual (marcas, derechos de autor, secretos comerciales) (Minjusticia, s.f .; Dirección Nacional de Derecho de Autor, s.f .; Actio Legalis, s.f.)

La interpretación y aplicación de sectoriales normativas (Superintendencia de Vigilancia y Seguridad Privada para portería/conserjería, Ministerio de Salud para piscinas) (Superintendencia de Vigilancia y Seguridad Privada, s.f. ; Minsalud, 2012).

**Asesoramiento Legal Interno (Consideración Futura):**

A medida que SERVILOGIC va incrementando las operaciones que va llevando a cabo, y la complejidad de los asuntos jurídicos que va manejando, se irá evaluando el incorporar a un abogado o a un departamento jurídico interno, de forma tal que permita hacer frente a las

necesidades jurídicas de cada día de forma más inmediata y también se puede llegar a una mayor comprensión del conocimiento jurídico dentro del ámbito mismo del negocio.

### **Recomendación de Buscar Asesoramiento Legal Especializado Cuando Sea Necesario**

Es una política básica de SERVILOGIC el intentar buscar el asesoramiento legal especializado siempre en todas aquellas situaciones que demandan cuyos importantes los riesgos jurídicos altos o las que requieren de la interpretación experta de la ley en determinadas situaciones.

**Justificación:** La normatividad colombiana es compleja y está en continuo cambio (American Expert, sf). Intentar encontrar el control de todos los aspectos jurídicos de forma interna y sin la consiguiente experiencia puede reportar errores costosos, multas, sanciones o incluso el litigar en sí que pueden poner en peligro la viabilidad del emprendimiento. La búsqueda del asesoramiento legal preventivo, entonces, establece una inversión que cae dentro de la medida de gestión de riesgos básicos y la capacidad de llevar a cabo un plan de implementación del cumplimiento y sostenimiento jurídico.

#### **Áreas Críticas para Asesoramiento Especializado:**

**Contratación y Desvinculación Laboral:** Dada la relevancia de la formalidad y la dificultad de la normativa laboral, de la misma manera, cualquier proceso de contratación, masivo o no, o desvinculación de personas trabajadoras tiene que ser supervisado por personal especializado.

**Litigios y Reclamaciones:** Cualquier demanda, reclamación formal o proceso legal que inicie o solicite la empresa requiere la actuación de abogados expertos.

**Cambios Regulatorios:** Las reformas normativas (laborales, fiscales, sectoriales), tienen que ser analizadas por personas expertas para poder ver cuáles son los cambios que hay que implementar para que las políticas y operaciones de SERVILOGIC reconozcan las adaptaciones que las leyes exigen.

**Negociación de Contratos Complejos:** Los acuerdos con grandes clientes, las alianzas estratégicas o los contratos de desarrollo tecnológico requieren revisión legal para salvar los intereses de la empresa.

**Propiedad Intelectual:** El registro y la defensa de las marcas, derechos de autor y secretos empresariales requieren conocimiento especializado porque maximizan la protección.

El asesoramiento jurídico externo será una clave socio estratégica para SERVILOGIC desde el mismo inicio, pues garantizará que la empresa se desenvuelva con lo que le marca la norma y la ética y que sus decisiones están siempre informadas por una comprensión plena de las obligaciones y derechos. La calidad en la gestión del asesoramiento jurídico es una característica que potenciará la confianza y profesionalidad de SERVILOGIC en el mercado.

#### **4.5 Gastos de Puesta en Marcha**

Se requirió una inversión inicial total de \$110.000.000 COP para la puesta en marcha de SERVILOGIC, que corresponden a todos los gastos que se debían tener en cuenta para la formalización del inicio de operaciones, garantizar el cumplimiento legal, la adquisición de equipos y la dotación de los colaboradores operativos.

La inversión se realizó mediante capital propio (55%) y crédito a través del Fondo Nacional de Garantías (45%).

De acuerdo con las cifras de los estados financieros que se encuentran más adelante, se presentan las principales partidas necesarias para la puesta en marcha:

**Tabla 16. Gastos de puesta en marcha**

Concepto	Descripción	Valor aproximado (COP)
Constitución legal y registro	Trámites ante Cámara de Comercio, DIAN, obtención de NIT, registro de marca y licencias de funcionamiento	\$ 3.000.000
Adecuación y dotación de oficina	Mobiliario, equipos de oficina, señalización, adecuaciones eléctricas y de almacenamiento	\$ 8.000.000
Equipos y herramientas operativas	Equipos de limpieza industrial, herramientas de jardinería, kits de mantenimiento de piscina y elementos de conserjería	\$ 32.000.000
Equipos de cómputo y software	Computadores, impresoras, licencias de software de gestión y aplicativo móvil para seguimiento operativo	\$ 6.000.000
Uniformes y elementos de protección personal (EPP)	Dotación inicial para el personal operativo y administrativo	\$ 5.000.000
Publicidad y promoción	Diseño de imagen corporativa, página web, redes sociales, material POP y plan de lanzamiento	\$ 7.000.000
Vehículo operativo	Vehículo liviano para transporte de personal y materiales entre sedes de clientes	\$ 24.000.000
Capital de trabajo inicial	Recursos destinados a nómina, insumos, gastos administrativos y flujo de caja de los primeros meses	\$ 25.000.000
Total inversión inicial		\$ 110.000.000

La correcta planificación y distribución de estos gastos permitió a SERVILOGIC el inicio de operaciones a partir de una estructura, garantizando la disponibilidad de recursos físicos, tecnológicos y humanos necesarios para atender su primer cliente corporativo, y asegurando la sostenibilidad financiera en la etapa inicial del negocio.

#### **4.6 Condiciones comerciales (Cuando sea pertinente)**

##### **Contratación de servicios:**

Los servicios se formalizan mediante contrato suscrito entre SERVILOGIC y el cliente, en el que se estipulan las condiciones de operación, horarios, número de trabajadores, actividades a ejecutar y tiempos de permanencia.

Dependiendo de las necesidades del cliente y el servicio contratado, los contratos podrán formalizarse por periodos mensuales, trimestrales o anuales.

##### **Condiciones relativas a las modalidades de pago:**

Los pagos para todos los servicios prestados por SERVILOGIC se efectúan mediante mensualidad vencida, por transferencia bancaria o consignación, en los términos que se fijan en el contrato. Así, cada factura se emite en los primeros cinco (5) días del mes siguiente al de la

prestación del servicio, y el Cliente dispone de un plazo máximo de quince (15) días cálculo para el pago.

Sin duda alguna, la política de SERVILOGIC, es mantener una relación excelente con todos sus Clientes en términos financieros y de manejo contable y administrativo.

**El síndrome de la conducta:**

SERVILOGIC revisa una vez al año sus tarifas, tomando en cuenta el incremento del salario mínimo legal vigente, los costos de operación y las condiciones del mercado. Cualquiera de los ajustes será comunicado con mínimo treinta (30) días de anticipación al Cliente.

**Aseguramiento del servicio:**

La empresa garantiza el cumplimiento de la calidad del servicio y la reposición del personal en el supuesto que el mismo se encuentre ausente, así como el que el Cliente tenga la posibilidad de comunicarse permanentemente con la empresa por medio de su canal de atención al Cliente y la aplicación móvil que permite el seguimiento de la actividad cotidiana y la entrega de informes de manera instantánea.

**Políticas de fidelización:**

Como parte de la estrategia de comercialización de SERVILOGIC y como un paso para hacerse sostenible comercialmente es ofrecer beneficios a sus Clientes con contratos de duración larga que se traducen en descuentos por renovación, asesorías en seguridad preventiva o capacitaciones en el personal interno.

Estas políticas comerciales sostienen la relación de confianza existente entre SERVILOGIC y los Clientes, manteniendo una prestación del servicio responsable, eficiente y orientado a la satisfacción final del usuario.

## CAPÍTULO V Modulo Financiero

### 5 Modulo Financiero

#### 5.1 Proyección de ventas

El pronóstico de la proyección de ventas de SERVILOGIC fue elaborado considerando la conducta en el presente del negocio, la capacidad operativa y el crecimiento proyectado en la captación de nuevos clientes a lo largo de los próximos cinco (5) años.

Para el momento actual, la empresa está prestando servicios de portería, conserjería, aseo y jardinería a un cliente corporativo y se espera que la misma logre un crecimiento sostenido de su cartera mediante la captación de un nuevo contrato por año.

De acuerdo con la proyección, el ingreso mínimo mensual por cliente se estimó en \$25.000.000 COP, lo que constituye, en términos anuales, el total correspondiente a \$300.000.000 COP por contrato.

La siguiente tabla resume la proyección de ventas para el periodo 2025 - 2029. (Lo primero en la tabla es una descripción de la columna, a la izquierda se encuentra el contenido, en la primera fila el encabezado con la descripción de la columna; "Clientes \* año Proyectados", "Ingreso mensual total (COP)", Ingreso anual total (COP), Crecimiento (%), etc.

**Tabla 17. Proyección de Ventas**

Año	Clientes proyectados	Ingreso mensual total (COP)	Ingreso anual total (COP)	Crecimiento (%)
2025	1 cliente	\$ 25.000.000	\$ 300.000.000	—
2026	2 clientes	\$ 50.000.000	\$ 600.000.000	100%
2027	3 clientes	\$ 75.000.000	\$ 900.000.000	50%
2028	4 clientes	\$ 100.000.000	\$ 1.200.000.000	33%
2029	5 clientes	\$ 125.000.000	\$ 1.500.000.000	25%

Estas proyecciones se realizaron partiendo de un escenario conservador en virtud de la profusión del ritmo de crecimiento del sector de servicios de apoyo logístico, y del que se ha generado por efectos de la alta demanda en conjuntos residenciales y edificios empresariales, así como de la capacidad de SERVILOGIC para mantener la calidad del servicio y la formalidad laboral como su principal ventaja competitiva.

El crecimiento proyectado implica que el incremento se realizaría de forma creciente o sostenible de tal forma que se pueda llegar a esquemas de ingreso anuales superiores a \$1.500.000.000 COP una vez alcanzado el quinto año de operación, constituyéndose en una empresa sólida o de ingresos, y modelo escalable dentro del mercado regional.

#### **5.1.1 *Tamaño del mercado***

El mercado de servicios de apoyo logístico integral que contempla los servicios de portería, conserjería, aseo, jardinería y mantenimiento de zonas comunes tiene un crecimiento creciente en la ciudad de Cúcuta y su área metropolitana debido a la expansión urbana, un considerable crecimiento de los conjuntos residenciales y la necesidad de contar con servicios de mantenimiento y control en edificios que sean profesionales.

De acuerdo con el DANE y el registro de la Cámara de Comercio de Cúcuta (2024), hay alrededor de 1.200 conjuntos residenciales, edificios de apartamentos y complejos empresariales que requieren servicios permanentes de portería, aseo y jardinería.

Se estima que una mayoría de aproximadamente un sesenta por ciento de esos apartamentos tiene contratado el servicio mediante la empresa privada, en virtud de la formalidad laboral y de supervisión, así como de la legalidad requerida.

Con base en ello, los habitantes que representan el potencial del mercado para SERVILOGIC son aproximadamente seiscientos noventa (690) unidades residenciales y corporativas que podría requerir los servicios de la empresa.

Si la empresa considera un valor promedio del servicio del orden de los \$25.000.000 COP mensuales por cliente, el tamaño económico del mercado en Cúcuta estaría proyectado en un aproximado de \$18.000 millones de pesos mensuales, es decir, \$216.000 millones anuales.

Por otro lado, dicho mercado serviría si se considera que SERVILOGIC tiene la posibilidad de captar cinco (5) clientes en un periodo de cinco años, lo que sería una participación de mercado proyectada del 0,7%, siendo una cifra alcanzable y sostenible dados los niveles actuales de capacidad operativa y la estrategia de expansión planteada.

Este análisis indica que el tamaño del mercado local es confirmatorio en el sentido de ofrecer un potencial que puede ser significativo para la expansión de SERVILOGIC, validando la viabilidad comercial del mercado y las proyecciones económicas del proyecto.

### **5.1.2 *Tabla de proyección de ventas y Justificación***

La tabla de proyección de ventas que construimos para SERVILOGIC se define en función del número de clientes que se espera tener por año, el valor moderadamente estándar del servicio por cliente estimado en materia de facturación mensual, junto con la frecuencia con la que se prevé facturar, teniendo presente en toda esta relación, un comportamiento actual del negocio y de las tendencias del mercado en la región.

#### ***Tabla 18. proyección de ventas y Justificación***

Año	Clientes proyectados	Ingreso mensual total (COP)	Ingreso anual total (COP)
2025	1 cliente	\$ 25.000.000	\$ 300.000.000
2026	2 clientes	\$ 50.000.000	\$ 600.000.000
2027	3 clientes	\$ 75.000.000	\$ 900.000.000
2028	4 clientes	\$ 100.000.000	\$ 1.200.000.000
2029	5 clientes	\$ 125.000.000	\$ 1.500.000.000

### **Justificación de la proyección:**

El valor promedio mensual de 25,0 millones por cliente corresponde a contratos integrales de servicios de portería, conserjería, aseo y jardinería aplicables en conjuntos residenciales y edificios empresariales de tamaño medio, donde se pueden cubrir personas para el servicio con 4 o 5 operarios por turno.

La previsión de un cliente más por año responde a una estrategia conservadora fundamentada en la capacidad operativa actual, la disponibilidad de personas adecuadas y el alcance del negocio en Cúcuta y su metropolitana.

La facturación se estima en forma mensual, vencida y tomando como base contratos de prestación de servicios continuos y renovados.

Se incorpora un ajuste promedio del 8% anual en tarifas, considerando la inflación y el crecimiento del mínimo vital del 5% y de los costos de operación, con lo que se justifica el crecimiento de \$500.000 para 2009, pero manteniendo el orden de magnitud de 25 millones como ingreso mensual.

El escenario estimado refleja un crecimiento sostenible, donde el ingreso anual multiplicado por cinco llega al quinto año, sin comprometer la calidad ni la respuesta del servicio, con lo cual el modelo de negocio queda demostrado.

Las estimaciones permiten observar la viabilidad económica del modelo de negocio y demuestran que SERVILOGIC consta de un plan financiero escalable, sustentado en una demanda real del mercado y en la capacidad instalada para hacer crecer su cobertura de manera gradual y sostenida.

### **5.1.3 Participación del mercado**

La cuota de mercado pronosticada para SERVILOGIC fue calculada con base en el tamaño total del mercado local descrito en el numeral 5.1.1, que asciende a un monto cercano a los \$216.000 millones anuales, teniendo en cuenta los conjuntos residenciales, edificios y complejos empresariales requeridores de servicios de portería, conserjería, aseo y jardinería en la ciudad de Cúcuta.

De acuerdo con la estimación de ventas desarrollada en el numeral 5.1.2, SERVILOGIC alcanza un ingreso anual cercano a los \$1.500 millones COP al quinto año de actividad, lo que representa una participación del 0,7% del total estimado.

Esta cuota de mercado, si bien se trata de un porcentaje bajo, toma una mayor relevancia si revisamos que la empresa se encuentra en un proceso de desarrollo incipiente y que la dinámica del mercado queda comprometida por un elevado número de competidores locales.

El crecimiento moderado proyectado, de un cliente más por año; permite una expansión sostenible y acorde a la capacidad operativa actual de la compañía.

A medio plazo, SERVILOGIC proyecta aumentar su cuota de mercado a partir de estrategias de diferenciación desde la formalidad laboral, supervisión constante; un aspecto que entrará en juego desde el momento en que la empresa gane en formalidad al ir construyendo su carta de clientes, calidad de servicio y el uso de tecnología en la administración de sus operaciones.

Esas ventajas competitivas apoyarán la fidelización de los clientes existentes y el ingreso a nuevos segmentos del mercado residencial y empresarial.

#### **5.1.4 Política de cartera**

SERVILOGIC establece su política de cartera por medio del desarrollo de hechos que sustentan su decisión de realizar el seguimiento de sus clientes y de su flujo de caja, ya que la empresa hace uso de una cartera de cuentas por cobrar con la intención de mantener un flujo de caja óptimo y predecible para garantizar la sostenibilidad financiera del negocio.

La facturación es realizada mensualmente vencida, en los primeros cinco (5) días del mes siguiente a la prestación del servicio. Los clientes tienen un plazo máximo de quince (15) días calendario para el pago correspondiente, atendiendo a las condiciones estipuladas en el contrato.

El área administrativa de SERVILOGIC realiza el seguimiento permanente de la cartera con la intención de garantizar la recuperación oportuna de los valores facturados. En los casos de mora superior a los treinta (30) días se envía un recordatorio formal al cliente, y en los casos de mora de más de sesenta (60) días se puede llegar a la suspensión del servicio hasta el normal pago de este monto.

La política de la empresa de SERVILOGIC es la de cero endeudamientos a la clientela. La empresa prefiere ser lenta con la estrategia de crecimiento. Se intenta establecer relaciones comerciales basadas en la confianza, la comunicación continua y el cumplimiento de las condiciones acordadas económicamente.

Esta política permite conservar un flujo de efectivo equilibrado, evitar la morosidad en la cuenta de cartera, proyectar una imagen de formalidad y seriedad ante sus clientes.

## 5.2 Inversión y financiación

### 5.2.1 Plan de inversión

El plan de inversión de SERVILOGIC se formuló con base a los requerimientos financieros para la puesta en marcha y la consolidación del negocio durante su primer año de funcionamiento. Se estipula que la inversión desembolsada fue de un sumatorio de \$110.000.000 COP, en un 55% de financiación con recursos propios y en un 45% mediante crédito respaldado por el Fondo Nacional de Garantías (FNG).

Estos recursos fueron utilizados para cubrir las necesidades de constitución legal, adquisición de equipos, adecuación de la sede, dotación del personal, herramientas tecnológicas y capital de trabajo inicial.

**Tabla 19. distribución del plan de inversión**

Concepto	Descripción	Valor (COP)	% sobre total
Adecuación y dotación de oficina	Mobiliario, señalización, equipos de oficina y adecuaciones básicas	\$ 8.000.000	7,30%
Equipos y herramientas operativas	Aspiradoras industriales, cortacéspedes, sopladoras, implementos de aseo y jardinería	\$ 32.000.000	29,10%
Vehículo operativo	Transporte del personal y materiales entre sedes de clientes	\$ 24.000.000	21,80%
Equipos de cómputo y software	Computadores, impresora, licencias Office y software de gestión GMAO	\$ 6.000.000	5,50%
Uniformes y elementos de protección (EPP)	Dotación inicial para personal operativo y administrativo	\$ 5.000.000	4,50%
Publicidad y posicionamiento	Diseño de imagen corporativa, papelería, página web y material de lanzamiento	\$ 7.000.000	6,40%
Constitución legal y trámites	Cámara de Comercio, DIAN, licencias, registro de marca	\$ 3.000.000	2,70%
Capital de trabajo inicial	Recursos para nómina, insumos y gastos de operación inicial	\$ 25.000.000	22,70%
<b>Total inversión inicial</b>		<b>\$ 110.000.000</b>	<b>100%</b>

Esta inversión ha permitido a SERVILOGIC iniciar su funcionamiento con una administración sólida, el equipamiento adecuado e incluso los recursos humanos y tecnológicos necesarios para asegurar la prestación eficiente del servicio desde el primer contrato.

Del mismo modo, el plan de inversión da cuenta de la orientación estratégica de la administración hacia la formalización, la eficiencia operativa y la tecnología innovadora, bases de su propuesta de valor y de la capacidad de crecimiento en el mercado regional.

### **5.2.2 Estrategias de financiamiento**

La estrategia de financiamiento es una estrategia importante del plan de negocio, ya que explica cómo se obtendrá la capitalización del negocio para su lanzamiento y funcionamiento, así como para el crecimiento (Minciencias, sf [1]; Onepark Financiamiento, sf [2]). Para SERVILOGIC, contar con una estructura de financiación confiable es fundamental para llevar a cabo su propuesta de valor integral y sus metas a largo plazo.

#### **5.2.2.1 Fuentes de financiamiento**

La inversión total inicial requerida para SERVILOGIC es de \$110.000.000 COP ; esto puede observarse en el "Cuadro de Inversión Inicial" (Tabla 10). SERVILOGIC utilizará una mezcla de las siguientes fuentes de financiación para financiar dicho capital:

##### **Recursos Propios (Capital Semilla):**

**Descripción:** Representa la inversión directa de los fundadores de SERVILOGIC. Este capital representa tanto la dedicación como la certeza de que poseen los emprendedores del proyecto, lo cual se considera positivo para alcanzar la financiación externa requerida.

**Monto Estimado:** \$60.000.000 COP (Tabla 10).

**Ventaja:** No requiere deuda ni intereses, y otorga control total del proyecto a los fundadores.

##### **Crédito Bancario/Financiero:**

**Descripción:** Se considera esta alternativa como la primera fuente de financiación externa, con el objeto de financiar la mayor parte de la inversión de los activos de valor.

SERVILOGIC se centrará en buscar préstamos o líneas de crédito con entidades financieras que ofrezcan condiciones favorables para emprendimientos y MiPymes.

**Monto Estimado:** \$50.000.000 COP (Tabla 10).

**Ventaja:** Permite adquirir activos sin descapitalizar a los fundadores y puede ofrecer tasas de interés competitivas.

**Consideración:** La primera consideración es la exigencia que tienen los bancos de un historial de operación o de un activo o garantía a vinculados al préstamo, lo que podría significar un obstáculo inicial (Caprioli Contadores, sf).

#### **Financiamiento de Proveedores (Crédito Comercial):**

**Descripción:** A pesar de que será efectivo el pago al momento de la compra de parte de los equipos, SERVILOGIC intentará negociar el pago a crédito (ej. Neto 30 - 45 días ) con proveedores seleccionados de los materiales, suministros y equipos, donde se constituye una forma de financiación a corto plazo, que permite también optimizar el flujo de caja.

#### **Otras Fuentes de Financiamiento (Consideración Futura/Complementaria):**

**Fondos de Emprendimiento y Capital Semilla:** Buscar programas de apoyo a emprendimientos y MiPymes públicos (ej. DNP, Mi Pymes) o fondos de capital semilla que aporten en el futuro a realizar inversiones en proyectos innovadores.

**Inversionistas Ángeles/Venture Capital:** Si SERVILOGIC mostrara tracción o crecimiento podría considerarse atraer a inversores ángeles (inversionistas) o capitales riesgo (Venture Capital o Capital de Riesgo) que otorguen no sólo capital, sino también experiencia, conocimiento y redes de contacto.

### **5.2.2.2 Plan de financiamiento**

#### **Uso de los Fondos Requeridos**

El monto total de la inversión de \$110.000.000 COP se destinará específicamente para lograr la operativa , la formalidad y la diferenciación de SERVILOGIC desde el inicio de la actividad , como se exponen en el "Cuadro de Inversión Inicial".

**Maquinaria y Equipo (\$110.000.000 COP):** La mayor parte de la inversión se destinará a la adquisición de activos operativos básicos. Se incluyen:

**Vehículos Operativos:** Dos unidades para el transporte de personal, equipos y suministros a las propiedades; factor crucial para la operativa logística.

**Equipos Especializados:** aspiradoras industriales, fregadoras, cortadoras de césped, desbrozadoras, kits completos de herramientas para jardinería y mantenimiento de piscinas. Esta inversión en maquinaria de gama alta es clave para garantizar la óptima calidad del servicio y la operativa (Tienda Karcher, sf; Maquitech de Colombia, sf; Equipmaster, sf).

**Muebles y Enseres (\$10.000.000 COP):** Destina recursos a mobiliario y a los elementos de oficina, habilitando como un entorno administrativo productivo y profesional.

**Licencias y Legal (\$2.000.000 COP):** Cubre los costos de registrar la sociedad ante la Cámara de Comercio y obtener las licencias exigidas para el inicio de su actividad.

### **Estrategias para la Gestión Eficiente del Financiamiento**

Con el propósito de gestionar los recursos y garantizar la supervivencia económica de SERVILOGIC, se pondrá en marcha las siguientes estrategias:

#### **Planificación Financiera Detallada y Monitoreo Continuo:**

Mantener las proyecciones financieras al día (en ingresos , costos o flujos de entrada y salida de fondos), para controlar la liquidez y la rentabilidad, y ajustar las estrategias de financiamiento si hace falta. Seguimiento de los Costos: siempre deben ser monitorizados para asegurar el cumplimiento del umbral del punto de equilibrio.

**Optimización del Flujo de Caja:**

Negociar de forma favorable en plazos de pago a proveedores y perseguir descuentos por pronto pago derivados de la propuesta de financiación para así maximizar el capital de trabajo (como se presenta en el punto c. iv. en las políticas de control de pago a proveedores de la parte de Marketing Mezcla: Estrategias de Producto).

Establecer políticas de cobro para clientes que aseguren la entrada a plazos adecuados.

**Gestión Prudente de la Deuda:**

Ponderar el uso de crédito para financiar inversiones en activos que son de producción (ej. vehículos; equipos) y evitar el endeudamiento en gastos operativos.

Monitorear constantemente las tasas de interés de mercado y las condiciones del mercado financiero que permiten refinanciar deudas.

**Aprovechamiento de Incentivos y Apoyos:**

Investigar y aplicar a programas de financiación o de incentivos fiscales para MiPymes y emprendimientos que permitan a la factorizar la carga financiera o facilitar el acceso al capital (DNP, sf ; Mi Pymes, sf).

**Control Riguroso de Costos:**

Definir un sistema de control de costos para controlar y optimizar los gastos fijos y variables, de forma que cada inversión sea capaz de aportar a la propuesta de valor que implica SERVILOGIC.

La estrategia de financiación de SERVILOGIC es global y está á circunscrita a la considerada inversión necesaria para una diferenciación, sin perder el control de los recursos. Combinando recursos propios, crédito estratégico y un control del capital de forma eficiente,

SERVILOGIC estará permaneciendo en una posición óptima para iniciar operaciones, crecer y consolidarse como una referencia en el mercado de servicios generales en Cúcuta.

### 5.2.2.3 Tabla de amortización de crédito (opcional)

Con el objetivo de hacer frente a los requerimientos de la inversión inicial en activos relevantes (básicamente vehículos y equipos especializados) y a los goles de capital de trabajo necesarios para el cumplimiento de la formalidad, SERVILOGIC estima que va a conseguir la obtención de un crédito bancario por un total de \$50,000,000 COP. En la tabla de amortización que acompaña a este texto se puede ver el desarrollo de la deuda, la cual se asume con un periodo de 5 años a una tasa de interés del 2.0% mensual.

La amortización se determinará bajo el sistema de la cuota fija mensual, donde el total de la cuota de pago permanece constante, si bien la cuota en capital y la cuota en intereses se presenta en partes distintas.

**Fecha de disposición:**  
01/01/2025 

**Monto del Crédito:**  
\$ 50000000

**Forma de Pago:**  
Mensual 

**Plazo:**  
5 años 

**Interés:**  
% 2

Si en la fecha **01/01/2025** solicitas un crédito por la cantidad de **\$50,000,000.00** , a un plazo de **5 años** y vas a realizar pagos **mensuales** a una tasa de interés de **2.0%** , el costo financiero de tu crédito es de **\$2,583,280.16** .

La siguiente tabla te muestra la evolución de tu crédito

Año	Sdo. Capital	Pago Capital	P. Int.	Monto de Pago	Plazo en días	Sdo. Capital	Pago No	Fecha
1	\$50,000,000.00	\$793,054.67	\$83,333.33	\$876,388.00	30	\$49,206,945.33	1	31/01/2025
1	\$49,206,945.33	\$794,376.43	\$82,011.58	\$876,388.00	30	\$48,412,568.90	2	02/03/2025
1	\$48,412,568.90	\$795,700.39	\$80,687.61	\$876,388.00	30	\$47,616,868.52	3	01/04/2025
1	\$47,616,868.52	\$797,026.56	\$79,361.45	\$876,388.00	30	\$46,819,841.96	4	01/05/2025
1	\$46,819,841.96	\$798,354.93	\$78,033.07	\$876,388.00	30	\$46,021,487.03	5	31/05/2025
1	\$46,021,487.03	\$799,685.52	\$76,702.48	\$876,388.00	30	\$45,221,801.50	6	30/06/2025
1	\$45,221,801.50	\$801,018.33	\$75,369.67	\$876,388.00	30	\$44,420,783.17	7	30/07/2025
1	\$44,420,783.17	\$802,353.36	\$74,034.64	\$876,388.00	30	\$43,618,429.81	8	29/08/2025
1	\$43,618,429.81	\$803,690.62	\$72,697.38	\$876,388.00	30	\$42,814,739.19	9	28/09/2025

(Simulador de Créditos, 2008)

**Nota:** Se asume un monto de pago de \$1,288,141 (calculado a 2.0% mensual) y un costo financiero total que asciende hasta \$30,148,460 COP. Estos valores son aquellos que sustituyen los anteriores de montos \$876,388 COP y \$2,583,280.16, ya que el cálculo a 2.0% mensual (que equivale al 24% efectivo anual) es la tasa correcta para un pago de \$1,288,141/mes.

### Consecuencias para el Estado Financiero:

**Gastos Financieros Recurrentes:** El monto que aparece en el Estado de Resultados y corresponde a los intereses anuales (por ejemplo, \$9,139,285 COP en el Año 1) va a ser incorporado directamente en el Estado de Resultados, afectando la utilidad neta.

**Viabilidad y Deuda:** La capacidad de SERVILOGIC de generar ingresos suficientes para pagar este importe constante (\$1,288,141 COP/mes) se va a comprobar en el Flujo de Caja.

**Balance General:** El Saldo Capital Final de Año irá a parar al Pasivo No Corriente que aparecerá en el Balance General, y este irá disminuyendo a un ritmo lento durante los 5 años en los que se va a amortizar la deuda.

### 5.2.3 Costos y gastos de operación

La estructura de costos de SERVILOGIC está compuesta por Costos Variables (directamente relacionados con la prestación del servicio y con el número de contratos) y Costos Fijos (relacionados con la parte administrativa y de soporte). Una elevada proporción de Costos Variables se explicaría según el compromiso que se establece con la Formalidad Laboral, base de la propuesta de valor.

#### Costos Variables por Contrato (Costo Directo al Servicio)

Los costos variables por contrato son lo fundamental para un conjunto residencial promedio (5 FTEs operativos) y suponen la carga directa resultante de la formalidad y de la calidad:

TRABAJADORES QUE SXE REQUIEREN POR CLIENTE	
1	ASEO COMUNITARIAS- PISCINERO
1	JARDINERIA
3	PORTERIA CONTROL DE ACCESO-
1	SECRETARIA
1	ADMINISTRADOR

NOMINA DE TRABAJADORES						
PAGOS DE LA EMPRESA			DESCUENTOS AL TRABAJADORES			
SALARIO	AUXILIO DE TRANSPORTE	TOTAL DEVENGADO	SALUD	PENSION	TOTAL DEDUCIDO	NETO A PAGAR
1.423.500	200.000	1.623.500	56.940	56.940	113.880	1.509.620
1.423.500	200.000	1.623.500	56.940	56.940	113.880	1.509.620
1.423.500	200.000	1.623.500	56.940	56.940	113.880	1.509.620
1.423.500	200.000	1.623.500	56.940	56.940	113.880	1.509.620
1.423.500	200.000	1.623.500	56.940	56.940	113.880	1.509.620
7.117.500	1.000.000	8.117.500	284.700	284.700	569.400	7.548.100

PLANILLA DE SEGURIDAD SOCIAL				
PAGOS DE LA EMPRESA				TOTAL PAGO PLANILLA SEGURIDAD SOCIAL POR TRABAJADOR
SALUD EMPRESA	PENSION EMPRESA	ARL	CCF	
120.998	170.820	7.431	56.940	470.068
120.998	170.820	7.431	56.940	470.068
120.998	170.820	7.431	56.940	470.068
120.998	170.820	7.431	56.940	470.068
120.998	170.820	7.431	56.940	470.068
604.988	854.100	37.153	284.700	2.350.341

PROVISIÓN MENSUAL DE LIQUIDACIÓN					
PAGOS EMPRESA					VALOR MENSUAL TRABAJADOR
PRIMA	CESANTIAS	INT CESANTIAS	VACACIONES	TOTAL LIQUIDACIÓN	
135.292	135.292	16.235	59.313	346.131	2.325.819
135.292	135.292	16.235	59.313	346.131	2.325.819
135.292	135.292	16.235	59.313	346.131	2.325.819
135.292	135.292	16.235	59.313	346.131	2.325.819
135.292	135.292	16.235	59.313	346.131	2.325.819
676.458	676.458	81.175	296.563	1.730.654	11.629.095

#### 5.2.4 Costo variable unitario

Los costos variables en el modelo financiero de SERVILOGIC exhiben sus particularidades al corresponder a todos los gastos vinculados directamente a la entrega del servicio que experimenta variabilidad en función del número de clientes atendidos o del tipo de contrato formalizado. Se estipula que los clientes pueden requerir distintos tipos de servicios, ya sea la portería, el conserje, el aseo, la jardinería o la piscina, por lo que no se estima que un servicio sea homogéneo en el sentido del precio fijado.

Sin embargo, se ha fijado un costo variable unitario mensual promedio de \$1.600.000 COP específicamente para los consumos de útiles y demás insumos de aseo que se utilizan para operar el contrato. Este costo incluye el consumo de productos de limpieza industrial, detergentes, desinfectantes, bolsas plásticas, papel, aromatizantes y demás insumos de uso habitual

Los costos variables que sirve para activar el contrato varían conforme la empresa capte más contratos y, de forma proporcional, se da lugar a una relación proporcional del número de clientes activos. El uso que se le dé a esos insumos, mediante el control y seguimiento de inventario y compras centralizadas, garantizará que SERVILOGIC cuente con una eficiencia alta en sus costos operativos y mantenga márgenes de rentabilidad estables.

#### **5.2.5 Costos fijos**

El costo fijo preponderante que se ha detectado en la operación del servicio prestado por SERVILOGIC es el valor mensual por trabajador; aquí se incluye el salario básico, las prestaciones sociales, los aportes a la seguridad social y las provisiones legalmente establecidas por la normativa laboral vigente.

De la tabla de provisión para la liquidación del mes enviada por la empresa se detalla que el costo fijo por trabajador asciende hasta los \$2.325.819 COP.

Este valor representa el gasto promedio que SERVILOGIC tiene que asumir de manera permanente sin importar el número de contratos susceptibles de ejecutarse o el nivel de ingresos mensual.

El costo fijo laboral es la base sobre la que se sostiene la estructura operativa de SERVILOGIC, asegurando la estabilidad del personal y la continuidad del servicio en condiciones de formalidad y legalidad.

Este rubro es clave dentro del análisis financiero, ya que con este rubro se puede determinar el punto de equilibrio que permita proyectar la rentabilidad de cada contrato ejecutivo según el número de trabajadores asignados.

### **5.3 Proyección de ingresos, costos y gastos**

La proyección de los ingresos, así como, de los costos y los gastos, es la concreción financiera correspondiente a la idea de negocio, que muestra de qué manera la estructura de costos (fijos y variables) y la proyección de ventas (apartado 5.1) son de utilidad para la generación de la utilidad neta. La presente sección se basa en la Hoja de Trabajo de Movimientos del año 1 (documento soporte) y es una de las entradas de la hoja correspondiente a la construcción del Estado de Resultados, del Balance General y del Flujo de Caja proyectado a cinco años.

#### **Proyección de los Ingresos Operacionales**

Los ingresos operacionales provienen única y exclusivamente de la alquiler-venta del Servicio Integral de Gestión de Propiedades (portería, conserjería, aseo, piscinas, jardinería) a clientes del tipo B2B (Propiedad Horizontal, empresarial).

Precio Unitario: Se establece un precio de venta promedio por contrato de \$25 000 000 COP/mes.

Contratos Año 1: La proyección de la sección 5.1 prevé 12 contratos anuales al término del primer año (una media de 1 contrato nuevo al mes).

Ingreso Operacional Anual (Año 1): La venta total de servicios asciende hasta los \$300.000.000 COP.

#### **Proyección de Costos Variables**

El costo variable unitario es de \$14.729.095 COP/contrato/mes (sección 5.2.3), siendo el costo laboral formal (salario, seguridad social, prestaciones de 5 FTEs) el principal componente. El Costo Variable Total Anual es el producto de multiplicar el costo unitario por el número de contratos mensuales.

### **Proyección de Costos y Gastos Fijos**

El Costo Fijo Total (CF) anual del proyecto está construido sobre la base de la estructura administrativa de SERVILOGIC (sección 5.2.5).

Costo Fijo Total Mensual: \$21.543.000 COP.

Costo Fijo Total Anual: \$21.543.000 COP x 12 meses = \$258.516.000 COP.

### **Consolidación de Movimientos (Año 1)**

La tabla siguiente se reitera los principales movimientos contables, que determinan la situación financiera de SERVILOGIC, a cierre del primer año fiscal, y prueba la capacidad del modelo para generar valor económico.

<b>HOJA DE TRABAJO DE MOVIMIENTOS AÑO 1</b>				
---	--	--	--	--

<b>1</b>	<b>APORTES SOCIALES</b>	<b>DETALLE</b>	<b>DEBE</b>	<b>HABER</b>
1105	CAJA		60.000.000	
3115	APORTES SOCIALES			60.000.000
<b>2</b>	<b>CREDITO ADQUIRIDO</b>	<b>DETALLE</b>	<b>DEBE</b>	<b>HABER</b>
2205	PASIVOS FINANCIEROS			50.000.000
1110	BANCOS NACIONALES		50.000.000	
<b>3</b>	<b>DINEROS DE CAJA CONSIGNADOS AL BANCO</b>	<b>DETALLE</b>	<b>DEBE</b>	<b>HABER</b>
1110	BANCO		60.000.000	
1105	CAJA			60.000.000
<b>4</b>	<b>PAGOS REALIZADOS EN EL AÑO</b>	<b>DETALLE</b>	<b>DEBE</b>	<b>HABER</b>

CUENTA PUC	DETALLE	MENSUAL CLIENTE	ANUAL CLIENTE	
2365	SALUD	284.700	3.416.400	
2370	PENSION	284.700	3.416.400	
2610	PROVISION PRIMAS	676.458	8.117.500	
2610	PROVISION CESANTIAS	676.458	8.117.500	
2610	PROVISION INT CESANTIAS	81.175	974.100	
2610	PROVISION VACACIONES	296.563	3.558.750	
510506	SALARIO	7.117.500	85.410.000	
510527	AUXILIO DE TRANSPORTE	1.000.000	12.000.000	
5105	SALUD EMPRESA	604.988	7.259.850	
5105	PENSION EMPRESA	854.100	10.249.200	
5105	ARL	37.153	445.840	
5105	CCF	284.700	3.416.400	
5195	UTILES DE ASEO	1.600.000	19.200.000	
2408	IVA DEDUCIBLE		3.648.000	
2365	RETENCIONES PRACTICADAS	0		480.000
5195	DOTACIÓN	66.667	800.000	
	TOTAL, GASTOS MENSUALES	13.865.162	170.029.940	
1110	BANCO			170.029.940
<b>4</b>	<b>PAGOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>DETALLE</b>	<b>DEBE</b>	<b>HABER</b>
5110	REPRESENTACIÓN LEGAL	2.500.000	30.000.000	
1110	BANCOS			30.000.000
5105	SECRETARIA	2.325.819	27.909.828	
1110	BANCO			27.909.828
5110	CONTADOR	1.000.000	12.000.000	
2365	RETENCION FUENTE 10%			1.200.000
1110	BANCOS			10.800.000
<b>5</b>	<b>VENTAS AÑO 1</b>	<b>DETALLE</b>	<b>DEBE</b>	<b>HABER</b>
4135	INGRESOS POR SERVICIOS			300.000.000
2408	IVA GENERADO			5.700.000
1355	AUTORRETENCIONES		3.300.000	
2365	RETENCIONES X PAGAR			3.300.000
1110	BANCO		305.700.000	
<b>6</b>	<b>GASTOS DE APOERTURA</b>	<b>DETALLE</b>	<b>DEBE</b>	<b>HABER</b>
5115	CAMARA DE COMERCIO		500.000	
5115	INDUSTRISA Y COMERCIO		80.000	
1110	BANCO			580.000
<b>6</b>	<b>RETENCIONES PAGADAS EN EL AÑO</b>	<b>DETALLE</b>	<b>DEBE</b>	<b>HABER</b>
2365	RETENCIONES PAGADAS EN EL AÑO			480.000
2365	RETENCIONES PAGADAS EN EL AÑO			1.200.000
2365	RETENCIONES PAGADAS EN EL AÑO			3.300.000
1355	AUTORRETENCIONES		3.300.000	
1110	BANCOS			1.680.000

7	IVA DEL AÑO 1	DETALLE	DEBE	HABER
2408	GENERADO			5.700.000
2408	DEDUCIBLE		3.648.000	
1110	BANCOS			2.052.000

Conclusiones: La proyección del Año 1, (Utilidad Neta de \$68.801.462 COP), confirma el valor de la estrategia de precios basada en el valor. Este modelo, aun operando a costos laborales formales (más costosos), todavía permite cubrir la estructura fija (\$21.5M/mes) y generar al menos rentabilidad desde el primer año.

#### 5.4 Estados financieros

Los estados financieros constituyen el resumen formal de la situación económica y financiera de la SERVILOGIC correspondiente al final de cada uno de los períodos proyectados. Se presentan el Balance General y el Estado de Resultados (ganancias y pérdidas) correspondiente al Año 1, y están confeccionados conforme a una proyección de ingresos (5.1), costos (5.2.3), gastos fijos (5.2.5) e inversión inicial (5.2.1) que ponen de manifiesto la viabilidad contable y operativa del plan de negocio.

Balance General (proyectado a cinco años):

**SERVILOGIC**  
**NIT: 88216148-1**  
**BALANCE GENERAL**  
**01 DE ENERO A 31 DE DICIEMBRE DEL AÑO 1**

<b>ACTIVO</b>		
<b>DISPONIBLE</b>		<b><u>178.000.232</u></b>
Caja	2.000.000	
Banco	172.700.232	
Retenciones a favor	3.300.000	
<b>TOTAL, DISPONIBLE</b>	<b>178.000.232</b>	
<b>Activo Corriente</b>	<b>178.000.232</b>	
<b>Activo NO Corriente</b>	<b>178.000.232</b>	
<b>TOTAL, ACTIVO</b>		<b><u>178.000.232</u></b>

<b>PASIVOS</b>		
<b>COSTOS Y GASTOS POR PAGAR</b>	<b><u>3.594.400</u></b>	
Pasivos Financieros	40.394.824	
Retención en la Fuente	625.000	
Salud	284.700	
Pensión	284.700	
IVA por Pagar	<u>2.400.000</u>	
<b>Pasivo Corriente</b>	<b>43.989.224</b>	
<b>TOTAL, PASIVO</b>		<b><u>3.594.400</u></b>

<b>PATRIMONIO</b>		
<b>APORTES SOCIALES</b>		
Aportes Sociales	<u>105.376.610</u>	
<b>TOTAL, CAPITAL SOCIAL</b>	<b>105.376.610</b>	

<b>RESULTADO DEL EJERCICIO</b>		
Utilidad Del Ejercicio	111.562.726	
<b>TOTAL, UTILIDAD</b>	<b>111.562.726</b>	
<b>TOTAL, PATRIMONIO</b>		<b><u>216.939.336</u></b>

<b>TOTAL, PASIVO Y PATRIMONIO</b>		<b><u>220.533.736</u></b>
-----------------------------------	--	---------------------------

---

XXXXXXXXXXXXX  
C.C: XXXXXXXXXXX  
Contador Publico

---

Erwin  
C.C: XXXXXXXXXXX  
Representante Legal

El Balance General, o Estado de Situación Financiera, hace referencia a los activos, la situación de la deuda, así como el patrimonio de la SERVILOGIC en la fecha de 31 de diciembre del Año 1. Análisis y Conclusión: La configuración del Balance General concluye que SERVILOGIC inicia su actividad con evidencia significativa de un alto nivel de dependencia con respecto a capital ajeno (deuda inicial), pero con una estructura patrimonial que es capaz de absorber las deudas, así como un determinado nivel de liquidez en el activo corriente. El crecimiento patrimonial, estimulado por el resultado de la Utilidad del Ejercicio refleja la capacidad de la Compañía para apropiarse de la riqueza invertida por los propietarios y adicionalmente para generar valor para los Accionistas.

Estado de Resultados Proyectado (5 años):

El Estado de Resultados expresa la verdadera rentabilidad del Producto de la Operación de SERVILOGIC que se desarrolla durante el Año 1.

**SERVILOGIC**  
**NIT: 88216148-1**  
**ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS**  
**01 DE ENERO A 31 DE DICIEMBRE DEL AÑO 1**

<b>INGRESOS</b>		<b><u>297.000.000</u></b>
Ingresos por servicios	300.000.000	
Devoluciones y descuentos	<u>3.000.000</u>	
<b>TOTAL, INGRESOS</b>	<b>297.000.000</b>	
<b>COSTOS</b>		<b><u>19.200.000</u></b>
Útiles de Aseo	<u>19.200.000</u>	
<b>TOTAL, COSTO</b>	<b>19.200.000</b>	
<		
<b>GASTOS</b>		<b><u>153.841.415</u></b>
Salud Empresa	7.259.850	
Pensión Empresa	10.249.200	
ARL	445.840	
CCF	3.416.400	
Contador	12.000.000	
Cámara de Cio	500.000	
Industria y Comercio inscripción	80.000	
Dotación	800.000	
Salario	85.410.000	
Auxilio de Transporte	12.000.000	
Primas	8.117.500	
Cesantías	8.117.500	
Int Cesantías	974.100	
Vacaciones	3.558.750	
Intereses Financieros	912.275	
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>		<b><u>123.958.585</u></b>
Reserva Legal	<u>12.395.858</u>	
<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>		<b><u>111.562.726</u></b>

---

XXXXXXXXXXXX  
C.C: XXXXXXXXXXX  
Contador Publico  
T.P: 260385-T

---

Erwin  
C.C: XXXXXXXXXXX  
Representante Legal

Análisis y Conclusión: El Estado de Resultados Proyectado para el Año 1 es altamente favorable, se expresa que el modelo SERVILOGIC, si bien es intensivo en formalismo (altos gastos laborales), es capaz de compensar dicha rigidez mediante la estrategia de determinar una política de Precio Premium y Volumen Alto en el número de contratos se estipula que son 12 anuales. La Utilidad Neta proyectada de \$111,562,726 COP para el primer año de operación asegura que esta base será fundamental para la reinversión y expansión del modelo, superando en eficiencias la necesidad únicamente de cubrir costos.

El Flujo de Caja (o Cash Flow) se centra en la Liquidez y en las posiciones de efectivo en movimiento de los parámetros elegidos en la proyección, en donde el Flujo de Caja se proyecta como positivo desde el inicio del proyecto, gracias, entre otros por la alta liquidez del activo de la Rentabilidad neta. La Gestión proactiva de la Cartera (sección 5.1.4) será el mecanismo de mantenimiento de la tendencia positiva del Flujo de Caja. La proyección del Flujo de Caja es la que permite realizar la proyección de los estados de este estado financiero para 5 años, que son los que permiten realizar los cálculos del Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR) correspondientes a la siguiente sección.

#### **5.4.1 Balance General (proyectado a 5 años)**

La proyección del Balance General (Estado de Situación Financiera) a cinco años resulta de vital importancia para evaluar la solvencia y la capacidad de generación de riqueza de SERVILOGIC en el largo plazo.

#### **Factor de Crecimiento Anual:**

DETALLE	PORCENTAJE	
IPC 2023		PARA CALCULAR EL PORCENTAJE DE VARIACIÓN ANUAL , DEBEMOS TENER EN CUENTA LOS VALORES DEL IPC DE LOS ULTIMOS DOS AÑOS, MÁS UNA VARIACIÓN ESTIMADA DE INCREMENTO DEL 0,71%
IPC 2024	5,2	
IPC 2025	5,18	
TOTAL	10,38	
PONDERADO IPC	5,19	
VARIACIÓN	0,71	
% APLICADO	5,90%	

El crecimiento proyectado de las cuentas operativas y capital de trabajo está regido por la inflación y la estrategia de crecimiento de la compañía, siendo posible observarlo en la tabla que sigue: se establece un factor de crecimiento anual igual al 5.90%, el cual será aplicado con carácter de forma conservadora en las cuentas que crecen con operación/inflación (Activos Corrientes, Ingresos Operacionales); además, en las cuentas de patrimonio se incorporan cada año, la Utilidad Neta proyectada, y el Pasivo Financiero se reduce de acuerdo a la tabla de amortización (5.2.2.3).

### **Proyección Consolidada del Balance General (Años 1-5)**

En la tabla siguiente puede observarse la evolución de las principales cuentas del Balance General, la cual responde la capacidad de SERVILOGIC de ir acumulando activos y reduciendo deuda a lo largo del periodo proyectado.

**Análisis y Conclusión:** Paralelos a los cinco años obtenidos, SERVILOGIC prueba su solvencia financiera:

**Reducción del Riesgo (Pasivo):** El Pasivo Total se reduce drásticamente, lo que sirve como prueba de que la compañía se encuentra amortizando su deuda eficientemente liberando recursos financieros,

**Solidez Patrimonial:** El Patrimonio Total se incrementa a medida el paso del tiempo (gracias a la reinversión de la Utilidad Neta), lo cual da cuenta de una capacidad clara de la compañía para generar valor y autofinanciarse,

**Liquidez Sostenida:** Los Activos Corrientes crecen de forma consistente lo que garantiza que SERVILOGIC puede mantener la liquidez necesaria para cubrir sus altos costes variables (nómina formal) y operar sin riesgo de iliquidez.

SERVILOGIC  
NIT: 88216148-1  
BALANCE GENERAL  
01 DE ENERO A 31 DE DICIEMBRE DEL AÑO 1

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>ACTIVO</b>					
<b>DISPONIBLE</b>	<b>178.000.232</b>	<b>194.020.253</b>	<b>205.467.448</b>	<b>217.590.027</b>	<b>230.427.839</b>
Caja	2.000.000	2.180.000	2.308.620	2.444.829	2.589.073
Banco	172.700.232	188.243.253	199.349.605	211.111.231	223.566.794
Retenciones a favor	3.300.000	3.597.000	3.809.223	4.033.967	4.271.970
<b>TOTAL DISPONIBLE</b>	<b>178.000.232</b>	<b>194.020.253</b>	<b>205.467.448</b>	<b>217.590.027</b>	<b>230.427.838</b>
<b>Activo Corriente</b>	<b>178.000.232</b>	<b>194.020.253</b>	<b>205.467.448</b>	<b>217.590.027</b>	<b>230.427.838</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>178.000.232</b>	<b>194.020.253</b>	<b>205.467.448</b>	<b>217.590.027</b>	<b>230.427.838</b>
<b>PASIVOS</b>					
<b>COSTOS Y GASTOS POR PAGAR</b>					
Pasivos Financieros	40.394.824	30.595.824	20.599.824	11.099.824	1.441.824
Retención en la Fuente	625.000	681.250	721.444	764.009	809.085
Pension	284.700	310.323	328.632	348.021	368.555
IVA por Pagar	2.400.000	2.616.000	2.770.344	2.933.794	3.106.888
<b>Pasivo Corriente</b>	<b>43.989.224</b>	<b>34.513.720</b>	<b>24.748.876</b>	<b>15.493.670</b>	<b>6.094.907</b>
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>43.989.224</b>	<b>34.513.720</b>	<b>24.748.876</b>	<b>15.493.670</b>	<b>6.094.907</b>
<b>PATRIMONIO</b>					
<b>APORTES SOCIALES</b>					
Aportes Sociales	64.981.786	84.264.681	101.037.451	117.714.050	134.972.068
<b>TOTAL CAPITAL SOCIAL</b>	<b>64.981.786</b>	<b>84.264.681</b>	<b>101.037.451</b>	<b>117.714.050</b>	<b>134.972.068</b>
<b>RESULTADO DEL EJERCICIO</b>					
Utilidad Del Ejercicio	68.801.462	74.993.593	79.418.215	84.103.890	89.066.020
<b>TOTAL UTILIDAD</b>	<b>68.801.462</b>	<b>74.993.593</b>	<b>79.418.215</b>	<b>84.103.890</b>	<b>89.066.020</b>
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>133.783.248</b>	<b>74.993.593</b>	<b>79.418.215</b>	<b>201.817.940</b>	<b>224.038.088</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>177.772.472</b>	<b>193.771.994</b>	<b>205.204.542</b>	<b>217.311.610</b>	<b>230.132.994</b>
<b>INGRESOS</b>					
Ingresos por servicios	300.000.000	327.000.000	346.293.000	366.724.287	388.361.020
Devoluciones y descuentos	3.000.000	3.270.000	3.462.930	3.667.243	3.883.610
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>297.000.000</b>	<b>323.730.000</b>	<b>342.830.070</b>	<b>363.057.044</b>	<b>384.477.410</b>
<b>COSTOS</b>					
Útiles de Aseo	19.200.000	20.928.000	22.162.752	23.470.354	24.855.105
<b>TOTAL COSTO</b>	<b>19.200.000</b>	<b>20.928.000</b>	<b>22.162.752</b>	<b>23.470.354</b>	<b>24.855.105</b>
<					
<b>GASTOS</b>	<b>201.353.931</b>	<b>219.475.785</b>	<b>232.424.856</b>	<b>246.137.923</b>	<b>260.660.060</b>
Salud Empresa	10.163.790	11.078.531	11.732.164	12.424.362	13.157.400
Pensión Empresa	14.348.880	15.640.279	16.563.056	17.540.276	18.575.152
ARL	624.176	680.352	720.493	763.002	808.019
CCF	4.782.960	5.213.426	5.521.019	5.846.759	6.191.717
Contador	12.000.000	13.080.000	13.851.720	14.668.971	15.534.441
Cámara de Cío	500.000	545.000	577.155	611.207	647.268
Industria y Comercio inscripción	80.000	87.200	92.345	97.793	103.563
Dotación	800.000	872.000	923.448	977.931	1.035.629
Salario	119.574.000	130.335.660	138.025.464	146.168.966	154.792.935
Auxilio de Transporte	16.800.000	18.312.000	19.392.408	20.536.560	21.748.217
Primas	8.117.500	8.848.075	9.370.111	9.922.948	10.508.402
Cesantías	8.117.500	8.848.075	9.370.111	9.922.948	10.508.402
Int Cesantías	974.100	1.061.769	1.124.413	1.190.754	1.261.008
Vacaciones	3.558.750	3.879.038	4.107.901	4.350.267	4.606.933
Intereses Financieros	912.275	994.380	1.053.048	1.115.178	1.180.973
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>76.446.069</b>	<b>83.326.215</b>	<b>88.242.462</b>	<b>93.448.767</b>	<b>98.962.244</b>
Reserva Legal	7.644.607	8.332.621	8.824.246	9.344.877	9.896.224
<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>	<b>68.801.462</b>	<b>74.993.593</b>	<b>79.418.215</b>	<b>84.103.890</b>	<b>89.066.020</b>

## 5.5 Evaluación del proyecto

### 5.5.1 VAN y TIR

La evaluación de la viabilidad financiera del proyecto SERVILOGIC se lleva a cabo mediante el cálculo de los indicadores del Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR), muy relevantes para determinar si se va a recuperar la inversión inicial de (\$110,000,000 COP) y si además vamos a generar un retorno superior al costo de oportunidad del capital.

Parámetros de la Evaluación: Cálculo y Análisis de Indicadores; como resultado de aplicar los flujos de caja proyectados y la Inversión Inicial a la Tasa de Descuento del 2.0%, los resultados de los indicadores de viabilidad son los que se muestran a continuación :

INDICADORES DE LIQUIDEZ							
LIQUIDEZ GENERAL	PASIVO TOTAL	ACTIVO CORRIENTE	TOTAL AÑO 1	TOTAL AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VALORES	43.989.224	178.000.232	0,24713015	0,177887203	0,120451566	0,071205791	0,02645039
DISPONIBILIDAD O TESORERIA INMEDIATA	EFFECTIVO Y EQUIVALENTES	PASIVO CORRIENTE	TOTAL AÑO 1	TOTAL AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	178.000.232	43.989.224	4	6	8	14	38

INDICADORES DE ENDEUDAMIENTO							
APALANCAMIENTO FINANCIERO	TOTAL PASIVO	TOTAL PATRIMONIO	TOTAL AÑO 1	TOTAL AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	43.989.224	133.783.248	0,329	0,460	0,312	0,077	0,027
ENDEUDAMIENTO SOBRE ACTIVOS TOTALES	TOTAL PASIVO	TOTAL ACTIVO	TOTAL AÑO 1	TOTAL AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	43.989.224	178.000.232	0,247	0,178	0,120	0,071	0,026

INDICADORES DE RENTABILIDAD							
MARGEN DE UTILIDAD BRUTA	UTILIDAD BRUTA	VENTAS	TOTAL AÑO 1	TOTAL AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	76.446.069	297.000.000	0,26	0,23	0,26	0,90	0,29

Cálculo y Análisis de Indicadores; como resultado de aplicar los flujos de caja proyectados y la Inversión Inicial a la Tasa de Descuento del 2.0%, los resultados de los indicadores de viabilidad son los que se muestran a continuación :

Inversión inicial:	<input type="text" value="110000000"/>	\$
Tipo de interés:	<input type="text" value="2"/>	%

#### Flujos de caja:

Año 1:	<input type="text" value="68801462"/>	\$	✕
Año 2:	<input type="text" value="74993593"/>	\$	✕
Año 3:	<input type="text" value="79418215"/>	\$	✕
Año 4:	<input type="text" value="84103890"/>	\$	✕
Año 5:	<input type="text" value="89066020"/>	\$	✕

Valor actual neto (VAN):	<input type="text" value="262740304,38"/>	\$
Tasa interna de retorno (TIR):	<input type="text" value="61,946"/>	%

(Calculadora de VAN y TIR | Calcuvio, s. f.)

### Contextualización de los Resultados

Valor Actual Neto (VAN): El VAN es el valor que la empresa añade a raíz de la ejecución del proyecto, dado en términos de dinero del presente. El VAN (\$262.740.304,38 COP) es destacado positivo, lo que quiere decir que es mayor que cero ( $VAN > 0$ ). En otras palabras, la inversión de \$110.000.000 COP es económicamente factible, lo que significa que el proyecto no solo recupera la inversión, además genera un excedente de \$262 millones COP en términos de valor presente, más allá del rendimiento que se quiere lograr ( de 2.0 % ).

#### 5.5.2 Punto de equilibrio

El Punto de Equilibrio (PE) constituye un importante indicador de gestión de riesgos que identifica el nivel de actividad (número de contratos) en el que los ingresos totales de SERVILOGIC coinciden con sus gastos totales (fijos y variables), arrojando como resultado un

beneficio " 0 " . Este parámetro tiene una considerable relevancia para la planificación y operativa para el establecimiento de objetivos comerciales.

### **Cálculo del Punto de Equilibrio.**

Para continuar con el cálculo del Punto de Equilibrio se asumen los datos consolidados de la estructura de costos y precios mensuales del modelo de negocio de la empresa , suponiendo operación a \$25.000.000 COP por contrato.

<b>Concepto</b>	<b>Valor Mensual (COP)</b>
Precio de Venta (P)	\$25,000,000
Costo Variable Unitario (CVU)	\$14,729,095
Costo Fijo Total (CF)	\$21,543,000
<b>Contribución Marginal (CM = P - CVU)</b>	<b>\$10,270,905</b>

### **Punto de Equilibrio en Unidades (Contratos requeridos):**

$$PE \text{ (Unidades)} = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Contribución Marginal}}$$

$$PE \text{ (Unidades)} = \frac{\$21,543,000}{\$10,270,905} \approx 2.09 \text{ Contratos}$$

### **Punto de Equilibrio en Valor (Ingresos requeridos):**

$$PE \text{ (Valor)} = PE \text{ (Unidades)} \times P$$

$$PE \text{ (Valor)} = 2.09 \times \$25,000,000 \approx \$52,250,000 \text{ COP}$$

### **Análisis y Conclusión.**

Para continuar con el cálculo del Punto de Equilibrio se asumen los datos consolidados de la estructura de costos y precios mensuales del modelo de negocio de la empresa , suponiendo operación a \$25.000.000 COP por contrato.

**Viabilidad Operacional:** La proyección de ventas para el Año 1 es de 12 contratos anuales (1 contrato promedio por mes), es decir , el PE se alcanza muy rápidamente ( la meta de ventas de 12 contratos anuales supera el PE en un 474% (12 contratos / 2.09 contratos), sugiriendo que el proyecto tiene un riesgo operativo bajo desde el punto de vista de las ventas requeridas para estar vivo.

**Margen de Seguridad:** El PE bajo valida la estrategia de precios de valor y el margen de contribución alto (\$10,270,905 COP por contrato), dado que mitigando el riesgo de informalidad la empresa tiene capacidad de generar rentabilidad con un volumen bajo de clientes.

### **5.5.3 Razones Financieras**

El análisis de razones financieras permite valorar la situación económica y la viabilidad de SERVILOGIC en el mediano plazo.

A partir de los estados financieros proyectados y del comportamiento estimado de los ingresos y egresos se analizarán los dos indicadores principales de la liquidez y la rentabilidad:

Ambos indicadores permiten reflejar la eficiencia en la administración de los recursos y la capacidad de la empresa para sostener su situación y generar utilidades de manera continua.

#### **5.5.3.1 Liquidez**

La liquidez permite evidenciar la capacidad que puede llegar a tener SERVILOGIC para hacer frente a sus obligaciones a corto plazo, garantizando el pago de nómina, proveedores y demás compromisos por contraer.

Como se expuso anteriormente, a partir de las proyecciones de los estados financieros, la razón corriente promedio que exhibe la empresa es de 1,45, cifra que manifiesta que por cada peso que tiene de cuentas por pagar a corto plazo acepta \$ 1,45 de activos corrientes (caja con la que cuenta y cuentas por cobrar).

Este indicador refleja que SERVILOGIC tiene una situación de liquidez sana que le permite llevar a cabo sus operaciones sin tener que destinar más deuda.

Asimismo, la política de cartera delimitada en el numeral 5.1.4 que establece plazos de pago no mayores de 15 días después de la facturación propende para mantener un flujo de caja constante y controlado.

La adecuada administración del capital de trabajo y la política financiera conservadora permiten la disponibilidad de recursos para hacer frente a los compromisos que devengan de manera inmediata y consolidar el equilibrio económico mínimo del negocio, aun en situaciones de bajada en la demanda o retrasos de pagos ocasionales.

### **5.5.3.2 Rentabilidad**

La rentabilidad permite comprobar las capacidades de la empresa para generar beneficios a partir de las ventas y del capital que ha sido invertido.

A la luz de los estados financieros proyectados, SERVILOGIC tiene un margen neto promedio del 18% durante los primeros cinco años de operación, que muestra una buena gestión de los recursos y una buena gestión de los costes.

La rentabilidad sobre el patrimonio (ROE) se estima en 22% lo que pone de manifiesto que el capital aportado por los socios genera un retorno interesante y sostenible.

Estos resultados pueden explicarse a partir del crecimiento paulatino en el número de clientes uno por año hasta llegar a cinco en el quinto año, de un control de los costes fijos laborales y de la buena compra de insumos operativos.

En conclusión, los índices ponen de manifiesto que SERVILOGIC es una empresa viable y rentable, que tiene una estructura equilibrada entre ingresos, costos y gastos y que tiene una buena proyección como modelo empresarial sostenible en el sector de servicios logísticos integrales en la ciudad de Cúcuta y su área metropolitana.

## **CAPÍTULO VI Impactos**

### **6 Impactos**

#### **6.1 Impacto económico**

El impacto económico de SERVILOGIC en la región de Cúcuta es favorable para la formalización del empleo y la dinamización del sector de servicios integrales.

La empresa contrata operativos y personal administrativo, paga aportes parafiscales y compra de insumos y equipos a proveedores de la región, contribuyendo de forma activa a la economía local.

El modelo de crecimiento que proyecta un nuevo cliente anual implica también nuevas oportunidades de trabajo directo e indirecto que contribuyen al fortalecimiento del tejido empresarial del sector servicios, al igual que el comprometido cumplimiento de las obligaciones tributarias y laborales de SERVILOGIC lo coloca en una empresa seria comprometida con el desarrollo económico formal y sostenible.

## **6.2 Impacto social**

El proyecto SERVILOGIC tiene un elevado impacto social, ya que se promueve, y contribuye a la generación de empleo digno, a la inclusión laboral y a la mejora de la calidad de vida de trabajadores y trabajadoras y sus familias.

La empresa asegura a su personal la contratación formal, el pago de prestaciones sociales, la afiliación a la seguridad social y la capacitación continua del personal de servicio, promoviendo en este sentido unas condiciones de trabajo justas y seguras.

Igualmente , los servicios que ofrecen en conjuntos residenciales, edificios empresariales y entidades del sector público ayudan a la consecución de la seguridad, el respeto y de la convivencia comunitaria, ayudando a crear confianza entre administraciones, residentes y personal de servicio.

Este enfoque centrado en lo humano puede ayudar a SERVILOGIC a convertirse en un agente de transformación social y de fortalecimiento de la cultura de servicio.

## **6.3 Impacto ambiental**

SERVILOGIC en su actividad incorpora elementos que muestran un fuerte enfoque hacia la preservación del medio ambiente y la racionalización del uso de los recursos naturales.

Para el caso de los equipos de aseo y jardinería, la empresa privilegia el uso de productos biodegradables y no contaminantes, minimizando así el impacto ambiental en las zonas de trabajo; Además, la empresa se ha ocupado de promover la separación de residuos sólidos en la fuente, el ahorro de agua y de energía, y el mantenimiento preventivo del equipo para la reducción de emisiones y de desperdicios.

Estas acciones denotan el compromiso de SERVILOGIC con la sostenibilidad y el cumplimiento de la normatividad ambiental vigente en Colombia.

## 6.4 Riesgos (Técnico, comercial, TTHH, normativo, ambiental, otros)

Seguidamente, se detallan los principales riesgos identificados para la operación de SERVILOGIC, así como las estrategias adoptadas para su mitigación:

El análisis de riesgos constituye una de las secciones esenciales para valorar la viabilidad de cualquier plan de negocio, no sólo lo de SERVILOGIC porque su propuesta de valor se fundamenta en la formalidad y en una gestión integrada en un entorno muy competitivo y altamente regulado como el de Cúcuta; Además, es un proceso sistemático que no sólo sirve para identificar los riesgos, sino también para poder definir las acciones preventivas y las acciones correctivas que permitan garantizar la continuidad operativa, jurídica y financiera de la empresa.

### 6.4.1 Marco Metodológico para la Gestión de Riesgos

Como parte de la estructura de un análisis en el que se espera un rigor y formalidad, se adoptan las características de la Gestión de Riesgos según la norma ISO 31000, que estipula que el riesgo debe estar presente en toda decisión que se toma. La proactividad de este método resulta fundamental para salvar la promesa de valor de formalidad y la resiliencia del negocio ante situaciones imprevistas, como catástrofes o interrupciones logísticas.

La metodología que se aplica consiste en la evaluación del riesgo inherente, que se entiende como el nivel de riesgo antes de la aplicación de las estrategias de mitigación. La evaluación se procede mediante el producto de la Probabilidad (P) y del Impacto (I) del evento, a partir de la siguiente escala de posibles consecuencias sobre SERVILOGIC.

**Tabla 20. Escala de Evaluación de Riesgos (ISO 31000 Adaptado).**

Impacto (I)	Descripción (Consecuencia en SERVILOGIC)	Valor
Catastrófico (C)	Pérdida de la viabilidad del negocio, multas regulatorias masivas (superiores a 40 SMLMV), litigio que destruye el capital, daño reputacional irreparable.	5

Mayor (M)	Pérdida de clientes clave, impacto severo en la reputación, multas significativas (entre 20 y 40 SMLMV), rotación de personal superior al 25%.	4
Moderado (O)	Disminución de la rentabilidad, aumento de costos operativos por incidentes, sanciones menores, pérdida de un cliente mediano.	3
Menor (N)	Interrupción temporal del servicio, costos de reparación menores, quejas puntuales no resueltas, rotación de personal inferior al 15%.	2
Insignificante (I)	Mínimo impacto financiero o reputacional, resuelto internamente.	1

La probabilidad (P) y el impacto se escalan del 1 (raro) al 5 (casi seguro). A partir del nivel de riesgo derivado (multiplicación de P X I), se utiliza la siguiente categorización: Extremo (15 a 25); Alto (10 a 14); Moderado (6 a 9); y Bajo (1 a 5).

La aplicación de un marco de gestión de riesgos basado en estándares del sector, como ISO 31000, es más que un simple requisito académico para un plan de negocio; es una necesidad comercial para el sector B2B. Los gestores de propiedad horizontal tienen un alto riesgo legal y operativo, y empiezan a exigir activamente soluciones que les generen tranquilidad. Un plan de negocio que evidencia una gestión de riesgos de alto nivel avala la propuesta de valor de SEVILOGIC como socio estratégico, ayudando a justificar el precio premium que representa la formalidad en un mercado polarizado entre la seguridad costosa y la informalidad que comparten riesgos. Esta opción transporta la visión de SERVILOGIC, cuando menos, a ofrecer haciendo ancilar un servicio de cumplimiento (Compliance as a Service), paralelo a su oferta operativa.

#### **6.4.2 Matriz de Evaluación de Riesgos Inherentes**

A continuación, se presenta la matriz de los riesgos críticos derivados de la identificación del entorno (PESTEL) en la estructura de SEVILOGIC.

**Tabla 21. Matriz de Riesgos Inherentes del Plan de Negocio SEVILOGIC.**

ID	Riesgo Identificado	Tipo	Clasificación	P	I	Riesgo Inherente (P x I)	Prioridad
R.1	Sanción por Supervigilancia (Confusión de Conserjería con Vigilancia)	Regulatorio (Externo)	Extremo	3	5	15	Crítica

T.1	Alta Rotación de Personal Formal (Pérdida de Capital Humano)	Interno (TTHH)	Extremo	4	4	16	Crítica
C.1	Fuerte Resistencia del Mercado al Precio Premium por Competencia Informal	Comercial (Externo)	Alto	4	3	12	Alta
O.2	Ciberataque o Fallo Mayor en la Plataforma Tecnológica (APP/GMAO)	Interno (Operación al/Tecnológico)	Alto	3	4	12	Alta
T.2	Aumento de Costos Laborales por Reformas (Ej. Ley 2381 de 2024)	Financiero/Laboral (Externo)	Alto	3	4	12	Alta
O.1	Interrupción del Servicio por Escenario de Pandemia o Catástrofe	Continuidad (Externo)	Moderado	2	4	8	Moderada
R.2	Incumplimiento de la Ley 1209 de 2008 (Piscinas) y Consecuentes Sanciones	Regulatorio (Externo)	Moderado	2	4	8	Moderada
C.2	Penalizaciones Financieras por Incumplimiento de Acuerdos de Nivel de Servicio (ANS)	Comercial (Interno)	Moderado	3	3	9	Moderada

### **6.4.3 Análisis Detallado de Riesgos Críticos y Estrategias de Tratamiento.**

#### **Riesgos Regulatorios y de Cumplimiento (Compliance).**

#### **R.1: Sanción por Supervigilancia (Confusión de Conserjería con Vigilancia) (Riesgo Crítico).**

El riesgo considerado como el más relevante para la utilidad legal y financiera de SERVILOGIC se produce a partir de la confusión regulatoria existente en Colombia en lo relacionado con los servicios de portería y conserjería. El marco regulatorio establece que las actividades de vigilancia y seguridad privada, de prevención o de detección de perturbaciones a la seguridad en lo concerniente a la vida y bienes, tendrán que ser prestadas por empresas que dispongan de licencia otorgada por la Superintendencia de Vigilancia y Seguridad Privada (Supervigilancia).

La Supervigilancia ha tenido la cautela de alertar que reemplazar vigilantes armados por consejos para ejercer funciones de seguridad o prevenir riesgos es un acto ilegal que será objeto

de sanción sin ningún tipo de excepciones estipuladas. La vulnerabilidad de esta prohibición puede tener unas consecuencias devastadoras, ya que podría dar lugar a multas que oscilan entre los **20 y las 40 Salarios Mínimos Legales Vigentes ( SMLMV)**, pero además se sometería al proceso sancionador de la empresa y del contratante, así como la prohibición de funciones como por ejemplo el control de accesos, las rondas de seguridad, la verificación de identidad, el uso de uniformes similares en la vigilancia que son prohibidos para el personal de conserjería.

**Estrategias de Mitigación (Tratamiento: Evitar y Reducir):** SERVILOGIC ha de implementar Manuales de Procedimientos Operativos Estándares (SOP's) que definen o delimitan las funciones de su personal al trabajo de apoyo a instalaciones, gestión operativa y servicio al cliente (ej. recepción de paquetería, apoyo logístico interno), no invadiendo por lo tanto ninguna de las competencias de vigilancia armada.

**Capacitación Legal y Documentación:** Es obligatoria la capacitación continua y específica de todos los operadores y supervisores de las diferencias legales en conserjería y vigilancia. Esta formación queda ya documentada como medio de prueba del compromiso que tiene la empresa con la legalidad, enseñando a los empleados a usar la aplicación móvil de SEVILOGIC para reportar las anomalías o emergencias a la administración, y no como una herramienta para reaccionar de forma dramática ante las amenazas de los problemas de seguridad.

**Cláusulas Contractuales de Riesgo Compartido:** Los contratos con los clientes deben dejar claro que SERVILOGIC da seguridad preventiva y ayuda en las tareas operativas, pero no seguridad patrimonial. Eso es igual responsabilidad de la seguridad perimetral licenciada al cliente si éste decide prescindir de la misma, blindando a SERVILOGIC contra la disponibilidad del servicio ilegal.

**R.2: Incumplimiento de la Normativa Específica para Piscinas (Ley 1209 de 2008).**

El servicio de mantenimiento de las piscinas es una línea de elevado riesgo operativo y legal si no se trata con una gran severidad. La Ley 1209 de 2008 proporciona el marco normativo de seguridad y de higiene imprescindible para no provocar accidentes de la vida e inhabilitar la vida de los usuarios. posible impacto económico y reputacional mucho más grande.

La normativa exige la utilización de algunos dispositivos de seguridad de manera particular, como son las cubiertas anti-entrampamientos, que son imprescindibles y de vital importancia desde un punto de vista de ingeniero para llevar a cabo el aislamiento del efecto de succión sobre los drenajes. Además, la autoridad competente debe expedir la llamada Certificación de Cumplimiento de Seguridad, que es un documento que garantiza el cumplimiento de las normas contenidas en el decreto y en las normas del Ministerio de la Protección Social.

**Estrategias de Mitigación (Tratamiento: Reducir y Transferir):**

**Profesionalización y Certificación Técnica:** SEVILOGIC garantizará que todo el personal de piscinas cuente con la formación técnica requerida y, en la medida de lo posible, con certificaciones reconocidas en el manejo químico/operativo de aguas de piscinas (ej. CPO®).

**Auditoría de Infraestructura y Cumplimiento:** Previo a la firma del contrato, SEVILOGIC procederá a realizar una exhaustiva auditoría de la piscina propiedad del cliente, a fin de verificar que dicha infraestructura cumple con lo establecido en la Ley 1209 de 2008. En caso de detectarse deficiencia en dicha adecuación de la infraestructura (ej. falta de estructuras anti-entrampamiento), la prestación del servicio queda supeditada a que se lleve a cabo tal corrección y con ello que el cliente asuma la responsabilidad de la adecuación de la infraestructura.

**Transferencia de Riesgo mediante Seguros:** La empresa mantendrá una póliza de Responsabilidad Civil Extracontractual que dispone principalmente sobre la actividad de mantenimiento de piscinas.

**Riesgos Laborales y de Talento Humano (TTHH).**

**T.1: Alta Rotación de Personal Formal (Pérdida de Capital Humano) (Riesgo Crítico).**

El Talento Humano supone el eje vertebrador de la propuesta de valor de SEVILOGIC que se formaliza a través de sus compromisos de contratación formal y de formación del personal. Si la propia empresa no puede retener a su personal, se tira por la borda la promesa de un servicio habitual y profesional. La alta rotación es una de las problemáticas críticas de la industria de servicios en Colombia y afecta negativamente a la productividad, la estabilidad y los costos operativos.

Las causas más frecuentes de rotación en estos entornos suelen ser la percepción de salarios poco atractivos, la escasez de oportunidades de progresar en el desarrollo, el reconocimiento insuficiente y la influencia de ofertas laborales más atractivas en el mercado. La pérdida de personal con experiencia acarrea la pérdida de conocimientos valiosos, lo que menoscaba la capacidad de competir de la empresa.

**Estrategias de Mitigación (Tratamiento: Reducir):**

**Propuesta de Valor al Empleado (EVP) Superior:** SEVILOGIC deberá contrarrestar la brecha salarial del mercado informal a partir del otorgamiento de un paquete de compensación y beneficios con las variables por encima de la media sectorial. Esto es, más allá de lo que podría devengar el SMLMV y las cargas sociales obligatorias, mediante el uso de bonos por cumplimiento de objetivos o beneficios adicionales para clarificar la retención. La formalidad y

el acceso al sistema de Seguridad Social Integral (Salud, Pensión, Riesgos Laborales) debe ser un ítem diferenciador para la protección de los trabajadores a largo plazo.

**Planes de Carrera y Desarrollo:** será idóneo establecer trayectos de crecimiento claros (ej. de Operario a Supervisor de Servicio) y ofrecer capacitación de forma continua. La inversión en certificaciones de calidad, habilidades interpersonales (Gestión de Servicio al Cliente, Resolución de Conflictos) no solo dotaría de calidad el servicio, sino que acentuaría el valor percibido del empleado, haciendo frente a la problemática de oportunidades de desarrollo que se identifican como causales de la tasa de rotación.

**Herramientas de "Escucha Continua":** Utilizar la plataforma tecnológica interna para establecer herramientas de retroalimentación anónimo, para que la gerencia pueda reconocer y contrarrestar con la suficiente rapidez a los factores internos que causan insatisfacción (ej. carga laboral por encima de lo esperado, comunicación improductiva, equipos disfuncionales). La adecuada gestión del clima laboral es tan relevante como la compensación económica.

## **T.2: Aumento de Costos Laborales por Reformas y Regulación (Riesgo Alto).**

La estructura del costo de SERVILOGIC presenta una alta sensibilidad a cambios en la regulación laboral, siendo la mano de obra el costo variable más relevante y la operación de 24x7 de servicios como la portería implicaría a recargas constantes. La inflación en Colombia se situaba en un 5,18 % en septiembre de 2025 ejerciendo presión al aumento del Salario Mínimo Legal Mensual Vigente (SMLMV) y, por lo tanto, presionaría también los costos operativos de la empresa, lo cual amenazaría a los márgenes de utilidad.

El otro factor de futuro que deberá ser controlado proactivamente corresponde a la Ley 2381 de 2024 (Reforma Pensional) que entrará en vigor el 1 de julio de 2025. El impacto directo en el personal operativo con SMLMV aún puede ser moderado inicialmente, pero el aumento de

los porcentajes de cotización al Fondo de Solidaridad Pensional (FSP) entre salarios superiores a los 4 SMLMV se recoge en la ley. Cualquier cambio futuro que pueda derivarse del ajuste de umbrales o de costos de cotización a la seguridad social que se producirá en el SMLMV repercutirá, sin duda alguna, en el costo total del empleado para SERVILOGIC.

### **Estrategias de Mitigación (Tratamiento: Reducir):**

**Optimización Operacional y Tecnología:** Invertir en la optimización operativa a través de la tecnología que asegura que todo empleado sea altamente productivo. La plataforma de gestión tiene que optimizar la programación de turnos y la planificación de las rutas para minimizar la hora de trabajo extra o de la recarga, que es un factor que tiene peso en los costes laborales.

**Diseño de Contratos y Cláusulas de Ajuste:** Negociar ANS con los clientes que incorporan cláusulas de escalado o de ajuste automático; con cláusulas que permiten trasladar de manera transparente el aumento de las cotizaciones obligatorias en el SMLMV y los recargos parafiscales que protejan los márgenes de beneficios de SERVILOGIC para con los cambios normativos externos. Sean pequeñas, se añaden para que el costo variable crezca.

### **Riesgos Comerciales y Financieros:**

**C.1: Fuerte Resistencia del Mercado al Precio Premium por Competencia Informal (Riesgo Alto).**

SERVILOGIC se desarrolla en Cúcuta, una ciudad con un altísimo porcentaje de informalidad laboral. El riesgo comercial que se asocia a ello es la elevada resistencia de los administradores de propiedades a aceptar el precio premium que conlleva poder llevar a cabo la formalidad, la tecnología y la legalidad, e inclinan la balanza hacia los proveedores informales de

costo inferior. El costo global estimado de SERVILOGIC (\$25M COP por conjunto) es notable más alto que el rango inferior del precio de la suma de servicios por separado.

**Estrategias de Mitigación (Tratamiento: Reducir):**

**Posicionamiento de la Formalidad como Mitigación de Riesgo:** La estrategia comercial no debe recaer en el precio, sino más bien en el valor, donde SERVILOGIC deba comunicar tal y como es; que su precio premium responde, efectivamente, a una prima de seguro legal y operativo para el cliente. Los administradores de la relación comercial han de comprender que el costo de la informalidad es exponencialmente mayor que el ahorro inmediato que pueden conseguir, por los riesgos de litigios laborales (R.1), multas de Supervigilancia (R.1) o accidentes por negligencia (R.2).

**Enfoque en Segmentos Sensibles al Riesgo:** Debe priorizarse la empresa de clientes B2B que sean intrínsecamente más sensibles a la imagen, seguridad y cumplimiento legal: grandes complejos residenciales, edificios corporativos, hospitales y clínicas. Estos clientes requieren un socio que minimice el riesgo.

**Cuantificación del Valor Añadido Tecnológico:** Visualización de cómo la implantación de la tecnología APP y plataforma de gestión se traslada en un ahorro para el cliente en la cuenta de pérdidas y ganancias (maximización de la producción por los usuarios, reducción de coste de administración por tener un sólo proveedor y aumento de la propiedad por la profesionalización del servicio).

**C.2: Penalizaciones Financieras por Incumplimiento de Acuerdos de Nivel de Servicio (ANS) (Riesgo Moderado).**

En el modelo B2B, la retención del cliente es un campo muy importante y depende de la confianza y el cumplimiento continuo, por lo que los contratos de Facility Management

normalmente incluyen Acuerdos de Nivel de Servicio (ANS) bien definidos y formalizados con la posibilidad de llegar a penalizaciones si los servicios que se estipulan no se entregan con la calidad o la inmediata convenidas, penalizar o dejar de percibir ingresos o tener gastos directos.

**Estrategias de Mitigación (Tratamiento: Reducir):**

**Monitoreo Proactivo del ANS:** Emplear la plataforma tecnológica SERVILOGIC (GMAO/APP) para la continua medicación y monitorización de las métricas de cumplimiento del ANS ( tiempos de respuesta a los incidentes, finalización de las tareas programadas y satisfacción del cliente), permitiendo a los supervisores poder intervenir antes de que el incumplimiento con el ANS sea lo suficientemente importante como para reclamarse una penalización.

**Diseño Contractual Equilibrado:** Cuando se elaboran contratos que, de forma explícita cita, planteen ANS claros, medibles y alcanzables, se evitarán penalidades desproporcionadas y se asegurarán no sólo los mecanismos de comunicación, sino también los mecanismos de negociación con el cliente, que puedan llegar a cumplir el compromiso de que “las penalizaciones no deben llevar a cabo a la ruina del contratista”.

**Mapeo del Recorrido del Cliente:** Ejecutar de una manera exhaustiva el mapeo de cada una de las fases del customer Journey B2B desde la adquisición hasta la renovación. Esto permite detectar proactivamente los puntos de resistencia (retrasos en la adopción de la tecnología, fallos operativos en fases que se puedan considerar tempranas) y permite a SERVILOGIC intervenir en una fase de satisfacción antes de que el cliente decida abandonar (Churn).

**Riesgos de Continuidad y Operacionales (Incluyendo Pandemia).**

**O.1: Interrupción del Servicio por Escenario de Pandemia o Catástrofe.**

Los Facility Management son servicios imprescindibles para la continuidad vital en propiedades horizontales, de donde ¿por qué no una pandemia (COVID-19) o catástrofes naturales (terremoto, inundación) pueden ser responsables de que estas dos variables de continuidad operativa, lo que supone el desabastecimiento de personal de primera línea y la ruptura de la cadena de suministro logístico.

**Estrategias de Mitigación (Tratamiento: Reducir):** Plan de Continuidad de Negocio (PCN): Alcanzar un PCN que contemple escenarios de catástrofes biológicas y naturales, incluyendo rutas de evacuación, protocolos de higiene y asignación a los Equipos de Respuesta asignando funciones bien definidas.

**Redundancia de Personal (Cross-Training):** Capacitación cruzada de personal de servicios generales y conserjería, para que asuma tareas de primera necesidad/servicio como mínimo, si una parte del equipo no está presente de forma masiva por enfermedad.

**Resiliencia de la Cadena de Suministro:** Identificar/mapeo de proveedores críticos de insumos (ej. productos de limpieza, químicos para piscina). La diversificación de fuentes de suministros y mantener inventarios de seguridad de consumibles mínimos para evitar continuidad interrumpidas por cierres logísticos o escasez de chips son básicos para mantener una normalidad del servicio.

## **O.2: Fallo o Ciberataque a la Plataforma Tecnológica (APP/GMAO) (Riesgo Alto).**

La tecnología es la que hace diferente a SERVILOGIC: la aplicación móvil para la comunicación, la plataforma de gestión interna (GMAO) y los sistemas de facturación son críticos. Un ataque cibernético, una pérdida de datos o un fallo catastrófico del sistema no solo pararía la gestión del facility Management, sino que destruiría la marca y la credibilidad de su

tecnología. Ese riesgo es muy alto porque la infraestructura del facility management está cada vez más interconectada.

**Estrategias de Mitigación (Tratamiento: Reducir y Transferir):**

**Defensa en Profundidad (Ciberseguridad):** Utilizar cuentas de usuario segregadas y con privilegios mínimos, aplicar firewalls y VPNs, y registrar la actividad en la red. Se puede recomendar llevar a cabo evaluaciones de riesgo de ciberinteligencia de forma periódica, al menos una vez al año, o tener más frecuencia dada la exposición inicial.

**Plan de Recuperación ante Desastres (DR) Robusto:** Aplicar una estrategia de continuidad del negocio y de recuperación ante desastres que contemple copias de seguridad de datos críticos fuera de las instalaciones (backup en la nube, nube híbrida). De esta forma, podemos deshacernos de las complicaciones de mantener el hardware de recuperación costoso, asegurando que la empresa pueda empezar a funcionar rápidamente, ante un evento crítico determinado en la ficha de evaluación de riesgos, minimizando así el tiempo de inactividad de la APP y del gestor de eventos.

**Seguro Cibernético:** Transferir el riesgo financiero residual mediante la adquisición de una póliza de seguro cibernético que cubre los costos de las medidas de mitigación a los incidentes, de recuperación de los datos, así como de posible pérdida de ingresos por la interrupción del servicio.

#### **6.4.4 Resumen de Tratamiento de Riesgos y Responsables.**

La gestión proactiva de riesgos es una tarea que le compete a toda la estructura organizativa. La tabla subsiguiente expone un resumen sobre las estrategias de tratamiento de los riesgos que se consideran más relevantes y cuáles son las principales responsabilidades que se les atribuyen en función de su ejecución.

**Tabla 22. Estrategias de Mitigación y Responsables para Riesgos Críticos**

ID	Riesgo Crítico	Riesgo Inherente	Tratamiento Definido	Estrategia Específica de Mitigación (Acción Clave)	Responsable Principal
R.1	Sanción por Supervigilancia (Vigilancia vs. Conserjería)	Extremo (15)	Evitar / Reducir	Implementación de Protocolos SOP que prohíban funciones de seguridad armada, con capacitación legal documentada.	Dir. de Operaciones & Asesor Legal
T.1	Alta Rotación de Personal Formal (Pérdida de TTHH)	Extremo (16)	Reducir	Establecimiento de un EVP superior: Salarios competitivos, plan de desarrollo profesional y uso de la APP para recoger feedback y mejorar el clima laboral.	Gerencia General & Dir. de Operaciones
C.1	Resistencia al Precio por Competencia Informal	Alto (12)	Reducir	Comunicación del Valor Cuantificado: Vender el servicio como una póliza de seguro contra riesgos legales, enfocando la prospección en el segmento B2B consciente del riesgo.	Dir. Comercial y Marketing
O.2	Ciberataque o Fallo Mayor en la Plataforma Tecnológica	Alto (12)	Reducir / Transferir	Implementación de DR robusto con copias de seguridad de datos críticos y seguridad en profundidad (firewalls, controles de acceso). Contratación de seguro cibernético.	Líder de Tecnología e Innovación
T.2	Aumento de Costos Laborales por Reformas	Alto (12)	Reducir	Planificación proactiva: Inclusión de cláusulas de escalamiento en ANS con clientes y optimización de la programación de turnos para minimizar recargos.	Dir. Adm. y Financiero
O.1	Interrupción del Servicio por Escenario de Pandemia	Moderado (8)	Reducir	Desarrollo de un PCN que asegure la redundancia de personal (cross-training) y la diversificación de la cadena de suministro de insumos críticos de limpieza.	Dir. de Operaciones
R.2	Incumplimiento de la Ley 1209 de 2008 (Piscinas) y Sanciones	Moderado (8)	Reducir / Transferir	Certificación del personal de piscinas y auditoría de la infraestructura del cliente antes de la contratación.	Dir. de Operaciones

C.2	Penalizaciones Financieras por Incumplimiento de ANS	Moderado (9)	Reducir	Monitoreo en tiempo real del desempeño de los servicios a través de la plataforma tecnológica y diseño contractual equilibrado.	Dir. de Operaciones & Dir. Adm. y Financiero
-----	--	--------------	---------	---	--

#### 6.4.5 Consideraciones Finales sobre la Viabilidad

El estudio que se lleva a cabo para la definición de la viabilidad de SERVILOGIC pone de manifiesto que tal viabilidad se encuentra supeditada a su capacidad de control de los riesgos que derivan de su modelo de negocio, el cual, en síntesis, se centra en el cumplimiento normativo (Riesgo R.1) y en la gestión del Capital Humano de forma formalizada (Riesgo T.1), y su modelo de negocio intenta superar las prácticas informales que existen en el mercado de Cúcuta, por lo que este mismo modelo de negocio hace que existe una dependencia muy importante en cuanto a la gestión del costo y de la calidad del Talento Humano.

Si la empresa no logra compensar el elevado costo operativo asociado a la formalidad (Riesgo T.2) con rendimientos superiores y una baja rotación (Riesgo T.1), su ventaja competitiva reducir í a la ventaja frente a la amenaza de empresas de coste (Riesgo C.1). El costo de la rotación se evidencia por tanto como un costo de fracaso de la propuesta de valor. La mitigación debe producirse en el entorno de la compensación económica y del liderazgo de calidad y la experiencia del empleado, considerado como uno de los detonantes del abandono en el sector servicios.

Desde el punto de vista regulatorio, el elevado riesgo de ser sancionado por la Supervigilancia (R.1) describe una amenaza de impacto catastrófico por hasta 40 SMLMV. Para SEVILOGIC, la separación axiomática entre conserjería y vigilancia es innegociable y debe considerarse un costo fijo de operación. El éxito en la mitigación de este riesgo hace creíble a

SERVILOGIC ante los clientes, justificando de este modo el precio premium bajo el concepto de un socio que avala el cumplimiento legal.

Finalmente, el riesgo tecnológico (O.2), aunque el cual es operacional, es estratégico. La inversión en la APP y la GMAO no es opcional; es el principal mecanismo de aseguramiento de los ANS (C.2) y el justificante del valor diferenciador de la empresa. Por lo que asegurar la ciberseguridad y la continuidad del negocio (DR robusto y backup) para la plataforma digital es igual de crítico que la formalización y formación del personal. La resiliencia tecnológica es un pilar necesario para que SEVILOGIC sostenga su posición como un proveedor moderno y eficiente en el mercado de Facility Management.

## **CAPÍTULO VII Conclusiones**

### **7 Conclusiones**

El desarrollo del presente plan de negocio permitió alcanzar satisfactoriamente los objetivos planteados, lo cual pone de manifiesto la viabilidad técnica, operativa y financiera de SERVILOGIC, la cual es una empresa dedicada a la prestación de servicios de portería, conserjería, aseo, jardinería y mantenimiento de zonas comunes.

En lo concerniente al objetivo general se logró diseñar un modelo empresarial de sostenibilidad, con un modelo administrativo claramente establecido, un plan operativo ejecutable y una estrategia financiera solvente; Se demostró así que el proyecto tiene rentabilidad económica y viabilidad social ante el contexto regional de Cúcuta.

En relación con los objetivos específicos se obtuvieron los siguientes resultados: se llevó a cabo un análisis del entorno o del mercado meta al que se dirige, definiendo y reafirmando una demanda creciente de servicios tercerizados en conjuntos residenciales, edificios y empresas en busca de empresas que ofrecen servicios tercerizados con una propuesta confiable, formal y

flexible. Este diagnóstico fue la base para confirmar la oportunidad de posicionar a la empresa. SERVILOGIC como una empresa diferenciada ya que la talla como una empresa orientada hacia la calidad, hacia la formalidad laboral , hacia la atención a sus clientes.

Se estructuró un plan operativo que define los diversos procesos, recursos humanos y logísticos requeridos para garantizar la prestación de los servicios de una forma continua y eficiente, alineados con los requerimientos de seguridad, limpieza y mantenimiento del bienestar integral.

En el ámbito de los negocios, los flujos de caja generados en un horizonte temporal a cinco años demuestran una evolución en la que la empresa presenta un margen neto medio del 18%, así como una rentabilidad sobre el patrimonio del 22%. evidenciando así que la empresa tiene capacidad de generar utilidades y crecer sin poner en riesgo su salud de solvencia económica.

En el punto final , el documento presenta los impactos económicos, sociales y ambientales del proyecto, y que muestran cómo el mismo contribuye al desarrollo local a través de la generación de empleo formal, la capacitación del personal y la inserción de hábitos responsables con el medio ambiente.

Desde una perspectiva académica, el desarrollo de este plan de negocio es una contribución al conocimiento aplicado en el ámbito de la administración y el emprendimiento, al hacer uso de herramientas de planificación estratégica, de análisis financiero y de evaluación de impacto en el marco de un modelo realista y contextualizado.

Este proyecto demuestra que los proyectos empresariales sostenidos en la sostenibilidad y en el modelo de gestión integral pueden transformarse en pautas de replicabilidad que lograrán fortalecer el tejido empresarial regional.

En términos generales , SERVILOGIC es un modelo de empresa viable , innovadora y responsable socialmente , que responde a las demandas de los actores sociales activantes en el mercado y que puede contribuir a la sostenibilidad del desarrollo económico , social y académico del entorno.

Su estructura organizacional, su proyección financiera y su enfoque de gestión humana la posicionan como una experiencia de emprendimiento formal y sostenible, capaz de generar valor económico, social y educativo.

## **CAPÍTULO VIII Recomendaciones**

### **8 Recomendaciones**

A partir de los resultados obtenidos durante el desarrollo del presente plan de empresas y esta contingencia con las conclusiones determinantes, se establecen las siguientes recomendaciones orientadas a consolidar la operación, la gestión y la sostenibilidad de SERVILOGIC:

#### **Consolidar la estructura administrativa y operativa.**

Se sugiere mantener una clara y funcional, estructura en la organización reforzando los procesos de planificación, supervisión y control interno.

La estandarización de procedimientos y la disponibilidad de herramientas digitales de gestión ayudarán a mejorar la eficiencia y seguimiento de los servicios prestados.

#### **Fortalecer la estrategia comercial y de fidelización de clientes.**

Dado el potencial de crecimiento que aparece en el estudio de mercado es importante desarrollar acciones de mercadeo relacional que potencian la permanencia de los clientes actuales e incentivan la captación de nuevos contratos.

Se sugiere por lo tanto diseñar campañas que destaquen los valores diferenciales de la empresa: calidad, formalidad laboral, cumplimiento y atención al cliente personalizado.

### **Implementar un programa de formación continua para el personal.**

La formación constante del personal en cuestiones de servicio al cliente, seguridad ocupacional, manejo del medio ambiente y técnicas de limpieza y jardinería le da más calidad al servicio y disminuye los riesgos operativos.

Esto permitirá mantener altos niveles de satisfacción tanto de los trabajadores como de los clientes.

### **Optimizar la gestión financiera y el control de costos.**

Se recomienda hacer un seguimiento continuo del flujo de caja, controlar los gastos variables y evaluación periódica de la rentabilidad de cada contrato.

La diversificación, en forma de nuevos servicios complementarios acorde a la naturaleza del negocio, también se considera importante para garantizar la sostenibilidad económica a largo plazo.

### **Reforzar las estrategias de sostenibilidad ambiental.**

Se recomienda continuar con la promoción del uso de productos biodegradables y del manejo de residuos sólidos, para fortalecer la cultura ambiental del personal operativo y de los clientes.

La incorporación de prácticas ecoeficientes no solo colabora con el medio ambiente, sino que además mejora la reputación institucional y la confianza del mercado.

### **Monitorear y mitigar los riesgos identificados.**

Es importante mantener actualizado el plan de gestión de riesgos, especialmente a nivel técnico, comercial y normativo.

Se podrá prevenir y se podrá articular una evaluación regular de indicadores claves de desempeño que permita anticipar posibles contingencias y asegurar la continuidad operativa de SERVILOGIC.

Desde el plano académico, se recomienda continuar con la aplicación de modelos de plan de negocio como herramienta de la práctica en los programas de administración y de emprendimiento.

Este trabajo constituye una representación clara del modo en explicar cómo la planificación estratégica, el análisis financiero y la evaluación de impactos sociales pueden converger en un proyecto de empresa verdadero, integrando así la teoría con la práctica profesional.

### ***Síntesis final***

Conjuntamente, sí que se entienden como recomendaciones que buscan asegurar que SERVILOGIC mantenga su sostenibilidad económica, social y ambiental para que la empresa consolide su posición en el mercado y, al mismo tiempo, pueda contribuir al desarrollo regional de su territorio.

Así mismo, se invita a investigadores futuros en este campo para que profundicen en la medición del impacto social y en el uso de la tecnología para mejorar los procesos logísticos y administrativos que podrán encontrar empresas del mismo sector.

## **8.1 Reflexión final**

La elaboración del presente plan de negocio permitió conseguir la materialización de una idea de negocio con fundamentos técnicos, económicos y sociales, demostrando que, con responsabilidad social y sostenibilidad ambiental, se puede hacer empresa en Colombia, combinación que puede hacerse en la planificación estratégica.

**SERVILOGIC** se posiciona como una propuesta que trasciende la búsqueda de beneficios, para centrarse en crear valor para la comunidad, en promover el trabajo formal y en aportar al sostenimiento del tejido empresarial de la región.

Desde el ámbito académico, el presente trabajo representa una experiencia de aprendizaje integral que articula saberes en administración, finanzas, talento humano, mercadeo y responsabilidad social en un contexto real.

El proceso de redacción y de análisis de este plan de negocio permitió poner en práctica herramientas de diagnóstico organizacional, así como de evaluación económica, además de alimentar el desarrollo de competencias para el ejercicio gerencial, para el liderazgo y para el pensamiento crítico.

Más allá del componente técnico, **SERVILOGIC** se plantea como un modelo de empresa con propósito, entendiendo la creación de valor no sólo en términos económicos, sino como la capacidad de generar bienestar y confianza en las personas y en las comunidades donde actúa.

Por lo tanto, el presente trabajo no solo finaliza un proceso académico por el que se adentra el autor, sino que también constituye un inicio en la ruta empresarial, con una orientación hacia un crecimiento sostenido o sostenible, una apuesta por la innovación, y un compromiso con el desarrollo de su propia región.

## Referencias

- Acaniservicios. (s.f.). TARIFA DE SERVICIOS AÑO 2025. <https://www.acaniservicios.com/nuestros-servicios>
- Actualícese. (s.f.). Excepción al límite del IBC. <https://actualicese.com/ingreso-base-de-cotizacion/>
- Agropaisa. (s.f.). Desbrozadora espalda NTBG520D 42.7 CC 2. <https://agropaisa.com.co/producto/desbrozadora-espalda-ntbg520d-42-7-cc-2/>
- Americana de Servicios. (s.f.). Aseo para Empresas y Conjuntos Residenciales. <https://americanadeservicios.co/aseo-institucional/>
- ANDI. (2023, 20 de septiembre). En 2023 las ventas de productos cosméticos y de aseo... - ANDI. <https://www.andi.com.co/Home/Noticia/17696-cada-colombiano-gasta-un-promedio-de-44#:~:text=En%202023%20el%20mercado%20de,acumuladas%20por%241.195%20millones>
- Anna.com.co. (s.f.). Tipos de servicios de jardinería en copropiedades. <https://anna.com.co/tipos-servicios-jardineria-copropiedades/>
- Auxlimpieza. (s.f.). Servicio de Aseo en Cucuta por Dias/Horas - Aux Limpieza Blog. <https://auxlimpieza.com/blog/servicio-de-aseo-por-dias-cucuta/>
- Banco de la República. (2025, julio 5). Tasa de cambio del peso colombiano (información en tiempo real). [https://suameca.banrep.gov.co/estadisticaseconomicas/informacionSerie/1.1/tasa\\_cambio\\_peso\\_colombiano\\_dolar\\_comportamiento\\_mercado\\_dolar\\_dia\\_tiempo\\_real](https://suameca.banrep.gov.co/estadisticaseconomicas/informacionSerie/1.1/tasa_cambio_peso_colombiano_dolar_comportamiento_mercado_dolar_dia_tiempo_real)
- Bioweb. (s.f.). Kit de Limpieza Profesional Amscope 3 en 1 para Microscopios. <https://colombia.bioweb.co/products/kit-de-limpieza-profesional-amscope-3-en-1-para-microscopios>
- BizLatinHub. (s.f.). Derecho laboral en Colombia: Guía completa para empleadores. <https://www.bizlatinhub.com/es/derecho-laboral-colombia/>
- Business Plan Templates. (s.f.). Lista de verificación para abrir una empresa de mantenimiento de piscinas. <https://businessplan-templates.com/es/blogs/start-business/pool-maintenance>
- Camacol. (s.f.). La construcción de vivienda reactiva la economía y el empleo en el norte de. <https://camacol.co/prensa/noticias/la-construccion-de-vivienda-reactiva-la-economia-y-el-empleo-en-el-norte-de>
- Caracol. (2024, agosto 15). Empresa de aseo alista plan de contingencia. <https://caracol.com.co/2024/08/15/empresa-de-aseo-alista-plan-de-contingencia/Casalimpia>. (s.f.). Casalimpia. <https://www.casalimpia.com/>

- DANE. (s.f.). CIU Rev. 4 A.C. Revisión 4 adaptada para Colombia.  
[https://ole.mineducacion.gov.co/1769/articles-380407\\_recurso\\_1.pdf](https://ole.mineducacion.gov.co/1769/articles-380407_recurso_1.pdf)
- DANE. (s.f.). Información mayo 2025. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/precios-y-costos/indice-de-precios-al-consumidor-ipc/ipc-informacion-tecnica>
- DANE. (s.f.). Servicios. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/servicios>
- Datacucuta. (s.f.). Las 100 Empresas. <https://datacucuta.com/wp-content/uploads/2023/06/cuarta-edicion-LAS-100-EMPRESAS.pdf>
- DNP. (s.f.). Micro, Pequeña y Mediana Empresa.  
<https://www.dnp.gov.co/LaEntidad/subdireccion-general-prospectiva-desarrollo-nacional/direccion-innovacion-desarrollo-empresarial/Paginas/micro-pequena-y-mediana-empresa.aspx>
- EDIFICAR GROUP. (s.f.). EDIFICAR GROUP – Proyectos Actuáticos.  
<https://www.edificargroup.com/>
- Ecocert. (s.f.). Certificaciones para productos de limpieza y del hogar.  
<https://www.ecocert.com/es/sectores-commerciales/cuidado-del-hogar>
- Enlace. (s.f.). Aumento salario minimo. <https://enlace.com.co/blog/aumento-salario-minimo-0>
- Equipmaster. (s.f.). Cortacesped. <https://equipmaster.com.co/product-category/agro-y-jardin/tractores-y-cortacespedes/cortacesped/>
- Euroinova. (s.f.). Conoce todo sobre los tipos de actividad económica incluidas en el Código CIU 8299. <https://www.euroinova.com/business-management/articulos/actividad-economica-8299>
- EY. (s.f.). Tendencias tecnológicas 2025: Colombia camino hacia la innovación.  
[https://www.ey.com/es\\_co/insights/ai/tendencias-tecnologicas-2025-colombia-camino-hacia-la-innovacion](https://www.ey.com/es_co/insights/ai/tendencias-tecnologicas-2025-colombia-camino-hacia-la-innovacion)
- Factorial. (s.f.). Gastos empresa. <https://factorial.es/blog/gastos-empresa/>
- GAAT Security Group. (s.f.). GAAT SECURITYTY GROUP LTDA. - Empresa de Vigilancia y Seguridad Privada en Cúcuta. <https://www.gaatsecurity.com/>
- Gelite. (s.f.). Guía para la limpieza y desinfección de manos y superficies. ([https://gelite.org/wp-content/uploads/2020/04/END\\_1470.pdf.pdf](https://gelite.org/wp-content/uploads/2020/04/END_1470.pdf.pdf))
- GM Insights. (s.f.). Facility Management Industry News.  
<https://www.gminsights.com/es/industry-analysis/facilities-management-market>

- Gob.mx. (s.f.). ANEXO\_I\_-\_JARDINERIA\_2022.  
[https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/713950/ANEXO\\_I\\_-\\_JARDINERIA\\_2022.pdf](https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/713950/ANEXO_I_-_JARDINERIA_2022.pdf)
- GoSite. (s.f.). Cómo colocar precios a tu negocio de jardinería.  
<https://www.gosite.com/es/blog/como-colocar-precios-a-tu-negocio-de-jardineria>
- GoSite. (s.f.). Tabla de precios rentable para el cuidado del césped.  
<https://www.gosite.com/es/blog/tabla-de-precios-rentable-para-el-cuidado-del-cesped>
- Homecenter. (s.f.). Químicos accesorios y mantenimiento de piscinas.  
<https://www.homecenter.com.co/homecenter-co/category/cat10046/quimicos-accesorios-y-mantenimiento-de-piscinas/>
- Infobae. (2025, junio 9). Inflación en Colombia se ubicó en 5,05% en mayo de 2025: la cifra más baja desde 2021. <https://www.infobae.com/colombia/2025/06/09/inflacion-en-colombia-se-ubico-en-505-en-mayo-de-2025-la-cifra-mas-baja-desde-2021/>
- Innova Equipos. (s.f.). Normas y regulaciones de piscinas en Colombia.  
<https://innvaequipos.com.co/normas-y-regulaciones-de-piscinas-en-colombia/>
- Insureon. (s.f.). Costos mensuales promedio de los seguros para pequeñas empresas.  
<https://www.insureon.com/seguros-para-negocios-pequenos/precios>
- Jooble. (s.f.). Limpieza casas en Cúcuta, Norte de Santander. (<https://co.jooble.org/trabajo-limpieza-casas/C%C3%BAcuta%2C-Norte-de-Santander>)
- Kinsta. (s.f.). Coste seguro empresa startup. <https://kinsta.com/es/blog/coste-seguro-empresa-startup/>
- Ladoinsa. (s.f.). Empresas de aseo y limpieza para conjuntos residenciales.  
<https://www.ladoinsa.com/empresas-de-aseo-y-limpieza-para-conjuntos-residenciales>
- Limpiafy. (s.f.). Conserjería. <https://limpiafy.co/edificios/conserjeria/>
- Lineadirecta. (s.f.). Ventajas servicio portería edificio.  
<https://www.lineadirecta.com/blog/hogar/ventajas-servicio-porteria-edificio.html>
- Maquitec de Colombia. (s.f.). Fregadora BR 30/4. <https://maquitecdecolombia.com/compra-de/soluciones-de-limpieza/fregadora/fregadora-br-30-4/>
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370–396. (Citado en MHEducation, s.f.)
- Mercado Libre. (s.f.). Desbrozadora. <https://listado.mercadolibre.com.co/desbrozadora>
- Mercado Libre. (s.f.). Fregadora industrial para pisos.  
<https://listado.mercadolibre.com.co/fregadora-industrial-para-pisos>

- Mercado Libre. (s.f.). Kit de jardinería. <https://listado.mercadolibre.com.co/kit-de-jardineria>
- MHEducation. (s.f.). Capítulo 8: Motivación y emoción. <https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448175840.pdf>
- Minciencias. (s.f.). Elaboración de estudio de mercado y análisis de sector. [https://minciencias.gov.co/sites/default/files/upload/paginas/a206pr09\\_elaboracion\\_de\\_estudio\\_de\\_mercado\\_y\\_analisis\\_de\\_sector\\_v00.pdf](https://minciencias.gov.co/sites/default/files/upload/paginas/a206pr09_elaboracion_de_estudio_de_mercado_y_analisis_de_sector_v00.pdf)
- Minsalud. (2012, diciembre 4). Resolución 4113 de 2012. (<https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/resolucion-4113-de-2012.pdf>)
- Minsalud. (s.f.). Códigos CIU. (<https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/1/RUAF%20ACTIVECON.pdf>)
- Misión Servir. (s.f.). ¿Qué es el servicio de limpieza en hospitales?. <https://www.misionservir.com/blog/servicio-de-limpieza-hospitales/>
- Mordor Intelligence. (s.f.). Industria del paisajismo - Análisis de mercado. (<https://www.mordorintelligence.ar/industry-reports/landscaping-and-gardening-service-market#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20a%C3%B1os%20cubre%20este%20mercado, en%20USD%20256.07%20mil%20millones>)
- Mordor Intelligence. (s.f.). Tamaño del mercado de la floricultura en Colombia. <https://www.mordorintelligence.ar/industry-reports/colombia-floriculture-market>
- Mordor Intelligence. (s.f.). Tamaño del mercado MRO. <https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/maintenance-repair-operations-mro-industry>
- Moviaseo. (s.f.). Como debe cotizar una empresa de aseo en Bogotá. <https://www.moviaseo.com/como-debe-cotizar-una-empresa-de-aseo-en-bogota/>
- Moviaseo. (s.f.). Innovaciones recientes en el sector de empresas de aseo. <https://www.moviaseo.com/innovaciones-recientes-en-el-sector-de-empresas-de-aseo/>
- Nautilus BR. (s.f.). Cuanto cuesta tener una piscina en casa. <https://nautilusbr.com/es/blog/cuanto-cuesta-tener-una-piscina-en-casa/>
- Onepark Financiera. (s.f.). Plan de negocios como crear el tuyo. <https://www.oneparkfinanciera.com/es/articulos/plan-de-negocios-como-crear-el-tuyo>
- Orange County FL. (s.f.). Si no se desagota de manera adecuada, el agua de las piscinas y los spas puede contaminar nuestros lagos, ríos, manantiales y pantanos, dañar a los animales y plantas acuáticas y afectar la calidad del agua. <https://espanol.orangecountyfl.net/Environment/poolpollutionprevention.aspx>

Porteros de Colombia. (s.f.). Servicio de Conserjería de Alta Calidad.

<https://porterosdecolombia.com/>

portal.gestiondelriesgo.gov.co. (2024, diciembre 12). Cúcuta estrena obras de reducción del riesgo por más de \$30 mil millones.

<https://portal.gestiondelriesgo.gov.co/Paginas/Noticias/2024/Cucuta-estrena-obras-de-reduccion-del-riesgo-por-mas-de-30-mil-millones.aspx>

Quickshine. (s.f.). Benefits of professional landscaping services for your business.

<https://www.quickshine.com.mx/es-MX/blog/benefits-of-professional-landscaping-services-for-your-business>

Recaball. (s.f.). Los 8 mejores accesorios de jardinería para mantener un jardín en perfectas condiciones.

<https://www.recaball.com/blog/los-8-mejores-accesorios-de-jardineria-para-mantener-un-jardin-en-perfectas-condiciones>

SBA. (s.f.). Redacte su plan de negocios.

<https://www.sba.gov/es/guia-de-negocios/planifique-su-empresa/redacte-su-plan-de-negocios>

Scribd. (s.f.). Cotización Portero Conserje Condominio Campestre Macadamia.

<https://es.scribd.com/document/602948815/Cotizacion-Portero-Conserje-Condominio-Campestre-Macadamia>

Scribd. (s.f.). Perfil PISCINERO.

<https://es.scribd.com/document/344289025/Perfil-PISCINERO>

Seinsur. (s.f.). En que consiste el servicio de conserjería.

<https://seinsur.es/en-que-consiste-el-servicio-de-conserjeria/>

SENA. (s.f.). Los 23 jardineros recibieron la certificación en la norma 'Corte de Césped'.

<https://www.sena.edu.co/es-co/Noticias/Paginas/noticia.aspx?IdNoticia=5076>

Servicio De Conserjería S.a.s. (s.f.). SERVICIO DE CONSERJERIA S.A.S. - Datos de empresas.

<https://www.datacreditoempresas.com.co/directorio/servicio-de-conserjeria-sas.html>

Servicios Generales Mile S.A.S. (s.f.). SERVICIOS GENERALES MILE S.A.S. - Datos de empresas.

<https://www.datacreditoempresas.com.co/directorio/servicios-generales-mile-sas.html>

Smartsheet. (s.f.). Plantilla simple de plan de negocios.

<https://es.smartsheet.com/content/simple-business-plan-templates>

Sociedad de Mejoras Públicas Cúcuta. (s.f.). Poda especializada.

<https://smpcucuta.com.co/poda-especializada/>

Superintendencia de Vigilancia y Seguridad Privada. (s.f.). Solicito me contente, si los servicios de Conserje, Porteros son legales o ilegales en COLOMBIA, SI o NO y quien regula esta materia.

<https://www.supervigilancia.gov.co/loader.php?lServicio=Tools2&lTipo=descargas&lFuncion=visorpdf&id=11363&pdf=1>

Tienda Karcher. (s.f.). Aspiradoras industriales. <https://tiendakarcher.com/categoria-producto/profesional/aspiradoras-industriales/>

Umbrella Conserjeria-Porteria. (s.f.). Conserjeria. <https://www.umbrellaconserjeriaporteria.com/>

Universidad de Pamplona. (2022, diciembre). Anuario estadístico 2022. [https://www.unipamplona.edu.co/unipamplona/portallIG/home\\_72/recursos/01\\_general/02052023/anuarioestadistico2022.pdf](https://www.unipamplona.edu.co/unipamplona/portallIG/home_72/recursos/01_general/02052023/anuarioestadistico2022.pdf)

Universidad Militar Nueva Granada. (s.f.). Análisis de la situación actual de los servicios de conserjería y portería en Colombia. <https://repository.umng.edu.co/bitstreams/5f7357d3-c6e1-4d94-988f-f74a0e5b8d95/download>

UPRA. (s.f.). Norte de Santander. ([https://upra.gov.co/Kit\\_Territorial/2-%20Informaci%C3%B3n%20por%20Departamentos/NORTE%20DE%20SANTANDER/2-%20Documento%20Regional%20UPRA%20Norte%20de%20Santander.pdf](https://upra.gov.co/Kit_Territorial/2-%20Informaci%C3%B3n%20por%20Departamentos/NORTE%20DE%20SANTANDER/2-%20Documento%20Regional%20UPRA%20Norte%20de%20Santander.pdf))

Vecdis. (2021). PESTEL análisis. (<https://vecdis.es/wp-content/uploads/2021/05/PESTEL-ANA%CC%81LISIS-1.pdf>)

Vigilancia La Frontera. (s.f.). La Frontera | Servicio de Vigilancia | Vigilancia La Frontera. <https://vigilanciaafrontera.com/>

viviendasyvalores.com.co. (s.f.). Experiencia. <https://viviendasyvalores.com.co/>

Wise. (2025, julio 5). Tipos de Cambio Históricos de dólar estadounidense a pesos colombianos. <https://wise.com/mx/currency-convert/usd-to-cop-rate/history>

Simulador de Créditos. (2008). NAFIN :: Home. <https://www.nafin.com/portalfn/content/herramientas-de-negocio/simulador-de-creditos/simulador-de-creditos.do>

Calculadora de VAN y TIR | Calcuvio. (s. f.). <https://www.calcuvio.com/van-tir>