



Escuela de Administración
Graduate School of Business (Rosario GSB)

ADMIAMIGO 360

Trabajo de grado.

Autores

Dyrley Vanessa Garcia Patarroyo

Juan Camilo Diaz Hernández

Juan David López Gomez

Bogotá, D.C.

2026



Escuela de Administración
Graduate School of Business (Rosario GSB)

ADMIAMIGO 360

Trabajo de Grado.

Autores

Dyrley Vanessa Garcia Patarroyo

Juan Camilo Diaz Hernández

Juan David López Gómez

Tutor

Julián Esteban Gutiérrez Rodríguez

Maestría en Negocios y Derecho

13 de febrero de 2026

Bogota, Colombia

2026

Contenido

Preliminares	4
Declaración de originalidad y autonomía	5
Declaración de exoneración de responsabilidad	6
Lista de figuras	7
Lista de tablas	8
Glosario (Opcional)	9
Resumen ejecutivo	13
Palabras clave	13
Abstract	14
Keywords	14
Introducción	15
2. Concepto de Negocio	18
2.1. Descripción de la Idea de Negocio	18
2.6.	25
2.7.	26
2.8.	27
2.8.1. Identidad Visual	26
2.8.2. Estrategia de Posicionamiento en Propiedades Horizontales Existentes.	27
3.3. Recursos Humanos y/o Empleados que Requiere el Emprendimiento	31

3.3.1.2 Nivel Operativo (Contrataciones Iniciales)	32
Perfil del socio 1 - CEO	35
Perfil del socio 2 - CTO	36
Perfil del socio 3 - COO/CLO	36
3.3.4. Estrategias de Desarrollo y Retención de Talento	40
3.3.5. Presupuesto Anual de Capital Humano	41
3.5. Procesos de Negocio	44
3.6. Aspectos Legales a Considerar para la Puesta en Marcha del Emprendimiento	50
5.1. Estrategia de Marca (Branding)	59
5.2. Gestión de las comunicaciones y las relaciones públicas del emprendimiento	60
5.3. Proceso de Ventas y Servicios	61
5.4. Plan de Mercadeo	62
5.4.1. <i>Investigación de Mercado</i>	62
5.4.2. <i>Barreras de Entrada</i>	63
5.4.3. <i>Amenazas y Oportunidades</i>	63
5.4.4. <i>Competidores Claves.</i>	64
5.4.5. <i>Precios</i>	65
5.4.6. <i>Canales de Distribución</i>	67
5.5. Red de Contactos	69

Preliminares

Declaración de originalidad y autonomía

Declaramos bajo gravedad de juramento, que hemos escrito la presente tesis de maestría por nuestra propia cuenta, y que, por lo tanto, su contenido es original. Declaramos que hemos indicado clara y precisamente todas las fuentes directas e indirectas de información, y que esta tesis de maestría no ha sido entregado a ninguna otra institución con fines de calificación o publicación”. (Firma / Nombre(s) / Fecha

Dyrley Vanessa Garcia Patarroyo

Juan Camilo Diaz Hernandez

Juan David Lopez Gomez

Firmado en Bogotá, D.C. el 13 de febrero de 2026.

Declaración de exoneración de responsabilidad

Declaramos que la responsabilidad intelectual del presente trabajo es exclusivamente de sus autores. La Universidad del Rosario no se hace responsable de contenidos, opiniones o ideologías expresadas total o parcialmente en él.

Dyrley Vanessa Garcia Patarroyo

Juan Camilo Diaz Hernandez

Juan David Lopez Gomez

Firmado en Bogotá, D.C. el 13 de febrero de 2026.

Lista de figuras

Figura 1. Proyecto costo iniciativa	24
Figura 2. Costos fijos y variables	25
Figura 3. Posicionamiento de mercad	28
Figura 4. Logo empresarial	29
Figura 5. Estructura empresarial	43
Figura 6. Estructura empresarial ampliada	43
Figura 7. Estructura empresarial CEO	44
Figura 8. Logo empresarial	56

Lista de tablas

Tabla 1. Composición accionistas	33
Tabla 2. Convocatorias	33
Tabla 3. Nivel directivo	35
Tabla 4. Nivel operativo	37
Tabla 5. Distribución personal	44
Tabla 6. Capital humano	46
Tabla 7. Componentes presupuestales	46
Tabla 8. KPIs claves	53
Tabla 9. Mejora continua	54
Tabla 10. Plan de recopilación de datos	70
Tabla 11. Estrategia de precios	73
Tabla 12. Evaluación de los canales de distribución	75

Glosario

Propiedad Horizontal: Propiedad que recae sobre uno o varios pisos, viviendas o locales de un edificio, adquiridos separadamente por diversos propietarios, con ciertos derechos y obligaciones comunes.

Régimen de Propiedad Horizontal: Sistema jurídico que regula el sometimiento a propiedad horizontal de un edificio o conjunto, construido o por construirse.

Reglamento de Propiedad Horizontal: Estatuto que regula los derechos y obligaciones específicas de los copropietarios de un edificio o conjunto sometido al régimen de propiedad horizontal.

Edificio o conjunto de uso residencial: Inmuebles cuyos bienes de dominio particular se encuentran destinados a la vivienda de personas, de acuerdo con la normatividad urbanística vigente.

Edificio o conjunto de uso mixto: Inmuebles cuyos bienes de dominio particular tienen diversas destinaciones, tales como vivienda, comercio, industria u oficinas, de conformidad con la normatividad urbanística vigente.

Bienes privados o de dominio particular: Inmuebles debidamente delimitados, funcionalmente independientes, de propiedad y aprovechamiento exclusivo, integrantes de un edificio o conjunto sometido al régimen de propiedad horizontal, con salida a la vía pública directamente o por pasaje común.

Bienes comunes: Partes del edificio o conjunto sometido al régimen de propiedad horizontal pertenecientes en proindiviso a todos los propietarios de bienes privados, que por su naturaleza o destinación permiten o facilitan la existencia, estabilidad, funcionamiento, conservación, seguridad, uso, goce o explotación de los bienes de dominio particular.

Bienes comunes esenciales: Bienes indispensables para la existencia, estabilidad, conservación y seguridad del edificio o conjunto, así como los imprescindibles para el uso y disfrute de los bienes de dominio particular. Los demás tendrán el carácter de bienes comunes no esenciales. Se reputan bienes comunes esenciales, el terreno sobre o bajo el cual existan construcciones o instalaciones de servicios públicos básicos, los cimientos, la estructura, las circulaciones indispensables para aprovechamiento de bienes privados, las instalaciones generales de servicios públicos, las fachadas y los techos o losas que sirven de cubiertas a cualquier nivel.

Expensas comunes necesarias: Erogaciones necesarias causadas por la administración y la prestación de los servicios comunes esenciales requeridos para la existencia, seguridad y conservación de los bienes comunes del edificio o conjunto. Para estos efectos se entenderán esenciales los servicios necesarios, para el mantenimiento, reparación, reposición, reconstrucción y vigilancia de los bienes comunes, así como los servicios públicos esenciales relacionados con estos.

Coefficientes de copropiedad: Índices que establecen la participación porcentual de cada uno de los propietarios de bienes de dominio particular en los bienes comunes del edificio o conjunto sometido al régimen de propiedad horizontal. Definen además su participación en la asamblea de propietarios y la proporción con que cada uno contribuirá en las expensas comunes del edificio o conjunto, sin perjuicio de las que se determinen por módulos de contribución, en edificios o conjuntos de uso comercial o mixto.

Asamblea General: Es el máximo órgano de la Propiedad Horizontal el cual está compuesto por los propietarios de bienes privados, o sus representantes o delegados, reunidos con el quórum y las condiciones previstas en esta ley y en el

reglamento de propiedad horizontal. Dentro de sus funciones está la confirmación del administrador.

Administrador de Propiedad Horizontal: La representación legal de la persona jurídica y la administración del edificio o conjunto corresponderá a un administrador designado por la Asamblea General de propietarios en todos los edificios o conjuntos, salvo en aquellos casos en los que exista el Consejo de Administración, donde será elegido por dicho órgano, para el período que se prevea en el reglamento de copropiedad.

Los actos y contratos que celebre en ejercicio de sus funciones se radican en la cabeza de la persona jurídica, siempre y cuando se ajusten a las normas legales y reglamentarias.

Consejo de Administración: Al Consejo de Administración le corresponderá tomar las determinaciones necesarias en orden a que la persona jurídica cumpla sus fines, de acuerdo con lo previsto en el reglamento de propiedad horizontal.

Copropietario: Titular del derecho de dominio sobre un inmueble determinado, que por medio de manifestación de voluntad contenida en escritura pública, lo somete al régimen de propiedad horizontal.

Alianza y/o Convenio Comercial: Es un acuerdo formal entre dos Partes que se unen para lograr con el aporte de cada una de ellas un objetivo en común, el cual, no se podría materializar si se hace por cada Parte de forma individual.

Economía Colaborativa: Es un modelo económico basado en el intercambio y el uso compartido de recursos a través de plataformas digitales. Se centra en la cooperación entre individuos para el acceso a bienes y servicios, en lugar de la propiedad exclusiva.

Chatbot: Es un programa informático capaz de simular una conversación con un ser humano a través de medios como el texto o la voz. Estos programas pueden entender preguntas y responder con información relevante para la situación dada.

Inteligencia Artificial (IA): Disciplina científica que se ocupa de crear programas informáticos que ejecuten operaciones comparables a las que realiza la mente humana como el aprendizaje o el razonamiento lógico.

Platform As a Service (“PaaS”): Es un modelo de computación en la nube que proporciona una plataforma completa para desarrollar, ejecutar y gestionar aplicaciones. En esencia, un proveedor de PaaS ofrece a los desarrolladores las herramientas y recursos necesarios para crear aplicaciones, incluyendo hardware, software, infraestructura y servicios, sin que los desarrolladores tengan que preocuparse por la gestión de la infraestructura.

Software Como Servicio (“SaaS”): Ofrece una solución de software integral que se adquiere de un software y los datos de las aplicaciones se encuentran en el centro de datos del proveedor. El proveedor de servicios administra el hardware y el software y, con el contrato de servicio adecuado, garantizará también la disponibilidad y la seguridad de la aplicación y de los datos. SaaS permite que la organización se ponga en marcha y pueda ejecutar aplicaciones con un coste inicial mínimo. Software y los datos de las aplicaciones se encuentran en el centro de datos del proveedor. El proveedor de servicios administra el hardware y el software y, con el contrato de servicio adecuado, garantizará también la disponibilidad y la seguridad de la aplicación y de tus datos.

Resumen Ejecutivo

Admiamigo 360 es una Plataforma de gestión integral para las actividades de los Administradores de Propiedades Horizontales, que brinda a sus procesos, actualización y eficiencia, por cuanto, está diseñada para optimizar su gestión diaria, la Plataforma con la integración de la Inteligencia Artificial, busca: i) resolver las necesidades diarias de los copropietarios, de cara a sus conflictos y/o inconvenientes con otros copropietarios e incluso con las gestiones de la administración, ii) generar transparencia en su gestión por cuanto, le permite al Copropietario hacer seguimiento de la ejecución presupuestal, iii) optimizar y digitalizar el recaudo derivado de las cuotas de administración y el proceso de reserva, vi) cumplimiento legal integral en su gestión, v) apoyar el trámite de las asambleas ordinarias y extraordinarias e vi) implementar un ecosistema de Economía Colaborativa de beneficio para el Administrador y los Copropietarios. Estos objetivos se fijan basados en los grandes retos del Administrador de la Propiedad Horizontal de vivienda urbana, los cuales son: i) mejorar la comunicación con los propietarios y residentes,¹ ii) manejo adecuado de los recursos y ejecución presupuestal, iii) mantenimiento y reparaciones iv) cumplimiento de normas y regulación y v) conflicto entre copropietarios,² retos que son objetivo central para solucionar por medio de la Plataforma.

Palabras clave

Propiedad Horizontal, Plataforma Digital, Economía Colaborativa, Administrador, Copropietario.

¹ <https://www.eje21.com.co/2021/06/la-mala-comunicacion-origen-de-problemas-en-propiedades-horizontales/>

² https://blog.munily.com/5-desaf%C3%ADos-y-soluciones-en-la-administraci%C3%B3n-de-propiedad-horizantal?utm_source=chatgpt.com

Abstract

ADMIAMIGO 360

Admiamigo 360 is a comprehensive management platform for the activities of Horizontal Property Managers, which provides their activities, modernization and efficiency, as it is designed to optimize their daily management, the platform through Artificial Intelligence, seeks to: (i) solve the daily needs of the co-owners, in the face of their conflicts and/or inconveniences with other co-owners and even with the administration's efforts, (ii) generate transparency in its management inasmuch as, it allows the Co-owner to follow up on the budget execution, iii) optimize the payment of administration fees, vi) optimize and digitalize the entire process of reserving Common Assets, v) support the processing of ordinary and extraordinary meetings, and vi) implement a Collaborative Economy ecosystem for the Administrator and the Co-owners. These objectives are set based, through which it was determined that the main challenges for the Administrator of urban housing condominiums are: i) improving communication with owners and residents, ii) proper management of resources and budget execution, iii) maintenance and repairs, iv) compliance with rules and regulations, and v) conflict between co-owners, challenges that are the main objective to be solved through the platform.

Keywords

Horizontal Property, Digital Platform, Collaborative Economy, Administrator, Co-owner

Introducción

1. Idea de Negocio

El contexto del negocio se desarrollará basado en una copropiedad de 200 unidades en Suba cuya administración se enfrenta a diversas situaciones operativas propias de su gestión más las diversas interacciones que debe enfrentar a diarios con los copropietarios, que conllevan a su colapso dado que; Cada jornada comienza con la revisión de cerca de 20 correos electrónicos y otros 15 – 20 mensajes de WhatsApp en los que los residentes reportan conflictos entre vecinos, anomalías en el estado de los bienes comunes y errores en la reserva de espacios compartidos. A esta carga se suman solicitudes de conciliación de cuotas en mora, impugnaciones de acuerdos de asamblea, requerimiento de entidades administrativas respecto al cumplimiento de normas y reclamos por falta de transparencia presupuestal, lo cual enfrenta con la ineficiencia de procesos fragmentados y herramientas como Excel, correo electrónico no funcionales para la optimización de sus funciones y archivos físicos.

El día a día, las expectativas de inmediatez de los copropietarios y las capacidades técnicas de los administradores no desarrolladas generan ineficiencias. Mientras el entorno urbano de Bogotá avanza hacia soluciones digitales, la mayoría de las administraciones de propiedad horizontal permanecen atrapada en flujos de trabajo reactivos y desconectados, lo que abre una oportunidad clara de mercado para digitalizar las solicitudes, centralizar la información y automatizar tareas repetitivas no solo optimiza tiempo y costos, sino que también mejora la calidad de vida de la comunidad.

Admiamigo 360 nace para responder a este desafío con un ecosistema digital único. A través de un portal web, que integra módulos de atención de PQR, control presupuestal en tiempo real, pasarelas de pago certificadas y un espacio de economía colaborativa para

proveedores locales y un gestor de cumplimiento normativo. La integración de inteligencia artificial sugiere soluciones a conflictos comunes, asegura trazabilidad de cada interacción y libera al administrador para enfocarse en la gestión estratégica. De este modo, Admiamigo 360 promueve la eficiencia operativa, la transparencia y la cooperación comunitaria en un solo entorno de gestión.

1.1. Segmento de Clientes y Problemas Clave

Admiamigo 360 está dirigido a brindar apoyo y solución a la gestión de los Administradores de Propiedad Horizontal, Juntas de Copropietarios, Consejo de Administración que, al operar con procesos manuales y desarticulados (Excel, correo y WhatsApp), sin ninguna proyección de articulación y eficiencia, enfrentan demoras en la atención, dificultades en la comunicación con los copropietarios, en el recaudo de cartera, la alta exigencia en la transparencia presupuestal, así como baja participación en asambleas; simultáneamente, la exigencia de los residentes de tener un sistema más ágil, transparente y digital que les permita acceder de inmediato a reportes financieros, reservar zonas comunes y tramitar sus solicitudes con eficiencia y respaldo de buen gobierno corporativo.

1.2. Solución Propuesta (Producto y Funcionalidades)

Admiamigo 360 es una Plataforma web intuitiva, diseñada en módulos, que brinda soporte en los siguientes frentes:

1.2.1. Gestión documental y de solicitudes: Prevé dos métodos i) atención por medio del *Chatbot*, por medio de agente en marca blanca puede dar una atención inicial y unas respuestas a unos casos de uso parametrizados con base a los casos de uso de frecuencia, nomás y reglamento y ii) La centralización por medio de un canal que monitorea la entrada de PQRS, fechas de respuesta alertas automáticas y almacena la respuesta y gestiona el caso como aprendizaje ante futuros casos similares.

1.2.2. Finanzas: Estructurar un módulo de ingresos y egresos de los recursos de la Copropiedad, con la integración de un tablero que permita seguir en tiempo real por parte del administrador de cara a su gestión y del copropietario de respecto a los asuntos de su interés, integrando un sistema de reportaría para las áreas contables y para la revisoría fiscal.

1.2.3. Pagos: Integración de pasarelas de pagos efectivas que permitan gestionar de forma eficiente el recaudo de cuotas, el pago de la reserva de las zonas comunes y el recaudo de las cuotas en mora y conciliaciones.

1.2.4. Agenda de espacios comunes: Estructuración de un calendario digital que permita gestionar a los copropietarios la reserva automática con validación en línea de disponibilidad de espacios y fechas en la cual se integren para validación del Copropietario las políticas internas y gestión de uso responsable de las zonas comunes.

1.2.5. Asambleas: Por medio de la plataforma se podrá ejecutar las convocatorias, votaciones digitales, la validación de quórum automático, la generación de actas y almacenamiento de grabaciones.

1.2.6. Economía colaborativa: Espacio diseñado al interior de la Plataforma Web para que el Copropietario y el Administrador puedan ejecutar una selección segura de los proveedores de bienes y servicios, para lo cual; se ejecutará una selección de proveedores con el fin de promover una calificación del producto y/o servicio que se ofrece, y poner a disposición como portal de contacto la comercialización virtual y segura de bienes y servicio de frecuente necesidad para el Administrador y los copropietarios.

1.3. Modelo de Ingresos y Sostenibilidad

El modelo de ingresos y sostenibilidad se prevé por medio de una suscripción mensual a pagar por la Copropiedad, la cual se asignará dependiendo el número de unidades residenciales y al número de funcionalidades que se deseen activar.

Adicional al valor de la suscripción se proyecta percibir ingresos por:

- Comisiones por pagos electrónicos.
- Publicidad interna de servicios locales verificados.
- Comisión en la intermediación de la comercialización de bienes y servicios.

El enfoque es construir una relación de largo plazo con nuestros clientes, brindando herramientas que mejoren su reputación, reduzcan conflictos internos y aumenten la participación ciudadana, por lo que el ideal es cerrar negociaciones bajo la modalidad de contrato de prestación de Servicios con una duración mínima de un año

1.4. Fundamentos Legales y Éticos

Se reconoce la importancia de cumplir a cabalidad con la normatividad vigente sobre propiedad horizontal (Ley 675 de 2001), la protección de datos personales (Ley 1581 de 2012) y la ley de protección al consumidor (Ley 1480 de 2011). Por tanto, el sistema incluirá protocolos de seguridad, consentimiento informado y funcionalidades que respalden decisiones administrativas y contractuales con trazabilidad legal.

1.5. Impacto Esperado y Futuro

La meta es convertir a Admiamigo 360 en el aliado estratégico número uno de los Administradores de las Propiedades Horizontales en Suba y luego escalar a otras localidades y posteriormente en otras ciudades del país. Se busca promover por medio de la Plataforma una gestión ágil y eficaz, más colaborativa y conforme con los Residentes de las Copropiedades, en la cual, se maneje una interacción justa y tecnológicamente conectada.

2. Concepto de Negocio

2.1. Descripción de la Idea de Negocio

Admiamigo 360 es una Plataforma Web Digital que transforma la gestión administrativa de propiedades horizontales de vivienda urbana, centralizando procesos para administradores, copropietarios y residentes. Al ofrecer control presupuestal en tiempo real, reservas de espacios comunes y comunicación instantánea, garantiza respuestas ágiles y un seguimiento transparente de cada solicitud. Su enfoque inicial se basa en establecer alianzas con constructoras que lideran proyectos nuevos, posicionándose como un aliado estratégico desde la etapa de obra hasta la entrega final y la administración posterior.

Con un énfasis en cercanía y seguridad, Admiamigo 360 integra pasarelas de pago certificadas y herramientas de colaboración para facilitar la toma de decisiones y elevar la satisfacción de todos los usuarios. Además, apoya al administrador en sus trámites legales y operativos, reduciendo la carga manual y el margen de error mediante una interfaz intuitiva y reportes automatizados. De este modo, Admiamigo 360 aspira a ser la mano derecha del Administrador, construyendo comunidades modernas, eficientes y transparentes donde todos quieran vivir.

2.2. Objetivos.

El objetivo principal de Admiamigo 360 es consolidarse como aliado estratégico en la administración de proyectos de propiedad horizontal, mediante alianzas con cuatro constructoras clave: Bolívar y Amarilo (49 proyectos: 18 VIS y 24 no VIS de vivienda residencial media) y DYC Proyectos y AR Construcciones (80 %-100 % de su cartera en proyectos de vivienda). Este enfoque nos permitirá validar la plataforma en entornos controlados durante la etapa de obra y adaptar sus funcionalidades a las necesidades específicas de VIS y no VIS.

Una vez demostrada su eficacia en obra, el segundo objetivo es escalar a las propiedades horizontales ya constituidas en Suba donde existen 220 757 predios bajo este régimen captando al menos el 0,1 % de estos conjuntos. Así, Admiamigo 360 pasará de ser una herramienta de lanzamiento a un servicio consolidado que mejora procesos administrativos y fortalece la gobernanza comunitaria en el mercado habitacional urbano.

2.3. Visión

Como visión, se busca que Admiamigo 360 sea la plataforma líder en Colombia que tecnológicamente apoye la gestión de los Administradores de Propiedad Horizontal, iniciado con los proyectos en construcción y de manera paralela, gestionar venta como mínimo con el 0.1% de las Propiedades Horizontales de vivienda urbana de la localidad de Suba y conforme la madurez de la plataforma, expender su comercialización a toda la localidad de Suba y posteriormente a las localidades de Usaquén y Chapinero. por lo que para 2030, se proyecta una red nacional de Propiedades Horizontales conectadas a la gestión de apoyo que brinda la plataforma Admiamigo 360.

2.4. Valores Corporativos

Admiamigo 360 se apoya en cinco valores: i) eficiencia centralizar procesos para reducir tiempos y costos; ii) transparencia garantizar acceso claro a información financiera, operativa y normativa; iii) innovación automatizar tareas y optimizar comunicaciones con tecnología e inteligencia artificial; iv) colaboración solidaria fortalecer redes de apoyo comunitario y servicios confiables; v) responsabilidad social y urbana promover convivencia respetuosa y administrar recursos con ética

2.5. Portafolio de Productos y/o Servicios.

Admiamigo 360, pretende por medio de la Plataforma integrar los siguientes servicios por medio de los siguientes módulos:

2.5.1. Módulo Integrador de Solicitudes: El módulo integrador de solicitudes centraliza en un único canal 24/7 todas las preguntas y peticiones de los copropietarios, aprovechando inteligencia artificial para ofrecer respuestas ágiles, efectivas y trazables. Un chatbot integrado clasifica y analiza cada solicitud, sugiere soluciones basadas en el reglamento de Propiedad Horizontal y la normativa vigente, y registra automáticamente el historial de interacción. Esta gestión 100 % digital libera al administrador de tareas repetitivas, optimiza los tiempos de atención y garantiza consistencia en la comunicación con la comunidad

Valor Diferencial: reduce la carga operativa del Administrador al centralizar y resolver conflictos de forma eficiente, liberando tiempo para dedicarse a funciones estratégicas que impulsen el desarrollo de la copropiedad.

2.5.2. Módulo de Control Presupuestal en Tiempo Real: Permite al copropietario por medio del tablero integrado monitorear los ingresos y egresos, consultar instantáneamente la ejecución del presupuesto, rastrear cada gasto y revisar el estado de cuenta por Unidad Residencial con información actualizada, puede verificar los montos desembolsados y el avance de proyectos internos, lo que garantiza una visión transparente del uso de recursos y facilita la toma de decisiones informadas.

Valor Diferencial: Tener control de la ejecución presupuestal, lo que permite gestionar la actividad de seguimiento y control del gasto de recursos, aumentando la confianza en el Administrador.

2.5.3. Módulo de Integración de Pasarela de Pagos: Integrar una pasarela de pago por medio de la que se pueda gestionar de manera efectiva el recaudo de las cuotas de administración y el pago de separación para uso de zonas comunes.

Valor Diferencial: Optimiza y acelera el pago de cuotas y reservas, mejora la liquidez de la copropiedad y provee información oportuna para los procesos de recuperación de cartera.

2.5.4. Acompañamiento especializado en Juntas y Asambleas de Copropietarios:

Organizar y ejecutar asambleas ordinarias y extraordinarias, tanto presenciales como virtuales, gestionar las convocatorias de forma automatizada, envío de agenda y documentos previos, votación en línea con validación de Quorum, generación automática de las actas, con almacenamiento en nube y visualización a través de Admiamigo.

Valor Diferencial: Minimiza los conflictos asociados a la convocatoria y al desarrollo de juntas, garantiza la validez de cada sesión y asegura el cumplimiento estricto de la Ley 675 de 2001.

2.5.5. Organización de información para mejorar la convivencia: Organizar la información de cumplimiento para de los copropietarios, residentes, Administrador, conforme la ley y los reglamentos internos y cuando se requiera ejecutar los trámites y procedimientos de orden legal ante la entidad legal y administrativa correspondiente.

Valor Diferencial: Esta organización sistemática reduce malentendidos y facilita la resolución temprana de potenciales conflictos.

2.5.6. Otras integraciones: La Plataforma permitirá al copropietario validar en tiempo real su estado de cuenta y habilitará un calendario digital interactivo de zonas

comunes, donde podrá consultar disponibilidad y reservar automáticamente el espacio al confirmar el pago.

2.5.7. Módulo de Sistema de Economía Colaborativa: Con esta iniciativa se busca Implementar esquemas de economía colaborativa que permita entre pequeños proveedores de bienes y servicios, que una vez cuenta con la valoración de los criterios que inicialmente establezca la parte administrativa de Admiamigo y la puntuación que posteriormente den los usuarios Ofrezcan por medio de la plataforma bienes y servicios de calidad.

2.5.8. Valor Diferencial: Mejora la sostenibilidad del conjunto promoviendo la seguridad y confianza en la adquisición de productos y servicios.

2.5.9. Estructura de Precios: Como estructura de precios se proyecta implementar el siguiente modelo de precios:

Margen de Utilidad		V/MENSUAL	
AÑO	\$ 498.419.685,00	\$ 41.534.973,75	
3 AÑOS POR AÑO	\$ 398.419.685,00	\$ 33.201.640,42	

PROYECCIÓN DE COSTO DE LA INICIATIVA			
CONCEPTO	UNIDAD	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Chat	100 L	\$ 16.705.570,00	\$ 200.466.840,00
Servicio Nube cloud Service	NA		\$ 7.113.475,00
Estrategia de Marketing	NA	\$ 4.000.000,00	\$ 48.000.000,00
Operativos	5P	\$ 2.100.000,00	\$ 126.000.000,00
TOTAL			\$ 381.580.315,00

MONETIZACIÓN	V/ANUAL	Costo M. por unidad Familiar	A 3 AÑOS	Aumento	Costo M por unidad Familiar
Valor de Licencia PH 15 a 30 unidades	\$ 6.000.000,00	15: \$33.400 30: \$16.700	\$ 5.000.000,00	IPC	15: \$9,259 30: \$ 4.529
Valor de Licencia PH 31 a 100 unidades	\$ 8.000.000,00	31: \$ 21.505 100 \$:6.666	\$ 7.000.000,00	IPC	31: \$18.817 100: \$5.833
Valor de Licencia PH 101 a 300 unidades	\$ 12.000.000,00	101: \$9.900 300: \$3.333	\$ 11.000.000,00	IPC	101: \$9,075 300: \$ 3.055

Figura 1. Proyecto costo iniciativa. Autoría Propia

Precio	PS	Licencia	2025		2026		2027		2028		2029	
			Unidades	Total	Unidades	Total	Unidades	Total	Unidades	Total	Unidades	Total
\$6.000.000	25%	15 a 30 Uni	25	\$150.000.000	49	\$311.512.600	79	\$635.921.313	103	\$746.512.068	126,5	\$976.427.96
\$8.000.000	55%	31 a 100 Uni	55	\$440.000.000	107	\$913.770.000	173	\$1.572.035.850	227	\$2.189.771.080	278,3	\$2.964.188.68
\$12.000.000	20%	101 a 300 Uni	20	\$240.000.000	39	\$498.420.000	63	\$857.474.100	82	\$1.194.420.589	101,2	\$1.562.284.73
TOTAL			100	\$830.000.000	195	\$1.723.702.500	315	\$2.965.431.263	412	\$4.130.704.538	506	\$5.402.901.379

Año	Unidades	Total Vendido
2025	100	\$830.000.000
2026	195	\$1.723.702.500
2027	315	\$2.965.431.263
2028	412	\$4.130.704.538
2029	506	\$5.402.901.379

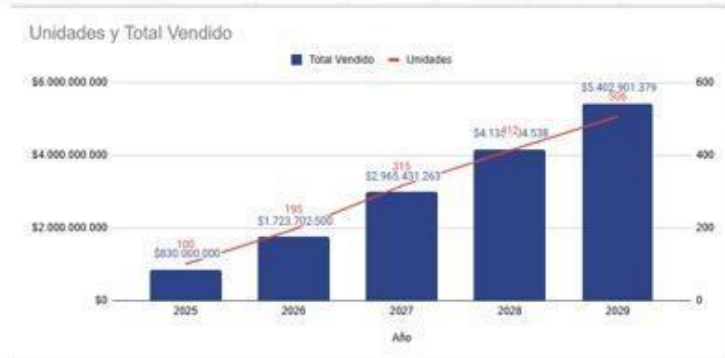


Figura 2. Costos fijos y variables. Autoría Propia

Con esta estructura de precios se considera el producto en una gama media accesible para vivienda VIS y no VIS, los precios son escalables dependiendo el número de unidades residenciales de la Propiedad Horizontal, por lo que una estrategia de enganche inicial sería ofrecer la suscripción con un descuento del 30% por los primeros tres meses.

2.6. Fuentes de Ingresos

2.6.1. Suscripción Mensual por el Uso de Plataforma B2B

Cobro mensual a los Administradores o el Consejo de Administración por el uso de la Plataforma, según el plan que se escoja, con una modalidad de pago ajustada al número de Propiedades Horizontales, este ingreso se proyecta recurrente y escalable según captación de Copropiedades.

2.6.2. Alianzas con proveedores y habilitación de espacios publicitarios - Economía

Colaborativa: El servicio agregado a ofrecer dentro de la plataforma a los propietarios y/o residentes, se capitalizará a través de alianzas comerciales que contengan un porcentaje de ingreso a Admiamigo entre el 5% y el 10%, del valor total que el proveedor perciba por parte de la copropiedad, propietario y/o

residente que lo contrate y el valor del fee por pauta que se cobre en los espacios publicitarios habilitados en la Plataforma.

2.6.3. Servicios Complementarios y Asesorías Especializadas (B2B y B2C)

Admiamigo 360 ofrece servicios complementarios y asesorías especializadas (B2B y B2C) que abarcan asistencia jurídica en propiedad intelectual, acompañamiento en la organización y ejecución de asambleas virtuales ordinarias y extraordinarias, diagnóstico normativo inicial y auditorías operativas para diseñar los flujos de implementación de la plataforma, así como formación y certificación de administradores y copropietarios en el uso y manejo eficiente de todas sus funcionalidades.

2.7. Portafolio de Clientes

El portafolio de Clientes viable para Admiamigo son los siguientes:

- 2.7.1. Administradores de la Propiedad Horizontal:** Aplica para los administradores que trabajan en forma independiente como a las empresas que ejercen la actividad de administración.
- 2.7.2. Consejo de Administración:** Es de prioridad media, por cuanto tiene influencia en la administración y a la ejecución del presupuesto.
- 2.7.3. Residentes/Copropietarios:** Residentes y copropietarios (25–65 años, mixto, con hábitos digitales) son usuarios finales clave de Admiamigo 360, y su experiencia define la continuidad del servicio.
- 2.7.4. Empresas Constructoras:** Empresas constructoras (VIS y no VIS) son un segmento de alta prioridad para Admiamigo 360, pues implementan originalmente la administración de la propiedad horizontal en sus proyectos.

2.7.5. Prestadores de Bienes y Servicios: Prestadores de bienes y servicios (plomería, carpintería, seguridad, aseo, jardinería, cerrajería, seguros, etc.) ubicados cerca de la propiedad horizontal y calificados por Admiamigo son un segmento de baja prioridad que se integra según las necesidades recurrentes de cada comunidad.

La segmentación de clientes estará enfocada en dos aspectos:

i) Gestionar las alianzas con las constructoras Bolívar, Amarilo, por cuanto son las constructoras que más proyectos Propiedad Horizontal tienen en construcción, al igual que AR Constructora y DYC Proyectos por su prioridad en proyectos no VIS y ii) Cerrar comercialmente con el 0,1% de las Propiedades Horizontales de vivienda urbana de la localidad de Suba.

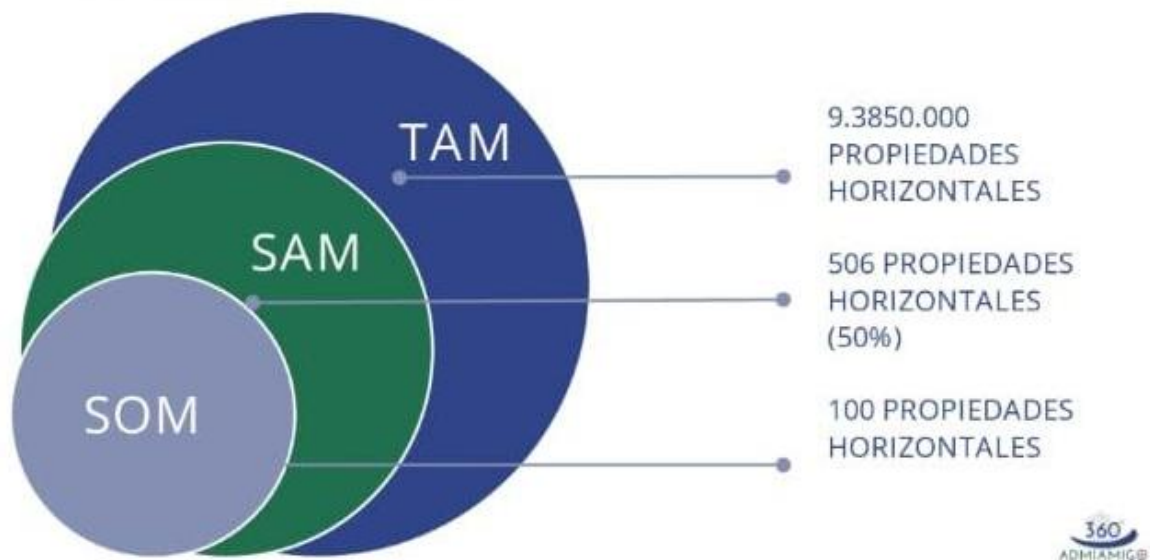


Figura 3: Posicionamiento de Mercado. Autoría Propia

Posicionamiento En El Mercado

Admiamigo 360 se ancla en el concepto “Cada decisión cuenta, administra con pasión y compromiso, construyamos juntos un lugar donde todos quieren vivir” y despliega un plan de posicionamiento en cuatro pilares: primero, consolidar una identidad visual coherente; segundo y tercero, ejecutar dos fases de estrategias de posicionamiento entre 2026 y 2028 dirigidas primero a las propiedades horizontales ya existentes y luego a las constructoras; y, por último, implementar una potente estrategia de comunicación digital.

2.8.1. Identidad Visual

AZUL MARINADO: Este representa estabilidad, y su intensidad se asocia a la profundidad, impone orden, proveniente de la inmortalidad y al poder.

En el contexto emocional se relaciona con la tranquilidad, la protección, el entendimiento y la generosidad.

- Confianza y estabilidad- Racionalismo, ciencia e innovación- masculino- Distinción socioeconómica
- Paleta de color: Azul corporativo principal

Usado en el “360°” y el arco.

HEX: #2F4E8C

RGB: 47, 78, 140

VERDE: Crecimiento y desarrollo: Simboliza progreso y prosperidad, lo que lo hace popular en contextos relacionados con el bienestar y la sostenibilidad. Seguridad y confianza: Puede transmitir una sensación de estabilidad y apoyo, ideal para marcas que buscan generar confianza en su audiencia.

- Paleta de color: Verde institucional

Usado en la palabra ADMINAMIGO.

HEX: #2F8F4E

RGB: 47, 143, 78

ROJO TOMATE: símbolo de felicidad y prosperidad, es un color masculino. En esta tonalidad transmite vitalidad, coraje y optimismo.

- Paleta de color: Rojo acento

Presente en el punto del “o”.

HEX: #D32F2F

RGB: 211, 47, 47

- Paleta de color: Naranja acento

Degradado o transición en el detalle del “o”.

HEX: #F57C00

RGB: 245, 124, 0

- En general, el verde es un color versátil que puede evocar tanto tranquilidad como dinamismo.



Figura 4. Logo empresarial

2.8.2. Estrategia de Posicionamiento en Propiedades Horizontales Existentes.

Teniendo de presente las localidades y propiedades horizontales en la Ciudad de Bogotá

D.C, se estimó como prioridad la localidad de Suba en el 2026 que actualmente cuenta con

alrededor de 220.757 predios bajo el régimen de propiedad horizontal, para que en el 2027 comencemos la expansión de nuestros servicios en las localidades de Chapinero y Usaquén.

2.8.2.1 Penetración inicial en suba (2026)

Admiamigo 360 inicia su despliegue con una implementación focalizada en Suba durante 2026, combinando preparación de mercado, lanzamiento y expansión controlada. Entre enero y marzo se realizará el mapeo de propiedades objetivo y administradores, se consolidará una base de datos y se diseñará material promocional local junto con un sistema de métricas para medir KPIs. En abril se llevará a cabo un evento de lanzamiento y se activará el programa "Embajadores Suba", diagnósticos gratuitos para los primeros administradores registrados y una campaña digital localizada; de mayo a diciembre se consolidará la comunidad con webinars bimensuales, un directorio inicial de proveedores para la economía colaborativa, un programa de referidos e iniciativas de networking. Los indicadores de éxito incluyen alcanzar 220 unidades residenciales, reducir 60% el tiempo en comunicaciones, bajar 40% los conflictos por reservas, aumentar 25% el recaudo efectivo y obtener 90% de satisfacción de residentes.

2.8.3. Expansión a segmentos premium y escalamiento urbano:

Con los resultados y casos de éxito de Suba se adaptarán funcionalidades y materiales para la oferta premium y se preparará la expansión a Chapinero y Usaquén entre 2027 y 2028. La fase de preparación (octubre–diciembre 2026) ajustará funcionalidades y propuestas de valor para propiedades de alto valor; los lanzamientos incluirán pilotos con propiedades de perfil alto, eventos exclusivos y alianzas con proveedores premium. La expansión a toda Bogotá se planifica para el segundo semestre de 2027, apoyada en consolidación de métricas, documentación de casos de éxito, evaluación de infraestructura

para escalamiento y desarrollo de paquetes comerciales y una estructura de atención escalonada.

2.8.4. Posicionamiento y contenidos comerciales

La estrategia comercial se apoya en reportes verificables y materiales que demuestren ventaja competitiva: informe de impacto en Suba, testimoniales en video, análisis comparativos pre/post implementación, una presentación estratégica y una calculadora de ROI que permita personalizar la propuesta según tamaño y tipo de propiedad. Estos activos facilitarán la venta consultiva y la replicación del modelo en nuevas localidades.

2.8.5. Enfoque estratégico para constructoras

El abordaje a constructoras es relacional y de largo plazo: investigación y mapeo de proyectos y decisores, presentaciones ejecutivas adaptadas, cabildeo para integrar la oferta desde la entrega post-venta y pilotos que demuestren beneficios concretos. Se priorizan propuestas por constructora que resalten reducción de costos operativos, diferenciación en experiencia del cliente, transparencia financiera y capacidad de estandarizar procesos a escala, con proyectos piloto sugeridos por empresa para acelerar adopción.

2.8.6. Comunicación digital y pauta

La comunicación empleará canales segmentados: LinkedIn para B2B y constructoras; Instagram y Facebook para residentes y comunidades; YouTube para tutoriales y webinars; campañas en Google Ads por localidad y palabras clave. El calendario editorial inicial (primer trimestre 2026) desplegará una secuencia temática: introducción a módulos, chatbot IA, control presupuestal, gestión de zonas comunes, economía colaborativa y testimonios/resultados. La pauta combinará segmentación geográfica, remarketing y campañas por perfil (constructoras, administradores, residentes).

2.8.7. Contexto de mercado y oportunidad Contexto de mercado y oportunidad

En un mercado con contracción de ventas y presión sobre desarrolladores y administradores, Admiamigo 360 ofrece una respuesta práctica: añadir valor a proyectos, optimizar recursos de administración y mejorar la experiencia de los copropietarios. La estrategia propuesta transforma necesidades locales en una hoja de ruta escalable, respaldada por métricas, materiales de venta robustos y pilotos que validan la propuesta antes de cada fase de expansión.

3.Descripción de los Elementos Organizacionales del Emprendimiento

3.1. Tipo de Sociedad y Objeto:

Admiamigo 360 se constituirá ante la Cámara de Comercio de Bogotá como Admiamigo 360 S.A.S., optando por la figura de Sociedad por Acciones Simplificada por su flexibilidad y adecuación a emprendimientos tecnológicos; permite la participación de múltiples socios y la incorporación de accionistas futuros sin afectar la esencia del proyecto, ofrece libertad en la definición estatutaria, puede operar sin junta directiva, facilita la estructuración de rondas de capital y limita la responsabilidad de los accionistas frente a las obligaciones sociales.

El objeto social de Admiamigo 360 comprende el desarrollo, comercialización, licenciamiento e implementación de soluciones tecnológicas para la gestión integral de la propiedad horizontal y vivienda urbana (plataformas, apps, IA y SaaS), la operación de ecosistemas colaborativos entre residentes, proveedores y administradores, la prestación de consultoría y asesoría relacionada, y la realización de actividades conexas lícitas, incluida la adquisición, enajenación, arrendamiento e inversión en bienes muebles e inmuebles y la celebración de los contratos necesarios para su cumplimiento.

3.2. Accionistas y composición Accionaria

Tabla 1. composición de accionistas. Autoría Propia

Accionista	Participación	Rol Principal
Vanessa Garcia	60%	Representante Legal, Dirección Estratégica y Legal
Juan Camilo Diaz	20%	CTO, Recursos Humanos y tecnología
Juan David Lopez	20%	Comercial, Venta y expansión

Inicialmente la propiedad se proyecta sea 100% interna y se busca gestionar los siguientes recursos:

Tabla 2. Convocatorias. Autoría Propia

Convocatoria	Tipo de Recurso	Monto Estimado	Probabilidad	Apertura Estimada 2026	Requisitos clave
iNNpulsa Emprendimiento de Alto Impacto	Cofinanciación no reembolsable	150MM-300MM COP	Alta	Q1-Q2 2026	Empresa constituida, IA, aplicada, modelo escalable, ventas o piloto.
Apps.co +iNNpulsa (fase de crecimiento)	Incentivo económico más acompañamiento	\$50-120MM COP	Media- Alta	Q2 2026	Producto digital con tracción mínima y equipo.
Ruta N Capital Semilla/landing	Capital más Soft Landing	\$100-\$300	Media -Alta	Q2 2026	Base tecnológica con enfoque de productividad

			MM COP			
Agencia Atenea – Retos con IA	Aporte de recurso no rembolsable	de no	\$80- \$150 MM	Muy Alta (si se tiene impacto urbano)	Q2-Q3 2026	Propuesta IA aplicada, piloto local
BID lab (LATAM)	Aporte de recurso no rembolsable	de no	USD 50K- 300K	Muy Alta	Q2-Q4 2026	IA impacto a PYMES/ formalización

Con la presentación a las diversas convocatorias se proyecta recaudar la suma de \$220.000.000 en calidad de incentivo no reembolsable.

Campaña Crowdfonding especializada que genere un ingreso de \$30.000.000 con una dilución prevista del 10% adicional, distribuible entre los micro inversionistas.

Un aporte de los socios por valor de \$60.000.000.

3.3. Junta Directiva y Gobierno Corporativo.

Durante los seis (6) primeros meses de ejecución Admiamigo empleará comités de seguimiento funcional, el cual será liderado por los accionistas, quienes en principio serán los encargados de tomar las decisiones estratégicas y operativas, en la cual se levantarán actas de entendimiento que soporten las decisiones tomadas.

A partir del segundo año de operación, se proyecta implementar formalmente la Junta Directiva, e implementar políticas y lineamientos de Gobierno Corporativo, integrar asesores expertos y empezar con el proceso de expansión a las localidades de Usaqué y

Chapinero, la junta estará compuesta por dos miembros independientes quienes deben tener experiencia en: Administrar Propiedades Horizontales, tecnología, escalabilidad en proyectos y modelos SaaS y un accionista, la Junta Directiva cumplirá funciones de acompañamiento estratégico, aprobación de planes de expansión, gobierno de datos y estructura financiera.

3.3. Recursos Humanos y/o Empleados que Requiere el Emprendimiento

Para el correcto desarrollo e implementación de Admiamigo 360, se ha diseñado una estructura organizacional que responde a las necesidades específicas de nuestro emprendimiento, considerando tanto la fase inicial como las proyecciones de crecimiento en el mediano plazo. La plataforma requiere un equilibrio entre perfiles técnicos que garanticen la robustez de la solución y perfiles comerciales/administrativos que aseguren su implementación exitosa en el mercado.

3.3.1 Estructura Organizacional.

3.3.1.1 Nivel Directivo (Socios Fundadores)

Tabla 3. Nivel directivo. Autoría Propia

Cargo	Descripción	Perfil	Socio Asignado
CEO (Chief Executive Officer)	Lidera la visión estratégica y representa a la empresa ante stakeholders clave, incluyendo constructoras, asociaciones de administradores y entidades reguladoras.	Profesional con formación jurídica, conocimiento en normativa de propiedad horizontal y visión de negocio.	Vanessa Garcia
CTO (Chief Technology Officer)	Responsable de la arquitectura tecnológica, implementación del chatbot y desarrollo de la plataforma integral.	Profesional con conocimiento técnico y experiencia en gestión de proyectos tecnológicos.	Juan Camilo Diaz

COO/CLO (Chief Operations Officer / Chief Legal Officer)	Encargado de la operación diaria, estrategia comercial y cumplimiento normativo.	Profesional con experiencia en operaciones y conocimiento del marco regulatorio de propiedad horizontal.	Juan David Lopez
---	--	--	------------------

3.3.1.2 Nivel Operativo (Contrataciones Iniciales)

Las siguientes posiciones operativas, se requieren inicialmente para la elaboración de la Plataforma y se mantendrán conforme la necesidad de ajuste, soporte y rediseño de la Plataforma conforme la experiencia de usuarios que se vaya desarrollando en margen de la ejecución del proyecto, y estará directamente relacionado con el estado de resultados financiero del negocio, en donde los socios determinaran de acuerdo a este, y siempre protegiendo la rentabilidad, los ingresos paulatinos, en el inter, será suplidas por parte de los socios directamente.

Tabla 4. Nivel operativo. Autoría Propia

Cargo	Descripción	Perfil Requerido	Tipo de Contratación	Salario Mensual
Desarrollador Backend	Desarrollo del core de la plataforma,	Ingeniero con experiencia en desarrollo web,	Contrato a término fijo (6 meses)	\$6.000.000

	APIs e integración con servicios externos.	APIs y bases de datos.		
Desarrollador Frontend	Diseño e implementación de interfaces de usuario intuitivas para administradores y copropietarios.	Profesional con experiencia en desarrollo frontend y diseño UX/UI.	Contrato a término fijo (6meses)	\$5.000.000
Ingeniero IA/NLP	Implementación y entrenamiento del chatbot con conocimientos específicos en normativa de propiedad horizontal.	Profesional con conocimientos en inteligencia artificial y procesamiento de lenguaje natural.	Contrato por obra (6 meses)	\$4.000.000
Diseñador UX/UI	Diseño de experiencia de usuario e	Profesional en diseño gráfico con	Contrato por obra (12 meses)	\$3.000.000

	interfaces para la plataforma.	especialización en UX/UI.		
Community Manager	Gestión de comunidad digital, webinars para administradores y estrategia de contenidos.	Profesional en marketing digital con enfoque en sector inmobiliario.	Contrato por prestación de servicios	\$2.500.000
Contador	Gestión financiera, cumplimiento tributario y apoyo a los módulos de control presupuestal de la plataforma.	Contador público con experiencia en empresas del sector tecnológico.	Contrato por prestación de servicios (part-time)	\$1.800.000

3.3.2. Perfiles de los Socios Fundadores

Esta iniciativa parte de los tres integrantes de este proyecto, que tienen como base de formación conjunta la carrera de derecho y cursamos actualmente la maestría en negocios y derecho, y en el desarrollo del programa lograron identificar la necesidad de

transformar con uso de la IA, y herramientas tecnológicas las relaciones y obligación que se dan dentro de las propiedades horizontales principalmente frente a la administración de las mismas en Colombia.

Perfil del socio 1 - CEO (Por determinar)

Formación Académica: Profesional en Derecho con Maestría en Negocios y Derecho (en curso) de la Universidad del Rosario.

Experiencia: Cuenta con trayectoria en el asesoramiento jurídico a administradores de propiedad horizontal y conocimiento profundo de la Ley 675 de 2001 y su aplicación práctica. Ha participado en procesos de transformación digital en el sector.

Competencias Clave:

- Liderazgo estratégico y gestión de stakeholders
- Conocimiento normativo en propiedad horizontal
- Visión de negocio y capacidad para identificar oportunidades de mercado
- Habilidad para establecer alianzas estratégicas con constructoras

Rol en Admiamigo 360: Liderará las relaciones institucionales, el desarrollo de alianzas con constructoras y la estrategia global del emprendimiento, asegurando que la plataforma cumpla con todos los requisitos legales y regulatorios aplicables.

Perfil del socio 2 - CTO (Por determinar)

Formación Académica: Profesional con formación técnica complementada con Maestría en Negocios y Derecho (en curso) de la Universidad del Rosario.

Experiencia: Su trayectoria incluye experiencia en derecho territorial, colaboración con plataformas digitales como Airbnb en Medellín durante dos años y actualmente ocupa el cargo de Subgerente Regional Latinoamérica en una empresa BPO de servicios desde septiembre de 2023.

Competencias Clave:

- Visión tecnológica y capacidad de implementación de soluciones digitales
- Gestión de equipos de desarrollo y proyectos tecnológicos
- Conocimiento de inteligencia artificial y su aplicación práctica
- Experiencia en operaciones de servicio al cliente

Rol en Admiamigo 360: Será responsable del desarrollo e implementación de la plataforma, liderando el equipo técnico y asegurando que la tecnología responda a las necesidades reales de los administradores y copropietarios.

Perfil del socio 3 - COO/CLO (Por determinar)

Formación Académica: Profesional con perfil administrativo y Maestría en Negocios y Derecho (en curso) de la Universidad del Rosario.

Experiencia: Posee experiencia en gestión comercial y operativa, con conocimiento del mercado inmobiliario y las dinámicas de las propiedades horizontales en Bogotá.

Competencias Clave:

- Gestión operativa y optimización de procesos
- Estrategia comercial y desarrollo de negocios

- Conocimiento del mercado inmobiliario local
- Capacidad para implementar modelos de economía colaborativa

Rol en Admiamigo 360: Supervisará las operaciones diarias, liderará la estrategia comercial y de implementación en el mercado, y gestionará las relaciones con los distintos clientes y usuarios de la plataforma.

3.3.3. Fases de Crecimiento del Equipo

Partiendo de los perfiles de los socios fundadores, teniendo en cuenta las implicaciones del proyecto Admiamigo, se analiza la contratación de personal por fases:

3.3.3.1 Fase inicial: Desarrollo de plataforma

El enfoque estará en el desarrollo de la plataforma base y el chatbot con IA:

- Los tres socios fundadores asumiendo sus roles directivos y operativos hasta que ellos decidan el momento de contratación, según lo señalado anteriormente.
- Contratación del Desarrollador Backend y Frontend
- Incorporación del Scrum Master / Product Owner para gestión del proyecto
- Contratación del Ingeniero IA/NLP para desarrollo del chatbot
- Diseñador UX/UI para crear la experiencia de usuario
- Servicios contables externos según necesidad

3.3.3.2 Refinamiento e Implementación (Meses 7-12)

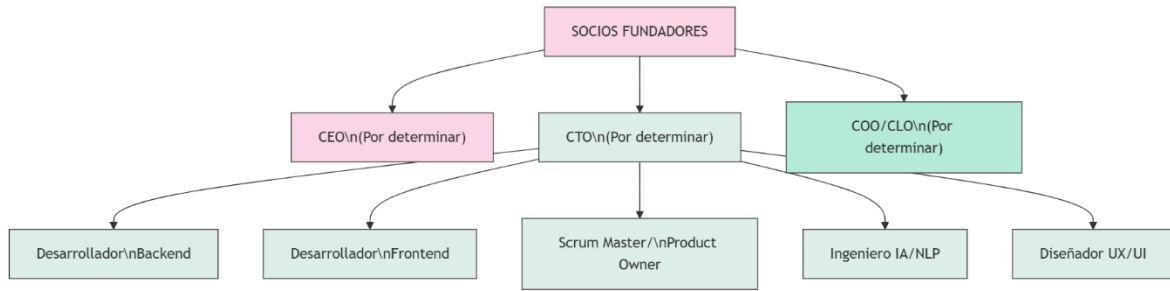
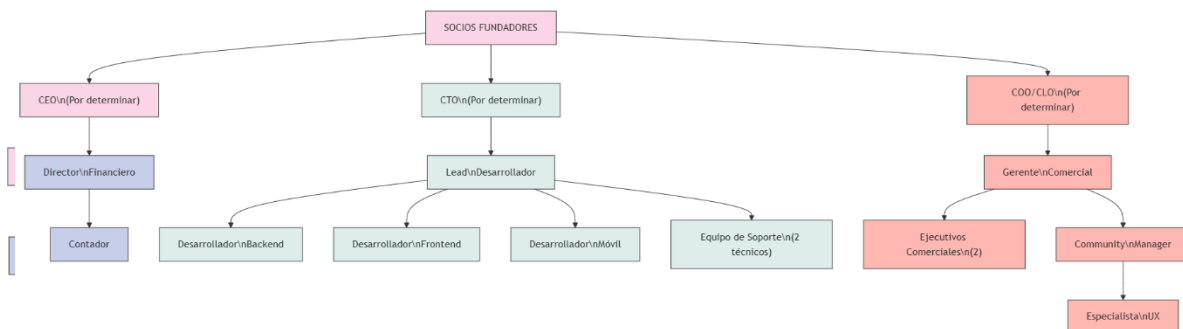


Figura 5. Estructura Empresarial. Autoría Propia

En esta fase se completará el desarrollo y se iniciará la implementación con los primeros clientes:

- Continuidad de los Desarrolladores Backend y Frontend
- Finalización del trabajo del Ingeniero IA/NLP y el Diseñador UX/UI
- Contratación del Community Manager para gestión de contenidos y comunidad
- Posible incorporación de un especialista en soporte técnico.

Figura 6. Estructura Empresarial Amplia. Autoría Propia



3.3.3.3 Crecimiento y Escalabilidad (Año 2)

Cuando la plataforma esté validada en el mercado, se iniciará la expansión a otras localidades:

- Incorporación de un Gerente de Cuentas dedicado a constructoras
- Ampliación del equipo de desarrollo para nuevas funcionalidades
- Contratación de personal de soporte adicional según demanda

3.3.3.4 Consolidación (Año 3)

En esta etapa, Admiamigo 360 buscará consolidar su posición en el mercado:

- Formación de un departamento comercial especializado por segmentos
- Establecimiento de un equipo de innovación continua
- Incorporación de especialistas en áreas como analítica de datos y experiencia de usuario.

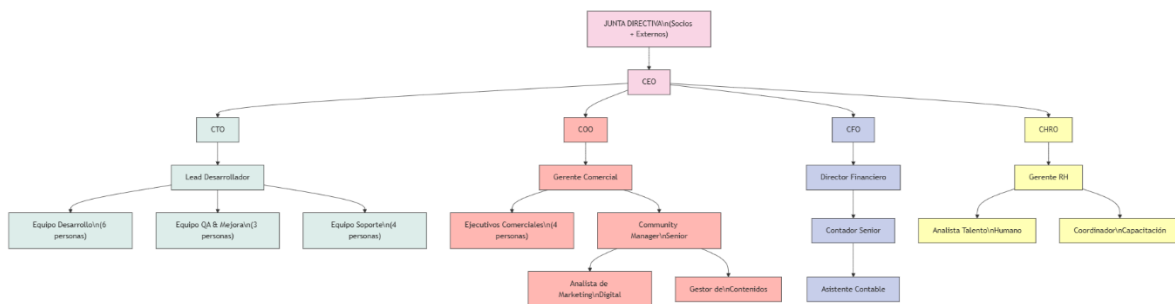


Figura 7. Estructura Empresarial CEO. Autoría Propia

3.3.3.5 Distribución de Personal por Fase

Tabla 5. Distribución Personal. Autoría Propia

Fase	Período	Personal	Enfoque Principal

Fase I	Meses 1-6	8 personas	Desarrollo de plataforma y chatbot
Fase II	Meses 7-12	9 personas	Refinamiento y primeros clientes
Fase III	Año 2	17 personas	Escalabilidad y expansión geográfica
Fase IV	Año 3	32 personas	Consolidación y especialización

3.3.4. Estrategias de Desarrollo y Retención de Talento

Para asegurar la permanencia del talento clave y el desarrollo profesional continuo, implementaremos:

1. **Modelo de carrera transparente:** Cada colaborador tendrá claridad sobre su ruta de crecimiento dentro de la organización, con evaluaciones periódicas y retroalimentación constante.
2. **Incentivos alineados con resultados:** Sistema de bonificaciones vinculado al cumplimiento de metas organizacionales e individuales.
3. **Capacitación continua:** Inversión en programas de actualización técnica y desarrollo de habilidades blandas para todo el equipo.
4. **Ambiente innovador:** Promoción de una cultura que valora la experimentación, las nuevas ideas y el aprendizaje continuo.
5. **Flexibilidad laboral:** Implementación de modelos de trabajo híbrido que permitan balance entre vida personal y profesional.

3.3.5. Presupuesto Anual de Capital Humano

Basado en el presupuesto de desarrollo proporcionado, el desglose de la inversión en capital humano se estructura de la siguiente manera:

Tabla 6. Capital Humano. Autoría Propia

Concepto	Monto Anual (COP)
Desarrollador Backend (12 meses)	\$72.000.000
Desarrollador Frontend (12 meses)	\$60.000.000
Scrum Master / Product Owner (6 meses)	\$15.000.000
Ingeniero IA/NLP (6 meses)	\$24.000.000
Diseñador UX/UI (6 meses)	\$18.000.000
Community Manager (8 meses)	\$20.000.000
Servicios contables (12 meses)	\$12.000.000
Total Capital Humano	\$221.000.000

Tabla 7. Componentes presupuestales. Autoría Propia

Componente	Monto Anual (COP)
Licencias y APIs NLP	\$3.600.000
Licencias y frameworks frontend	\$3.600.000
Infraestructura en la nube	\$6.000.000
Hardware y equipamiento	\$13.000.000
Costos financieros y contingencias	\$21.000.000
Total Otros Componentes	\$47.200.000

Presupuesto Total de Desarrollo: \$268.200.000

4. Descripción de Socios y/o Alianzas que Requieren el Emprendimiento

En primera medida, para el nacimiento de Admiamigo 360, se requieren socios que tengan en su ADN los mismos valores que pretende establecer el emprendimiento en cuanto a honestidad, transparencia, pasión, determinación, respeto, responsabilidad y perseverancia.

Teniendo claro que deben tener los socios de Admiamigo, ahora nos detendremos un poco a establecer los tipos de aliados que debe tener el emprendimiento y las características de cada uno de ellos de la siguiente manera:

- **Clientes:** Usuarios de la plataforma Admiamigo, que si bien es obvio debe definirse, resulta relevante para el futuro del emprendimiento, en el entendido que dependiendo de la experiencia que tengan en el uso de Admiamigo, de la misma manera puede recomendar e incrementar el número de clientes y en caso de que una competencia llegue a intentar prestar un servicio similar, va a permanecer con la fidelidad hacia Admiamigo.
- **Empleados:** Es necesario un detallado y profundo proceso de selección que asegure el mejor talento para Admiamigo, no solo desde lo técnico particular de la función a desempeñar según la estructura organizacional y la descripción del puesto, sino de la misma manera desde el ámbito personal, ético, comunicaciones y de relaciones con la cultura organizacional que quiere desarrollar Admiamigo hacia su interior.
- **Proveedores:** Se requieren diversos proveedores para el emprendimiento (Financieros, Tecnológicos, IA, equipos de cómputo, servicios en la nube, etc) sin

embargo, todos deben un fuerte apego a la legalidad y a la transparencia y que tengan como foco principal a los clientes y servicio ofrecido por Admiamigo.

- **Inversionista:** Será la persona o grupo de personas que luego de una evaluación de ingreso que cuente con aspectos como trayectoria, cumplimiento normativo y sentido de su labor frente a Admiamigo, realice como su nombre lo indica, una inversión en la plataforma
- **Comerciales:** Serán los aliados que contribuyan a Admiamigo en la tarea de ofrecer a sus clientes un servicio ágil, confiable, seguro y de excelente calidad para las copropiedades y sus habitantes, bajo el entendido de realizar una economía colaborativa entre ambos, bien pueden ser plomeros, carpinteros, etc.

3.5. Procesos de Negocio

Para nuestro emprendimiento se tiene que tener un relacionamiento de todas las estructuras y sus procesos estratégicos, operativos y soporte de forma integral, siempre con una visión de calidad y cumplimiento de nuestra propuesta de valor agregado para todos los miembros de las propiedades horizontales:

2.7.6. Procesos

3.5.1.1. Estratégicos:

- **Planificación estratégica y comercial:** nuestra estrategia está enfocada en dos tipos iniciales de clientes que son el administrador profesional y las constructoras, cada uno con un plan de acercamiento o penetración categorizado según localidades para el primero y el segundo de proyectos comercializados.
- **Gestión de alianzas con constructoras:** Desarrollo de relaciones con constructoras que permitan integrar Admiamigo 360 desde la fase de entrega de proyectos,

teniendo una mayor fidelización de los propietarios o arrendatarios de estos que nos permita disminuir a largo plazo la cancelación de contratos por nuevas administraciones.

- **Innovación y desarrollo tecnológico:** Identificación continua de mejoras y nuevas funcionalidades para la plataforma.

3.5.1.2 Operativos:

- **Desarrollo e implementación de la plataforma:** Creación y mantenimiento del sistema digital central.
- **Entrenamiento e implementación del chatbot:** Capacitación del sistema de IA con normativa y procesos específicos.
- **Implementación y configuración en propiedades horizontales:** Adaptación de la plataforma a las necesidades específicas de cada cliente.
- **Gestión de la economía colaborativa:** Integración y validación de proveedores de servicios.
- **Soporte y atención a usuarios:** Resolución de incidencias y orientación a administradores y copropietarios.

3.5.1.3. Soporte

- **Gestión financiera y administrativa:** Administración de recursos económicos y operativos.
- **Gestión de recursos humanos:** Selección, capacitación y desarrollo del talento.
- **Soporte tecnológico e infraestructura:** Mantenimiento de los sistemas y servicios en la nube.
- **Cumplimiento regulatorio y legal:** Garantía de operación conforme a normativas.

3.5.2. Procesos de Admiamigo.

El desarrollo de Admiamigo 360 se estructura en 6 etapas principales, las cuales darán inicio, el segundo semestre de 2026.:

1. Investigación y Diseño Conceptual (Mes 1)

- Diseño de experiencia de usuario y modelado de procesos
- Definición de arquitectura tecnológica y flujos de información

2. Desarrollo del Backend (Mes 2-5)

- Implementación de estructura de base de datos
- Desarrollo de APIs y servicios web
- Arquitectura de seguridad y gestión de permisos
- Integración con pasarelas de pago

3. Desarrollo del Frontend (Mes 3-6)

- Implementación de interfaces para administradores
- Desarrollo de portal para copropietarios
- Diseño responsivo para acceso desde múltiples dispositivos

4. Implementación del Chatbot con IA (Mes 3-5)

- Entrenamiento del modelo con normativa de propiedad horizontal
- Capacitación en resolución de conflictos comunes
- Integración con los sistemas de gestión de la plataforma

5. Pruebas y Control de Calidad inicial y comercialización en fase piloto (Mes 6-10)

- Pruebas funcionales de cada módulo
- Pruebas de integración del sistema completo
- Pruebas de seguridad y rendimiento

- Validación con usuarios potenciales

6. Refinamiento y Preparación para Lanzamiento (Mes 10-12)

- Ajustes basados en retroalimentación de pruebas piloto
- Optimización de rendimiento
- Preparación de materiales de capacitación
- Configuración final de infraestructura en producción

3.5.3. Proceso de Implementación con Clientes

Este proceso ya es la relación directa con la administración de la propiedad para que nuestro aplicativo pueda desarrollarse de forma óptima tanto en la fase piloto como en el seguimiento de lanzamiento del producto consolidado y sus mejoras.

Análisis Inicial (1-2 semanas)

- Evaluación de necesidades específicas
- Levantamiento de información de la propiedad horizontal
- Digitalización de reglamento y normativa interna

Configuración y Personalización (2-3 semanas)

- Adaptación de la plataforma a los procesos específicos
- Integración con sistemas existentes si los hubiera
- Personalización de interfaces con identidad de la propiedad

Capacitación (1 semana)

- Entrenamiento al administrador y equipo administrativo
- Formación de "embajadores digitales" entre copropietarios

- Webinars informativos para residentes

Lanzamiento Escalonado (2-4 semanas)

- Fase 1: Implementación de módulos básicos (comunicaciones y solicitudes)
- Fase 2: Integración de módulos financieros y reservas
- Fase 3: Activación del ecosistema de economía colaborativa

Seguimiento y Optimización permanente.

1. Revisión de Código

- Análisis estático de código mediante herramientas automatizadas
- Revisión manual por pares para garantizar estándares de calidad
- Pruebas unitarias y de integración automatizadas

2. Monitoreo Operativo

- Seguimiento en tiempo real del rendimiento de la plataforma
- Medición de tiempos de respuesta y disponibilidad
- Alertas automáticas ante incidencias o degradación del servicio

3. Análisis de Experiencia de Usuario

- Recopilación estructurada de retroalimentación de usuarios
- Análisis de patrones de uso y puntos de fricción
- Pruebas periódicas de usabilidad con usuarios reales

4. Validación de Precisión del Chatbot

- Evaluación regular de respuestas del sistema de IA
- Auditoría aleatoria de interacciones para detectar errores
- Refinamiento continuo del modelo con nuevos casos y normativas

En los procesos de seguimiento y optimización nos planteamos como meta los siguientes

kpis Claves:

Tabla 8. KPIs Claves. Autoría Propia

KPIs Técnicos	<ul style="list-style-type: none"> ● Tiempo de respuesta promedio (<1.5 segundos) ● Disponibilidad del servicio (>99.5%) ● Tasa de errores (<0.5% de las transacciones) ● Velocidad de resolución de incidencias (85% en <24 horas)
KPIs de Satisfacción	<ul style="list-style-type: none"> ● Net Promoter Score (NPS >40) ● Tasa de adopción por copropietarios (>60% en 3 meses) ● Satisfacción del administrador (>4.2/5) ● Precisión del chatbot (>90% de consultas resueltas correctamente)
KPIs de valor para el Administrador	<ul style="list-style-type: none"> ● Reducción de carga administrativa (>30%) ● Mejora en recaudo de cuotas (>15%) ● Disminución de conflictos reportados (>20%) ● Incremento en participación en asambleas (>25%)

3.5.4. Controles internos para el cumplimiento de los KPIS proyectados:

Admiamigo 360 implementa un ciclo de mejora continua basado en la metodología PDCA

(Planificar-Hacer-Verificar-Actuar):

Tabla 9. Mejora continua. Autoría Propia

Proceso	Tiempo	Puntos concretos
Planificación	Trimestral	<ul style="list-style-type: none"> ● Análisis de retroalimentación y métricas ● Identificación de áreas de mejora prioritarias ● Definición de objetivos específicos y medibles
Desarrollo	Cada dos semanas después de la planeación	<ul style="list-style-type: none"> ● Implementación de mejoras en entorno de pruebas ● Desarrollo de nuevas funcionalidades ● Corrección de incidencias identificadas
Verificación	Continuas	<ul style="list-style-type: none"> ● Pruebas en entorno controlado ● Validación con usuarios seleccionados ● Medición de impacto en KPIs definidos
Implementación	Mensual	<ul style="list-style-type: none"> ● Despliegue de mejoras verificadas ● Comunicación a usuarios sobre

		<p>actualizaciones</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Capacitación sobre nuevas funcionalidades
--	--	--

Cada tres meses se vuelve a reiniciar este ciclo perfeccionando y buscando los KPIS planteados.

3.6. Aspectos Legales a Considerar para la Puesta en Marcha del Emprendimiento

3.6.1. Marco General.

Inicialmente el cumplimiento de cara a la constitución de la empresa como una Sociedad por Acción Simplificada debe cumplir con lo dispuesto en la ley 1258 de 2008, deberá esta registrada ante la Cámara de Comercio de Bogotá, para lo cual deberá estructurar el siguiente documental clave que se encuentra en estructuración:

- Estatutos Sociales
- Contrato de Socios
- Pacto de accionistas

3.6.2. Reglamentación Legal Especial

- La Ley 675 de 2001 regula la organización y funcionamiento de los inmuebles en régimen de propiedad horizontal, incluyendo constitución legal, estatutos y reglamentos, asamblea y consejo de administración, funciones del administrador, manejo de presupuesto y cuotas, administración de áreas comunes y mecanismos para la resolución de conflictos entre copropietarios, constituyendo el marco normativo esencial para la implementación de la iniciativa.

- La Ley 1581 de 2012 y el Decreto 1377 de 2013 establecen el régimen de protección de datos personales en Colombia, exigiendo obtener autorización explícita para el tratamiento de datos, conservar evidencia de dicha autorización, limitar el tratamiento a las finalidades informadas, garantizar medidas de seguridad para la información y permitir a los titulares consultar, rectificar, actualizar y suprimir sus datos.
- La Ley 527 de 1999 regula el uso de medios electrónicos y la firma digital, reconociendo la validez jurídica de documentos y procesos digitales—como contratos, actas, comunicaciones y votaciones—y otorgando valor probatorio a las firmas electrónicas, lo que permite a la Propiedad Horizontal operar con respaldo legal y a Admiamigo escalar su modelo digital.
- Reglamentos internos de cada copropiedad, estos reglamentos cobran una importancia alta en margen de la ejecución de todos los procesos de Admiamigo, esto por cuanto se deberá integrar en todo el análisis de trabajo y gestión conforme los servicios que desee implementar la Propiedad Horizontal con Admiamigo.

3.6.3. Registro de propiedad Intelectual

Admiamigo proyecta la protección de sus activos intangibles con los siguientes registros:

- Solicitud de registro de Admiamigo 360 como marca mixta en las siguientes clases:



Figura 8. Logo empresarial. Autoría Propia.

Clase 9: Software y aplicaciones en la nube y descargables para la gestión integral de propiedades horizontales, que incluyen administración financiera, comunicación, reservas y asambleas virtuales, atención de PQRS, comercio colaborativo, firma digital, análisis de datos con IA, aplicaciones móviles para smartphones y tablets, software de control de acceso, bases de datos digitales y programas para la automatización de procesos administrativos en comunidades residenciales.

Clase 35: Enmarcando servicios de gestión comercial y administrativa, gestión de bases de datos, servicios para empresas (como consultoría empresarial).

Clase 36: Servicios financieros, administración de propiedades, cobro de cuotas, pagos digitales, seguros y servicios de asesoría económica.

Clase 38: Servicios de comunicación digital, mensajería electrónica, videollamadas entre otras.

Clase 42: Servicios tecnológicos, desarrollo y mantenimiento de software, servicios en la nube (SaaS), inteligencia artificial, blockchain, etc.

Clase 45: Servicios legales, resolución de conflictos, cumplimiento normativo, arbitraje.

Estos registros se ejecutarían previendo la decisión 486 que regula la propiedad Industrial den Colombia como país miembro de la comunidad Andina

- Registro de derechos de autor del software y su código fuente ante la Dirección Nacional de Derecho de Autor (DNDA), esto de cara al código fuente que se constituya en función de la plataforma.
- Acuerdos de confidencialidad (NDA) con proveedores tecnológicos y desarrolladores para proteger la propiedad intelectual y el know-how.

A mediano plazo, se evaluará la patentabilidad de componentes de inteligencia artificial propios para la gestión automatizada de procesos administrativos en propiedad horizontal.

4. Descripción de las Operaciones Requeridas por el Emprendimiento.

La operación Admiamigo 360 se articula conforme a un flujo continuo que se constituye en múltiples puntos como la recolección y análisis de los administradores y copropietarios; diseño y prototipo base de integración de los módulos documentales; sprints quincenales; despliegue de un entorno piloto y un monitoreo continuo de la operación realizando mejoras basadas en indicadores de adopción, SLA y feedback de usuario. (Heizer y Render, 2014).

Bajo esta perspectiva y para materializar dichos puntos se emitirán a continuación requerimientos necesarios como establecer la modalidad de las instalaciones e infraestructura, cual es la maquinaria y equipos necesarios, los requerimientos financieros y demás puntos en específico para volver efectiva la operación:

4.1. Instalaciones que Requiere el Emprendimiento.

En un proyecto como Admiamigo 360, donde su operación es digital sus instalaciones deben ubicarse en un nodo estratégico que fraternice con un punto físico estratégico y que garantice accesibilidad de telecomunicaciones. Bajo esta perspectiva será ideal que las instalaciones de este proyecto sea un espacio de oficina de al menos 60 M², distribuidos en estaciones de trabajo modulares para cada desarrollador segmentadas estas en aproximadamente 1,5M² a 2M², espacio que a parte de esto cuenta con sala de

reuniones equipadas con videoconferencias y capacitación para demos y talleres con clientes piloto.

Adicionalmente, se debe disponer de sistemas de respaldo de energía ininterrumpida (UPS) y un plan de contingencia para hardware crítico. Para el almacenamiento y procesamiento de datos sensibles, se recomienda la colocación temporal de un servidor local durante la fase piloto, 32 GB de RAM, para pruebas de carga internas (Tamayo, 2025).

A parte de esto y en referencia a un punto físico ideal para iniciar dicho proyecto se puede dar en la Localidad de Suba y de manera puntual se puede requerir de oficina piloto de Admiamigo 360 es el Centro Digital de Emprendimiento de la Alcaldía Local de Suba (Cra. 93C #129C-25), Rincón de la Localidad. Este espacio público concentra infraestructura TIC de alta velocidad, aulas para capacitación y estaciones de coworking, garantizando acceso a redes de fibra óptica (Alcaldía Local de Suba, 2023).

4.2. Infraestructura Tecnológica y de TIC Requerida por el Emprendimiento.

Frente a la infraestructura informática de Admiamigo 360 esta se soportará frente a un entorno con soportes en físico y virtuales. En primera medida la base de datos y soporte del software y lenguaje de programación del proyecto estará conservado en la nube para aprovechar la flexibilidad de estos medios y su bajo costo. En segunda medida se contratarán servidores virtuales con al menos cuatro núcleos de procesador y un almacenamiento de 16 Gigas de memoria para que cada modulo ejecute de manera aislada la programación realizada. Por último toda la información incorporada de nuestras

operaciones será gestionada con copias de seguridad automáticas, y un sistema de entrega de contenidos (CDN)³.

Mencionados componentes TIC, permitirán el desarrollo de un portal web responsivo y aplicaciones móviles que integren módulos de gestión documental y financieros; CRM para seguimiento de incidencias, Chatbot con NLP para la atención automatizada mencionada con anterioridad; y por ultimo dichos dispositivos permitirán la incorporación de una pasarela de pagos certificada PCI DSS.

4.3. Descripción de los Requerimientos de Producción y Distribución del Emprendimiento

Para poner en marcha este proyecto se deberá gestionar un inventario dual de activos tanto físicos, compuestos de servidores de respaldo, dispositivos de prueba y estaciones de trabajo, al igual que activos digitales como licencias de software, contenedores Docker, claves de API y certificados TLS. Se recomienda tener un stock mínimo de dos servidores de reserva y un 20% de dispositivos adicionales para pruebas de compatibilidad, con un ciclo de rotación de hardware de 24 meses y una revisión trimestral de las licencias para asegurar su vigencia y cumplimiento normativo.

Frente a la gestión de proveedores y flujos de entrega, los proveedores clave incluyen fabricantes de hardware certificados, proveedores de licencias SaaS, pasarelas de pago PCI-DSS y servicios de nube pública. Cada convenio deberá especificar plazos de

³ CDN: es un grupo de servidores distribuidos geográficamente que almacenan en caché contenido cerca de los usuarios finales. Una CDN permite transferir rápidamente los activos necesarios para cargar contenido de Internet, como páginas HTML, archivos JavaScript, hojas de estilo, imágenes y vídeo (Cloudflare, 2024)

entrega, condiciones pagos (entre 30 a 45 días) y cláusulas de variación de precios según la inflación. Se evalúa la criticidad de cada insumo y se establece un buffer financiero del 15 % para cubrir fluctuaciones de costo y demoras en la cadena de suministro (Cámara de Comercio de Bogotá, s.f).

4.4. Estrategias de Financiación del Emprendimiento

La inyección de capital inicial para dar comienzo al proyecto asciende a COP 241.000.000, estos destinados a cubrir gastos como (i) capital humano el cual requerirá un gasto de COP 147.000.000 destinados a proporcionar un equipo de desarrollo y gestión; (ii) , desarrollo e implementación del chatbot COP 32.400.000; (iii) interfaz y experiencia de usuario COP 21.600.000 (iv) adquisición de hardware COP 13.000.000; (v) y provisión para costos financieros y contingencias COP 21.000.000. Dichos montos están estimados a partir de las cotizaciones de proveedores locales de servidores de bases de datos administrada y contenedores, de perfiles salariales de desarrolladores y equipo informático en Bogotá y comparación de proyectos similares del sector software.

4.5. Plan Financiero del Emprendimiento

El plan financiero de Admiamigo 360 se estructura en 5 diferentes puntos, mismos que permitirán a la junta de socios y demás inversores conocer cómo se va a desarrollar este proyecto y su margen de ganancias a mediano plazo, esto segmentado a continuación:

4.5.1. Proyección de pérdidas y ganancias a 12 meses: Se espera que el precio de suscripción para cada conjunto sea de COP 500.000 con un crecimiento esperado de hasta 60 conjuntos al cierre del primer año. Bajo esta perspectiva os ingresos anuales proyectados

alcanzan COP 360.000.000, frente a costos directos (cloud, licencias, amortización de hardware) de COP 25.000.000 y gastos operativos (sueldos y administración) de COP 147.000.000. a utilidad antes de impuestos estimada es COP 188.000.000, con provisión fiscal del 33 % (COP 62.040.000), resultando en utilidad neta de COP 125.960.000.

4.5.2. Proyección de flujo de efectivo: El flujo de caja proyectado refleja el desembolso inicial de COP 241.000.000 (inversión inicial) para el trimestre 0, seguido de entradas y salidas trimestrales según el avance de ventas y costos fijos. Se prevé un flujo operativo positivo a partir del trimestre 3 se obtenga una recuperación parcial del gasto de capital.

4.5.3. Balance general proyectado: Al final el primer año de apertura al mercado se espera un activo total de COP 75.000.000 compuesto por efectivo y equivalentes, activos fijos netos por un valor de COP 6.500.00 e intangibles como software por COP 49.500.000. El pasivo incluirá el préstamo de COP 90.000.000 de Fondo Emprender y cuentas por pagar a proveedores por COP 15.000.000. Mientras que el patrimonio de la sociedad se compondrá de la inversión de socios COP 21.000.000, capital semilla COP 100.000.000 y retención de utilidades por COP- 61.000.000.

4.5.4. Cálculo de equilibrio: Se espera que el punto de equilibrio mensual calculando los costos fijos, como pago de nómina, servicio de nube y amortización resultando en 30 conjuntos activos necesarios para cubrir costos. Con un crecimiento proyectado de 5 nuevos clientes/mes, se alcanzaría el punto de equilibrio en el mes 6 de operación, validando la viabilidad financiera temprana del negocio.

4.5.5. Uso de capital: El capital inicial de COP 241 000 000 se asigna a: capital humano COP 147.000.000 COP; Chatbot e IA COP 32.400.000; interfaz COP 21.600.000;

infraestructura cloud COP 6.000.000; hardware COP 13.000.000; contingencias COP 21.000.000. La financiación proviene de aportes de socios (COP21.000.000), préstamo Fondo Emprender (COP90.000.000), capital semilla (COP100.000.000) y crowdfunding (COP30.000.000). Este desglose optimiza la ejecución por hitos y asegura fondos adicionales ante variaciones de costos del 20 %–25 % según estándares de gestión de proyectos tecnológicos.

5. Estrategia para el Relacionamiento con los Clientes y Grupos de Interés

La estrategia de relacionamiento de Admiamigo 360 se basa en la construcción de un ecosistema de confianza y comunicación efectiva con sus principales grupos de interés, o stakeholders, que incluyen administradores, propietarios, proveedores y entidades regulatorias. El objetivo es proyectar la plataforma no solo como una herramienta tecnológica, sino como un socio estratégico en la gestión de la propiedad horizontal, lo que permitirá su consolidación y difusión en el mercado. Para ello, se implementarán estrategias diferenciadas, enfocadas en el valor y el soporte continuo, que faciliten la interacción y fortalezcan los lazos a largo plazo (ESAN, 2025).

La relación con los administradores y los clientes directos se centrará en la educación y el acompañamiento constante, esto se logrará a través de canales directos como soporte en línea y correos electrónicos personalizados para resolver dudas y ofrecer actualizaciones. Adicionalmente, se fomentará una comunidad en plataformas profesionales donde puedan intercambiar experiencias y conocimientos, y se ofrecerán webinars y talleres sobre las mejores prácticas del sector. De esta forma, Admiamigo 360 se posicionará como un referente de conocimiento que simplifica el trabajo diario y potencia la profesionalización

del rol del administrador, un factor clave para la retención y la fidelización del cliente (Actito, 2025).

Con los propietarios y residentes, la estrategia se enfoca en garantizar una experiencia de usuario, puesto que su satisfacción es clave para la retención de los administradores. Para los proveedores, se establecerán alianzas estratégicas que permitan ofrecer un directorio de servicios verificados dentro de la plataforma, lo que genera valor añadido para los clientes y abre nuevas fuentes de ingresos.

5.1. Estrategia de Marca (Branding)

La estrategia de marca para Admiamigo 360 se centrará en la creación de una identidad visual que proyecte confianza, eficiencia y modernidad, atributos clave para un software de gestión de propiedades horizontales, de esta manera, la marca busca diferenciarse en un mercado competitivo no solo por su funcionalidad, sino por una propuesta de valor única que se comunica de manera consistente. La identidad de marca se construirá sobre tres pilares: un nombre que pretendan brindar cercanía y practicidad ("Admiamigo"), un logotipo que represente la conectividad y la organización, y un tono que sea profesional, pero accesible y amigable, en conclusión, estos elementos se aplicarán de manera coherente en todos los puntos de contacto con el cliente, desde la plataforma digital hasta las comunicaciones de marketing (Comuniza, 2025).

La gestión de la marca desde su establecimiento requiere un proceso de definición clara y un posterior registro formal para garantizar su protección legal. Para ello, se debe iniciar un proceso de búsqueda de antecedentes marcarios ante la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) en Colombia para verificar que no existan marcas idénticas o similares que

puedan generar confusión y una vez confirmada la viabilidad, se procederá con el diligenciamiento del formulario de solicitud, el pago de las tasas oficiales y la presentación de la documentación requerida (Signa, 2025).

5.2. Gestión de las comunicaciones y las relaciones públicas del emprendimiento

Para Admiamigo 360, la gestión de las comunicaciones y relaciones públicas se centrará en construir una imagen de marca que transmita credibilidad, innovación y confianza, elementos clave para un software de gestión (Konnector, 2025), por eso, la estrategia se basará en el uso de canales digitales para llegar a administradores de propiedad horizontal y propietarios, estableciendo un tono de voz profesional, pero accesible.

Se utilizarán principalmente plataformas digitales, como lo son la página web, el cual será la central de información, con secciones claras sobre las funcionalidades del software, planes de precios, testimonios y un blog con contenido de valor sobre propiedad horizontal, además, se gestionarán perfiles en plataformas como LinkedIn, para conectar con administradores y empresas del sector, e Instagram/Facebook, para un público más general de propietarios.

Por otro lado, en cuanto al Marketing, este se creará un blog con artículos sobre normativas, buenas prácticas y beneficios de la digitalización, con el objetivo de posicionar a la marca como líder de opinión en el sector y generar tráfico orgánico (Floribeth González, 2024). Con el fin de brindar la estrategia de relaciones públicas que permita fortalecer a través de alianzas estratégicas, la participación en ferias comerciales del sector inmobiliario y el networking en eventos de administradores. Se buscarán alianzas con

entidades clave como agremiaciones de administradores de propiedad horizontal y blogs especializados.

5.3. Proceso de Ventas y Servicios

El proceso de ventas de Admiamigo 360 se basará en un modelo SaaS B2B, diseñado para guiar a los clientes potenciales desde el interés inicial hasta la suscripción a largo plazo (ActiveCampaign, 2024). La estrategia de ventas se integrará con el plan de mercadeo para asegurar un flujo constante de clientes potenciales calificados.

En primera medida, se realizará la generación y calificación de clientes potenciales por ello, se utilizarán tácticas de mercadeo digital como anuncios pagados en Google y redes sociales, marketing y campañas de correo electrónico. La calificación se hará a través de formularios en la web o contacto directo para identificar a los potenciales clientes con mayor probabilidad de conversión.

Por otra parte, un ejecutivo de cuenta se encargará de realizar demostraciones personalizadas del software, enfocándose en cómo Admiamigo 360 soluciona los problemas específicos del cliente. En esta fase, se negocian los precios y se cierran los contratos de suscripción y posterior a ello, se ofrecerá un servicio posventa sólido que incluye capacitación, soporte técnico y un seguimiento constante para asegurar que el cliente obtenga el máximo valor del software. Esto es crucial para la retención y la lealtad a largo plazo (PayPro Global, 2024).

5.4. Plan de Mercadeo

El plan de mercadeo de Admiamigo 360 se centra en una estrategia digital para captar el nicho de mercado de la administración de propiedad horizontal en Colombia, un sector en crecimiento y con una alta demanda de soluciones tecnológicas (Blogthinkbig, 2024).

5.4.1. Investigación de Mercado

El mercado global de software de gestión de propiedades muestra una tendencia creciente, con una Tasa de Crecimiento Anual Compuesta (CAGR) superior al 5% en los próximos cinco años (Mordor Intelligence, 2023). En Colombia, el sector inmobiliario y, en particular, el de administración de propiedades, está experimentando una notable transformación digital, impulsada por el auge de las empresas "PropTech" (Tecnología de la Propiedad).

De acuerdo con el análisis, es necesario hacer uso de elementos como la Digitalización dado que hay una creciente adopción de software SaaS (Software como Servicio) para optimizar la gestión de propiedades, y también de Inteligencia Artificial (IA) porque las empresas están integrando la IA para automatizar procesos, como la atención al cliente vía chatbot y la gestión de quejas.

Por otra parte, además de las herramientas mencionadas, también se requiere un enfoque en la experiencia del cliente que permita analizar el valor para el mercado de software de gestión de propiedades horizontales en Colombia, las tendencias indican una demanda creciente. La digitalización del sector y el volumen de nuevas construcciones de

vivienda (73,6% de apartamentos y 19,7% de casas en 2025) sugieren un mercado objetivo significativo (DANE, 2025). La demanda actual está enfocada en la automatización de tareas manuales, la mejora de la comunicación y la transparencia financiera (Eximus, 2025).

5.4.2. Barreras de Entrada

El emprendimiento enfrenta las siguientes barreras de entrada, las cuales se pretenden superar con la siguiente estrategia:

Falta de reconocimiento de marca, porque la marca aún no es conocida, la estrategia para superarlo será invertir en mercadeo de contenidos, publicidad digital segmentada y participar activamente en eventos y foros del sector para generar visibilidad y credibilidad. También los altos costos de inicio y marketing dado que el desarrollo de software requiere una inversión inicial significativa. Se superará esta barrera mediante una estrategia de captación de clientes a través de la relación, en la que se utilizarán eventos, alianzas y networking para reducir la dependencia de la publicidad pagada (Cointelegraph, 2023).

5.4.3. Amenazas y Oportunidades

Una vez superadas las barreras iniciales, Admiamigo 360 podría enfrentar las siguientes amenazas y oportunidades:

a. Amenazas:

Competencia intensa: El mercado de PropTech en Colombia tiene competidores ya establecidos. Se contrarrestará esta amenaza diferenciando la marca a través de un servicio

al cliente excepcional, una interfaz de usuario intuitiva y un sistema modular y personalizable que se adapte a las necesidades de cada cliente.

Cambios regulatorios: Los cambios en las regulaciones gubernamentales sobre la propiedad horizontal pueden afectar la operación del software. La amenaza se mitigará con un equipo legal que monitoree constantemente los cambios en la normativa, para mantener el software siempre actualizado (Phylo Legal, 2024).

Avance tecnológico: La rápida evolución tecnológica, como el surgimiento de nuevas herramientas de IA, puede dejar obsoleto el software. Para evitarlo, se mantendrá una vigilancia tecnológica constante para integrar las nuevas tecnologías al software y así mantener la innovación como un valor fundamental de la marca.

b. Oportunidades:

Creciente digitalización del sector: El sector aún está en una fase temprana de digitalización, lo que representa una gran oportunidad para captar clientes que aún utilizan procesos manuales y que requieren una solución eficiente y fácil de usar.

Demanda de transparencia: Existe una alta demanda en el sector para contar con soluciones que ofrezcan transparencia en la gestión financiera y la toma de decisiones, un valor central en el modelo de negocio de Admiamigo 360.

5.4.4. Competidores Claves.

Para analizar la competencia que tendría Admiamigo 360, se identificaron tres operadores principales en el mercado colombiano, estos prestan un servicio enfocado en satisfacer las principales necesidades que surgen en una propiedad horizontal; un centro de soluciones

especializado, una firma de administración integral y un agregador de software. A continuación, se comparará las múltiples fortalezas y desafíos que tendrá el proyecto frente al mercado laboral existente.

Tabla 10. Plan de recopilación de datos. Autoría Propia

Competidor	Precio	Beneficios	Tamaño	Estrategia
EN ASURBE https://asurbe.com.co/	Servicios dependiendo de la copropiedad: desde COP 250.000	Prestan servicios como asesoría legal, IA, capacitaciones ; en gestión ambiental certificación sanitaria, mantenimiento y gestión de infraestructura	Sus registros exponen que atienden a mas de 1.500 copropiedades.	Segmentación por asociaciones y eventos; presencia webinars
PRO PH S.A.S https://www.proph.com.co/	Servicios desde COP 300.000	Administración de cartera, mantenimiento, o, contabilidad y revisoría fiscal	Según sus registros son mas de 200 conjuntos.	Su servicios con las propiedades se origina a partir de alianzas con

		y proyección de contratos.		constructoras o B2B ⁴ por servicio personalizado
Software PH https://guiatic.com/co/229-software-propiedad-horizontal-software-para-la-gestion-y-administracion-de-propiedad-horizontal	No se evidencian los precios, cotización a medida	Gestión de finanzas, reservas, comunicación; integración cloud y móvil.	Sin registro	Marketing digital en comparadores; enfoque en cotización online

5.4.5. Precios

La estrategia de Admiamigo 360 no se basa en ofrecer el precio más bajo, sino en un precio de gama media accesible para propiedades horizontales VIS (Vivienda de Interés Social) y no VIS. El objetivo es competir en calidad y servicio, lo que refleja su posicionamiento como una plataforma que promueve la eficiencia, la transparencia y la innovación.

El modelo de ingresos se basa en una suscripción mensual por conjunto con precios escalables según el número de unidades residenciales. A continuación, se presenta la estructura de precios según el número de unidades:

⁴ Servicios B2B: servicio de apoyo y asistencia que las empresas brindan a otras con necesidades de adquirir productos o servicios a diferencia de los B2C estos servicios implican un soporte de ciclos de venta largos.

- 15 a 30 unidades: COP 6.000.000 (anual) y COP 33.400 (mensual por unidad familiar).
- 31 a 100 unidades: COP 8.000.000 (anual) y COP 6.666 (mensual por unidad familiar).
- 101 a 300 unidades: COP 12.000.000 (anual) y COP 9.900 (mensual por unidad familiar).

Como estrategia de captación inicial, se planea ofrecer un descuento del 30% en la suscripción durante los primeros tres meses. esto implica que la plataforma busca un equilibrio entre ser competitiva en el mercado y mantener precios que reflejen su propuesta de valor, enfocada en la modernización y eficiencia para el administrador y la transparencia para el copropietario.

El precio para los clientes es un factor importante, pero no es el único factor decisivo. La plataforma ofrece un ecosistema digital que centraliza procesos, lo que reduce la carga operativa, mejora la comunicación y garantiza el seguimiento de cada solicitud. Estos beneficios justifican el precio y demuestran su importancia al optimizar la gestión y mejorar la satisfacción general de los usuarios.

En cuanto al servicio al cliente, la plataforma incluye un chatbot con inteligencia artificial que ofrece respuestas ágiles y efectivas, resolviendo conflictos automáticamente y registrando el historial de interacciones. La compañía también se enfoca en construir relaciones a largo plazo con sus clientes, mejorando su reputación y reduciendo conflictos internos.

Tabla 11. Estrategia de precios. Autoría Propia

Nombre del emprendimiento	Admiamigo 360		
Señale ¿Cuál de las siguientes estrategias de precios empleará?			
<p style="text-align: center;">Costo Plus</p> <p style="text-align: center;"><i>Los costos de fabricar / obtener su producto o brindar su servicio, más lo suficiente para obtener ganancias</i></p>	<p style="text-align: center;">Basado en Valor</p> <p style="text-align: center;"><i>Basado en su marca y ventaja competitiva (valor percibido)</i></p>	<p style="text-align: center;">Otro:</p>	
<p>La estrategia de precios de Admiamigo 360 se basa en la oferta de valor que proporciona la plataforma y no en el precio más bajo, posicionándose en una gama media en el mercado. El modelo de negocio es SaaS (Software como Servicio) con una suscripción mensual que varía según el tamaño de la propiedad horizontal. Esta estructura de precios refleja el valor percibido por el cliente en términos de eficiencia, transparencia y automatización de los procesos administrativos. Se busca competir a través de la calidad y el servicio al cliente.</p> <p>Líneas de productos/servicios: La plataforma ofrece un ecosistema digital que centraliza la comunicación, el recaudo de cuotas de administración y el registro de la información financiera. Las principales ofertas de servicio se clasifican en un modelo de suscripción según el número de unidades residenciales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 15 a 30 unidades • 31 a 100 unidades • 101 a 300 unidades. 			

Prácticas de la industria y consideraciones: La fijación de precios está en línea con las tendencias de las empresas "PropTech" que ofrecen soluciones digitales por medio de suscripciones (SaaS). Es importante discutir con el mentor la viabilidad de los precios frente a la competencia y las posibles estrategias para la "recuperación de cartera" que se mencionan en el documento.

5.4.6. Canales de Distribución

Los canales de distribución para el servicio de Admiamigo 360 se basan en un modelo híbrido que combina ventas directas, comercio electrónico y alianzas estratégicas para maximizar el alcance y la eficiencia y la venta directa se utilizará para captar grandes conjuntos residenciales o clientes corporativos, donde el contacto personal y la demostración detallada del software son cruciales para el cierre del negocio.

El comercio electrónico (o canal digital) permitirá llegar a un mercado masivo de administradores y comités de convivencia, ofreciendo un proceso de compra autónomo y accesible a través de la página web de la empresa, lo que reduce costos y acelera la adquisición de clientes más pequeños. Finalmente, las alianzas estratégicas con empresas constructoras son un factor clave de éxito, ya que permiten la implementación de la plataforma desde la fase inicial de nuevos proyectos, asegurando una base de clientes sólida y recurrente. Estas asociaciones garantizan que Admiamigo 360 se posicione como la solución preferida en la gestión moderna de la propiedad horizontal en Colombia.

Tabla 12. Evaluación de los canales de distribución. Autoría Propia

	Venta directa	Canales digitales	Alianzas estratégicas
Facilidad de entrada	Media. Requiere la formación y capacitación de un equipo de ventas.	Alta. Inicia con la creación de la página web y perfiles en redes sociales.	Media. Depende de la capacidad de networking y de la construcción de relaciones.
Proximidad geográfica	Alta. Permite el contacto personal y directo con los clientes en su zona geográfica.	Baja. El contacto es remoto y depende de la interacción digital.	Media. El alcance geográfico se expande a través de la red de los aliados.
Costos	Altos. Inversión en salarios, comisiones, transporte y gastos de representación.	Bajos-Medios. Inversión inicial en desarrollo web y costos recurrentes en publicidad online (SEO/SEM).	Medios. No hay salarios fijos, pero sí un porcentaje de comisión o tarifas por referidos.
Posición de los competidores	Alta. Es un canal de uso común en la industria para	Media-Alta. El mercado está saturado de contenido, pero aún hay oportunidades.	Media. La competencia también busca alianzas con

	empresas de alto valor.		gremios y asociaciones.
Experiencia en gestión	Alta. Requiere experiencia en la gestión de equipos de ventas, negociación y cierre de negocios.	Media. Requiere experiencia en marketing digital, análisis de datos y creación de contenido.	Alta. Requiere experiencia en desarrollo de negocios, negociación y gestión de relaciones.
Capacidades del personal	Habilidades de comunicación, negociación, persuasión y conocimiento profundo del producto.	Habilidades de redacción, diseño, análisis de métricas web y conocimiento de estrategias de publicidad digital.	Habilidades de networking, comunicación, desarrollo de alianzas y conocimiento del mercado.
Necesidades de mercado	Satisface la necesidad de un contacto personalizado y la posibilidad de resolver dudas complejas en tiempo real.	Satisface la necesidad de información accesible 24/7, demostraciones online y compras autónomas.	Satisface la necesidad de confianza y validación del producto a través de la recomendación de un tercero.

5.5. Red de Contactos

La red de contactos de Admiamigo 360 se establece como un pilar fundamental para su consolidación, enfocándose en un ecosistema de aliados estratégicos, gremios y clientes clave que faciliten su posicionamiento y difusión. Los contactos más relevantes incluyen a las principales asociaciones del sector inmobiliario y tecnológico en Colombia, como Colombia PropTech y la Cámara de Comercio de Bogotá, cuya participación en eventos y foros permite acceder a un público profesional e inversionista. Asimismo, es vital el contacto directo con administradores de propiedad horizontal y empresas constructoras, ya que estos representan la principal fuente de clientes, tanto para la venta del software en proyectos nuevos como para la migración de sistemas existentes. Estas conexiones son esenciales para validar la propuesta de valor y generar confianza en el mercado.

La estrategia para presentar y difundir el emprendimiento se centra en el networking activo y la generación de contenido de valor. Se participará en eventos del sector como el "REInn LATAM" para establecer relaciones de primera mano y conocer a los líderes de la industria. Paralelamente, se fortalecerá la presencia digital a través de LinkedIn y foros especializados, publicando artículos y guías que posicionen a Admiamigo 360 como un referente de conocimiento en la gestión de la propiedad horizontal. Este enfoque dual, que combina el contacto personal con una sólida presencia en línea, permitirá construir una red de apoyo que no solo impulse las ventas, sino que también asegure la legitimidad y el crecimiento sostenido del negocio.

6. REFERENCIAS

Microsoft, (s,.f). Compile, implemente y administre aplicaciones mediante PaaS.

<https://azure.microsoft.com/es-es/resources/cloud-computing-dictionary/what-is-paas>

Microsoft, (s,.f). Entrega de software escalable, rentable y altamente segura.

<https://azure.microsoft.com/es-es/resources/cloud-computing-dictionary/what-is-saas>

Actito. (2025). 11 principios para relaciones exitosas con los clientes. Recuperado de

<https://www.actito.com/es-ES/blog/principios-relaciones-clientes/>

ESAN. (2025). Gestión de relaciones con stakeholders: ¿cuál es su importancia?.

Recuperado de <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/gestion-de-relaciones-con-stakeholders-cual-es-su-importancia>

Qbit Business School. (2025). Gestión de stakeholders. Estrategias para proyectos éxitosos.

Recuperado de <https://qbitbs.com/gestion-stakeholders-estrategias-proyectos-exitosos/>

Cárdenas Vega Asesores. (2025). Registro de Marcas en Colombia: Pasos y Requisitos.

Recuperado de <https://www.cardenasvega.com/index.php/marcas/pasos-registro-de-marca>

Comuniza. (2025). Branding para startups. Recuperado de <https://comuniza.com/gestion-de-marca-para-empresas-digitales-y-startups>

Signa. (2025). Requisitos para registrar una marca en Colombia | Guía. Recuperado de

<https://www.signa.com.co/registrar-marca-colombia-guia-paso-a-paso/>

ActiveCampaign. (2024). 3 etapas en la secuencia de ventas SaaS de alto rendimiento.

Recuperado de <https://www.activecampaign.com/es/blog/ventas-saas>

Canva. (2025). Cómo diseñar tu imagen de marca personal en 10 pasos. Recuperado de

https://www.canva.com/es_mx/aprende/como-disenar-tu-imagen-de-marca-personal-en-10-pasos/

Floribeth González. (2024). Comunicación en la era tecnológica: mejores prácticas para startups y empresas de software. Recuperado de

<https://www.floribethgonzalez.com/comunicacion-en-la-era-tecnologica-mejores-practicas-para-startups-y-empresas-de-software/>

Konnector. (2025). ¿Cómo construir un proceso de ventas SaaS B2B eficaz?. Recuperado

de <https://konnector.ai/es/Proceso-de-ventas-SaaS-B2B-eficaz/>

P&P Medios. (2025). Mercadeo directo en edificios: ¿qué es y cómo funciona?.

Recuperado de <https://www.pypmedios.com/noticias/mercadeo-directo-en-edificios-como-funciona>

PayPro Global. (2024). ¿Qué es el proceso de ventas SaaS? Etapas y perspectivas del ciclo.

Recuperado de <https://payproglobal.com/es/respuestas/que-es-el-proceso-de-ventas-de-saas/>