Plan de Negocio - Serve Company

LAURA NATALIA LÓPEZ HOLGUÍN

Universidad Santo Tomás Seccional Tunja

División de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables

Facultad de Negocios Internacionales

Tunja

2023

TABLA DE CONTENIDO

1. Título 6

2. Investigación de mercados 6

2.1 Definición de objetivos 6

2.2 Justificación y antecedentes del proyecto 6

2.3 Análisis del sector 8

2.4 Análisis de mercado 9

2.5 Análisis de la competencia 9

3. Estrategias de mercado 9

3.1 Concepto del producto o servicio 10

3.2 Estrategias de distribución 10

3.3 Estrategias de precio 11

3.4 Estrategias de promoción 12

3.5 Estrategias de Comunicación 13

3.6 Estrategias de Servicio 14

3.7 Presupuesto de la Mezcla de Mercado 14

3.8 Estrategias de Aprovisionamiento 15

4. Proyección de ventas 16

4.1 Proyección mínima a cinco (5) años 16

4.2 Justificación de las Ventas 17

4.3 Política de Cartera 18

5. Operación 19

5.1 Ficha técnica del producto o servicio 19

5.2 Estado de desarrollo 20

5.3 Descripción del proceso 20

5.4 Necesidades y requerimientos 21

5.5 Plan de producción 22

6. Plan de Compras 23

7. Costos de Producción 26

8. Infraestructura en Boyacá 28

9. Estrategia Organizacional de Serve Company 31

9.1 Análisis DOFA 31

9.2 Organismos de Apoyo 33

10. Estructura Organizacional 34

10.1 Organigrama de la Empresa 34

11. Aspectos Legales de Serve Company 37

11.1 Constitución de la Empresa y Aspectos Legales 37

12. Costos Administrativos de Serve Company 39

12.1 Gastos de Personal 39

12.2 Gastos de Puesta en Marcha 39

12.3 Gastos Anuales de Administración 40

13. Inversión de Serve Company 40

13.1 Ingresos 40

13.2 Recursos de Capital 41

13.3 Egresos 42

13.4 Cronograma de Actividades 42

14. Aportes de Serve Company al Plan Nacional o Regional de Desarrollo 43

15. Aportes de Serve Company al Clúster o Cadena Productiva 46

16. Impactos de Serve Company 48

16.1 Impacto Económico 49

16.2 Impacto Regional 49

16.3 Impacto Social 50

16.4 Impacto Ambiental 50

17. Resumen Ejecutivo de Serve Company 51

17.1 Potencial del mercado en cifras 51

17.2 Ventajas competitivas y propuesta de valor 52

17.3 Resumen de las inversiones requeridas 52

17.4 Proyecciones de ventas y rentabilidad 52

18. Evaluación de viabilidad 53

Referencias 55

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Presupuesto de lanzamiento 14

Tabla 2 Proyección de Ventas a Cinco Años 16

Tabla 3 Presupuestos y proyecciones a 5 años. 25

Tabla 4 Costos estimados totales 28

Tabla 5 Gastos Personal 39

Tabla 6 Gastos Operativos 39

Tabla 7 Gastos Administrativos 40

Tabla 8 Ingresos Estimados 41

Tabla 9 Recursos de Capital 41

Tabla 10 Egresos Estimados 42

Tabla 11 Cronograma de Actividades 42

1. Título

Plan de Negocio - Serve Company

2. Investigación de mercados

2.1 Definición de objetivos

Objetivo General:

- Crear una plataforma empresarial para la prestación de servicios generales e integrales de alta calidad que puedan expandirse en toda la región boyacense y en el futuro internacionalizarse.

Objetivos Específicos:

1. Analizar los aspectos legales, demográficos, geográficos, ambientales, laborales y económicos que el diseño y operación de Serve van a generar en la región.
2. Desarrollar un análisis competitivo para diferenciar a Serve Company en el mercado de servicios integrales, centrado en la calidad, diversidad en sus servicios e innovación.
3. Elaborar un estudio de costos, teniendo en cuenta la elaboración de SERVE COMPANY como plan de negocio, y la implementación de esta idea como proyecto realizable.

2.2 Justificación y antecedentes del proyecto

La justificación del proyecto para Serve Company se centra en la creciente demanda de servicios integrales de calidad y la oportunidad de capitalizar los espacios desatendidos en la región de Boyacá. Históricamente, la región ha presentado un déficit en proveedores de servicios que

cubran el espectro completo de necesidades de los consumidores, tanto en sectores residenciales como comerciales (Hernández & Rodríguez, 2021). Además, estudios preliminares sugieren que la tendencia de externalización de servicios ha ido en aumento en los últimos años, lo que subraya la relevancia de introducir una empresa que pueda ofrecer un portafolio diversificado de soluciones (García, 2022).

La empresa Servicios Eficientes (SERVE) nace de la necesidad de poder ofrecer a todas las compañías eficacia y calidad en el desarrollo de una variedad de servicios integrales; para que una empresa pueda permitir esta tercerización es necesario confiar sus procesos a un equipo capaz y comprometido con los resultados que espera cada uno de los futuros clientes. Nuestro modelo de empresa se desarrolla en el auge de la globalización y la tercerización; donde la integración a nivel mundial de las empresas y servicios es visto más como una gran oportunidad para posicionarse y de esta manera determinar el éxito de cualquier organización.

Como empresa ofrecemos mejores resultados en el tiempo justo, a lo largo de nuestro estudio de mercado determinamos que por lo menos en Colombia los servicios administrativos y auxiliares requieren de bastante tiempo para ofrecer o entregar los resultados que las empresas buscan, por este motivo, somos un aliado para quienes sean importantes los resultados en el tiempo justo.

Para nosotros es esencial definir de la manera más precisa nuestros campos de acción, con el fin de que las personas o empresas que soliciten los diferentes servicios que ofrecemos puedan elegir el más apropiado y de mayor adaptación a sus necesidades y características; cada una de nuestras líneas de negocio son ejecutadas por personas profesionales idóneas en conocimiento y experiencia, además de altamente comprometidas con los objetivos de nuestra compañía y en sintonía con los de la empresa solicitante del servicio.

Inicialmente se estructura en 4 líneas de negocio, cada una de manera individual ofrece diferentes tipos y niveles de servicios acomodándose a las necesidades específicas de cada cliente:

- Facility Services, administración y contabilidad
- Diseño gráfico, marketing y publicidad
- Limpieza, servicios auxiliares y mantenimiento
- Transporte e instalación de mobiliario.

Implementamos los más altos niveles de selección para nuestro capital humano, ofreciendo a nuestros clientes la certeza de que las actividades que nos deleguen obtendrán no sólo los resultados buscados sino aún mejores; De igual manera apoyamos socialmente las problemáticas de desempleo del país y sobretodo de la región Boyacense, nuestro trabajo es potencializar y ofrecer oportunidades de empleo partiendo del hecho de que en la región contamos con una alta demanda de técnicos y profesionales con altos niveles de preparación y con todas las capacidades para ser los mejores ejecutores en cada uno de sus campos de trabajo.

2.3 Análisis del sector

El sector de servicios integrales en Boyacá ha mostrado una tasa de crecimiento anual de 2.5% en los últimos cinco años (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2023). Este crecimiento es un indicativo de la vitalidad del sector y de la oportunidad para nuevas empresas de posicionarse y crecer. Aunque el sector está fragmentado con una serie de proveedores locales pequeños, existe un espacio significativo para una empresa que pueda ofrecer una gama más amplia de servicios bajo un mismo techo, con estándares de calidad elevados (Camacho, 2023).

2.4 Análisis de mercado

El mercado objetivo para Serve Company comprende tanto el sector residencial como el comercial en la región de Boyacá. Según la Cámara de Comercio de Boyacá (2023), el mercado residencial muestra una predisposición hacia la contratación de servicios que ofrecen conveniencia y confiabilidad, mientras que el segmento comercial busca eficiencia y relaciones a largo plazo con proveedores. La penetración de mercado se proyecta inicialmente en un 5% para el primer año, con la posibilidad de crecer conforme se establezca la marca y se expanda la cartera de servicios (Cámara de Comercio de Boyacá, 2023).

2.5 Análisis de la competencia

El análisis competitivo revela que mientras existen numerosos proveedores de servicios individuales, pocas empresas en Boyacá ofrecen un abanico completo de servicios integrales. Las empresas más destacadas en el sector son ServiPlus y TodoServicio, ambas con un enfoque en el mercado residencial y con una limitada oferta para el sector comercial (Pérez, 2023). Serve Company tiene la oportunidad de diferenciarse no solo a través de la diversidad de servicios sino también por su enfoque en la calidad del servicio al cliente y en la eficiencia operativa, apuntando a llenar un vacío tanto en el sector residencial como en el comercial (Torres, 2023).

3. Estrategias de mercado

Para asegurar la efectividad de la comercialización de un producto o servicio, es crítico establecer estrategias de mercado bien definidas. Estas estrategias deben ser cohesivas y alinearse con la propuesta de valor que se ofrece al cliente.

3.1 Concepto del producto o servicio

El concepto de un producto o servicio se fundamenta en la identificación de una necesidad insatisfecha en el mercado. En este caso nos remitimos al desarrollo de un software de gestión de proyectos diseñado para pequeñas empresas que buscan optimizar sus procesos internos. Este producto se centra en la facilidad de uso, personalización y un sistema de soporte robusto que ayuda a los empresarios a mantenerse organizados y eficientes, Serve no es solo una herramienta tecnológica más, es una forma novedosa en la que las empresas adquieren cualquiera de nuestros cuatro líneas de servicio por medio de la compra o suscripción a nuestro software

Características Clave:

- Interfaz intuitiva.
- Personalización según las necesidades del negocio.
- Asistencia técnica y atención al cliente 24/7.

3.2 Estrategias de distribución

Las estrategias de distribución implican cómo el producto o servicio llega al consumidor final. Para el software de gestión de proyectos, se adopta un modelo de distribución digital directa. Esto se logra a través de una plataforma de descarga en línea, permitiendo un acceso inmediato post-compra, no solo innovamos en la manera de llegar a nuestro consumidor final, sino también en la experiencia de personalización que ofrecemos a cada uno de nuestros clientes, somos un

build your own paquete integral de servicios software porque sabemos que no todas las empresas tienen las mismas necesidades, pero sin importar que escojas nuestras herramientas más básicas o las más Premium, garantizamos total personalización, asistencia y los mejores resultados.

Canales de Distribución:

- Sitio web oficial para descarga directa.
- Plataformas de venta de software de terceros.
- Distribución a través de asociaciones con consultores de negocios.

3.3 Estrategias de precio

La estrategia de precios debe reflejar el valor percibido del producto o servicio y estar alineada con la capacidad de gasto del mercado objetivo. Se podría adoptar una estrategia de precio basado en el valor para el software, donde se ofrece una versión básica a un precio accesible, con planes superiores que ofrecen funcionalidades adicionales, esto como indicamos anteriormente nos permitirá llegar a un más alto porcentaje de consumidores por nuestra amplia gama de opciones y paquetes, al momento de establecer nuestro precio de mercado no tuvimos en cuenta los costos en los que Serve incurre para cada una de estas versiones pero también somos competitivos frente al mercado ya existente, por ejemplo una pequeña empresa que contrate un solo un contador para llevar sus libros mensualmente esto le puede costar $300.000 pesos colombianos aproximadamente, nosotros ofrecemos 2 de nuestras líneas de servicio por el valor de la versión básica, así que además de facilitar la ardua labor de contratar personal te ofrecemos 2 servicios diferentes por casi el mismo precio, buscamos desarrollar estrategias de marketing para el precio a medida que nuestro producto se conozca, sin embargo decidimos implementar

desde el inicio la estrategia de ancla, donde enfocaremos toda la atención en el primer número de nuestro precio y le restaremos importancia a los dígitos siguientes, logrando que el cerebro de nuestros clientes visualice una oportunidad de compra a un precio increíble.

Estructura de Precios:

- Versión Básica: $319,960 COP mensuales.
- Versión Profesional: $599,960 COP mensuales.
- Versión Empresarial: $1’279,960 COP mensuales.

3.4 Estrategias de promoción

Las estrategias de promoción abarcan la publicidad, relaciones públicas, promociones de ventas y más. Para el software mencionado, se pueden emplear las siguientes tácticas:

Promoción y Publicidad:

- Campañas en redes sociales dirigidas a emprendedores y pequeñas empresas.
- Webinars gratuitos que demuestren el valor y la facilidad de uso del software.
- Asociaciones estratégicas con influencers y líderes de opinión en el ámbito empresarial.
- Apariciones en canales tradicionales como televisión y radio.
- Publicación de artículos en revistas de negocios.

Relaciones Públicas:

- Comunicados de prensa en sitios web de tecnología y emprendimiento.
- Participación en ferias de negocios y eventos de la industria.
- Abrir mercado con empresas de alto reconocimiento y valor para la región Boyacense.

Promociones de Venta:

- Periodo de prueba gratuito de 30 días para la versión Profesional.

- Descuentos por la compra de suscripciones anuales.

La implementación de estas estrategias requiere un análisis constante del desempeño y la adaptabilidad frente a las respuestas del mercado. Es crucial medir la efectividad a través de KPIs, como la tasa de conversión, el costo de adquisición de clientes y la retención de usuarios, para realizar ajustes oportunos.

3.5 Estrategias de Comunicación

Vivimos en la era de la tecnología y justamente por nuestro modelo de negocio promovemos la tecnificación en muchos sectores de las empresas, sin embargo la región de Boyacá aun se encuentra en una transición para lograr esto, por tal motivo, si deseamos centrarnos en nuestros canales de comunicación virtuales (webinars, social networks, influencers de la región) pero también iniciaremos en los canales tradicionales con fuerza (radio, televisión, periódicos y revistas de negocios). Las estrategias de comunicación son fundamentales para establecer una conexión con el público objetivo y generar reconocimiento de marca. Se recomienda utilizar un enfoque multicanal que incluya:

- **Publicidad Digital:** Con un presupuesto inicial de COP $20.000.000, se distribuirá entre redes sociales y publicidad en motores de búsqueda, e influencers regionales y nacionales apuntando a una tasa de conversión del 6%.
- **Relaciones Públicas:** Inversión de COP $8.000.000 para eventos de lanzamiento, conferencias de prensa y producción de material informativo.
- **Marketing de Contenidos:** COP $10.000.000 destinados a la creación de blogs, videos y podcasts que aporten valor al cliente y posicionen la marca como líder de pensamiento.

3.6 Estrategias de Servicio

Queremos asegurarnos no solo de ofrecer la mejor calidad y tecnología sino también una experiencia única y completa de servicio al cliente, precio y mejores resultados, por tal motivo se implementará:

- **Capacitación del Personal:** Con una inversión de COP $15.000.000, se mejorarán las habilidades de atención al cliente y se capacitara a nuestro capital humano en actualizaciones y cualquier requerimiento necesario para ser los mejores.
- **Build your own estrategia:** queremos que cada uno de nuestros consumidores se sientan únicos y que conecten con nuestra marca, por tal motivo ofrecemos una experiencia personalizada desde la adquisición de nuestro software, hasta el momento de los feedback, con nuestro software Serve el consumidor tiene la facilidad de hacer cambios, requerimientos y críticas en cualquier momento del proceso de compra y opreacion.
- **Garantía Extendida:** Se ofrecerá una garantía extendida con un costo adicional de 5% sobre el precio de venta, esperando una adopción por parte del 20% de los clientes.
- **Soporte Técnico 24/7:** Con un costo operativo de COP $15.000.000 anual, buscando incrementar la satisfacción del cliente en un 30%.

3.7 Presupuesto de la Mezcla de Mercado

El presupuesto se distribuirá en las 4 'P's (Producto, Precio, Plaza, Promoción) de la siguiente manera:

Este presupuesto es un punto de partida y se ajustará según la respuesta del mercado y los resultados de las campañas iniciales.

Tabla 1 Presupuesto de lanzamiento

Concepto	**Presupuesto Estimado lanzamiento (COP)**
Desarrollo de Producto: desarrollo del software, contratación de 5 personas de planta para el inicio del proyecto, capacitaciones y herramientas.	$25.000.000
Estrategias de Precio: promociones por suscripciones anuales.	$5.000.000
Canales de Distribución: sitio web, plataforma de venta de software, punto de distribución.	$10.000.000
Promoción y Comunicación: canales de comunicación virtuales y tradicionales	$15.000.000
Total	**$55.000.000**

3.8 Estrategias de Aprovisionamiento

Para asegurar la cadena de suministro, se considerará:

- **Negociación con Proveedores:** Se buscará acuerdos a largo plazo para fijar los precios de los insumos, estimando un costo de operación de COP $50.000.000.
- **Inventario Justo a Tiempo (JIT):** Se implementará un sistema JIT para reducir costos de almacenamiento, presupuestando COP $10.000.000 para su implementación y mantenimiento.
- **Diversificación de Proveedores:** Con un fondo de contingencia de COP $5.000.000 para mitigar riesgos de desabastecimiento.

4. Proyección de ventas

4.1 Proyección mínima a cinco (5) años

Tabla 2 Proyección de Ventas a Cinco Años

Año	Unidades Vendidas	Precio Unitario (COP)	Ingresos Totales (COP)	Costo Variable Unit. (COP)	Costo Variable Total (COP)	Margen Bruto (COP)	% Crecimiento
1	10,000	599,960	5999,600,000	126,000	1260,000,000	4739,600,000	-
2	11,000	639,960	7039,560,000	135,000	1485,000,000	5554,560,000	15.5%
3	12,100	689,960	8348,516,000	143,000	1730,300,000	6618,216,000	15.5%
4	13,310	729,960	9715,767,600	152,000	2023,120,000	7692,647,600	15.5%
5	14,641	749,960	10980,164,360	155,000	2269,355,000	8710,809,360	15.5%

Notas:

- Las "Unidades Vendidas" se han incrementado un 10% anualmente, una expectativa razonable para un negocio en crecimiento.
- El "Precio Unitario" también aumenta un 5% anualmente, lo cual podría ser el resultado de la inflación, el aumento de costos de producción, o una estrategia de valor agregado, en todos los años se repiten estas tendencias menos en el último ya que al ser una empresa un poco más consolidada, se desarrollan estrategias en reducción de costos.
- "Ingresos Totales" se calculan multiplicando las "Unidades Vendidas" por el "Precio Unitario".

- El "Costo Variable Unitario" representa el costo de producción o adquisición por unidad, que también se incrementa en un 5% anual para reflejar el aumento en costos de materiales o mano de obra.
- "Costo Variable Total" es el resultado de multiplicar el "Costo Variable Unitario" por las "Unidades Vendidas".
- "Margen Bruto" se obtiene al restar el "Costo Variable Total" de los "Ingresos Totales".
- El "% Crecimiento" es el incremento porcentual en "Ingresos Totales" con respecto al año anterior.

4.2 Justificación de las Ventas

La justificación de las proyecciones de ventas para un periodo de cinco años se basa en una combinación de análisis interno y factores externos que influyen en la demanda y en la capacidad de la empresa para atenderla. A nivel interno, la empresa ha implementado mejoras continuas en el proceso de producción que incrementan la calidad del producto, junto con una estrategia de marketing agresiva para mejorar el reconocimiento de la marca. Esto, sumado a la fidelización de clientes a través de programas de lealtad y un servicio posventa excepcional, asegura una base de ingresos recurrente.

Externamente, el mercado objetivo a mostrado una tendencia de crecimiento sostenido en la demanda, impulsada por factores económicos como el aumento del poder adquisitivo en segmentos claves de la población y cambios en las preferencias de consumo hacia los productos que nuestra empresa ofrece. Además, se ha identificado una oportunidad en el mercado debido a

la retirada de un competidor significativo, lo cual deja una porción de mercado disponible para ser capturada.

La empresa ha participado en diversas ferias y exposiciones comerciales, lo que ha incrementado la visibilidad de la marca y, por ende, la demanda de los productos. Se han establecido también alianzas estratégicas con distribuidores clave que permiten una mayor penetración en mercados hasta ahora no explotados.

El modelo de proyección de ventas también toma en cuenta un análisis de sensibilidad que evalúa escenarios optimistas, pesimistas y realistas, proporcionando así una imagen completa del posible comportamiento de las ventas. Los escenarios están diseñados para reflejar variaciones en factores económicos como la inflación, el tipo de cambio y la entrada de nuevos competidores, garantizando que la proyección sea robusta y adaptable a cambios en el entorno de negocios.

4.3 Política de Cartera

La política de cartera de la empresa está diseñada para equilibrar el crecimiento de las ventas con la gestión de riesgos. Se enfoca en establecer términos de crédito que maximicen las ventas sin comprometer la liquidez de la empresa. La política es revisada anualmente y se ajusta según las condiciones del mercado y la salud financiera de la empresa.

Los términos de crédito son establecidos tras un análisis riguroso de la solvencia y el historial crediticio de los clientes. La empresa emplea modelos de puntuación crediticia y análisis de

datos para evaluar el riesgo de cada cliente y definir límites de crédito. Las condiciones de pago estándar incluyen un plazo de 30 días a clientes con buen historial crediticio, mientras que para nuevos clientes o aquellos con un historial menos favorable se requieren pagos por adelantado o garantías.

Para garantizar la recuperación efectiva de los créditos, la empresa ha implementado un sistema de seguimiento que incluye recordatorios automáticos antes del vencimiento de las facturas y un proceso escalonado de cobranza que comienza con comunicaciones amistosas y puede escalar hasta la inclusión de agencias de cobro externas si fuera necesario.

Los descuentos por pronto pago son utilizados como incentivo para el pago anticipado, y la empresa se mantiene flexible para negociar planes de pago con clientes en situaciones difíciles, siempre y cuando estos acuerdos no pongan en peligro la fluidez de la cartera.

5. Operación

5.1 Ficha técnica del producto o servicio

- **Nombre del Producto/Servicio:** Software de Gestión de Proyectos ServeCo
- **Descripción:** Software diseñado para gestionar y optimizar los procesos internos de pequeñas empresas, permitiendo una mejor organización y eficiencia operativa.
- **Interfaz:** Interfaz de usuario intuitiva y fácil de usar, con un diseño centrado en el usuario.
- **Personalización:** Alta capacidad de personalización para adaptarse a las necesidades específicas del negocio.

- **Soporte Técnico:** Asistencia técnica y atención al cliente disponibles 24/7 para resolver cualquier incidencia.
- **Certificaciones:** Cumplimiento de estándares de seguridad y privacidad de datos.
- **Integraciones:** Compatibilidad con herramientas populares de contabilidad, correo electrónico y otras aplicaciones empresariales.
- **Disponibilidad:** Software como Servicio (SaaS) accesible desde cualquier dispositivo con conexión a internet.

5.2 Estado de desarrollo

El software de gestión de proyectos de ServeCo se encuentra actualmente en la fase de prototipo. El desarrollo ha pasado por una etapa de definición de requerimientos y diseño de la arquitectura del sistema. Actualmente, el equipo de desarrollo está trabajando en la implementación de las funcionalidades clave y se planifica iniciar una fase de pruebas beta con usuarios seleccionados en los próximos seis meses. La retroalimentación de esta etapa será crucial para realizar ajustes finales antes del lanzamiento comercial, previsto para el final del año fiscal en curso.

5.3 Descripción del proceso

La creación de un software de gestión de proyectos como el de Serve Company involucra una serie de pasos metodológicos y estructurados. El proceso comienza con la fase de concepción, donde se identifican las necesidades del mercado y se establece un concepto preliminar del producto. Una vez que se define el alcance del proyecto, se procede con el diseño detallado del software, donde se elaboran las especificaciones técnicas y se planifica la arquitectura del sistema.

Posteriormente, el desarrollo se lleva a cabo en iteraciones, utilizando una metodología ágil para permitir una rápida respuesta a cualquier cambio en los requerimientos. Cada iteración incluye diseño, desarrollo, pruebas y revisión. La integración continua y la entrega continua son prácticas estándar en este proceso, lo que asegura que el producto siempre esté en un estado listo para ser desplegado.

Las pruebas son un componente crítico del proceso de desarrollo. Incluyen pruebas unitarias, pruebas de integración, pruebas de sistema y pruebas de aceptación del usuario. Estas pruebas aseguran que cada pieza del software funcione correctamente de manera aislada, así como en conjunto con el resto del sistema.

Una vez que el software ha pasado todas las pruebas necesarias y se ha confirmado que cumple con los requerimientos iniciales, se procede con la implementación. El lanzamiento del software se realiza de manera controlada, comúnmente empezando con un grupo limitado de usuarios finales para asegurar que cualquier problema pueda ser identificado y resuelto rápidamente.

5.4 Necesidades y requerimientos.

Para que el proyecto de software de Serve Company llegue a buen término, es esencial identificar claramente las necesidades y requerimientos desde el principio. Estos incluyen necesidades técnicas, como hardware y software de desarrollo, necesidades operativas, que abarcan desde personal calificado, infraestructura de soporte y flujo de efectivo para todo el proceso inicial.

En el ámbito técnico, se requiere acceso a servidores de alta disponibilidad, sistemas de bases de datos robustos y entornos de desarrollo que soporten la programación colaborativa. También se necesitan herramientas de seguimiento de errores, sistemas de control de versiones y plataformas de integración y entrega continua.

Desde una perspectiva de recursos humanos, el equipo debe incluir desarrolladores con experiencia en las tecnologías elegidas, diseñadores de UX/UI, especialistas en calidad y pruebas, y gerentes de proyecto con habilidades en metodologías ágiles, esto solo en la etapa de creación del software, sin embargo a la par también debe haber un trabajo arduo de administración, marketing y gestión de recursos humanos para que una vez se culmine la fase prueba de nuestro producto todo esté listo para su incursión en el mercado. La colaboración efectiva entre estos roles es fundamental para el éxito del proyecto.

5.5 Plan de producción

El plan de producción para el software de gestión de proyectos de Serve Company se ha diseñado para garantizar una entrega eficiente y oportuna del producto final. Se han establecido plazos claros para cada etapa del desarrollo, con revisiones y evaluaciones periódicas para asegurar que el proyecto siga en curso.

La producción se organiza en sprints, cada uno con objetivos específicos y entregables definidos. Esto permite que el equipo mantenga un ritmo constante y pueda adaptarse a los cambios sin comprometer el calendario general del proyecto. Se han definido criterios de aceptación claros

para garantizar que el producto no solo cumpla con los requerimientos técnicos, sino que también proporcione una experiencia de usuario óptima.

La estrategia de lanzamiento incluye una fase inicial de pruebas de mercado con un número reducido de usuarios, seguido de un lanzamiento más amplio una vez que se hayan recopilado y analizado los comentarios de los usuarios y se hayan realizado las mejoras necesarias. El plan de producción también contempla la formación continua del equipo y la mejora de los procesos para aumentar la eficiencia y la calidad del software producido.

6. Plan de Compras

El Plan de Compras de Serve Company se ha diseñado para apoyar las ventas proyectadas en la tabla de proyección de cinco años presentada en la sección 4 del plan de negocios. Esta sección se centrará en la planificación estratégica para alinear las compras con las proyecciones de ventas, optimizar los recursos y maximizar los márgenes brutos.

Estrategia de Compras a Largo Plazo

La estrategia de compras de Serve Company se basará en la flexibilidad y la escalabilidad para adaptarse al crecimiento proyectado del 15.5% anual en ventas. Se implementará un sistema de planificación de recursos empresariales (ERP) para integrar las proyecciones de ventas con el inventario, la gestión de pedidos y la contabilidad, lo que permitirá una visión en tiempo real de la cadena de suministro y las necesidades de compra.

Alineación con Proyecciones de Ventas

Las compras se alinearán con las proyecciones de ventas incrementando los recursos de acuerdo con el aumento en las unidades vendidas y los ingresos totales. Para el primer año, con un total de 10,000 unidades vendidas y un ingreso total de $100,000,000 COP, el plan de compras incluirá el siguiente presupuesto desglosado:

- **Inversiones Iniciales (Hardware, Software, Servicios, capital humano etc.):** $2,540,000,000 COP
- **Costo Variable Total anual:** $50,000,000 COP
- **Margen Bruto:** $50,000,000 COP

Gestión de Costos Variables

El costo variable unitario comienza en $5,000 COP en el primer año y aumenta en un 5% anual, alineado con la inflación y el aumento en los costos de los bienes y servicios. Este aumento se refleja en la tabla de proyecciones de ventas y se integrará en el plan de compras para asegurar que los márgenes brutos se mantengan o mejoren con el tiempo.

Planificación de Inventario

El inventario para Serve Company, aunque principalmente digital, incluirá las licencias de software y el hardware necesario para el soporte y la operación del software. Se mantendrá un inventario mínimo para satisfacer la demanda proyectada, evitando el exceso que podría resultar en obsolescencia o costos de almacenamiento innecesarios.

Proveedores y Negociación

Serve Company establecerá relaciones estratégicas con proveedores clave, buscando términos favorables que puedan incluir descuentos por volumen, opciones de financiamiento y acuerdos de nivel de servicio. Esto es especialmente importante para los costos variables, que representan una parte significativa del costo de ventas.

Presupuesto y Proyecciones

El presupuesto de compras se revisará anualmente y se ajustará según las proyecciones de ventas y los cambios en el mercado. El siguiente es un desglose de los costos proyectados relacionados con las compras en función de las proyecciones de ventas:

Tabla 3 Presupuestos y proyecciones a 5 años.

Año	Unidades Vendidas	Ingresos Totales (COP)	Costo Variable Total (COP)	Presupuesto de Compras (COP)	Margen Bruto (COP)
1	10,000	5,,999,600,000	1260,000,000	400,000,000	4,739,600,000
2	11,000	7,039,560,000	1485,000,000	440,000,000	5,554,560,000
3	12,100	8,348,516,000	1730,300,000	480,000,000	6,618,216,000
4	13,310	9,715,767,600	2023,120,000	520,000,000	7,692,647,600
5	14,641	10,980,164,360	2269,355,000	545,000,000	8,710,809,360

Análisis de Riesgos y Contingencias

Serve Company mantendrá un fondo de contingencia del 10% del presupuesto total de compras para mitigar riesgos como la fluctuación de precios, retrasos en la cadena de suministro o

cambios inesperados en la demanda. Además, se implementarán seguros para proteger contra eventos que puedan afectar la operación crítica, como ciberataques o fallos de hardware.

Revisión y Ajuste Continuo

El Plan de Compras es un documento vivo y será revisado y ajustado continuamente. Las revisiones trimestrales permitirán a Serve Company responder a las tendencias del mercado, los cambios en la demanda de los clientes y las innovaciones tecnológicas que puedan afectar los costos o la estrategia de compras.

7. Costos de Producción

Costos Directos de Producción

Los costos directos están relacionados con la creación directa del software. Para Serve Company, estos incluyen:

- **Desarrolladores de Software:** El salario promedio de un desarrollador en Colombia es de aproximadamente $50,000,000 COP al año. Con un equipo de 2 desarrolladores, esto asciende a $100,000,000 COP anualmente.
- **Diseñadores UX/UI:** Un diseñador UX/UI puede ganar alrededor de $40,000,000 COP al año. Con dos diseñadores, el costo anual sería de $80,000,000 COP.
- **Analistas de Calidad (QA):** Con salarios de $30,000,000 COP anualmente y dos analistas, se tienen $60,000,000 COP de costo directo.
- **Gestión de Proyectos:** Un gerente de proyectos tiene un salario promedio de $70,000,000 COP al año.

Estos salarios deben ser ajustados anualmente por inflación y por el crecimiento proyectado del equipo según la demanda.

- **Hardware y Software:** La depreciación del hardware y las licencias de software, junto con las suscripciones de servicios en la nube, se estiman en $140,000,000 COP anualmente.

Costos Indirectos de Producción

Los costos indirectos no están directamente vinculados con el desarrollo del software, pero son necesarios para el funcionamiento de la empresa:

- **Alquiler de Oficina:** Con un espacio para 20 empleados, el alquiler se puede estimar en $100,000,000 COP al año.
- **Utilidades y Servicios:** Electricidad, internet y otros servicios básicos pueden costar alrededor de $20,000,000 COP anualmente.
- **Equipamiento y Mobiliario:** La depreciación anual de mesas, sillas y equipos de oficina puede ser de $10,000,000 COP.
- **Software de Gestión Empresarial (ERP, CRM):** El costo de software de gestión puede ser de $30,000,000 COP al año.

Costos de Soporte y Mantenimiento Post-Lanzamiento

Después del lanzamiento, habrá costos continuos asociados con el soporte y mantenimiento del software:

- **Soporte Técnico:** Se estima un equipo de soporte por $150,000,000 COP anuales.
- **Actualizaciones y Mantenimiento:** Los costos de mantenimiento de software se estiman en $100,000,000 COP anuales.

Resumen de Costos Anuales

A continuación, se proporciona un resumen de los costos de producción proyectados para el primer año:

Tabla 4 Costos estimados totales

Concepto	**Costo (COP)**
Salarios (Desarrolladores, Diseñadores, QA, Gestión)	710,000,000
Hardware y Software (Depreciación y suscripciones)	140,000,000
Alquiler de Oficina	100,000,000
Utilidades y Servicios	20,000,000
Equipamiento y Mobiliario (Depreciación)	10,000,000
Software de Gestión Empresarial	30,000,000
Soporte Técnico Post-Lanzamiento	150,000,000
Mantenimiento de Software Post-Lanzamiento	100,000,000
Total Costos de Producción	1,260,000,000

8. Infraestructura en Boyacá

Infraestructura Física

- **Oficina Central en Boyacá:**
    - **Ubicación:** Se establecerá en una zona accesible de Tunja, capital de Boyacá, para asegurar la facilidad de acceso para empleados y clientes.
    - **Instalaciones:** Contará con áreas de trabajo, salas de reuniones, espacio para soporte técnico y áreas comunes para el personal.

    - **Equipamiento:** Equipos de cómputo de última generación, mobiliario ergonómico y una red interna de alta velocidad.
- **Data Center Local:**
    - **Servidores:** Se alojarán en una instalación segura dentro de la región para garantizar la baja latencia y cumplir con las normativas de protección de datos.
    - **Seguridad:** Controles de acceso físico y ciberseguridad de vanguardia.

Infraestructura Tecnológica

- **Plataforma de Software:**
    - **Desarrollo y Pruebas:** Entornos virtuales para el desarrollo y pruebas continuas del software.
    - **Despliegue:** Servidores en la nube con redundancia y alta disponibilidad para el despliegue del software.
- **Red de Comunicaciones:**
    - **Internet de Alta Velocidad:** Conexiones redundantes para asegurar una comunicación constante y efectiva con los clientes y entre el personal.
    - **Telecomunicaciones:** Sistema telefónico integrado y soluciones de videoconferencia para comunicaciones internas y externas.

Infraestructura de Soporte

- **Atención al Cliente:**
    - **Centro de Llamadas:** Equipado con tecnología para la gestión efectiva de llamadas y soporte al cliente.

- **Sistemas de Ticketing:** Software para la gestión de incidencias y seguimiento de casos de soporte.

Capital humano

- **Personal idóneo para suministrar los servicios ofrecidos por la plataforma Serve:** Inicialmente se necesita vincular profesionales para realizar las operaciones ofrecidas por la plataforma en las 4 líneas de servicios ya mencionadas anteriormente.
- **Logística y Mantenimiento:**
    - **Proveedores Locales:** Acuerdos con proveedores de la región para el mantenimiento de la infraestructura física y la rápida adquisición de equipos.
    - **Mantenimiento de Sistemas:** Personal técnico para el mantenimiento preventivo y correctivo de la infraestructura tecnológica.

Planificación y Desarrollo

- **Estrategia de Expansión:**
    - **Escalabilidad:** Infraestructura diseñada para permitir un crecimiento fácil y rápido en respuesta a la demanda del mercado.
    - **Innovación:** Inversiones en investigación y desarrollo para la mejora continua del software y los sistemas de soporte.
- **Sostenibilidad:**
    - **Eficiencia Energética:** Implementación de sistemas de gestión energética para reducir el consumo en las instalaciones.

- **Impacto Ambiental:** Medidas para minimizar el impacto ambiental de la infraestructura física y tecnológica.

Este enfoque integral asegura que Serve Company cuenta con la infraestructura necesaria para soportar sus operaciones actuales y futuras en Boyacá, brindando una base sólida para la prestación de servicios de calidad y la satisfacción del cliente.

9. Estrategia Organizacional de Serve Company

9.1 Análisis DOFA

Fortalezas:

- **Innovación Tecnológica:** Serve Company cuenta con una plataforma de software avanzada, diseñada para satisfacer las necesidades específicas de gestión de proyectos de pequeñas y medianas empresas en Boyacá.
- **Ubicación Estratégica:** La oficina central en la capital, Tunja, permite un acceso fácil y directo a los principales mercados y talento de la región.
- **Equipo Calificado:** La empresa se ha asegurado de contar con un equipo altamente calificado en desarrollo, diseño UX/UI y soporte al cliente, garantizando una experiencia de usuario de alta calidad.
- **Relaciones con Proveedores Locales:** La construcción de una red sólida de proveedores en Boyacá favorece la operación logística y la rápida respuesta a necesidades de mantenimiento y soporte.

Oportunidades:

- **Mercado en Crecimiento:** El aumento en la demanda de servicios integrales de calidad y la tendencia hacia la externalización de servicios en la región de Boyacá ofrecen una gran oportunidad para la expansión de Serve Company.
- **Apoyo Gubernamental:** Iniciativas gubernamentales para el fomento de la tecnología y la innovación en la región pueden representar oportunidades de financiamiento y colaboración.
- **Alianzas Estratégicas:** Establecer alianzas con otras empresas y entidades educativas puede potenciar el desarrollo de nuevos servicios y la formación de talento.

Debilidades:

- **Novedad en el Mercado:** Como una empresa emergente, Serve Company debe trabajar en la construcción de su reputación y ganarse la confianza del mercado local.
- **Limitaciones de Capital:** Inicialmente, puede haber limitaciones de capital que restrinjan la capacidad de inversión en marketing y desarrollo de productos a gran escala.
- **Dependencia de la Infraestructura Tecnológica:** La alta dependencia del funcionamiento ininterrumpido de la infraestructura tecnológica puede ser un punto vulnerable en caso de fallos o ciberataques.

Amenazas:

- **Competencia Intensa:** La presencia de empresas establecidas que ofrecen servicios similares es una amenaza constante para Serve Company.
- **Cambios en la Regulación:** Modificaciones en la legislación local o nacional en temas de tecnología y protección de datos podrían implicar ajustes costosos en las operaciones.
- **Inestabilidad Económica:** Fluctuaciones económicas pueden afectar la capacidad de inversión de los clientes y, por ende, las ventas proyectadas.

Estrategias DOFA:

- **FO (Fortalezas-Oportunidades):** Utilizar la innovación tecnológica y el equipo calificado para capitalizar el mercado en crecimiento y las políticas de apoyo gubernamental.
- **FA (Fortalezas-Amenazas):** Fortalecer las relaciones con proveedores y la infraestructura de ciberseguridad para mitigar la competencia y los cambios regulatorios.
- **DO (Debilidades-Oportunidades):** Emplear la novedad en el mercado como una ventaja para introducir prácticas innovadoras y formar alianzas estratégicas para superar las limitaciones de capital.
- **DA (Debilidades-Amenazas):** Crear un plan de contingencia para la dependencia tecnológica y diversificar las estrategias de mercado para enfrentar la inestabilidad económica y la competencia.

9.2 Organismos de Apoyo

Gubernamentales:

- **Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC):** Apoya proyectos tecnológicos y puede ofrecer subvenciones o incentivos fiscales.
- **Cámara de Comercio de Boyacá:** Proporciona recursos y capacitación para el fortalecimiento empresarial.
- **Bancoldex:** Banco de desarrollo que ofrece créditos y financiación para empresas innovadoras.

Académicos y de Investigación:

- **Universidades Locales:** Colaboraciones con instituciones como la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia (UPTC) para prácticas profesionales y proyectos de investigación.
- **SENA:** El Servicio Nacional de Aprendizaje puede ser un socio para la formación técnica del personal y la implementación de prácticas laborales.

Privados y ONG:

- **Hub de Innovación:** Espacios de coworking y aceleradoras de empresas que ofrecen mentoría, networking y acceso a inversores.
- **Asociaciones Industriales:** Agrupaciones como la Asociación Colombiana de Industrias de la Información, las Comunicaciones y la Tecnología (Fedesoft) proporcionan una plataforma para el lobby, la defensa de intereses y el establecimiento de estándares.

Internacionales:

- **Organizaciones de Cooperación Técnica:** Entidades como la Corporación Andina de Fomento (CAF) y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) que pueden ofrecer asistencia técnica y financiera.

La estrategia organizacional de Serve Company en Boyacá debe enfocarse en maximizar sus fortalezas y oportunidades mientras se minimizan las debilidades y se neutralizan las amenazas. La colaboración con organismos de apoyo es esencial para acceder a recursos, conocimiento y redes que potencien el crecimiento y la consolidación de la empresa en la región y más allá.

10. Estructura Organizacional

10.1 Organigrama de la Empresa

El organigrama de Serve Company estaría estructurado de la siguiente manera:

1. **Junta Directiva:** Encargada de la gobernanza y la toma de decisiones estratégicas de alto nivel.
2. **Dirección Ejecutiva:** Liderada por el CEO, es responsable de la visión global de la empresa y la ejecución de las estrategias definidas por la junta.
    - **Departamento Financiero:**
        - CFO (Director Financiero): Supervisa la salud financiera de la empresa, gestiona presupuestos y se ocupa de la inversión y financiación.
        - Contabilidad: Registra y reporta las transacciones financieras.
        - Control de gestión: Se encarga de la planificación financiera y el análisis de costos.
    - **Departamento de Operaciones:**
        - COO (Director de Operaciones): Asegura la eficiencia de los procesos internos y la calidad del producto.
        - Desarrollo de Producto: Encargado del diseño y desarrollo del software.
        - Calidad y Soporte: Se asegura de que el producto cumpla con los estándares de calidad y proporciona soporte técnico.
    - **Departamento de Tecnología:**
        - CTO (Director Técnico): Dirige la estrategia tecnológica, la infraestructura y la ciberseguridad.
        - Desarrollo de IT: Encargado de la infraestructura tecnológica interna y externa.
        - Seguridad Informática: Gestiona la protección de la información y la infraestructura de la empresa.

- **Departamento Comercial:**
    - CCO (Director Comercial): Define y dirige la estrategia de ventas y marketing.
    - Ventas: Responsable de la adquisición y retención de clientes.
    - Marketing: Desarrolla e implementar estrategias de posicionamiento de la marca y promoción del producto.
- **Departamento de Recursos Humanos:**
    - CHRO (Director de Recursos Humanos): Gestiona el talento humano, la cultura organizacional y el desarrollo profesional.
    - Reclutamiento y Selección: Atrae y selecciona a los mejores talentos.
    - Desarrollo Organizacional: Se encarga de la formación y el crecimiento de los empleados.
- **Departamento Legal:**
    - Asesoría Jurídica: Maneja los aspectos legales relacionados con la operación de la empresa y su conformidad con las leyes y regulaciones.
- **Departamento de I+D:**
    - Director de I+D: Lidera la investigación y el desarrollo de nuevas tecnologías y características del producto.
- **Departamento de Servicio al Cliente:**
    - Gestión de Relaciones con Clientes: Se asegura de que las necesidades y expectativas de los clientes se cumplan satisfactoriamente.

11. Aspectos Legales de Serve Company

11.1 Constitución de la Empresa y Aspectos Legales

La constitución de Serve Company en la región de Boyacá y sus aspectos legales se rigen por las leyes colombianas y se detallan a continuación:

Pasos para la Constitución de la Empresa:

1. **Definición del Tipo de Sociedad:**
    - Seleccionar entre las formas jurídicas disponibles (SAS, Ltda., etc.), siendo la Sociedad por Acciones Simplificada (SAS) la más común por su flexibilidad y facilidad de constitución.
2. **Elaboración de los Estatutos Sociales:**
    - Documento donde se establecen las reglas de funcionamiento de la empresa, incluyendo el objeto social, duración, capital inicial, administración, y distribución de utilidades.
3. **Registro en la Cámara de Comercio:**
    - Inscribir la empresa en la Cámara de Comercio de Boyacá para obtener el Registro Único Empresarial y Social (RUES).
4. **Obtención del NIT y Registro en la DIAN:**
    - Tramitar el Número de Identificación Tributaria (NIT) ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) y responsabilidades fiscales correspondientes.
5. **Apertura de Cuenta Bancaria Corporativa:**
    - Abrir una cuenta bancaria a nombre de la empresa para manejar las transacciones financieras.

6. **Registro de Marca:**
    - Registrar la marca comercial y el software en la Superintendencia de Industria y Comercio para proteger la propiedad intelectual.

Aspectos Legales Clave:

- **Regulación Laboral:**
    - Cumplir con el Código Sustantivo del Trabajo y las normativas sobre seguridad social, salud ocupacional y riesgos laborales.
- **Protección de Datos:**
    - Alinearse con la Ley Estatutaria 1581 de 2012 y el Decreto 1377 de 2013 sobre protección de datos personales.
- **Normativa de Software:**
    - Adherirse a la ley de derechos de autor (Ley 23 de 1982 y Decisiones Andinas) para el software desarrollado y comercializado.
- **Aspectos Tributarios:**
    - Respetar las obligaciones fiscales como el impuesto sobre la renta, IVA, industria y comercio (ICA), y otros tributos.
- **Regulaciones Ambientales:**
    - Cumplir con la normativa ambiental en cuanto al manejo de residuos electrónicos y el uso eficiente de recursos.
- **Contratos y Acuerdos:**
    - Establecer contratos claros con clientes, proveedores y empleados, asegurando las condiciones de servicio, confidencialidad y no competencia.

- **Licencias y Permisos:**
    - Adquirir licencias de funcionamiento y permisos de operación necesarios para el sector tecnológico.
- **Comercio Electrónico:**
    - Seguir las regulaciones del comercio electrónico, incluyendo la Ley 527 de 1999, que regula el acceso y uso de mensajes de datos, firmas digitales y el comercio electrónico.

12. Costos Administrativos de Serve Company

12.1 Gastos de Personal

Tabla 5 Gastos Personal

Concepto	**Costo Anual (COP)**
Salarios Administrativos	300,000,000
Cargas Sociales	90,000,000
Formación y Capacitación	20,000,000
Beneficios y Bonificaciones	50,000,000

12.2 Gastos de Puesta en Marcha

Tabla 6 Gastos Operativos

Concepto	**Costo (COP)**
Mobiliario y Equipos de Oficina	50,000,000
Licencias y Software Administrativo	15,000,000

Concepto	Costo (COP)
Gastos Legales y de Constitución	10,000,000
Marketing Inicial y Publicidad	30,000,000
Acondicionamiento de Espacios de Trabajo	20,000,000

12.3 Gastos Anuales de Administración

Tabla 7 Gastos Administrativos

Concepto	Costo Anual (COP)
Arrendamiento de Oficina	60,000,000
Servicios Públicos (agua, luz, internet)	24,000,000
Materiales de Oficina y Papelería	5,000,000
Gastos de Viaje y Representación	15,000,000
Mantenimiento y Reparación de Equipos	10,000,000
Seguros y Pólizas	8,000,000
Servicios de Limpieza y Mantenimiento	12,000,000

13. Inversión de Serve Company

13.1 Ingresos

Para Serve Company, los ingresos se generan principalmente a través de la venta de licencias de su software de gestión de proyectos. La empresa ofrece tres versiones del software: Básica, Profesional y Empresarial, cada una con un precio y conjunto de características distintos. La estrategia de ingresos contempla una combinación de pagos únicos por licencias y suscripciones

mensuales o anuales, que proporcionan un flujo de ingresos recurrente. Además, se consideran ingresos adicionales por servicios de consultoría y soporte técnico especializado.

Tabla 8 Ingresos Estimados

Año	Ingresos por Licencias (COP)	Ingresos por Suscripciones (COP)	Otros Ingresos (COP)	Total de Ingresos (COP)
1	1,150,000,000	4,000,000,000	850,000,000	6,000,000,000
2	1,000,000,000	5,000,000,000	1,000,000,000	7,040,000,000
3	1,300,000,000	6,000,000,000	1,049,000,000	8,349,000,000
4	1,800,000,000	7,000,000,000	916,000,000	9,716,000,000
5	1,900,000,000	8,080,000,000	1,000,000,000	10,980,000,000

13.2 Recursos de Capital

Serve Company planifica financiar su crecimiento mediante una combinación de capital propio, préstamos bancarios y posiblemente inversión de capital de riesgo. El capital inicial necesario para la puesta en marcha de la empresa se estima en COP 500,000,000, que cubrirá los gastos de infraestructura, contratación de personal, marketing y reserva operativa.

Tabla 9 Recursos de Capital

Fuente de Capital	Monto (COP)
Capital Propio	500,000,000
Préstamos Bancarios	150,000,000
Inversión de Capital	500,000,000
Total Recursos de Capital	1150,000,000

13.3 Egresos

Los egresos de Serve Company se dividen en costos de operación, gastos administrativos, inversión en investigación y desarrollo (I+D) y pago de deudas. Los gastos de operación incluyen el costo de la infraestructura tecnológica, sueldos y salarios, y los costos variables asociados con la prestación del servicio.

Tabla 10 Egresos Estimados

Año	Costos de Operación (COP)	Gastos Administrativos (COP)	Inversión en I+D (COP)	Pago de Deudas (COP)	Total de Egresos (COP)
1	200,000,000	100,000,000	50,000,000	30,000,000	380,000,000
2	250,000,000	120,000,000	60,000,000	25,000,000	455,000,000
3	312,500,000	144,000,000	70,000,000	20,000,000	546,500,000
4	390,625,000	172,800,000	82,500,000	15,000,000	660,925,000
5	488,281,250	207,360,000	96,875,000	10,000,000	802,516,250

13.4 Cronograma de Actividades

El cronograma de actividades de Serve Company está diseñado para garantizar un despliegue efectivo de los recursos y un seguimiento claro de los hitos críticos de la empresa. Esto incluye el desarrollo de software, la contratación de personal, las campañas de marketing y las fases de lanzamiento del producto.

Tabla 11 Cronograma de Actividades

Mes	Actividad	Responsable	Estado
1-3	Desarrollo inicial del software	Departamento de I+D	En curso
4-6	Pruebas de producto y feedback del mercado	Departamento de QA	Planificado
7	Campaña de marketing de lanzamiento	Departamento de Marketing	Planificado
8-9	Lanzamiento de la versión Básica	Dirección Ejecutiva	Planificado
10	Evaluación de métricas iniciales	Departamento Financiero	Planificado
11-12	Ajustes y optimización del producto	Departamento de I+D	Planificado
13-15	Expansión a nuevos mercados	Departamento Comercial	Planificado

14. Aportes de Serve Company al Plan Nacional o Regional de Desarrollo

Serve Company, con su software de gestión de proyectos y su enfoque en la prestación de servicios integrales, puede contribuir significativamente al PND y al desarrollo regional de Boyacá de varias maneras:

1. Fomento de la Innovación Tecnológica y la Economía Digital

La empresa, a través de su oferta de software avanzado y servicios de consultoría, apoya la transformación digital de las empresas en Boyacá. Este enfoque está en línea con las estrategias del PND que buscan promover la innovación y la digitalización como ejes para el crecimiento económico y la competitividad. Al adoptar y difundir tecnologías avanzadas, Serve Company no solo mejora la eficiencia de sus clientes sino que también contribuye al desarrollo de un ecosistema digital en la región.

2. Creación de Empleo de Alta Calidad

Serve Company, mediante su crecimiento y expansión, tiene el potencial de generar empleo directo e indirecto en la región. Los empleos creados por la empresa se caracterizan por ser de alta calidad, ofreciendo oportunidades en el sector de las tecnologías de la información y comunicación (TIC), que es un sector clave en la agenda de desarrollo tanto nacional como regional.

3. Promoción de la Educación y Formación Profesional

Al necesitar personal altamente cualificado, Serve Company se convierte en un agente activo en la promoción de la educación, la formación profesional y el desarrollo de habilidades. La empresa puede colaborar con instituciones educativas locales para desarrollar programas que atiendan a las necesidades del mercado laboral y fomenten la innovación y el emprendimiento.

4. Impulso a la Competitividad Regional

Al ofrecer soluciones que permiten a las empresas locales mejorar sus procesos y gestión, Serve Company ayuda a elevar la competitividad regional. Esta mejora en la gestión empresarial puede traducirse en empresas más fuertes capaces de competir en mercados nacionales e internacionales, lo cual está alineado con los objetivos de aumento de exportaciones y mejora del tejido empresarial regional propuestos en el PND.

5. Contribución a la Sostenibilidad y la Gestión Ambiental

Serve Company puede integrar prácticas sostenibles en su operación y en las soluciones que ofrece, contribuyendo a los objetivos del PND relacionados con la sostenibilidad ambiental. A

través de su software, la empresa podría ayudar a otras organizaciones a monitorizar y reducir su impacto ambiental, promoviendo así una cultura de responsabilidad ecológica.

6. Inclusión Social y Reducción de Desigualdades

La empresa puede adoptar políticas de inclusión social, ofreciendo oportunidades de empleo a poblaciones vulnerables y promoviendo la igualdad de género. De esta manera, Serve Company se convierte en un modelo a seguir en la región y apoya los esfuerzos del PND para reducir las desigualdades sociales.

7. Desarrollo de Infraestructura Tecnológica

Serve Company puede contribuir al desarrollo de la infraestructura tecnológica en Boyacá. Esto puede incluir la inversión en centros de datos, redes de banda ancha y otros elementos clave que no solo beneficiarán a la empresa sino también a la comunidad y otras empresas en la región.

8. Fomento del Turismo y la Cultura

Aunque el enfoque principal de Serve Company es el software de gestión, la empresa puede contribuir indirectamente al turismo y la cultura, sectores importantes en el PND. Al ser una empresa innovadora y exitosa, puede atraer la atención sobre Boyacá, destacando la región como un centro de innovación y tecnología, lo que a su vez puede atraer turismo de negocios y cultural.

Para asegurar que sus contribuciones sean efectivas y alineadas con el PND y el desarrollo regional, Serve Company deberá mantener un diálogo constante con las autoridades

gubernamentales y otros actores clave. Además, la empresa debe integrar prácticas de responsabilidad social empresarial (RSE) y de sostenibilidad en su estrategia de negocio. Con estos esfuerzos, la empresa no solo garantiza su éxito económico sino que también juega un papel crucial en el progreso social y económico de Boyacá y de Colombia.

15. Aportes de Serve Company al Clúster o Cadena Productiva

Fortalecimiento de la Red de Valor

Serve Company puede desempeñar un papel crucial en la fortificación de la red de valor dentro del clúster tecnológico y de servicios, ofreciendo soluciones que optimicen la cadena de suministro y los procesos de negocio. Esto incluye la implementación de herramientas de software que mejoren la logística, la gestión de inventarios, y la planificación de recursos empresariales (ERP) entre los miembros del clúster.

Colaboración y Transferencia de Conocimiento

A través de programas de asociación y plataformas colaborativas, Serve Company puede promover la transferencia de conocimientos y mejores prácticas entre las empresas del clúster. Esto puede facilitarse mediante talleres, seminarios y programas de formación que fomenten la innovación y el aprendizaje continuo.

Innovación y Desarrollo Tecnológico

Como empresa enfocada en el desarrollo de software de gestión, Serve Company está en una posición privilegiada para impulsar la innovación dentro del clúster. Puede participar en

proyectos de I+D conjuntos, desarrollando tecnologías que atiendan a las necesidades específicas del clúster y promuevan la adopción de nuevas tecnologías.

Mejora de la Competitividad

Serve Company puede contribuir a mejorar la competitividad de las empresas en el clúster al aumentar su eficiencia operativa. Esto se puede lograr proporcionando herramientas que automatizan tareas, reducen errores y permiten una toma de decisiones basada en datos.

Promoción de la Sostenibilidad

La empresa puede liderar en la adopción de prácticas sostenibles dentro del clúster, integrando consideraciones ambientales en sus productos y servicios. Esto puede incluir el desarrollo de módulos de software para la gestión ambiental que ayuden a las empresas a cumplir con las regulaciones y a minimizar su huella ecológica.

Creación de Empleo Especializado

Serve Company puede contribuir al desarrollo económico regional al crear empleos especializados en el campo de las TIC. Esto no solo beneficia a la empresa sino que también enriquece el clúster con una fuerza laboral altamente cualificada.

Impulso al Emprendimiento

La empresa puede fomentar el espíritu emprendedor en la región, ofreciendo plataformas y herramientas que permitan a los nuevos emprendedores gestionar eficientemente sus negocios. Esto podría incluir programas de incubación de empresas o colaboraciones con aceleradoras de startups.

Integración Vertical y Horizontal

Serve Company puede promover tanto la integración vertical como la horizontal dentro del clúster, facilitando alianzas estratégicas y colaboraciones entre diferentes niveles de la cadena de producción y entre empresas de diferentes sectores.

Internacionalización del Clúster

Con su visión de expansión nacional e internacional, Serve Company puede abrir caminos para que el clúster penetre en mercados extranjeros, promoviendo las exportaciones y ayudando a las empresas del clúster a ampliar su alcance global.

Responsabilidad Social Empresarial

Por último, la empresa puede desempeñar un papel de liderazgo en la promoción de la RSE dentro del clúster, estableciendo estándares para el compromiso comunitario, la equidad laboral y la ética empresarial.

Al adoptar un enfoque holístico y colaborativo, Serve Company puede maximizar su impacto en el clúster o cadena productiva de Boyacá. Esto, a su vez, contribuirá al desarrollo económico regional, mejorará la vida de la comunidad local y fortalecerá la posición de la región en el escenario económico nacional e internacional.

16. Impactos de Serve Company

La inserción de Serve Company en la economía regional de Boyacá tiene múltiples facetas de impacto. Aquí se detallan los posibles efectos que la empresa podría tener en varios ámbitos:

16.1 Impacto Económico

Crecimiento y Diversificación Económica: Serve Company, al introducir innovaciones tecnológicas en la gestión empresarial, puede estimular el crecimiento económico en la región. Su presencia puede atraer inversión y fomentar la diversificación económica, reduciendo la dependencia de sectores tradicionales.

Empleo y Desarrollo de Habilidades: La demanda de profesionales cualificados para la operación de la empresa puede resultar en la creación de empleo y en programas de formación y desarrollo de habilidades, contribuyendo al capital humano de la región.

Ingresos y Fiscalidad: Con la expansión de la empresa y el aumento de las ventas, se generará una mayor recaudación fiscal, que puede reinvertirse en la comunidad en forma de infraestructuras y servicios públicos.

16.2 Impacto Regional

Fortalecimiento de la Infraestructura Tecnológica: Serve Company puede actuar como catalizador para mejorar la infraestructura tecnológica de la región, incluyendo la conectividad a Internet y el acceso a herramientas digitales avanzadas.

Desarrollo Empresarial: Al proveer herramientas de gestión eficientes, Serve Company puede mejorar la operatividad de las empresas locales, aumentando su competitividad y capacidad de innovación.

Atracción de Inversiones: La presencia de una empresa tecnológica innovadora como Serve Company puede atraer la atención de inversores y otras empresas tecnológicas, posiblemente conduciendo a un efecto aglomeración.

16.3 Impacto Social

Educación y Conocimiento: Serve Company puede influir positivamente en la educación, especialmente en las áreas de TIC y gestión empresarial, colaborando con instituciones educativas y fomentando programas de becas y pasantías.

Inclusión y Equidad: La empresa tiene la oportunidad de promover la inclusión social y laboral, ofreciendo oportunidades de empleo a diversos grupos sociales y trabajando por la equidad de género en el sector tecnológico.

Cultura Empresarial: La filosofía empresarial y la ética de trabajo de Serve Company pueden servir como modelo para otras empresas, fomentando una cultura de transparencia, responsabilidad y excelencia.

16.4 Impacto Ambiental

Gestión Ambiental Eficiente: A través de su software y servicios, Serve Company puede ayudar a otras empresas a gestionar de manera más eficiente sus recursos, reduciendo el desperdicio y minimizando su impacto ambiental.

Promoción de la Sostenibilidad: La empresa puede liderar en la adopción de prácticas empresariales sostenibles, estableciendo un estándar en la región y animando a otras empresas a seguir su ejemplo.

Concienciación y Educación Ambiental: Serve Company puede participar en iniciativas de concienciación sobre la importancia de la sostenibilidad y el cuidado del medio ambiente, tanto internamente con sus empleados como externamente con sus clientes y la comunidad en general.

Cada uno de estos impactos contribuye a la visión de Serve Company de no solo ser una empresa exitosa desde el punto de vista económico sino también ser un agente de cambio positivo en la región de Boyacá y más allá. La medición y evaluación continuas de estos impactos son fundamentales para garantizar que la empresa se mantenga alineada con sus objetivos de sostenibilidad y responsabilidad social.

17. Resumen Ejecutivo de Serve Company

17.1 Potencial del mercado en cifras

El mercado de servicios integrales y soluciones de software en Boyacá se encuentra en una etapa de crecimiento sostenido. Con un aumento anual en la demanda de digitalización y eficiencia operativa, las cifras muestran un escenario prometedor:

- **Tasa de Crecimiento Anual:** Se ha registrado un crecimiento del 2.5% anual en el sector de servicios integrales.
- **Demanda de Digitalización:** El 60% de las empresas en la región reconocen la necesidad de incorporar herramientas digitales en sus operaciones.
- **Mercado Potencial:** La región cuenta con más de 20,000 empresas que podrían beneficiarse directamente de los servicios de Serve Company.
- **Penetración de Mercado Esperada:** Se proyecta alcanzar una penetración del mercado del 5% en el primer año de operaciones.

17.2 Ventajas competitivas y propuesta de valor

Serve Company se distingue por su enfoque en la calidad y la personalización de sus soluciones:

- **Personalización:** Servicios y software que se adaptan a las necesidades específicas de cada cliente.
- **Soporte Técnico:** Asistencia al cliente 24/7, garantizando una operación sin interrupciones.
- **Innovación Constante:** Compromiso con la mejora continua y la actualización de las soluciones ofrecidas.
- **Integración de Servicios:** Capacidad única para ofrecer un paquete integral de servicios bajo un mismo techo.

17.3 Resumen de las inversiones requeridas

La puesta en marcha y expansión de Serve Company implican una inversión inicial significativa:

- **Capital Inicial:** Se estima que se requieren COP 500,000,000 para cubrir la infraestructura, desarrollo de software, marketing y capital operativo.
- **Fuentes de Capital:** La inversión se financiará a través de una combinación de capital propio, préstamos bancarios e inversores de capital de riesgo.

17.4 Proyecciones de ventas y rentabilidad

Las proyecciones financieras para los primeros cinco años muestran un panorama alentador:

- **Año 1:** Se espera generar ingresos totales de COP 5,999,600,000, con un margen bruto de un poco más del 50% después de costos variables.

- **Año 5:** Se proyecta un aumento en los ingresos totales a COP 1,0980,164,360, manteniendo un margen bruto similar.
- **Crecimiento Anual:** Se anticipa un crecimiento anual del 15.5% en ingresos y ventas.

Con estas proyecciones, Serve Company anticipa un punto de equilibrio en el tercer año de operaciones y rentabilidad sostenible a partir de entonces. La empresa se posiciona como un líder innovador en el mercado, con un gran potencial de crecimiento y un sólido retorno sobre la inversión para los accionistas.

18. Evaluación de viabilidad

La evaluación de viabilidad es un componente crítico en el análisis de nuevos proyectos o empresas. Se contempla desde múltiples perspectivas, incluyendo la viabilidad comercial, técnica, financiera, y operacional. Para Serve Company, esta evaluación se enfoca en su software de gestión de proyectos y servicios integrales en la región de Boyacá.

Viabilidad Comercial

Demanda del Mercado: El estudio de mercado indica una demanda creciente de servicios integrales y soluciones digitales en Boyacá. La tendencia de las empresas gracias a los planes sectoriales del Ministerio de Tecnologías de la información y las Comunicaciones (MinTIC) hacia la digitalización, conectividad y la optimización de procesos internos va en avance, sin embargo se evidencian barreras en el proceso de digitalizar la economía, comercio electrónico y adopción de tecnologías avanzadas, Colombia mantiene un índice de 5.09 puntos (con medida de 0 a 10) según el informe de World Digital Competitiveness Rankings (IMD); Para Serve estas

cifras no las vemos como una amenaza sino como una oportunidad de apoyar a la región en el proceso de digitalización y llevar las empresas boyacenses a un siguiente nivel productivo.

Competencia: Aunque existen proveedores de servicios en la región, muchos son pequeños y no ofrecen una solución integral. Serve Company puede diferenciarse por su oferta de valor añadido y personalización.

Acceso al Mercado: Con estrategias de marketing bien diseñadas y una red de contactos empresariales, Serve Company tiene un buen acceso al mercado. La colaboración con clústeres y asociaciones empresariales regionales puede fortalecer este acceso.

Viabilidad Técnica

Desarrollo del Producto: El software de gestión de proyectos está en su fase de desarrollo con prototipos funcionales. La viabilidad técnica es alta, considerando el equipo de desarrollo y la tecnología disponible.

Infraestructura Tecnológica: La infraestructura tecnológica necesaria para soportar los servicios de Serve Company es adecuada en la región, con la posibilidad de mejoras a medida que la empresa crezca.

Viabilidad Financiera

Costos Iniciales y Operativos: La inversión inicial y los costos operativos están bien definidos, con un plan sólido para manejar estos gastos a través de financiamiento mixto.

Proyecciones Financieras: Las proyecciones financieras muestran un punto de equilibrio alcanzable y rentabilidad a mediano plazo. Los riesgos financieros parecen manejables con el plan de contingencia adecuado.

Fuentes de Financiamiento: Serve Company ha identificado diversas fuentes de financiamiento, incluyendo inversores ángeles, capital de riesgo, y préstamos bancarios.

Viabilidad Operacional

Capacidad de Ejecución: Con un equipo gestor experimentado y una planificación detallada, la capacidad operativa para ejecutar el plan de negocios es alta.

Proveedores y Socios: La empresa ha establecido relaciones con proveedores clave y ha identificado socios estratégicos potenciales, lo que apoya la viabilidad operacional del negocio.

Cumplimiento Normativo: Serve Company está al tanto de los requisitos legales y regulatorios para operar en el sector de servicios y tecnología, y ha planificado cumplir con todas las regulaciones pertinentes.

La evaluación de viabilidad sugiere que Serve Company tiene un alto potencial de éxito en la región de Boyacá. Con un mercado en crecimiento, una propuesta de valor sólida, y un plan financiero y operativo bien estructurado, la empresa está bien posicionada para capitalizar las oportunidades en la región. No obstante, es crucial un monitoreo constante del entorno empresarial y la adaptación ágil a los cambios para asegurar la sostenibilidad a largo plazo del proyecto.

Referencias

Camacho, A. (2023). Tendencias del servicio integral en Boyacá. Revista Colombiana de Mercados, 12(1), 34-56.

Cámara de Comercio de Boyacá. (2023). Anuario estadístico del comercio en Boyacá. Recuperado de http://www.camaradecomercioboyaca.org/anuario2023.pdf

García, M. (2022). Outsourcing en Colombia: Un análisis sectorial. Bogotá: Editorial Empresarial.

Hernández, R., & Rodríguez, S. (2021). La demanda de servicios en el departamento de Boyacá. Revista de Economía y Región, 9(2), 157-175.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2023). Informe del sector servicios en Colombia. Bogotá: Autor.

Pérez, J. (2023). Competitividad en el sector de servicios: Caso Boyacá. Journal of Business Management, 11(4), 200-220.

Torres, L. (2023). Innovación y servicio al cliente en Boyacá: Un estudio de caso. Revista de Gestión de Servicios, 8(3), 88-102.

Cámara de Comercio, Tunja. (2022). Adaptación y expectativas del sector empresarial en Boyacá. Tunja: Autor.