



**Arep Colombia - Administración De Riesgos Enfocado En Procesos En La  
Ciudad De Bogotá – Colombia**

**Estudiantes:**

**Jhon Mario Quintero Vásquez identificado con c.c 1.018.491.724**

**Jenny Marcela Ordoñez Aldana identificada con c.c 1.120.372.613**

**Diego Armando Largo Rodríguez identificado con c.c 1.094.927.227**

**Tutores:**

**Piedad Franco Agudelo**

**Jhon Alexander Gonzalez Dorado**

**Jaider Antonio Martinez Trujillo**

**Raul Andres Villamil Vanegas**

**Corporación Unificada Nacional De Educación Superior**

**Bogotá - Colombia**

**Noviembre 2020**

## Compromisos De Los Autores

Yo **Jhon Mario Quintero Vasquez** identificado con c.c 1.018.491.724 estudiantes del programa ingeniería de sistema virtual, yo **Jenny Marcela Ordoñez Aldana** identificada con c.c 1.120.372.613 estudiantes de ingeniera industrial y yo **Diego Armando Largo Rodriguez** identificado con c.c 1.094.927.227 estudiantes de ingeniería en sistemas declaramos que:

El contenido del presente documento es un reflejo de nuestro trabajo personal y manifestamos que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta de fuente original, somos responsables directos legales, económicos y administrativos sin afectar al director del trabajo, a la universidad y a cuentas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Jhon Mario Quintero

**Jhon Mario Quintero Vasquez**

MJB

**Jenny Marcela Ordoñez Aldana**



**Diego Armando Largo Rodriguez**

## Contenido

1. Descripción de la idea de negocio.....	7
1.1 Modelo de negocio.....	8
2. Modelo de venta por Internet.....	9
3. Innovación sostenible.....	10
4. Análisis del sector.....	11
4.1 Estrategia Océano Azul.....	11
4.2 Análisis De Porter.....	12
5. Marketing Mix.....	14
6. Desarrollo de Marca.....	17
7. Marketing Digital.....	18
8. Estrategia de Marketing Digital.....	22
9. Métricas claves.....	22
10. Estudio técnico.....	31
11. Estudio técnico II.....	40
12. Estudio técnico III.....	43
13. Producto Mínimo Viable.....	45
Bibliografía.....	47
Certificado de asistencia.....	48

## Introducción

El presente documento contiene las características del software para la administración de riesgos de la empresa, operacionalizando su sistema de análisis, interfaz del sistema y usuario, características, descripción de requerimientos funcionales y no funciones del sistema; el software será un sistema que permitirá optimizar el desempeño de la organización, a través de la Identificación, Definición, Gestión, Medición y Cierre de los riesgos identificados por la empresa, permitiendo optimizar el sistema y administrar la gestión de una manera adecuada; la aplicación dará y ejecutará los siguientes parámetros:

- Obtener un análisis de contexto de la empresa (DOFA), Administrar los riesgos de la empresa, Administrar unidades de despliegue, Generar un reporte estadístico para el análisis de la información y Generar informes que permitan toma de decisiones.

El sistema permitirá que cada unidad de despliegue identifique y gestione sus riesgos desde el ámbito operacional o administrativo, generando una articulación de información para la empresa que permita mitigar la materialización de posibles situaciones que afecten el cumplimiento del objetivo y misión empresarial. Cada unidad podrá aportar ideas para el fortalecimiento de la gestión de riesgos en la empresa, permitiendo conocer su contexto, el cual puede aportar para otras unidades. Cada trimestre y a final de año se realizará la evaluación de los riesgos mediante el sistema, en donde se verificará su gestión y efectividad durante la vigencia, en donde el sistema mediante su configuración brindará soportes estadísticos que permitan la toma de decisiones adecuadas para la empresa.

## **Resumen**

Ultimo que se hace

## **Objetivo General**

Determinar la factibilidad de crear un proyecto que permita identificar y administrar los riesgos operativos y administrativos de las organizaciones certificadas por ISO 9001:2015, en Bogotá- Colombia.

## **Objetivos Específicos**

- Asesorar mediante el aplicativo AREP, como administradora de riesgos de procesos y procedimientos.
- Identificar los riesgos para proteger y prevenir tanto a empleadores como a empleados ante cualquier eventualidad que afecten la misión y objetivo de cada organización.
- Gestionar los riesgos encontrados y brindar una viabilidad de acuerdo al objetivo establecido de cada dependencia.

## **Claves Para El Éxito**

- Se registrará bajo las Normas Internacionales ISO.
- Asesoría 24/7 de acceso online.
- Asequibilidad de tarifas de acuerdo al tiempo de adquisición del producto o asesoría.
- Monitoreo de las áreas afectadas identificadas mediante AREP.
- Entrega de resultado a evaluaciones realizadas trimestralmente.

## 1. Descripción de la idea de negocio.

¿Cuál es el producto o servicio?	AREP Colombia- Administración de riesgos enfocado en procesos, es un servicio que permite identificar y administrar los riesgos de una empresa, es decir los riesgos administrativos (procesos y procedimientos) y operativos presenten en las empresas.
¿Quién es el cliente potencial?	Empresas que posean la certificación ISO 9001:2015 en la ciudad de Bogotá- Colombia, Seguridad, Salud, Industria y Construcción.
¿Cuál es la necesidad?	Necesidad de proteger, asesorar y prevenir a los empleadores y empleados de diferentes empresas que estén certificados en ISO 9001:2015, ante cualquier posible evento que afecte el cumplimiento de las metas y actividades de la organización.
¿Cómo?	A través de una metodología que se administrará en una plataforma web, permitiendo gestionar los riesgos identificados en la empresa, esta plataforma tendrá accesibilidad desde cualquier dispositivo (Móvil, Computador, Tablet, entre otros).
¿Por qué lo preferirán?	Porque está basado en las normas internacionales ISO, permitiendo ofrecer calidad en el servicio prestado, igualmente el proyecto tendrá un soporte de asesoría y acceso online 24/7, tarifas mensuales y anuales competitivas, permitirá instruir a cada empleado frente a los tipos de riesgo, así mismo la empresa podrá monitorear de la mejor manera cada área a fin de realizar toma de decisiones acertadas, mediante la evaluación de los riesgos trimestralmente, logrando identificar posibles falencias en un tiempo determinado.



## 1.1 Modelo de negocio.



## 2. Modelo de venta por Internet.

- **Como captará sus clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?**

Modelo de negocio Freemium: El cliente lo captaría como un excelente servicio con unas características básicas gratis, y aunado a esto, tendrá la publicidad que generara recursos para la empresa. Así mismo, y por experiencias propias se ha utilizado estos servicios, y el usuario se acostumbra a estos, aunque si desea más opciones deberá adquirir Premium, lo cual vale la pena cuando el servicio es bueno.

- **Como y que alternativas ofrecerá a los clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?**

Ofrecerá beneficios iniciales por utilizar el servicio gratuito, una vez adquiera el beneficio Premium tendrá acceso a todo un sistema metodológico y característico que le permitirá medir la gestión de riesgos en su empresa o vida personal.

Una alternativa principal son los medios de pago, se ofrece al cliente un servicio adicional para que conozca el servicio y producto a través de internet, por último, se ofrecerá un sistema de administración que permitirá mejorar la organización o persona.

- **Como cerrara la venta por Internet y cuáles podrían ser los métodos de pago utilizados acorde al modelo?**

La venta se cerrara a través de un contrato adquirido virtualmente y aceptando términos y condiciones, adquiriendo el servicio una vez realice el pago a

la empresa; los métodos de pago serán electrónicos por medio de alianzas con bancos nacionales.

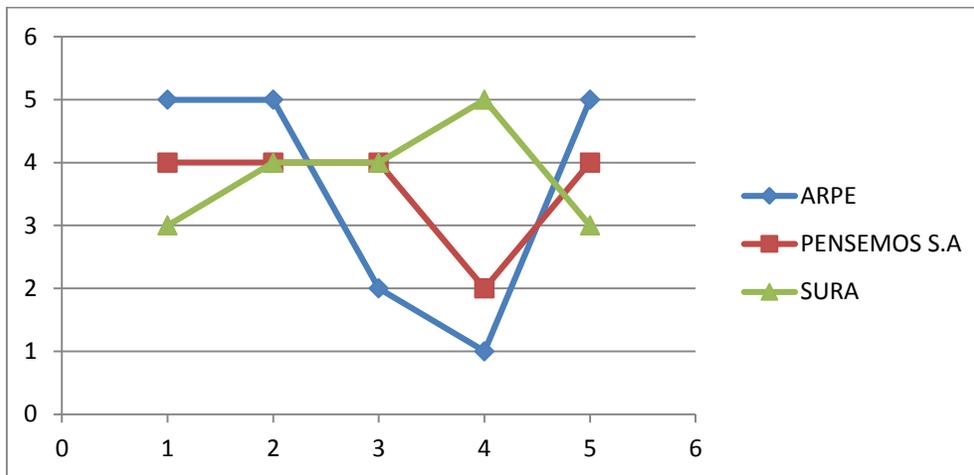
### 3. Innovación sostenible.

	AGUA	ENERGÍA	MATERIAS PRIMAS	EMISIONES	RESIDUOS
<b>Producto o servicio ¿El producto tiene un ecodiseño?</b>	Teniendo en cuenta que se ofrece un sistema web o aplicativo está dentro del 1% de empresas de servicios y por ende tener un compromiso ético con este recurso nos ayuda a una perdurabilidad de la empresa, desarrollando un sistema de gestión ambiental.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Se utilizan equipos con sistemas de ahorro de energía.</li> <li>- Se deberán mantener apagados los equipos que no se utilicen durante más de una hora.</li> <li>- Tanto el buscador como el salvapantallas se utilizaran en Modo negro.</li> <li>- Adecuación de los puestos de trabajo con luz natural.</li> </ul>	La principal materia prima para ofrecer nuestros servicios son los ordenadores de cómputo y software.	No se ha medido la huella de carbono para ver la liberación de gases a la atmósfera, pero bien se sabe que desde un clic en redes sociales, buscadores emite una pequeña cantidad de este y si se contabiliza a todos los clientes poco a poco ira subiendo esta tasa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Se recicla el papel y cartón.</li> <li>- Tóner de impresoras, cartuchos, tintas, pilas, baterías entre otros se gestionan con una empresa recolectora de este tipo de residuos peligrosos.</li> <li>- Botellas de plástico y vidrio, se recolecta con dicha empresa de este manejo.</li> <li>- Los residuos orgánicos se recolectarán y serán entregados en sus días.</li> </ul>
<b>Marketing ¿realiza algún tipo de campaña que favorezca al medio ambiente?</b>	Si bien se sabe las empresas que no tengan aplicada una estrategia de marketing verde perderá competitividad, por eso se realizarán: <ul style="list-style-type: none"> <li>- campañas publicitarias dando mensajes de conciencia ecológica.</li> <li>- Hojas o folletos informativos web para contribuir con el cuidado del consumo del agua.</li> <li>- Por medios sociales, página web y App se tendrá un lugar donde se hará este reconocimiento del uso adecuado del recurso.</li> </ul>	En caso de utilizarse vehículo se le harán mantenimientos preventivos para evitar el consumo excesivo de combustible.	Los computadores, cámaras de foto y video.	Se puede adoptar la idea de ECOSIA que mientras se está en la web buscando esta planta árboles con la donación del 80% de la publicidad.	Se realizarán campañas o estrategias de marketing verde. <ul style="list-style-type: none"> <li>- Recolección de residuos en sus canecas respectivas.</li> </ul>

## 4. Análisis del sector

### 4.1 Estrategia Océano Azul

variables	Calidad	Atención	Precio	Reconocimiento	Cumplimiento
ARPE	5	5	2	1	5
PENSEMOS S.A	4	4	4	2	4
SURA	3	4	4	5	3
<b>ESTRATEGIA</b>	Mantenerla	Mantener	Reducir	Incrementarla	Mantenerla



Explicación de las estrategias:

1. calidad, se buscar mantener la calidad que la empresa está llevando frente a la competencia.
2. Atención estamos diferenciados frente a la competencia por cuanto nuestra atención es excelente a comparación de otras entidades.
3. Precio se busca reducirlo, estamos ofreciendo precios un poco mayores a los del mercado.

4. El reconocimiento se busca incrementarlo puesto a que tenemos poco reconocimiento a comparación de la competencia.
5. Por último el cumplimiento a comparación de la competencia debemos mantener nuestro cumplimiento pues nos hace diferente a las demás empresas.

## 4.2 Análisis De Porter



- 1) Poder de negociación con el cliente: se realizara negociación con los clientes de una forma ordenada; es decir organizando horarios exigencias de acuerdo a cantidad, precio y calidad del servicio vendido. se busca aumentar por medio de la inversión al marketing y publicidad, para así aumentar el mayor número de clientes y posibles proveedores, dando así valores añadidos a través del tiempo incursión de nuevos servicios por la plataforma.
- 2) Poder de negociación con los proveedores: se realizara una organización de los proveedores por cuanto a calidad de los servicios, estableciendo términos de pago con el fin de no afectar la cartera de la empresa, Se proporcionaran 3 medios de pago, efectivo, transferencia y consignación bancaria, además se dispondrán de una lista donde se reflejaran los proveedores principales pero sin excluir nuevos

proveedores con los datos de estos, dado que si se necesita cambiar sea efectivo, evitando así que los proveedores no tomen ventaja sobre la empresa.

Los proveedores de internet son: Movistar y claro.

Base de datos: Oracle, Mysql, Sqlite y Sql Server

Provedores sistema operativo: Windows

Desarrollo software: Solusoft

- 3) Amenaza de nuevos competidores entrantes: Para sortear la amenaza para que otras empresas posean nuestros mismos servicios, se realiza una diferenciación del servicio para así resaltar hacia los demás, con el ahorro de costos adicionales, de igual manera se realiza una barrera legal para la no copia y hakeo de nuestra manera de brindar el servicio, se abrirían nuevos canales de venta en la empresa para evitar estas nuevas amenazas, buscando los mejores servicios a partir de los mejores proveedores para la realización y mantenimiento de la plataforma, canal posventa para que el cliente se mantenga informado, que nos hará diferentes la implementación de sistemas innovadores más cercanos, fácil interacción, articulación de capacidades con otras entidades públicas y privadas a través de convenios, permitiendo fortalecer el sistema nacional e internacional.
- 4) La amenaza de nuevos productos sustitutos: para evitar esta amenaza se realizara una diversificación de los servicios de la mano con un aumento del marketing, incremento de la calidad del servicio.
- 5) La naturaleza de la rivalidad: la rivalidad aumenta cuando existen varios competidores y además están muy bien posicionados, se buscara tratar de encontrar

el mejor proveedor con el fin de reducir costos, se buscara la asociación y/o alianza para que la empresa sea reconocida y mejorar el posicionamiento.

## 5. Marketing Mix

### PRECIO

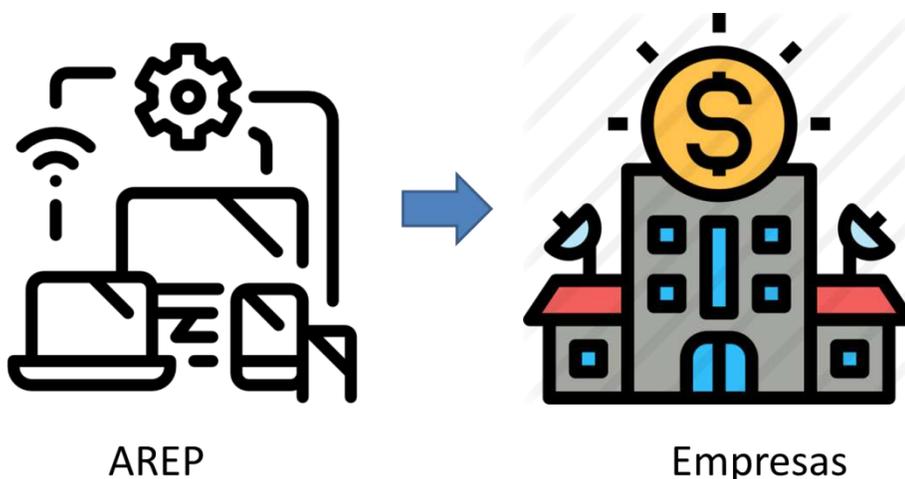
Nuestro precio será de forma asequible, pagos de manera mensual y dependiendo el paquete comprado por el cliente, tendrá un costo mensual de 50.000 el paquete Premium básico, seguido el paquete medio 75.000 y paquete completo 100.000.

El precio será fijado según precios existentes en el mercado, como se decía con anterioridad, la plataforma será gratuita, pero para adquirir sus beneficios se tendrá que adquirir un paquete Premium, se tienen medios de pagos físicos y virtuales para el pago y convenios con bancos y pse.

El precio de penetración será 40.000 por lanzamiento de la plataforma.

### PLAZA

#### CANAL DIRECTO DE DISTRIBUCIÓN



El canal de distribución de la empresa AREP es de forma directa conectando a la empresa directamente con el consumidor que son las empresas que requieren de medir sus riesgos en cuanto a administración. Se evitara el uso de intermediarios a fin de generar un ahorro en los precios del servicio y que las empresas estén cómodas con esta.

La plataforma será de forma gratuita y ayudara a que también se obtengan ingresos a partir de la venta de espacios para pauta publicitaria.

## PRODUCTO



Sera un servicio es decir es intangible, por medio de una plataforma digital como lo son las páginas web.

Descripción:

El software será un sistema que permitirá optimizar el desempeño de la organización, a través de la Identificación, Definición, Gestión, Medición y Cierre de los

riesgos identificados por la empresa, permitiendo optimizar el sistema y administrar la gestión de una manera adecuada; la aplicación dará y ejecutará los siguientes parámetros:

- Obtener un análisis de contexto de la empresa (DOFA).
- Administrar los riesgos de la empresa.
- Administrar unidades de despliegue.
- Generar un reporte estadístico para el análisis de la información.
- Generar informes que permitan toma de decisiones.

El sistema permitirá que cada unidad de despliegue identifique y gestione sus riesgos desde el ámbito operacional o administrativo, generando una articulación de información para la empresa que permita mitigar la materialización de posibles situaciones que afecten el cumplimiento del objetivo y misión empresarial. Cada unidad podrá aportar ideas para el fortalecimiento de la gestión de riesgos en la empresa, permitiendo conocer su contexto, el cual puede aportar para otras unidades.

Cada trimestre y a final de año se realizará la evaluación de los riesgos mediante el sistema, en donde se verificará su gestión y efectividad durante la vigencia, en donde el sistema mediante su configuración brindará soportes estadísticos que permitan la toma de decisiones adecuadas para la empresa.

## **PROMOCION**

Se utilizara la misma plataforma para la publicidad, también volantes, cuñas radiales y publicidad en redes sociales, de la siguiente manera.

<b>PROMOCION Y PUBLICIDAD</b>			
<b>MEDIO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
PUBLICIDAD PAGINA WEB	12	\$100.000	\$1.200.000
VOLANTES	1000	\$180	\$190.000
CUÑAS RADIALES	12	\$85.000	\$1.000.000
PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES	12	\$103.200	\$1.238.400
<b>TOTAL</b>			<b>\$9.268.900</b>

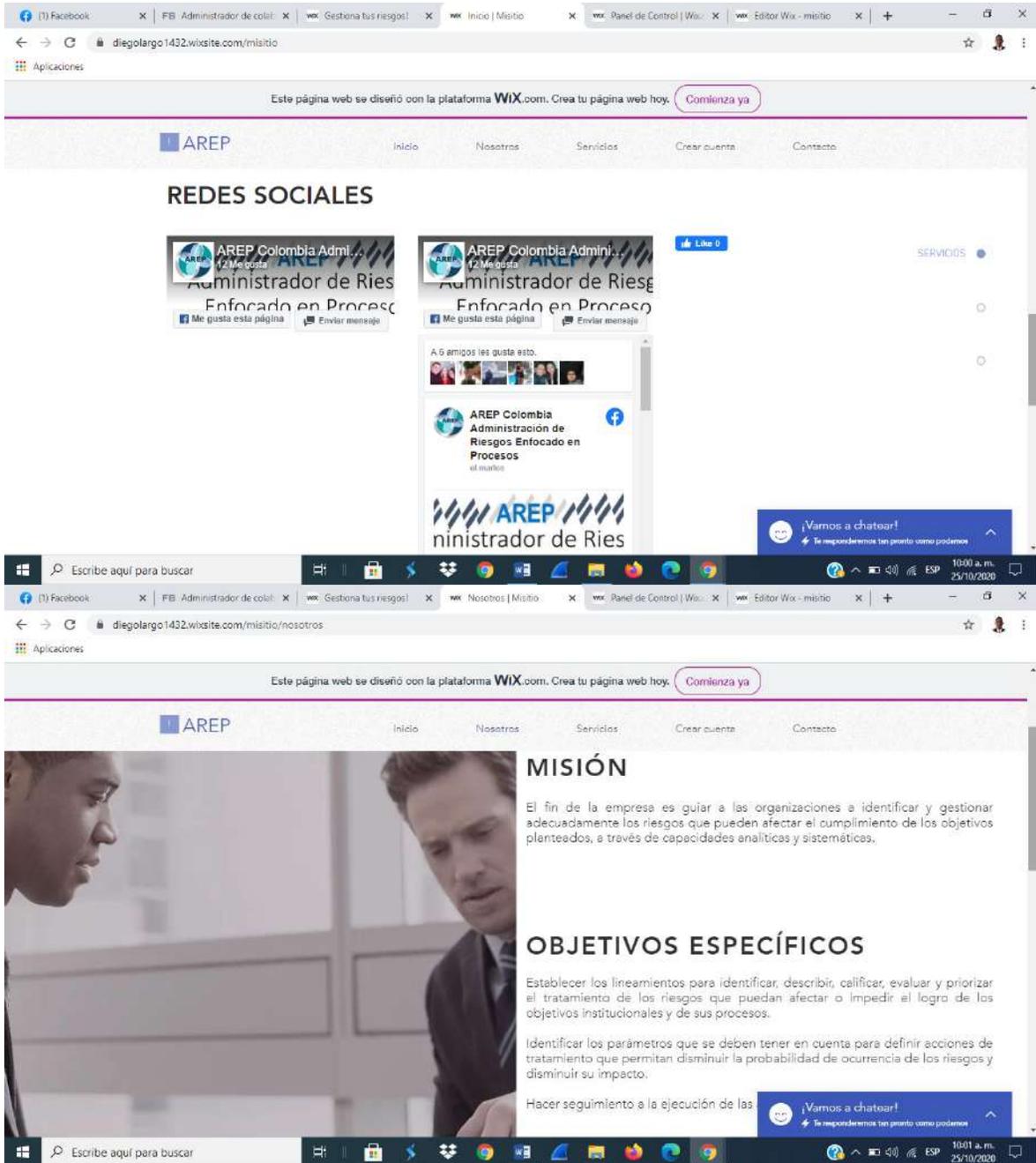
## 6. Desarrollo de Marca

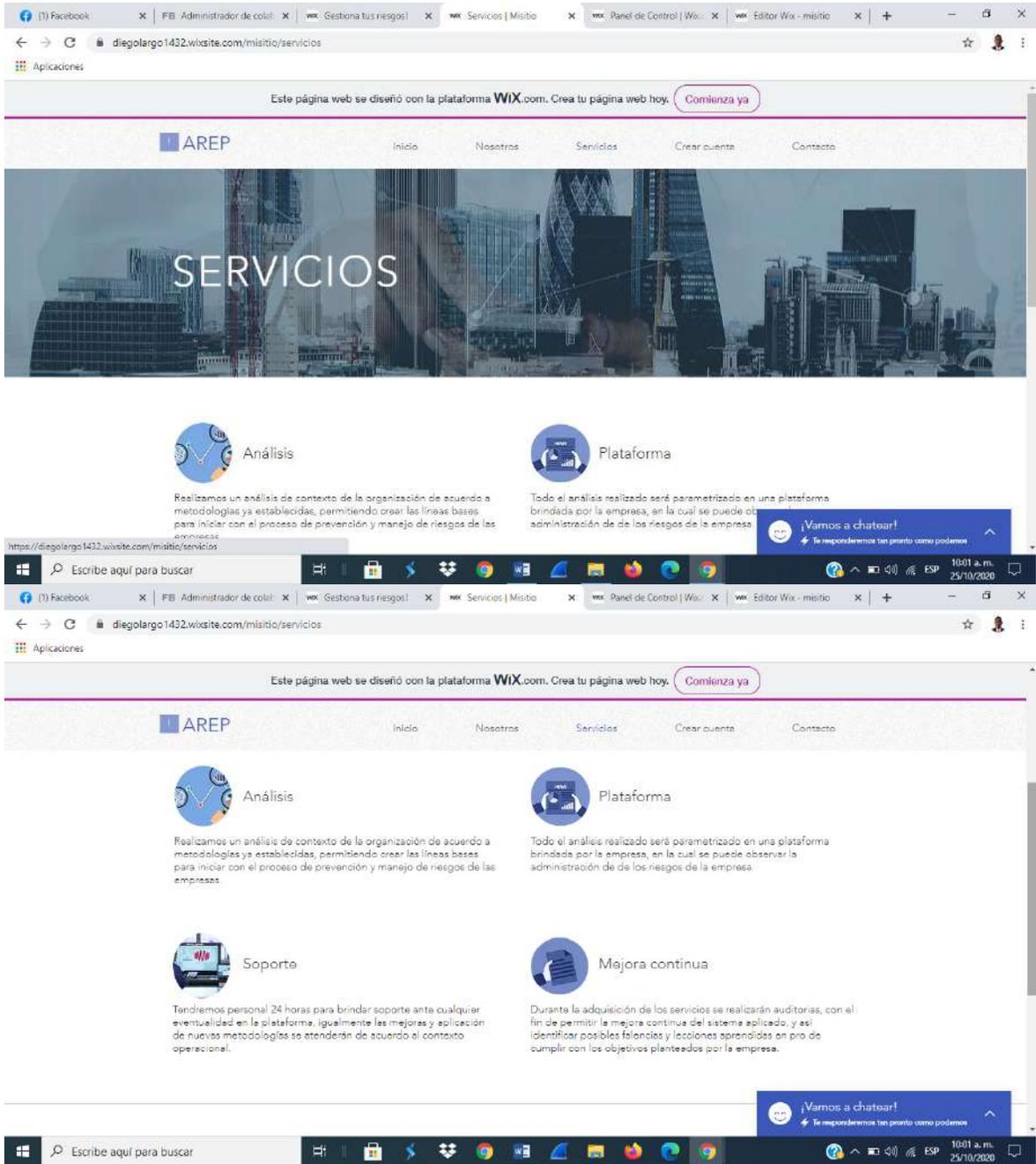
Nombre de la Idea:	Administración de riesgos enfocado en procesos en la ciudad de Bogotá – Colombia		
MATRIZ DE DESARROLLO DE MARCA			
<b>PASOS</b>	<b>OBJETIVOS</b>	<b>RESULTADO</b>	
Primer Paso: Diagnostico del Mercado	A. Identificación del sector	Empresas certificadas por ISO 9000:2015 de Seguridad, Salud, Industria y Comercio	
	B. Identificar marcas en competencia	MOORE Colombia - MARSH - Solusoft Corp. V.I.G.I.A. - GetApp - M-RISK.	
	C. Soluciones principales y alternativas	Enfoque en Consultoria Estrategica y Organizacional, Consultoria en Finanzas corporativas, Consultorias de Riesgos y Cumplimiento.	
	D. Tendencias del mercado	Monitorio de riesgos en tiempo real, cumplimiento de normatividad ISO:31000, COSO ERM, ISO 27001, ISO 19600; entre otras.	
	E. Arquetipo de la Marca	Sabio, explorador, protector, gobernante, creador.	
Segundo Paso: Realidad psicológica de la Ma rea	A. Percepción de las marca de la competencia	Garantia a las empresas nacionales e internacionales de entrega de resultados en tiempo real.	
	B. Identificar variables del neuromarketing	Excelente infraestructura digital, marcada con colores por servicios y repeticion de informacion de ideas y conceptos de una forma estrategica.	
Tercer Paso: Posiciona miento	A. Identificar Top of mind	Software para la gestion de riesgos en pequeñas, medianas y grandes empresas con buenas practicas en materia del cumplimientos de sus objetivos.	
	B. Identificar Top of heart	Moore Colombia tiene amplio portafolio de servicios enfocado a distintos sectores que los ayuda a prosperar en el mundo cambiante, con alta experiencia en los mismos por lo que una organización adquiere no solo el servicio de administracion de riesgos administrativos y operacionales si no que adicional puede adquirir asesorias,revisiones e interventorias por esto sus clientes tiene un servicio mas completo y confiable de calidad.	
Cuarto Paso: Realidad Material de la Marca	A. Traducir nuestra propuesta de valor en la marca	sabiduria para un posicionamiento en nuestro sector, innovacion, proteccion a las organizaciones transmitiendo tranquilidad, seguridad y confianza,	
	B. Definir arquetipo de la marca		
Quinto Paso: Estrategia de comunicación	Desarrollar acciones continuas para la introducción de la marca en el mercado, que esten ligadas a la mediación tecnologica y de redes sociales		

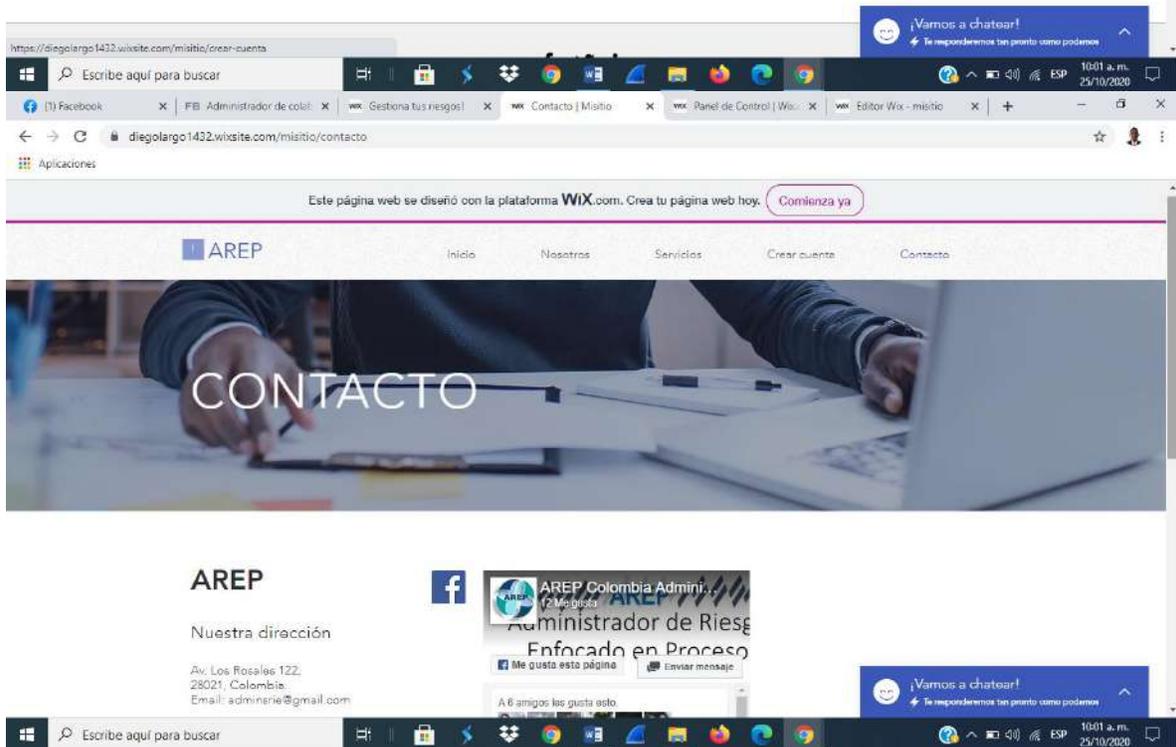
## 7. Marketing Digital

El marketing digital estará delimitado en la página web por WIX y por la red social Facebook, esta se basa en una comercialización de nuestro servicio por áreas digitales, estas herramientas ofrecen a la empresa inmediatez y posibilidad de medirse de manera rápida y real, utilizándose a su vez la web 2.0.











## 8. Estrategias de Marketing Digital

**Social Media Marketing:** por medio de redes sociales como: instagram, Facebook, twitter con el nombre de AREP, se podrá acceder a mayor información de la empresa, de la mano con **Social Commerce** Ventas online por redes sociales.

**Search Engine Optimization (SEO):** Por medio de un buscador especializado se podrá colocar en los primeros lugares de google, el nombre de AREP, riesgos y que al buscar la palabra clave sea uno de los primeros contenidos en salir, de la mano con **Búsquedas por voz** de google para que el usuario no tenga que teclear desde su smarphone

## 9. Métricas Clave

En cuanto a métricas de forma clave, aquí se entrara analizar la efectividad de nuestras campañas, en donde promedio de los indicadores ofrecidos por Facebook y wix podremos conseguir en mayor y mejor manera dicho resultado.

Estadística de la página:

The screenshot shows the Facebook Business Manager interface for the page 'AREP Colombia Administración de Riesgos Enfocado en Procesos'. The left sidebar contains navigation options like 'Inicio', 'Administrar tienda', and 'Estadísticas'. The main content area displays 'Cuándo están conectados tus fans' (no data available) and a table of recent posts.

Fecha de publicación	Publicación	Tipo	Segmentación	Alcance	Interacción	Promoción
20/10/2020 10:37	AREP Colombia	Imagen	Orgánico	12	1 2	Promocionar publicación
14/10/2020 10:33	Obtén un	Imagen	Orgánico	10	0 3	Promocionar publicación
14/10/2020 10:44	AREP Colombia	Imagen	Orgánico	0	0 1	Promocionar publicación

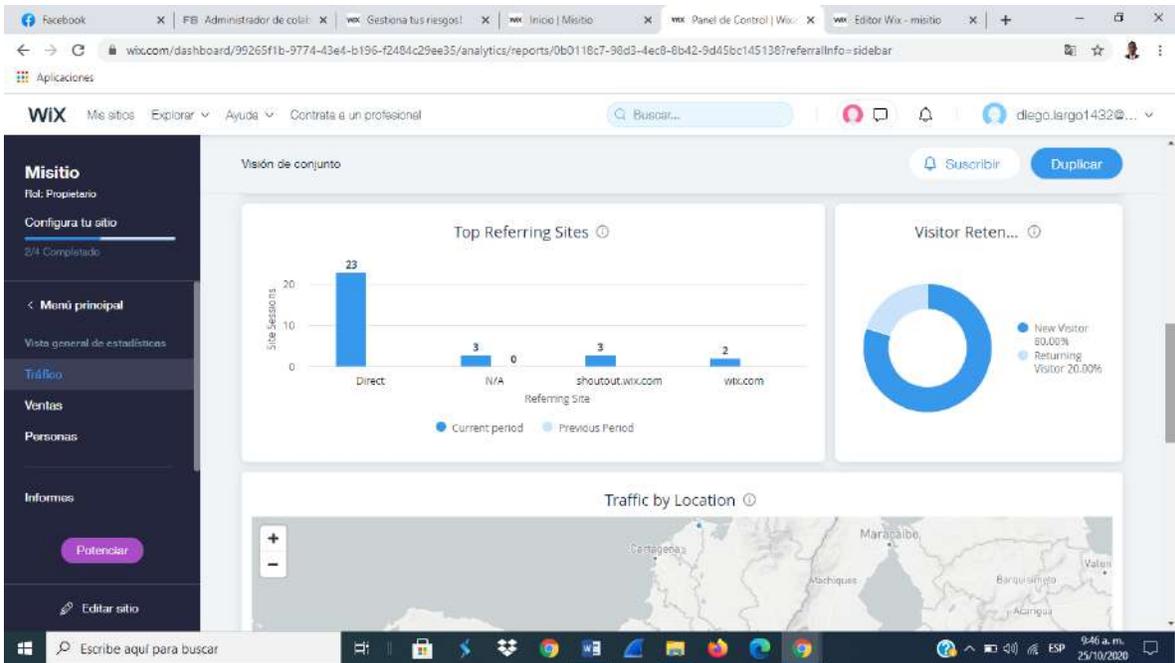
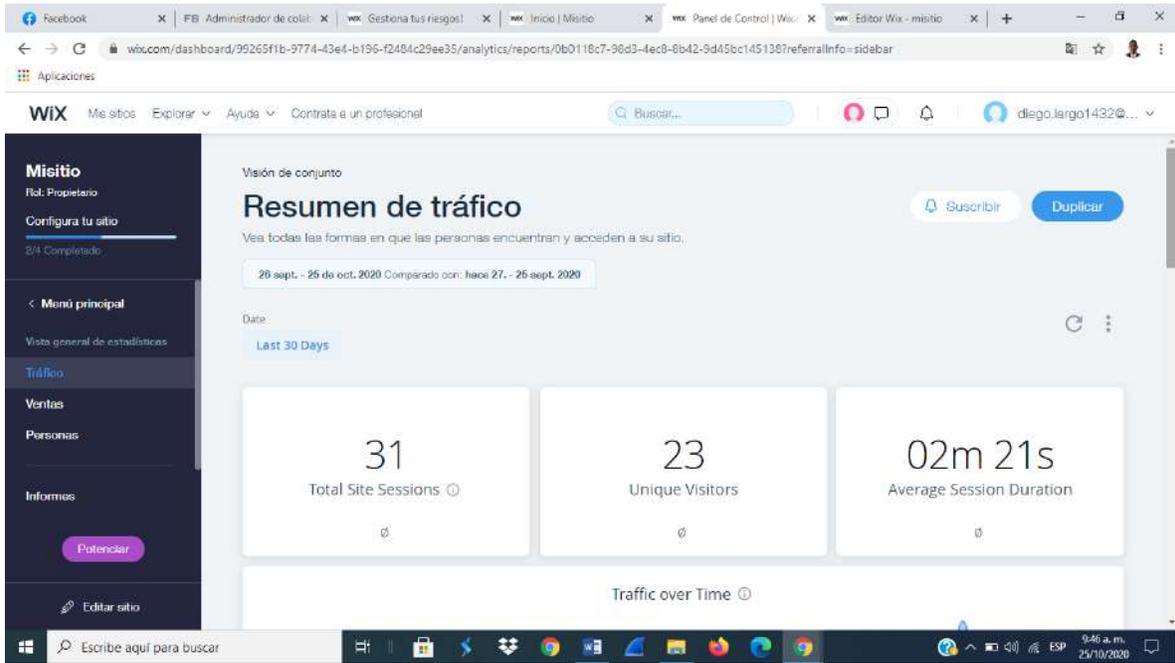
This screenshot shows the 'Detalles de la publicación' (Post Details) window for a post from 'AREP Colombia Administración de Riesgos Enfocado en Procesos'. It provides a breakdown of reach and engagement.

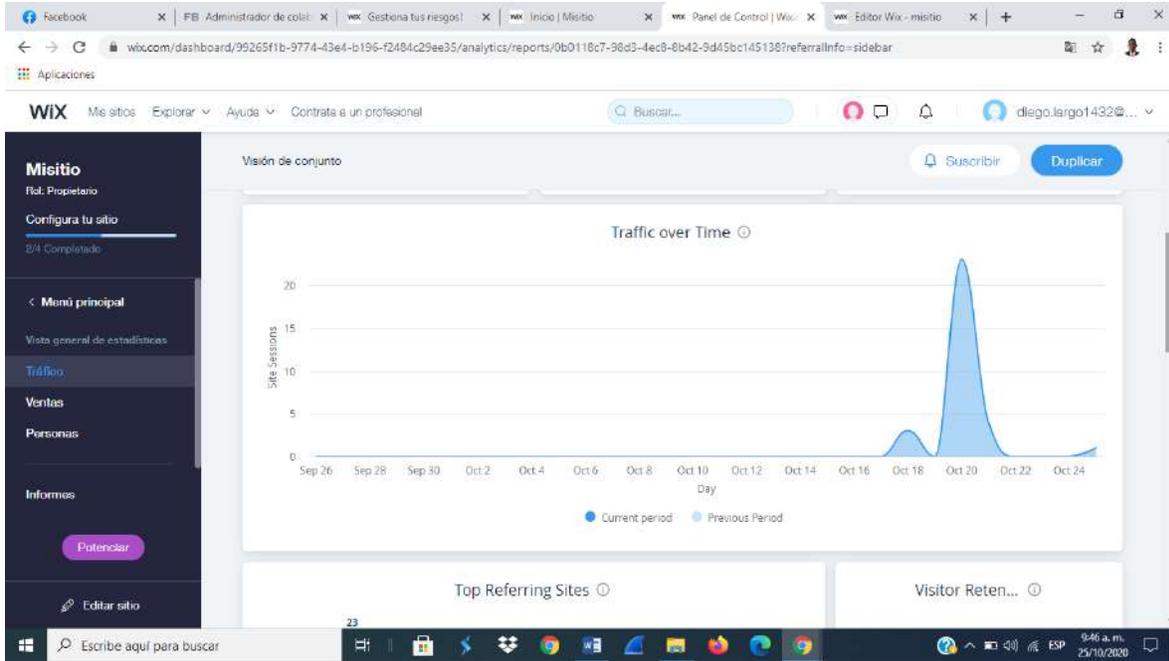
Rendimiento de tu publicación		
12 Personas alcanzadas		
3 Me gusta, comentarios y veces que se ha compartido		
1 Clic en publicaciones		
0 Visualizaciones de fotos	0 Clics en el enlace	1 Otros clics
COMENTARIOS NEGATIVOS		
0 Ocultar todos los comentarios		
0 Denunciar como spam		
0 No me gusta esta página		
3 Me gusta, comentarios y veces que se ha compartido		
DISTRIBUCIÓN DE CONTENIDO DE MARCA		
Ver desglose		
12 Alcance total	12 Alcance orgánico	0 Alcance pagado
16 Impresiones totales	16 Impresiones orgánicas	0 Impresiones de pago

The screenshot shows the Facebook Page Insights interface. The left sidebar contains navigation options: Inicio, Administrar tienda, Bandeja de entrada, Recursos y herramientas, Administrar ofertas de empleo, Notificaciones (7 nuevos), and Estadísticas. The main content area displays a 'Resumen de la página' for the last 7 days (Oct 18-24, 2020). It includes metrics for 'Acciones en la página' (6), 'Visitas a la página' (18), 'Vistas previas de página' (18), 'Me gusta de la página' (2), 'Alcance de la publicación' (17), and 'Alcance de la historia' (18). A 'Promocionar' button is visible at the bottom left.

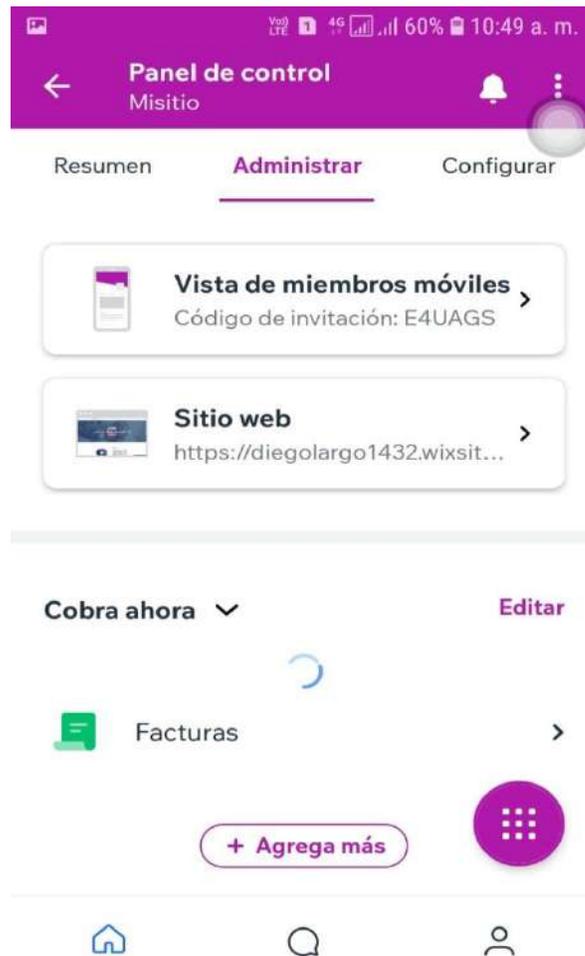
The screenshot displays the Wix Analytics dashboard. The main heading is 'Tráfico por primera página vista' for the period '26 sept. - 26 de oct. 2020'. The report shows 12 page paths, 26 site sessions, and 27 unique visitors. A table below provides a breakdown of the data:

Page Path	Site Sessions	Unique Visitors	Avg. Time on Page
/misio	21	17	00m 23s
/misio	4	4	00m 00s
/misio	3	1	00m 06s
/misio/servicios	1	1	00m 23s
/misio	1	1	00m 00s
/misio/crear-cuenta	1	1	00m 05s

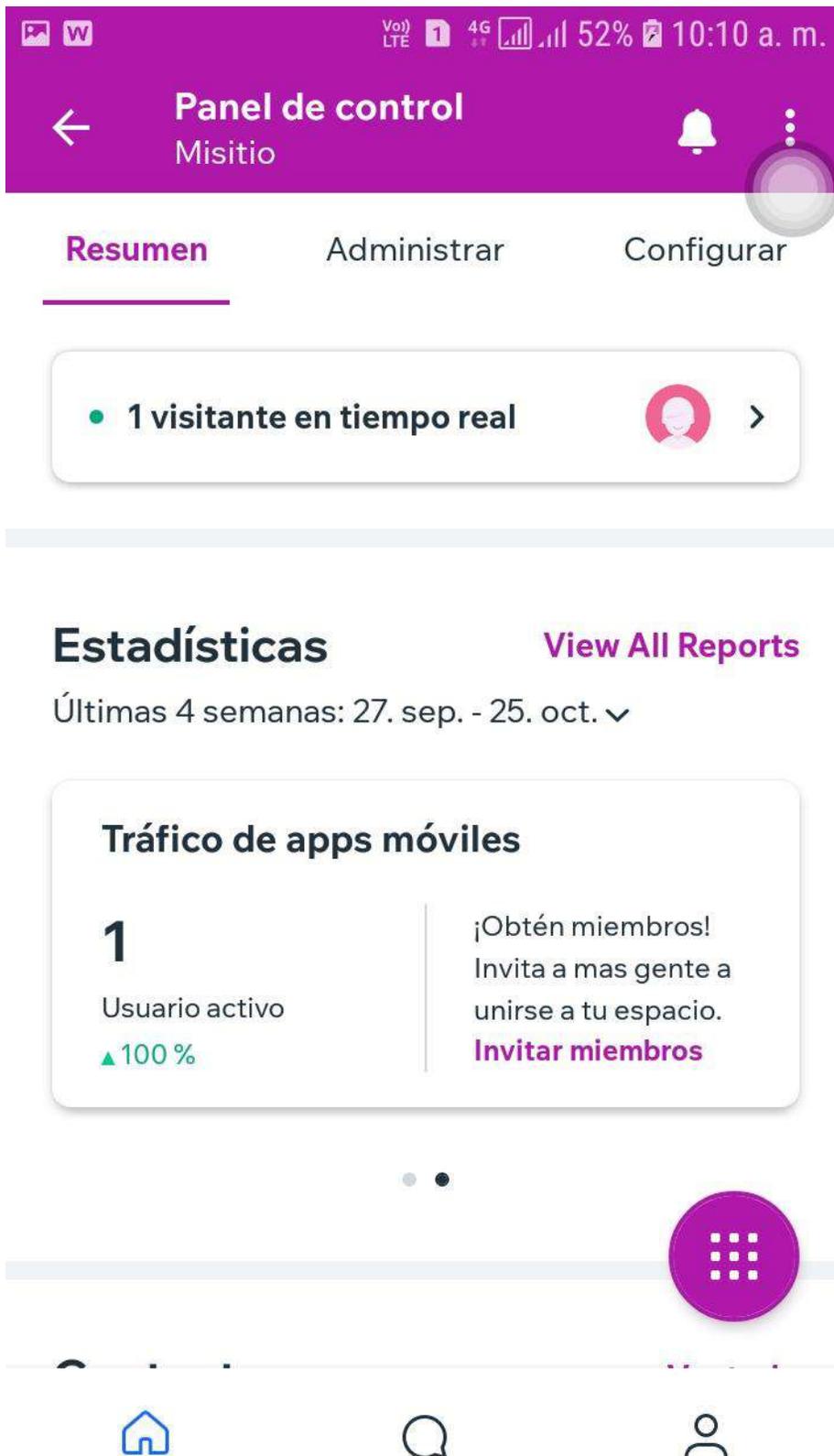




Wix Móvil:



The screenshot shows a mobile application interface for a dashboard. At the top, there is a purple header bar with a back arrow, the title "Panel de control Misitio", a notification bell, and a menu icon. Below the header are three tabs: "Resumen" (selected), "Administrar", and "Configurar". A white card displays "1 visitante en tiempo real" with a user icon and a right arrow. Below this is a section for "Estadísticas" with a "View All Reports" link and a date range "Últimas 4 semanas: 27. sep. - 25. oct. v". A white card titled "Tráfico del sitio" shows "27 Visitas" with a green upward arrow and "100%". At the bottom, there is a purple circular button with a grid icon and a standard mobile navigation bar with home, chat, and profile icons.



The image shows a mobile application interface for a control panel. At the top, there is a purple header bar with a back arrow, the title "Panel de control Misitio", a notification bell, and a menu icon. Below the header, there are three tabs: "Resumen", "Administrar" (which is selected and underlined), and "Configurar". The main content area features two cards: "Vista de miembros móviles" with an invitation code "E4UAGS" and "Sitio web" with a URL starting with "https://diegolargo1432.wixsit...". Below these cards, there is a section for "Cobra ahora" with a dropdown arrow and an "Editar" link. A loading spinner is visible above the "Facturas" card, which has a green icon and a right-pointing arrow. At the bottom of this section, there is a purple button labeled "+ Agrega más" and a purple circular icon with a grid pattern. The bottom of the screen features a navigation bar with three icons: a house, a speech bubble, and a person.

VoLTE 4G 60% 10:49 a. m.

Panel de control  
Misitio

Resumen **Administrar** Configurar

 **Vista de miembros móviles** >  
Código de invitación: E4UAGS

 **Sitio web** >  
<https://diegolargo1432.wixsit...>

Cobra ahora ▾ **Editar**

 Facturas >

**+ Agrega más**



## CAC Cuanto cuesta captar un cliente?

Gasto total / clientes: se decido un tiempo de aproximadamente 3 días, lo que equivale en dinero en horas aproximadas de dedicación total a \$ 144.000 (hora a 2000).

En la hipnosis de tener 27 clientes, se generó la siguiente acción:

$$144.000/27=5.333$$

Por lo anterior cada cliente cuesta captarlo 5.333.

## 10. Estudio Técnico

### Localización del proyecto

#### Macrolocalización

Macro-Localización del proyecto							
	Peso	Bogota		Neiva		Ibague	
Factor	0-100	calificación	ponderación	calificación	ponderación	calificación	ponderación
Impuestos	0,5	5	2,5	6	3	3	1,5
Mercado objetivo	0,1	9	0,9	7	0,7	5	0,5
Seguridad	0,2	7	1,4	5	1	5	1
Ingreso	0,1	10	1	7	0,7	4	0,4
Proximidad de los materiales	0,1	9	0,9	8	0,8	4	0,4
Totales			6,7		6,2		3,8

#### Análisis de los factores de Macro localización

**Impuestos:** Posee una puntuación de 5%, este se debe a que este disminuye la rentabilidad y precio del producto.

**Mercado Objetivo:** Donde se concentra la población a la cual nos vamos a dirigir tiene un peso de 10%

**Seguridad:** La seguridad es indispensable para evitar robos y afectaciones a la rentabilidad de la empresa, tiene un valor de 20%.

**Ingreso:** El ingreso de la población juega también un papel fundamental puesto a que estas personas tendrán el poder adquisitivo para comprar el producto valor de 10%.

**Proximidad de las materias primas:** Cuanto más cerca este de los proveedores, disminuirá costos en transportes y se proveerá un producto con un mejor precio, valor de 10%.

## MicroLocalización

Micro-Localización del proyecto							
	Peso	Centro		Bosa		Kennedy	
Factor	0-100	calificación	ponderación	calificación	ponderación	calificación	ponderación
Seguridad	0,5	7	3,5	6	3	3	1,5
Servicios Publico	0,1	6	0,6	8	0,8	5	0,5
Acceso transporte local	0,2	7	1,4	8	1,6	6	1,2
Cercania proveedores	0,1	4	0,4	7	0,7	4	0,4
Clima	0,1	9	0,9	10	1	4	0,4
Totales			6,8		7,1		4

### Análisis de los factores de Micro localización

**Seguridad:** La seguridad es indispensable para evitar robos y afectaciones a la rentabilidad de la empresa, tiene un valor de 50%.

**Servicios públicos:** Es un aspecto importante el tener acceso a los recursos de servicios públicos para el buen funcionamiento de la fábrica tiene un 10% de puntuación.

**Acceso transporte local:** Es indispensable tener buen transporte y varias vías para que los clientes puedan acceder a el lugar donde se encontrara la empresa, 10%.

**Cercanía proveedores:** Cuanto más cerca este de los proveedores, disminuirá costos en transportes y se proveerá un producto con un mejor precio, valor de 10%.

**Clima:** es un factor importante puesto a que dependiendo de este puede haber mayor o menor flujo de personas porcentaje de 10%.

**Toma de decisión:** Para la macro localización se determinó según el estudio realizado que Bogotá es la ciudad ideal para la implementación del proyecto contando con factores propicios para su puesta en marcha analizando los impuestos, mercado objetivo,

seguridad, ingreso y proximidad a las materias primas obteniendo una calificación de 6,7, por encima de la ciudad de Neiva y Ibagué, por la parte de la micro localización tomando de referencia Bogotá, la parte propicia fue el centro de la ciudad en el cual se analizó factores como seguridad, servicios públicos, acceso a transporte local, cercanía a proveedores y clima obteniendo una puntuación máxima sobre Centro de 7.1 puntos, siendo un sitio propicio para la implementación de la oficina y fabrica del producto.

### Requerimientos de inversión:

<b>INVERSIONES</b>	
Maquinaria	3.600.000
Equipos y enceres	5.643.900
Amortizacion intangibles	930.600
Capital de trabajo	

<b>TECNOLOGIA</b>				
DEPRECIACIÓN DE FABRICA		DEPRECIACIÓN EQUIPO ADMINISTRATIVO Y VENTAS		
DESCRIPCIÓN	PRECIO	DESCRIPCIÓN	PRECIO	
Software y programas	1.000.000	Computador de mesa + impresora	3.389.000	
Pantalla	600.000	Mueble y mesas	2.000.000	
Computador para actualizacion software	2.000.000	Otros	254.900	
<b>TOTAL</b>	<b>3.600.000</b>	<b>Total</b>	<b>5.643.900</b>	

<b>DEPRECIACION</b>					
<b>DEPRECIACIONES DE LA FABRICA</b>					
<b>ACTIVO</b>	VR. UNIDAD	ACTIVO FIJO	VID A UTIL	DEPREC. ANUAL	DEPREC. MENSUAL
MUEBLES MAQUINARIA Y EQUIPO	3.600.000	3.600.000	10	360.000	30.000
total depreciacion		3.600.000		360.000	30.000

DEPRECIACION EQUIPO ADMINISTRATIVO Y VENTAS					
articulo	valor articulo	valor total	vida util	depreciacion anual	depreciacion mensual
MUEBLES Y ENSERES	2.254.900	2.254.900	5	450.980	37.582
EQUIPO DE COMPUTACION	3.389.000	3.389.000	3	1.129.667	94.139
total depreciacion parte administrativa	5.643.900			1.580.647	252.193
Total Depreciación Ventas					
TOTAL DEPRECIACION AÑO		5.643.900		1.580.647	252.193

TOTAL ACTIVOS	9.243.900
TOTAL DEPRECIACION 5 AÑOS	1.260.965
<b>VALOR DE DESECHO</b>	<b>7.982.935</b>

**VALOR DE DESECHO**

<b>PROYECTADO A 5 AÑOS</b>	
<b>ACTIVOS DE FABRICA</b>	3.600.000
<b>EQUIPO ADMINISTRATIVO Y VENTAS</b>	5.643.900
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	9.243.900
<b>DEPRECIACION ACTIVOS FABRICA</b>	360.000
<b>DEPRECIACION EQUIPO ADMINISTRATIVO Y VENTAS</b>	1.580.647
<b>TOTAL DEPRECIACION</b>	1.940.647
<b>TOTAL DEPRECIACION POR 5 AÑOS</b>	9.703.233
<b>DEPRECIACION POR 5 AÑOS MENOS ACTIVOS</b>	-459.333

NOMINA PARA PAGO DE SUELDOS mano de obra indirecta												
No	CARGOS	SALARIO BASICO	DIAS LAB	SALARIO DEVENGADO	A.Tra nsporte	Horas Extras	Total Devengado	4%Salud	4%Pension	F S G	Total Deudor	Vr.Liquidar a Pagar
	<b>COSTO MOI</b>											
1	Supervisor tecnologia	900.000	30	900.000	102.854	0	1.002.854	36.000	36.000		72.000	930.854
	TOTAL COSTO. MOI	900.000		900.000	0	0	1.002.854	36.000	36.000		72.000	930.854

PROVISIONES			APROPIACIONES			COSTO MANO DE OBRA IDIRECTA			
CESANTIAS		83.571	SALUD		85.243	PRESUPUESTO DE TRABAJO	MES		HORA
INTERESES CESANTIAS		10.029	ARP		5.235		1.523.616		6.348
PRIMA DE SERVICIOS		83.571	FONDO PENSIONES		125.357				
			TOTAL		215.834				
			APORTES PARAFISCALES						
VACACIONES		37.500	ICBF		30.086				
			SENA		20.057				
			CAJAS COMPENSACION		40.114				
<b>TOTAL</b>		<b>214.671</b>							
					<b>90.257</b>				
			<b>TOTAL</b>		<b>7</b>				

NOMINA PARA PAGO PERSONAL DE PRODUCCION MANO DE OBRA DIRECTA												
No	CARGOS	SALARIO BASICO	DIAS LAB	SALARIO DEVENGADO	A. Transporte	Horas Extras	Total Devengado	4% Salud	4% Pension	F S G	Total Deudor	Vr. Liquidar
	<b>COSTO MOD</b>											
1	Operario de producción software	877.803	30	877.803	102.854	0	980.657	35.112	35.112		70.224	910.433
2	Operario de producción software	877.803	30	877.803	102.854	0	980.657	35.112	35.112		70.224	910.433
	<b>TOTAL NOMINA</b>	<b>1.755.606</b>	<b>60</b>	<b>1.755.606</b>	<b>205.708</b>	<b>0</b>	<b>1.961.314</b>	<b>70.224</b>	<b>70.224</b>		<b>140.448</b>	<b>1.820.866</b>

COSTO MOD									
PROVISIONES PRESTACIONES SOCIALES			SEGURIDAD SOCIAL			PRESUPUESTO ANUAL	MES	HO RA	AÑO
						MO			1
CESANTIAS	CESANTIAS	146.242	SALUD		149.227	Sueldos	1.755.606	5.967	21.067.272
INTERESES CESANTIAS	INTERES CESAN.	1.462	ARP		9.164	Auxilio Transporte	205.708		2.468.496
PRIMA DE SERVICIOS	PRIMA	146.242	FONDO PENSIONES		219.451	Seguridad social	377.842		4.534.098
			TOTAL		377.842	Aportes parafiscales	158.005		1.896.054
			APORTES PARAFISCALES			Provisiones prestaciones sociales	366.980		4.403.755
VACACIONES	VACACIONES	73.033	ICBF		52.668	Total	2.864.140	5.967	34.369.676
			SENA		35.112				
TOTAL	TOTAL	366.980	CAJAS COMPENSACION		70.224				
			TOTAL		158.005				

NOMINA ADM- GASTOS ADMINISTRATIVOS										
CARGOS	SALARIO BASICO	DIAS LAB	SALARIO DEVENGADO	A.Transporte	Horas Extras	Total Devengado	4% Salud	4% Pension	Total Deudoc	Vr.Liquid o a Pagar
Administrador	1.500.000	30	1.500.000	102.854		1.602.854	60.000	60.000	12.000	1.482.854
	1.500.000	30	1.500.000	102.854	0	1.602.854	60.000	60.000	12.000	1.482.854

<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>			
	<b>ME</b>		<b>AÑO 1</b>
Sueldo basico	<b>1.500.000</b>		18.000.000
Seguridad Social	<b>60.000</b>		720.000
Aportes parafiscales	0		0
Provisiones Prestaciones sociales	3.762.594		3.762.594
<b>Total</b>	<b>5.322.594</b>		<b>22.482.594</b>

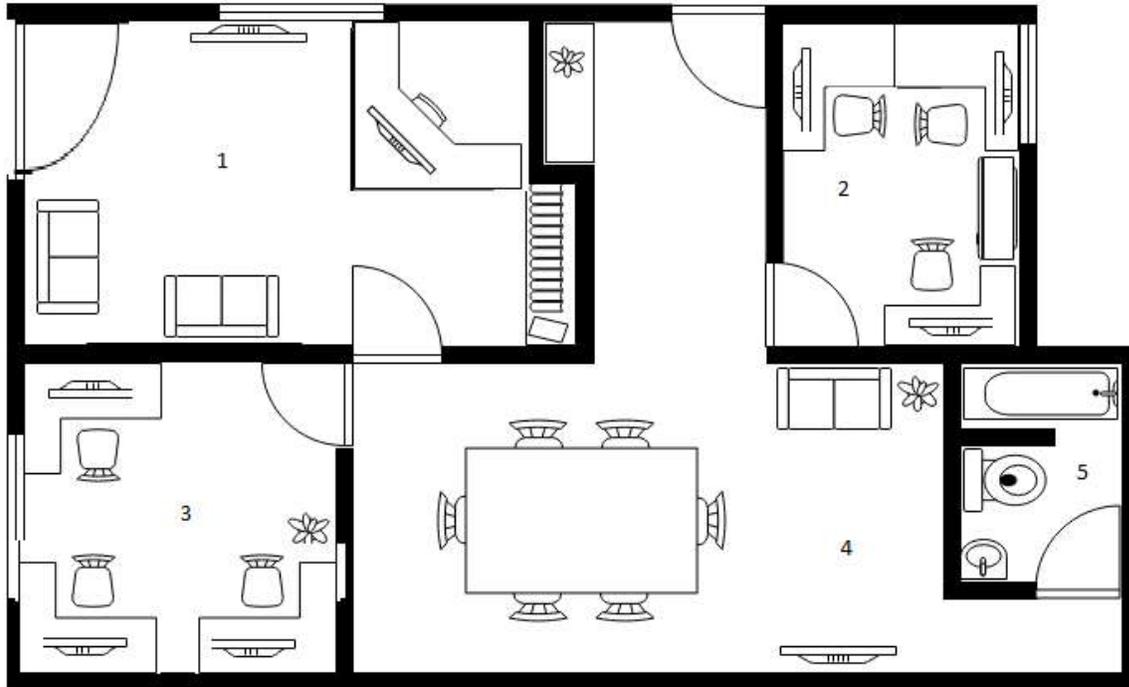
<b>SEGURIDAD SOCIAL</b>			<b>PROVISIONES PRESTACIONES SOCIALES</b>		
SALUD		127.500	CESANTIAS		1.499.400
ARP		0	INTERES CESANTIAS		14.994
FONDO PENSIONES		0	PRIMA DE SERVICIOS		1.499.400
<b>Total</b>		<b>127.500</b>			
<b>APORTES PARAFISCALES</b>					
ICBF		45.000	VACACIONES		748.800
SENA		30.000			
CAJAS DE COMPENSACION		60.000	<b>TOTAL</b>		<b>3.762.594</b>
<b>TOTAL</b>		<b>135.000</b>			

NOMINA ADMI- GASTOS DE VENTA											
CARGOS	SALARIO BASICO	DIAS LAB	SALARIO DEVENGADO	A.Transporte	COMISIONES	Total Devengado	4% Salud	4% Pension	F S G	Total Deudoc	Vr.Liquidoo a Pagar
VENDEDOR1	877.803	30	877.803	102.854	0	980.657	35.112	35.112		70.224	910.433
SUPERVISOR DE VEN	1.000.000	30	1.000.000	102.854		1.102.854	40.000	40.000		80.000	1.022.854
<b>TOTAL NOMINA</b>	<b>1.877.803</b>	<b>30</b>	<b>1.877.803</b>	<b>205.708</b>	<b>0</b>	<b>2.083.511</b>	<b>75.112</b>	<b>75.112</b>	<b>0</b>	<b>150.224</b>	<b>1.933.287</b>

GASTOS DE VENTAS							SEGURIDAD SOCIAL		PROVISIONES PARA PRESTACIONES SOCIALES	
	MESES	AÑO 1					SALUD	159.613	CESANTIAS	2.082.678
Sueldo basico	2.083.511	25.002.132					ARP	9.802	INTERES CESANTIAS	20.827
Seguridad social	387.710	4.652.520					FONDO PENSIONES	218.295	PRIMA DE SERVICIOS	2.082.678
Aportes parafiscales	169.002						Total	387.710		
Provisiones prestaciones sociales	5.226.271	5.226.271					<b>APORTES PARAFISCALES</b>			
Total	7.866.494	34.880.922					ICBF	56.334	VACACIONES	1.040.089
							SENA	37.556		
							CAJAS DE COMPENSACION	75.112	<b>TOTAL</b>	<b>5.226.271</b>
							<b>TOTAL</b>	<b>169.002</b>		

## Técnicas de infraestructura:

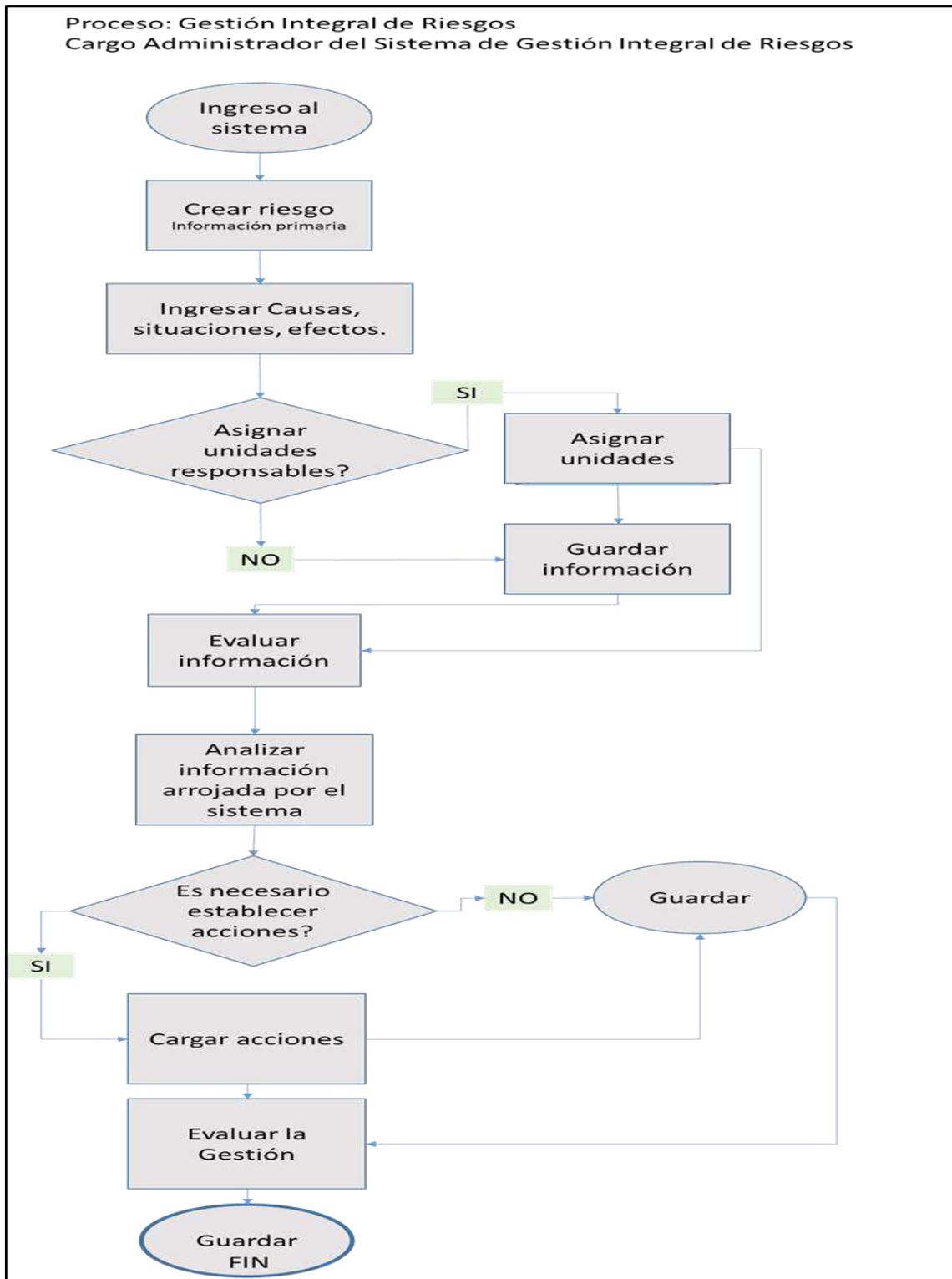
### Área requerida y distribución de espacios.



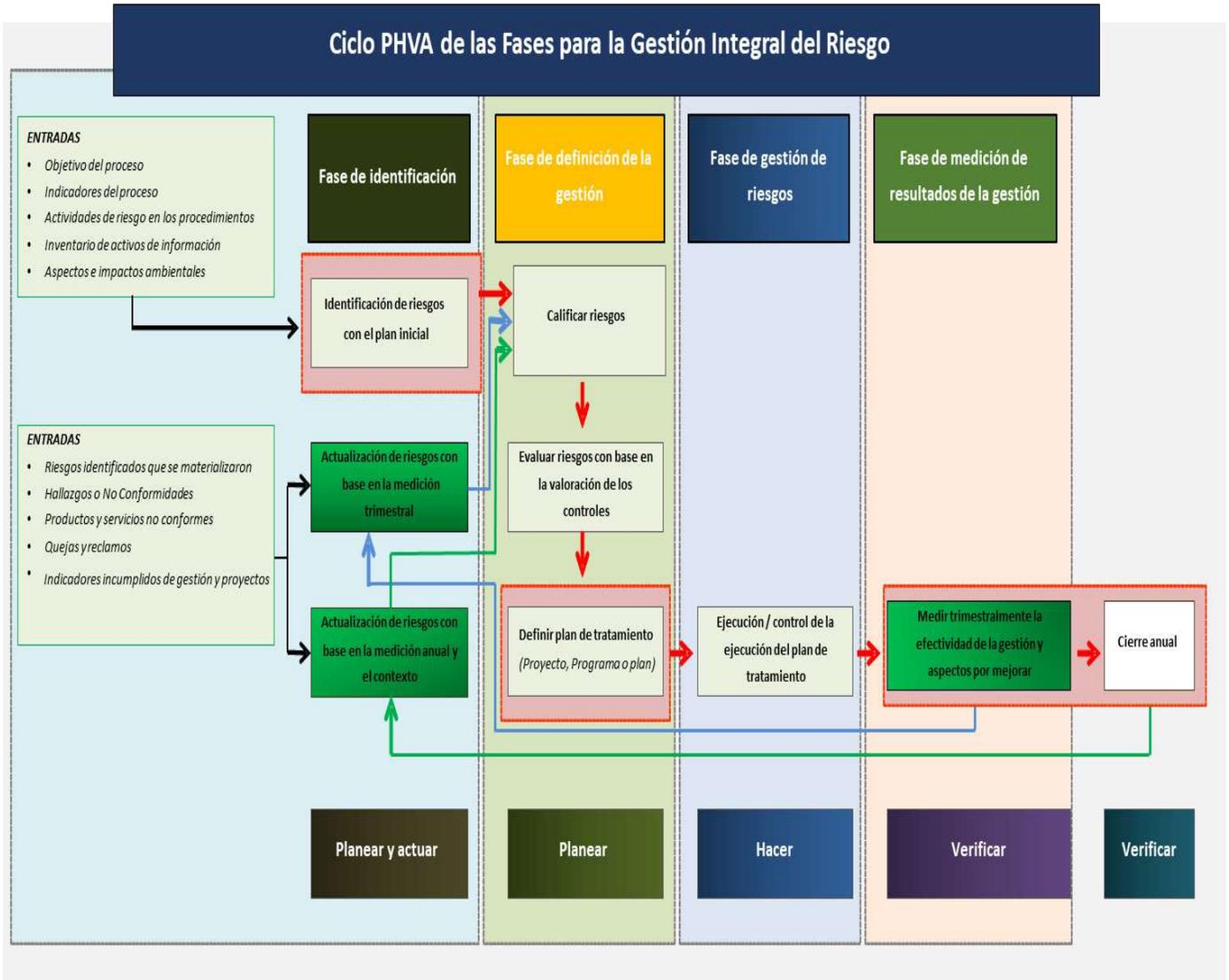
1. Zona de ventas: se realizara la venta del servicio, se tendrá el primer contacto con el cliente, también es llamada como el área o dependencia de ventas.
2. Zona de administrativa: Área de procedimiento logístico en el cual se despachara las unidades virtuales a vender
3. Zona de Fabricado: Área de producción del cual se fabricara los servicios requeridos por la empresa
4. Zona de gerencia: parte encargada de la coordinación, rentabilidad y todos los procesos involucrados en la empresa.
5. Baño

## 11. Estudio Técnico II

### 11.1 Flujograma.



Se establece un flujograma de las fases del PHVA para la operacionalización de la metodología:



## 11.1.2

Administración del Sistema de Gestión de Riesgos				
Actividad de proceso	Tiempo estimado de realización	Cargos que participan	Número de personas que intervienen por cargo	Equipo de soporte
Identificación de Riesgos	30 días	Administrador de Riesgos	Depende de los procesos o actividades que intervengan en la organización.	El sistema puede tener capacidad para generar más de 10.000 registros (Riesgos con toda su gestión).
Definición de la Gestión	10 días	Gestor de Riesgos		
Calificación	1 día			
Gestión	Se define en 10 días, se cumple durante la vigencia.			
Medición	10 días			
Total	61 días			

## 12. Estudio Técnico III

	<b>AREP COLOMBIA</b>	
	SG-FT-001	VERSIÓN 0
<b>FICHA TECNICA DEL SERVICIO</b>		
<b>A. NOMBRE DEL SERVICIO ( Defina el nombre del servicio)</b>		
Administración de la Gestión Integral de Riesgos		
<b>B. OBJETIVO</b>		
Administrar los lineamientos brindados por el usuario para identificar, describir, calificar, evaluar y priorizar el tratamiento de los riesgos que puedan afectar o impedir el logro de los objetivos y de sus procesos, a través de un software y metodología definida por el cliente o el brindado en nuestro servicio.		
<b>C. METODOLOGIA RECOMENDADA (ISO 31000)</b>		
<p>LA METODOLOGÍA CONSTA DE 5 ETAPAS: Estas etapas se desarrollan de acuerdo con los parámetros instaurados por el usuario y de acuerdo a la metodología que tengan definida en el sistema de gestión de calidad, así mismo contamos con los siguientes lineamientos, los cuales están enfocados a la ISO 31000.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Identificación de Riesgos: en esta etapa el objetivo es hacer una adecuada identificación y descripción de los riesgos de la organización, de forma que se facilite el desarrollo de las siguientes fases. Como aspectos relevantes se han estandarizado factores y agentes generadores (en relación con las causas o vulnerabilidades), incluye la identificación de situaciones de materialización para cada riesgo, la identificación de controles de detección tanto de riesgos materializados como de efectos y la estandarización de los efectos. Con la estandarización de factores, agentes generadores y efectos se pretende que la labor de describir un riesgo sea mucho más práctica y asertiva (esta información se ingresará al sistema de información).</li> <li>2. Definición de la Gestión: Incluye el análisis antes de controles, la valoración de controles y el análisis después de controles, con el fin de priorizar los riesgos para su tratamiento (Digitalización en el sistema).</li> <li>3. La calificación: se hace con base en las situaciones materializadas (de la etapa de Identificación), la identificación / valoración de controles se hace por causa o efecto dependiendo de si es un control preventivo o correctivo. De esta forma se dan las herramientas para la formulación de planes de tratamiento coherentes con las causas y consecuencias más relevantes y permiten obtener un panorama global de la organización, con el fin de formular planes que impacten de forma significativa la gestión.</li> <li>4. Gestión de Riesgos: En esta etapa se aprueban o desaprueban las acciones ejecutadas de los planes de tratamiento, se realiza el registro de las materializaciones de los riesgos identificados, la gestión de los eventos, (hallazgos/no conformidades, indicadores de gestión y proyectos incumplidos, producto y servicio no conforme recurrente), para determinar si a partir de estos, se pueden identificar nuevos riesgos y actualizar los ya identificados, lo que se constituirá en "Eventos a Evaluar".</li> </ol> <p>Esto significa, que permanentemente se debe gestionar la información en la herramienta tecnológica dispuesta para ello, lo cual, servirá posteriormente como insumo para la realización de los informes de gestión de riesgos.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>5. Medición de Resultados de la Gestión: Con base en la información registrada en resultados de gestión de los procesos, se miden los resultados en términos de la gestión del proceso. Muestra aspectos como riesgos materializados, la medición de la disminución y el aumento del nivel de riesgos con su respectivo análisis y la medición del desempeño de los planes de tratamiento (planes, programas y proyectos) de los riesgos institucionales, masivos por procesos e individuales.</li> </ol> <p>Así mismo, se consolidan los resultados trimestrales y se incluye la generación y análisis de situaciones específicas que contribuyan a fortalecer los activos de la organización en términos del conocimiento en Riesgos y se describen las Lecciones Aprendidas.</p>		

<b>D. DESCRIPCIÓN GENERAL</b>	
Administrar el sistema de gestión integral de riesgos a través de un sistema de información, para empresas que están certificadas en calidad o aquellas que estén o no en proceso de ser certificadas, proporcionando asesoría para la metodología de riesgos y las empresas que cuenten con la metodología solo se proporcionará el sistema de información para su adecuada gestión.	
<b>D. DURACION</b>	
La administración de riesgos esta enfocada en una duración anual, así mismo, está se podrá expandir de acuerdo a las disponibilidades del cliente. La duración de los contratos se actualizarán cada año, con el fin de de determinar acciones de mejora en el sistema y metodología, impuestas por el cliente y por el servicio.	
<b>E. ENTREGABLES</b>	
Sistema de información para la gestión integral de riesgos y de ser necesario metogología de riesgos	
<b>F. PERFIL DEL CLIENTE</b>	
Persona natural o jurídica y empresas que estén o no certificadas en normas de calidad, legalmente constituidas.	
<b>G. PERFIL DE QUIEN ENTREGA EL SERVICIO</b>	
<p>The diagram details the profile of the service provider. It is divided into two main sections: 'Tiempo completo' (Full-time) and 'Indefinido' (Indefinite). The 'Tiempo completo' section lists 'Dedicación' (Dedication) and 'Carga' (Load) as requirements, leading to the role of 'Administrador del sistema de gestión integral de riesgos' (Administrator of the integral risk management system). The 'Indefinido' section lists 'Contratación' (Contracting) and 'Perfil' (Profile) as requirements, leading to the role of 'Profesional en Administración de Empresas' (Professional in Business Administration) and 'Ingeniero de Sistemas' (Systems Engineer). A central box lists 'REQUISITOS DE CONTRATACIÓN' (Contracting Requirements). A list of 5 specific requirements is provided on the right, detailing knowledge updates, information integration, validation of procedures, report elaboration, and communication skills.</p>	
<b>Firma del responsable del servicio:</b>	<b>REPRESENTANTE LEGAL</b>
Nombre del Responsable del servicio	<b>DIEGO ARMANDO LARGO RODRÍGUEZ</b> <b>Firma:</b>

### 13. Lanzamiento de Producto Mínimo Viable.



## ¿Cómo resolverás este problema?



Busquedasde voz por Google y Posicionamiento en los primeros lugares del buscador por palabras claves.

## Cuál es el primer paso?



Optimización en las redes sociales y paginas web como mejoras de velocidad y tiempos de carga de la mano de un buen diseño y estructura visual del contenido ofrecido.

## **Bibliografía**

Auditool. (05 de julio de 2016). *¿Qué es la Administración de Riesgos?* Recuperado el 15 de septiembre de 2020, de <https://www.auditool.org/blog/control-interno/700-administracion-de-riesgos-conceptos-fundamentales>

Departamento administrativo de función pública. (16 de abril de 2020). *guia de administración del riesgo*. Recuperado el 15 de septiembre de 2020, de [file:///C:/Users//Downloads/GUIA\\_ADMINISTRACION\\_DEL\\_RIESGO\\_-\\_DAFP.pdf](file:///C:/Users//Downloads/GUIA_ADMINISTRACION_DEL_RIESGO_-_DAFP.pdf)

## CERTIFICADOS DE ASISTENCIA

8:34 4G  



De CUN • [crm@telecampus.co](mailto:crm@telecampus.co)  
 Responder a [crm@telecampus.co](mailto:crm@telecampus.co)  
 Para [jhon.quintero@cun.edu.co](mailto:jhon.quintero@cun.edu.co)  
 Fecha 19 de oct. de 2020, 5:35 p. m.  
 Encryptación estándar (TLS)  
[Ver detalles de seguridad](#)

Can't read or see images? [View this email in a browser](#)



Gracias por asistir al lanzamiento del libro

# Creando Oportunidades

Seis consideraciones conceptuales básicas sobre el emprendimiento empresarial.



**Jhon Mario Quintero Vasquez**

Pronto recibirás tu certificado de participación.

**¡Te esperamos en un próximo evento!**

**Te invitamos a que conozcas más de PA'LANTE**

[Conoce Pa'Lante](#)

**Pa'lante** La plataforma que impulsa a [l@s berrac@s](#)