



Servicio Nacional de Aprendizaje SENA

**Centro Electricidad, Electrónica y
Telecomunicaciones**



**SISTEMA DE INFORMACIÓN
PARA LA GESTIÓN DE CLIENTES Y COTIZACIONES DE
SEGUROS**

SENA 2022



Índice

Índice	2
Introducción	3
1. Objetivo General	3
2. Planteamiento del problema	4
3. Justificación:	4
4. Objetivos específicos:	4
5. Alcance y Delimitación:	5
7. Antecedentes	5
HubSpot CRM	5
SUGAR CRM.	6
ODOO CRM	7
8. Mapa de procesos BPMN	9
Análisis de una solicitud	10
Trámite de venta	11
9. Diagrama de casos de uso	12
10. Diagrama de despliegue	13
11. Diagrama de Gantt	14
11. Diagrama de Gantt.	15
12. Requerimiento de Activos	17
Requerimientos de Mano de Obra	17
13. Análisis del sector / Investigación de mercado	17
14. Información general de la empresa y el entorno	19
Análisis organizacional	19
DOFA	19
Logotipo	20
14.2 Organigrama de la empresa	21
14.3 Descripción de cargos	21
CEO	21



Servicio Nacional de Aprendizaje SENA

**Centro Electricidad, Electrónica y
Telecomunicaciones**



MARKETING	22
Departamento de VENTAS	24
Departamento de Operaciones	24
Departamento Administración	26
Departamento de Recursos Humanos	27
Gestión administrativa de personal	27
15. Proceso de legalización	28
15.1 Cámara y Comercio	28
15.2 DIAN	28
15.2.1 Facturas online .	29
16. Análisis financiero	29
16.1 Gastos Pre Operativos e Inversiones	33
16.2 Definición de Gastos y Costos de Producción	33
16.3 Gastos Administrativos y de Ventas	34
16.4 RESULTADOS E IMPACTOS ESPERADOS	35
17. Bibliografías:	36
18. Glosario de términos:	36
CONTROL DE DOCUMENTO	37

Introducción



Servicio Nacional de Aprendizaje SENA

**Centro Electricidad, Electrónica y
Telecomunicaciones**



1. Objetivo General

Desarrollar un sistema de información orientado a la web para la gestión de clientes y cotizaciones de seguros para la empresa Pérez Lara Cia LTDA

2. Planteamiento del problema

La empresa Pérez Lara Cia LTDA es una compañía dedicada a la asesoría de seguros que brinda a sus clientes una gran variedad de opciones presentando soluciones con las mejores recomendaciones en precios, condiciones y coberturas.

Se identificó como problemática de la empresa, la dificultad que presenta el área de mercadeo al momento de realizar las comparaciones de cotizaciones de los distintos seguros, debido a que la realización de estos se hace de forma manual, y por ende, requieren de un mayor tiempo y esfuerzo, repercutiendo de este modo en pérdidas de información, atraso en los procesos de estas solicitudes y reducción de prospectos de clientes.

Otra problemática que se identificó en la empresa fue la dificultad que presenta la misma área al momento de gestionar los clientes, pues no poseen una base de datos concreta ya que la información está dispersa entre los diferentes asesores de cada área de seguros y por tanto se les hace difícil y tedioso el saber bajo qué cobertura están los clientes y a qué empresa están afiliados. De este modo se amplía la pérdida de información, la demora en los procesos y la dificultad en la toma de decisiones de la empresa.

3. Justificación:

A partir del análisis de la problemática identificada se concluye información que permita gestionar los procesos de cotizaciones, rendimiento y la calidad en la prestación de los servicios de la empresa.

4. Objetivos específicos:

- Gestionar los procesos de cotizaciones.
- Gestionar la información de los clientes.



Servicio Nacional de Aprendizaje SENA

**Centro Electricidad, Electrónica y
Telecomunicaciones**



- Enviar informes y cotizaciones vía electrónica.
- Generar un cuadro comparativo que brinde las opciones de cotizaciones que la empresa quiere recomendar.
- Generar gráficos a partir de la generación de un cuadro comparativo que. Brinda las opciones de cotizaciones que la empresa quiere recomendar. información contenida en el cuadro comparativo.
- Gestionar los siniestros.
- Generar avisos de cobro para los clientes.
- Gestionar las pólizas de los clientes Gestionar los siniestros
- Generar avisos de cobro para los clientes.
- Generar alertas de vencimiento de pólizas

5. Alcance y Delimitación:

- Se estudiará cómo funcionan los procesos de gestión de cotizaciones de seguros en la empresa Perez Lara Cia LTDA
- El tiempo que se emplea para la creación del proyecto es de 1 año y 6 meses
- La información será apoyada por el área de mercadeo, la El tiempo que se emplea para la creación del proyecto es de 1 año y 6 meses El proyecto brindará la sistematización de los procesos de cotización de los distintos seguros que asesora la empresa, para sus empleados y la forma en que se presentan los servicios al cliente dirección general y la dirección administrativa
- El proyecto brindará la sistematización de los procesos de cotización de los distintos seguros que asesora la empresa, para sus empleados y la forma en que se presentan los servicios al cliente.

7. Antecedentes

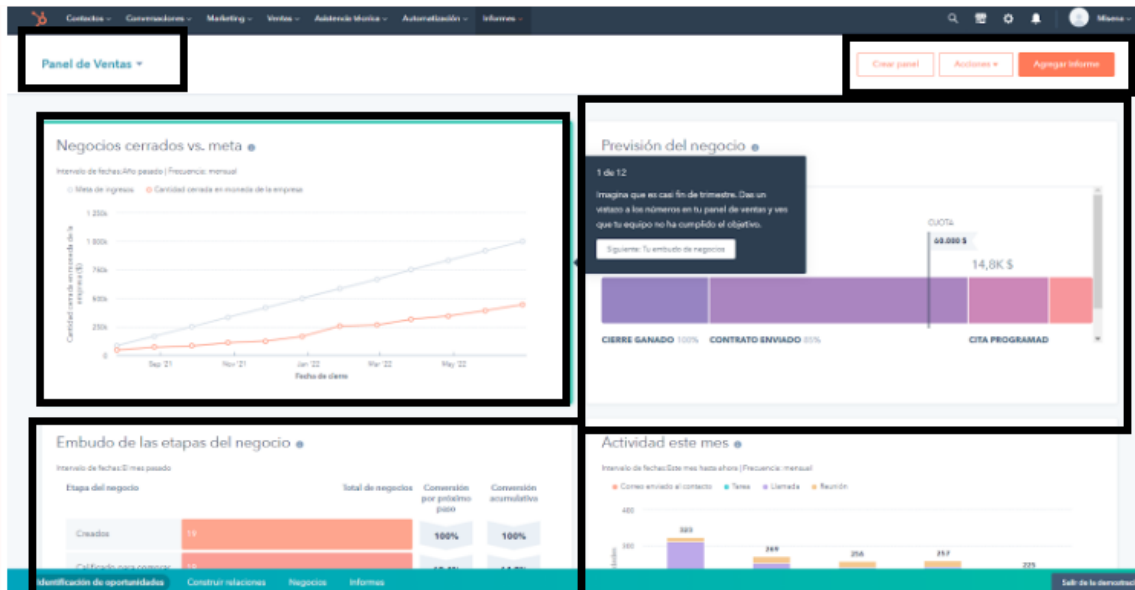
HubSpot CRM

HubSpot es un desarrollador y comercializador de productos de software con base en Cambridge, Massachusetts, que ofrece una suite completa de herramientas de marketing, ventas y atención al cliente para empresas de todo tamaño.



Servicio Nacional de Aprendizaje SENA

Centro Electricidad, Electrónica y Telecomunicaciones



- Nos muestra gráficas sobre las ventas obtenidas.
- También en la barra superior tenemos las herramientas necesarias para la creación o inicio de una cuenta de un administrador.
- A partir de la barra también podemos incluir, elementos importantes como el pedir ayuda, buscar un contacto clave, buscar opciones, etc..
- Incluimos las gráficas de barra donde nos muestran las actividades del mes en ventas.
- Las gráficas de línea nos pueden mostrar al administrador los negocios cerrados en fechas importantes que se han dirigido por la empresa.

SUGAR CRM.

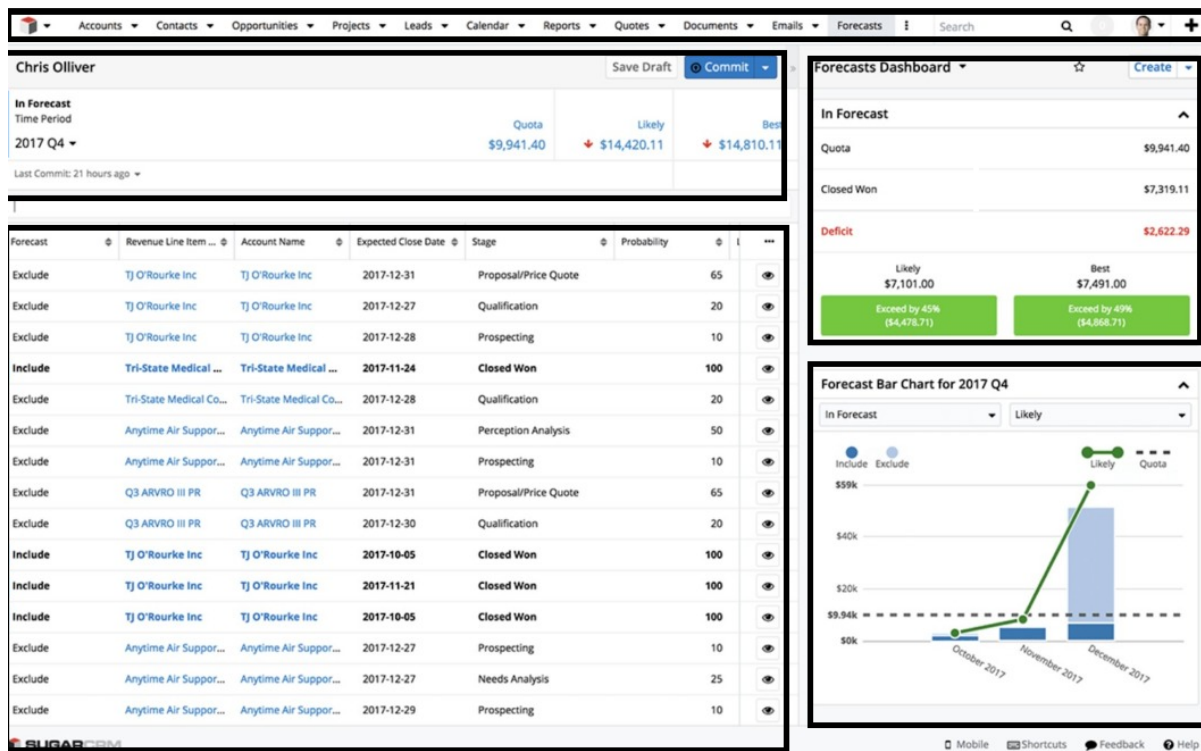


Servicio Nacional de Aprendizaje SENA

Centro Electricidad, Electrónica y Telecomunicaciones



- Tenemos en la barra superior el cambio de cuentas, los contactos, proyectos, calendario, reportes, emails, entre otros.
- Tenemos los precios exactos de una venta a un cliente.
- También tenemos el CRUD donde nos indica, fecha, nombre, precio y pedido de los clientes.
- Podemos añadir la factura que se le genera al cliente.



ODOO CRM

- **ODOO CRM** Tenemos ODOO como ejemplo de facturación:
- Principal en la barra superior tenemos el ingreso del administrador el cual tiene opciones como, generar otra factura, hacer reportes, ir a configuración, y ver ventas.



Servicio Nacional de Aprendizaje SENA

Centro Electricidad, Electrónica y Telecomunicaciones



- Tenemos la vista generada sobre una facturación con nombre y datos del cliente, también con fechas importantes sobre la venta.
- En el cuadro de abajo tendrá datos importantes sobre los productos, sus precios, además si incluye algún descuento al cliente.

Accounting Overview Customers Vendors Accounting Reporting Configuration

Invoices / INV/2019/0004

EDIT CREATE Print Action

SEND & PRINT REGISTER PAYMENT ADD CREDIT NOTE PREVIEW DRAFT OPEN PAID Send message Log note Schedule activity Follow

INV/2019/0004

Customer: Deco Addict, 325 Elsie Drive, Franklin WV 26807, United States
Invoice Date: 01/13/2019
Due Date: 01/13/2019
Salesperson: Marc Demo
Sales Team: Europe
Delivery Address:
Payment Terms: Immediate Payment

January 28, 2019

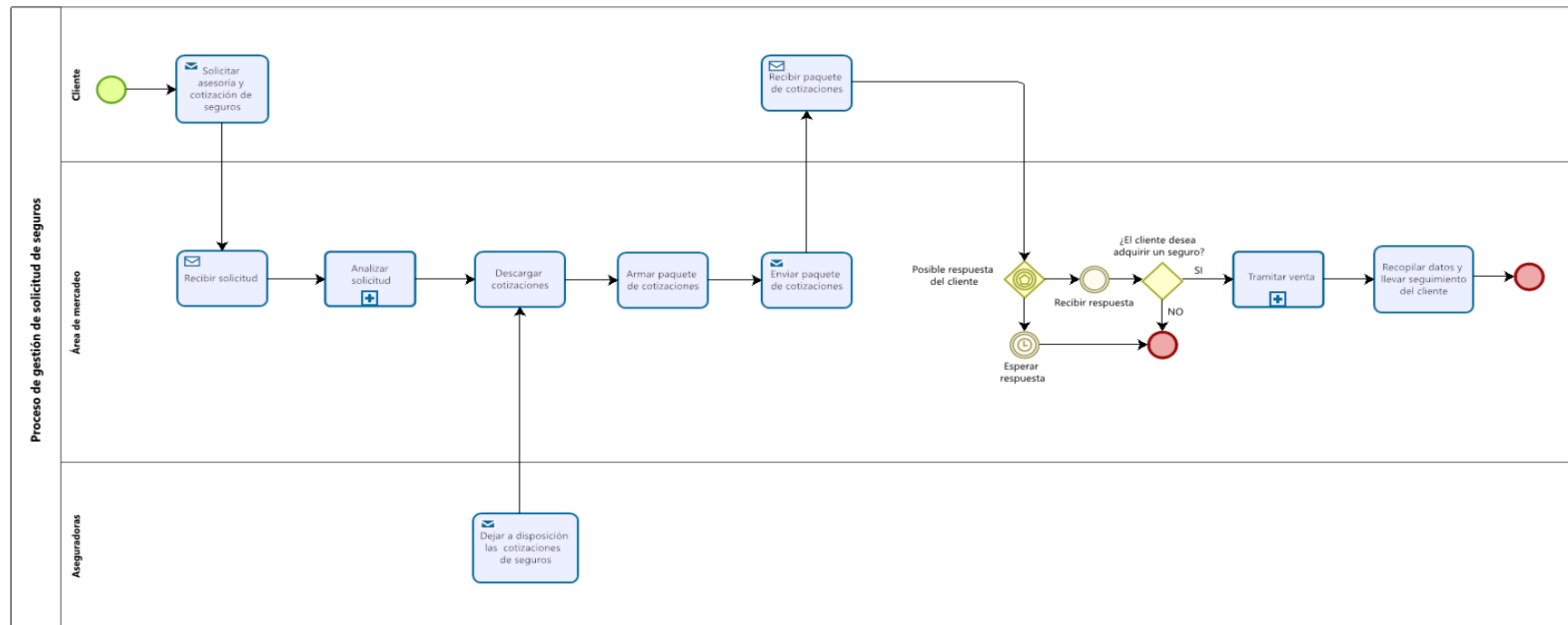
OdooBot - 3 days ago
Invoice validated
Status: Draft → Open

OdooBot - 3 days ago
Invoice Created
Type: Customer Invoice
Salesperson: Marc Demo
Status: Draft
Currency: USD
Partner: Deco Addict

Product	Description	Account	Deferred Revenue	Quantity	Price	Disc (%)	Taxes	Subtotal
[FURN_6741] Large Meeting Table	[FURN_6741] Large Meeting Table	200000 Product Sales		5.000	642.00	0.00		\$ 3,210.00
[FURN_8220] Four Person Desk	[FURN_8220] Four Person Desk	200000 Product Sales		5.000	280.00	0.00		\$ 1,400.00

Untaxed Amount: \$ 4,610.00
Tax: \$ 0.00
Total: \$ 4,610.00
Amount Due: \$ 4,610.00

8. Mapa de procesos BPMN



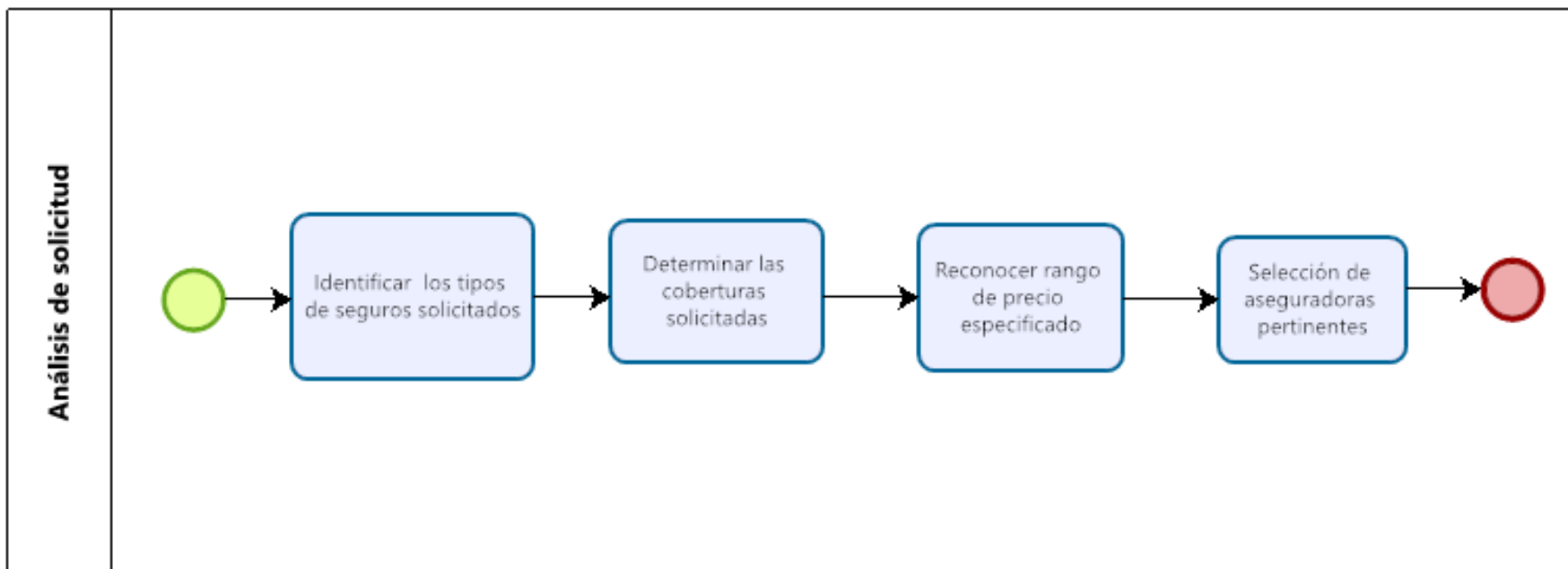


Servicio Nacional de Aprendizaje SENA

Centro Electricidad, Electrónica y
Telecomunicaciones



- **Análisis de una solicitud**



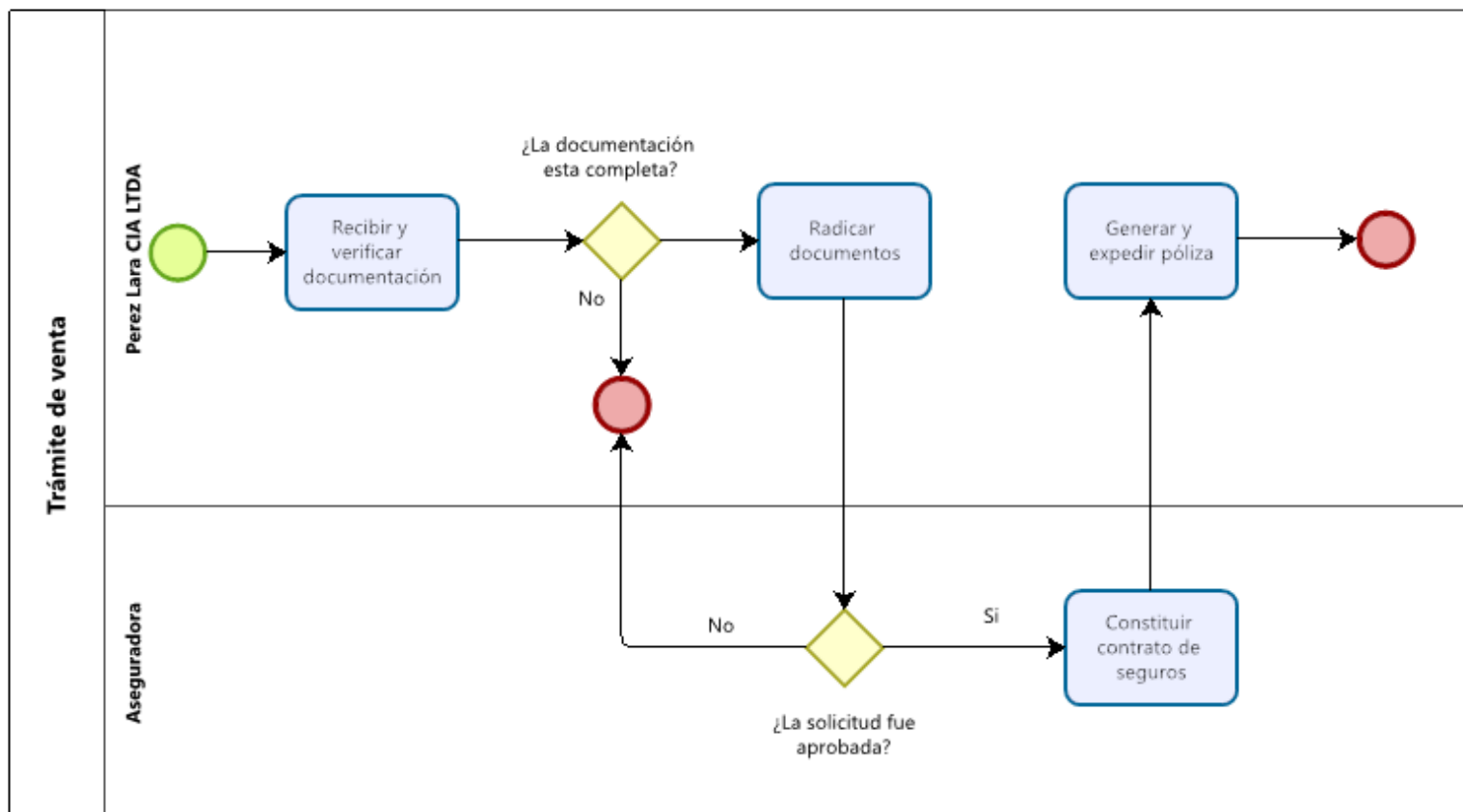


Servicio Nacional de Aprendizaje SENA

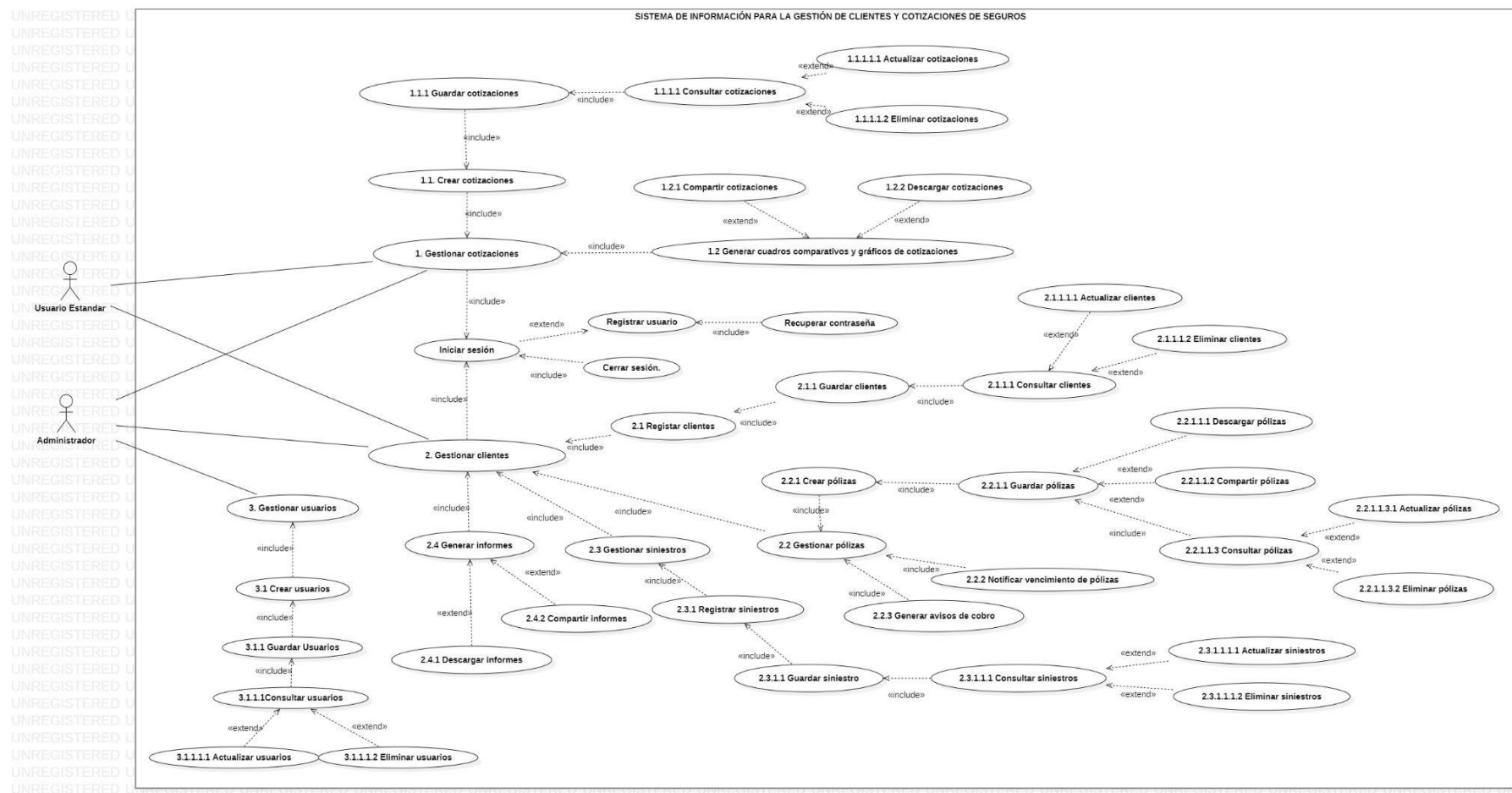
Centro Electricidad, Electrónica y
Telecomunicaciones



- Trámite de venta



9. Diagrama de casos de uso



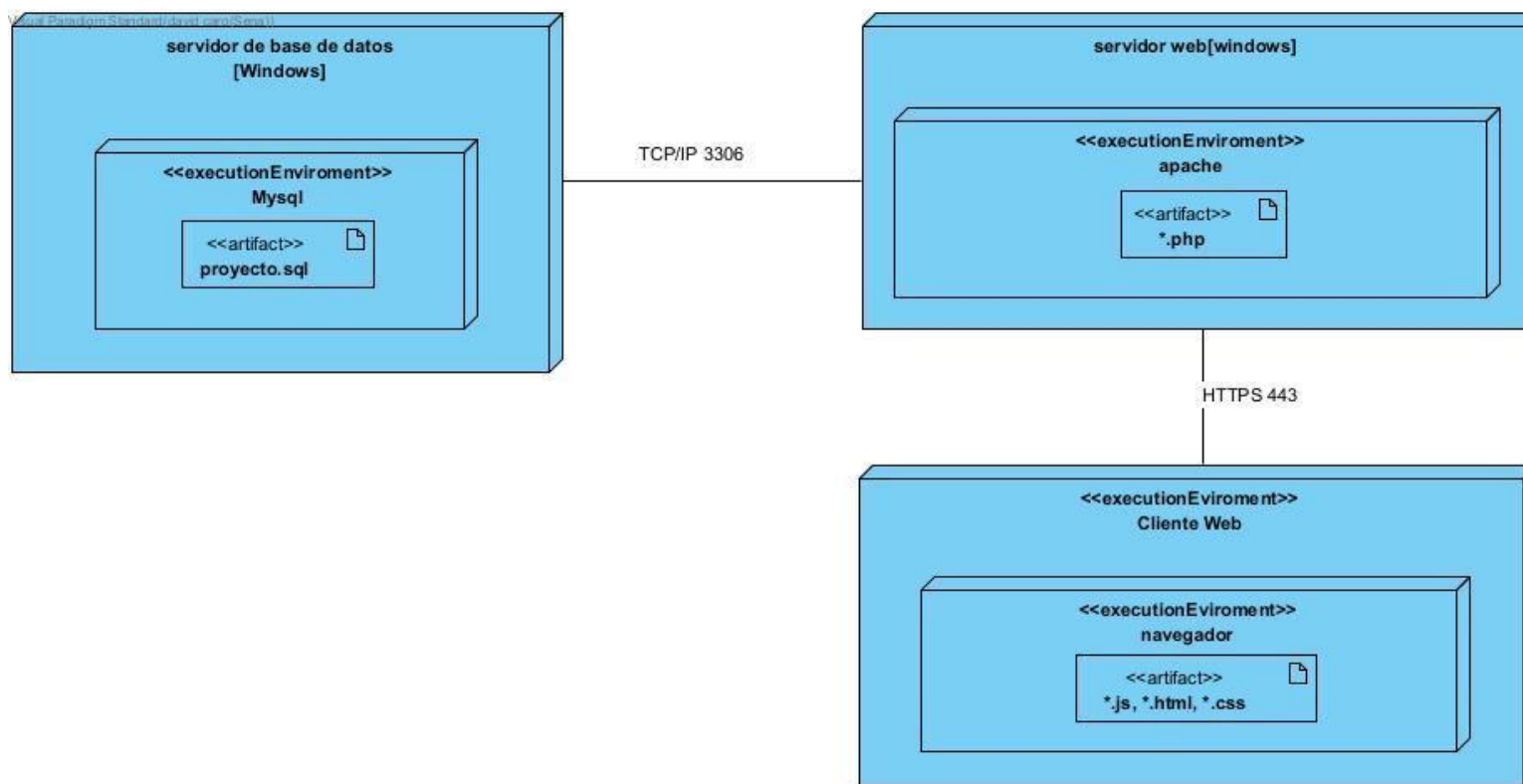


Servicio Nacional de Aprendizaje SENA

Centro Electricidad, Electrónica y
Telecomunicaciones



10. Diagrama de despliegue





Servicio Nacional de Aprendizaje SENA

Centro Electricidad, Electrónica y Telecomunicaciones



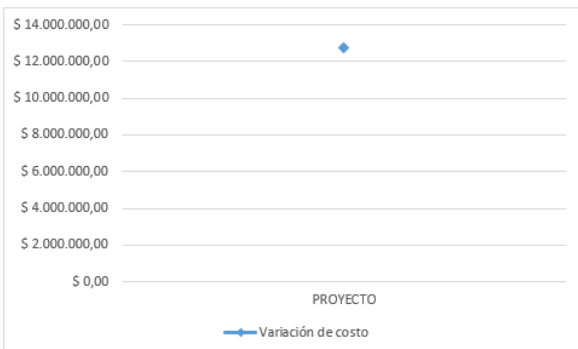
11. Diagrama de Gantt

Nombre	Costo	Costo de línea base	Variación de costo
Juan Sebastian Alarcon Diaz	\$ 1.494.000,43	\$ 0,00	\$ 1.494.000,43
David Santiago Caro Escobar	\$ 1.454.236,16	\$ 0,00	\$ 1.454.236,16
David Andrey Sánchez Ariza	\$ 1.465.597,38	\$ 0,00	\$ 1.465.597,38
Daniel Fernando Urrea Daza	\$ 1.482.639,21	\$ 0,00	\$ 1.482.639,21
Oscar Giovany Lopez Leal	\$ 1.442.874,94	\$ 0,00	\$ 1.442.874,94
Camila Andrea Torres Pinzón	\$ 1.374.707,62	\$ 0,00	\$ 1.374.707,62
Electricidad computador Camila	\$ 265.947,12	\$ 0,00	\$ 265.947,12
Electricidad computador Oscar	\$ 280.322,64	\$ 0,00	\$ 280.322,64
Electricidad computador Daniel	\$ 288.708,36	\$ 0,00	\$ 288.708,36
Electricidad computador Andrey	\$ 285.114,48	\$ 0,00	\$ 285.114,48
Electricidad computador Santiago	\$ 286.312,44	\$ 0,00	\$ 286.312,44

SOBRECOSTOS

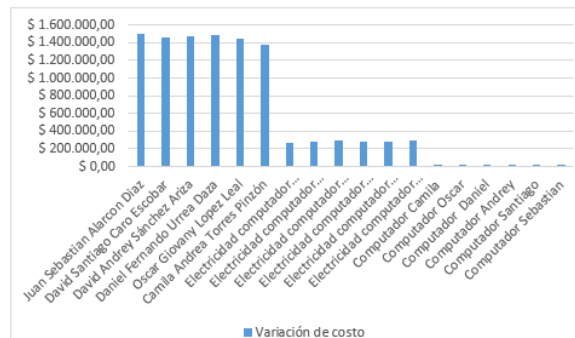
VARIACIÓN DE COSTO DE TAREA

Variación de costos para todas las tareas de nivel superior en el proyecto.



VARIACIÓN DE COSTO DE RECURSOS

Variación de costo de todos los recursos de trabajo.





Servicio Nacional de Aprendizaje SENA

Centro Electricidad, Electrónica y Telecomunicaciones



11. Diagrama de Gantt.

	Modo de	Nombre de tarea	Duración	Comienzo	Fin	Costo real	Costo	% cor
1	👉	PROYECTO	2223 horas	lun 30/08/21	lun 28/11/22	\$ 5.077.692,95	\$ 12.761.412,03	
2	👉	1. Análisis	60 horas	lun 30/08/21	vie 17/09/21	\$ 1.200.873,23	\$ 1.200.873,23	
3	👉	1.1 Componente metodológico	8 horas	lun 30/08/21	lun 30/08/21	\$ 205.811,93	\$ 205.811,93	
4	👉	1.1.1 Nombre del proyecto	3 horas	lun 30/08/21	lun 30/08/21	\$ 41.785,08	\$ 41.785,08	
5	👉	1.1.2 Objetivo general	3 horas	lun 30/08/21	lun 30/08/21	\$ 41.785,08	\$ 41.785,08	
6	👉	1.1.2 Objetivos específicos	2 horas	lun 30/08/21	lun 30/08/21	\$ 27.856,72	\$ 27.856,72	
7	👉	1.1.4 Planteamiento del problema	2 horas	lun 30/08/21	lun 30/08/21	\$ 27.856,72	\$ 27.856,72	
8	👉	1.1.5 Alcance del proyecto	3 horas	lun 30/08/21	lun 30/08/21	\$ 41.785,08	\$ 41.785,08	
9	👉	1.1.6 Justificación	3 horas	lun 30/08/21	lun 30/08/21	\$ 24.743,25	\$ 24.743,25	
10	👉	1.2 Levantamiento de información	20 horas	lun 6/09/21	vie 17/09/21	\$ 995.061,30	\$ 995.061,30	
11	👉	1.2.1 Entrevistas	20 horas	lun 6/09/21	vie 17/09/21	\$ 340.836,60	\$ 340.836,60	
12	👉	1.2.2 Observación	20 horas	lun 6/09/21	vie 17/09/21	\$ 340.836,60	\$ 340.836,60	
13	👉	1.2.3 Encuestas	15 horas	lun 13/09/21	vie 17/09/21	\$ 313.388,10	\$ 313.388,10	
14	👉	2. Planeación	90 horas	lun 20/09/21	mié 3/11/21	\$ 884.450,86	\$ 905.343,40	
15	👉	2.1 Informe de requerimientos (Estándar IEEE 830)	63 horas	lun 20/09/21	vie 22/10/21	\$ 383.029,90	\$ 403.922,44	



Servicio Nacional de Aprendizaje SENA

Centro Electricidad, Electrónica y Telecomunicaciones



Nombre	% completado	Costo	Costo de línea base	Variación de costo
PROYECTO	71%	\$ 12.761.412,03	\$ 0,00	\$ 12.761.412,03

	Nombre del	Tipo	Etiqueta de	Iniciales	Grupo	Capacidad	Tasa	Tasa horas	Costo/U:	Acumu	Calendario	Cód
	Juan Sebastian A	Trabajo		JS		100%	.680,61/hora	\$ 0,00/hora	\$ 0,00	Prorrateo	Estándar	
	David Santiago C	Trabajo		DS		100%	.680,61/hora	\$ 0,00/hora	\$ 0,00	Prorrateo	Estándar	
	David Andrey Sár	Trabajo		DA		100%	.680,61/hora	\$ 0,00/hora	\$ 0,00	Prorrateo	Estándar	
	Daniel Fernando	Trabajo		DF		100%	.680,61/hora	\$ 0,00/hora	\$ 0,00	Prorrateo	Estándar	
	Oscar Giovany Lo	Trabajo		OG		100%	.680,61/hora	\$ 0,00/hora	\$ 0,00	Prorrateo	Estándar	
	Camila Andrea Tc	Trabajo		CA		100%	.680,61/hora	\$ 0,00/hora	\$ 0,00	Prorrateo	Estándar	
	Electricidad com	Trabajo		ECC		100%	.197,96/hora	\$ 0,00/hora	\$ 0,00	Prorrateo	Estándar	
	Electricidad com	Trabajo		ECO		100%	.197,96/hora	\$ 0,00/hora	\$ 0,00	Prorrateo	Estándar	
	Electricidad com	Trabajo		ECD		100%	.197,96/hora	\$ 0,00/hora	\$ 0,00	Prorrateo	Estándar	
	Electricidad com	Trabajo		ECA		100%	.197,96/hora	\$ 0,00/hora	\$ 0,00	Prorrateo	Estándar	
	Electricidad com	Trabajo		ECDS		100%	.197,96/hora	\$ 0,00/hora	\$ 0,00	Prorrateo	Estándar	
	Electricidad com	Trabajo		ECS		100%	.197,96/hora	\$ 0,00/hora	\$ 0,00	Prorrateo	Estándar	
	Computador Carr	Trabajo		CA		100%	\$ 85,61/hora	\$ 0,00/hora	\$ 0,00	Prorrateo	Estándar	
	Computador Osc	Trabajo		CO		100%	\$ 85,61/hora	\$ 0,00/hora	\$ 0,00	Prorrateo	Estándar	
	Computador Dar	Trabajo		CD		100%	\$ 85,61/hora	\$ 0,00/hora	\$ 0,00	Prorrateo	Estándar	
	Computador And	Trabajo		CA		100%	\$ 85,61/hora	\$ 0,00/hora	\$ 0,00	Prorrateo	Estándar	
	Computador San	Trabajo		CSA		100%	\$ 85,61/hora	\$ 0,00/hora	\$ 0,00	Prorrateo	Estándar	
	Computador Seb	Trabajo		CS		100%	\$ 85,61/hora	\$ 0,00/hora	\$ 0,00	Prorrateo	Estándar	



12. Requerimiento de Activos

- 5 computadores:
 - Monitor 21.5 pulgadas
 - Teclado
 - Mouse inalámbrico
 - Procesador: Intel(R) Core i3
 - RAM de 4 gb o CPU @ 1.00GHz
 - disco duro 500 gb o Sistema operativo de 64 bits Windows 10
- 3 escritorios
- 3 sillas gerenciales ergonómicas
- 3 estabilizadores de energía

Requerimientos de Mano de Obra

- 5 desarrolladores de software o Trabajando 8 horas (lunes a viernes)

13. Análisis del sector / Investigación de mercado

Empresas de seguros Competitividad y tendencias del mercado.

Las empresas aseguradoras se hallan en una nueva competencia que incide drásticamente el crecimiento de su negocio, se trata de aplicaciones digitales de empresas desarrolladoras para comercializadores y emprendedores en el área.

La mayor parte de aseguradoras hallan servicios (software) para cotizar y emitir pólizas de manera casi inmediata, facilitar pagos en línea, reclamaciones y reporte de siniestros desde un teléfono inteligente y en pocos pasos. Las hay más amigables, más eficientes o innovadoras. Ahí está la competencia hoy y no solo en el costo del seguro.

Debido a la alta competencia el sector ha tenido una gran transformación en última década, la apertura a los inversionistas internacionales de la economía colombiana y el surgimiento vertiginoso de los adelantos tecnológicos que permiten al sector asegurador evolucionar con más rapidez y mayor eficiencia.

A través de las nuevas tecnologías de información y de comunicación resulta más sencillo para los aseguradores romper la cadena de creación de valor.



Servicio Nacional de Aprendizaje SENA

**Centro Electricidad, Electrónica y
Telecomunicaciones**



la tendencia del mercado se centra en la implementación de tecnologías para permitir el trabajo remoto. En cuanto al cambio del modelo frente a los clientes, las aseguradoras tienen la opción de presentar renovaciones automáticas en aquellas líneas de negocio donde la siniestralidad de la cuenta lo permita o prórrogas analizadas caso a caso.

CRM

Customer Relationship Management, es un modelo de gestión y herramienta que específicamente se basa en la satisfacción del cliente y la cual nos permite unificar, centralizar y organizar toda la gestión que un cliente realiza con una determinada empresa. El CRM posee un enfoque para gestionar la interacción que existe entre una empresa con sus clientes actuales y los potenciales.

Implementación de CRM a empresas de seguros

La implementación de un CRM significa para las compañías la manera de modernizarla a partir del conocimiento integral de sus clientes y sacar partido de ello incrementando su fidelidad, lo que será representado en ventas.

Las plataformas CRM en su generalidad cuentan con módulo de ventas, módulo de servicio y módulo de mercadeo; lo que nos brindará la información necesaria para la toma de decisiones de estas áreas. Es por esto por lo que los indicadores de ventas por producto, peticiones, quejas y reclamos y adicionalmente la medición del impacto de las campañas de mercadeo referente a las ventas de la compañía serán los necesarios para la consecución de los objetivos del plan estratégico de las diferentes empresas de seguros.



Servicio Nacional de Aprendizaje SENA

Centro Electricidad, Electrónica y
Telecomunicaciones



14. Información general de la empresa y el entorno

Análisis organizacional

Misión

Fomentar la organización, eficiencia y dinamismo en las empresas. Potenciando de esta manera, su desarrollo a gran escala, generando así un impacto positivo en la sociedad e influyendo en el progreso continuo de la misma.

Visión

Posicionarnos en el mercado sólidamente como una empresa innovadora, trazando un camino guiado principalmente por la disciplina y organización, dejando así de esta manera una huella, en el ámbito tecnológico, que trascienda e inspire al mundo a ser mejor.

Valores

- **Pasión:** Para nuestra empresa la labor que desempeñamos va más allá de un trabajo, es algo que nos gusta y apasiona, por ende, cada trabajo realizado está elaborado con la mejor disposición.
- **Disciplina:** Tenemos claro que uno de los pilares fundamentales del éxito, es la disciplina, por ende, nuestra empresa tiene sumamente presente este aspecto.
- **Compromiso:** Por medio del compromiso accedemos a la posibilidad de cumplir nuestros sueños, metas y objetivos, en nuestra empresa tenemos claro el objetivo y el compromiso que debemos tener para alcanzarlo exitosamente.
- **Integridad:** Los buenos principios morales son de suma importancia para forjar un ambiente seguro, ético y amigable con nuestros compañeros de trabajo, compañeros de negocios y todo en general.
- **Innovación:** El mundo está sujeto a cambios constantes, y nuestra empresa por medio de la implementación de innovación y creatividad, está dispuesta y capacitada para afrontarlos de la mejor manera.



Servicio Nacional de Aprendizaje SENA

Centro Electricidad, Electrónica y Telecomunicaciones



DOFA

<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> · Falta de alianzas · Poca creatividad en innovación de interfaces de usuario · Vulnerabilidad ante competidores 	<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> · Optimización de costos · Diseño de nuevas estrategias · El cambio del mercado implica la necesidad de aplicativos
<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> · Experiencia en el mercado · Reconocimiento de marca · Buena gestión de recursos · Excelente personal 	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> · Malas experiencias de los usuarios en los aplicativos · Objetivo de la competencia en el mercado · Empresas pequeñas y nuevas · Incumplimiento con el cliente

Logotipo



- **Eslogan:** Los días pasan y el pasado no vuelve, el futuro es hoy, por ende nuestro eslogan se enfoca en enfatizar la importancia de desarrollar y de desarrollar para el futuro.

- **Colores:**

Color amarillo: Nuestra empresa se caracteriza por estar en un ambiente de amabilidad y alegría, el amarillo representa estos factores.



Servicio Nacional de Aprendizaje SENA

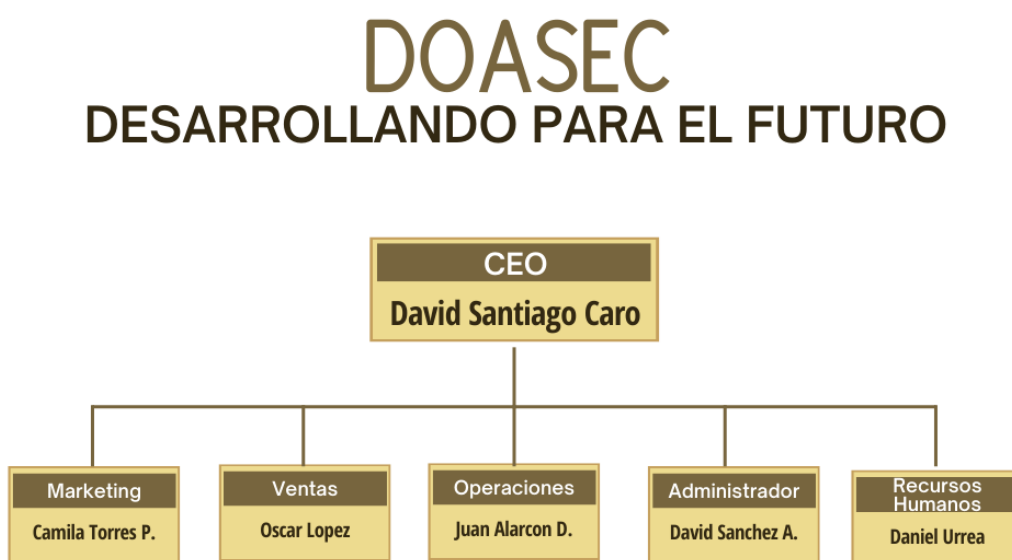
Centro Electricidad, Electrónica y
Telecomunicaciones



Color azul: Consideramos que la verdad, seriedad y lealtad es algo fundamental en cualquier proyecto y de alguna manera la solidez del azul nos representa esto.

Blanco: Es de suma importancia el orden, la creatividad para que las nuevas ideas puedan fluir de la mejor manera, con base en esto, sale el uso del color blanco en nuestro logo.

14.2 Organigrama de la empresa



14.3 Descripción de cargos

CEO

Chief executive officer (CEO) es el máximo ejecutivo de una organización, encargado de diseñar y aplicar estrategias para lograr los objetivos

- ❖ **Informar** a la junta directiva de los objetivos, gestión y logros de la empresa.
- ❖ **Planificar las estrategias** necesarias para que se cumplan los objetivos.
- ❖ **Motivar y asesorar** a los empleados que tiene a su cargo.
- ❖ **Tomar decisiones organizativas** para un periodo determinado.
- ❖ **Crear un buen equipo y manejarlo.**



Servicio Nacional de Aprendizaje SENA

**Centro Electricidad, Electrónica y
Telecomunicaciones**



Un buen CEO conoce sus propias limitaciones y sabe que no puede ejecutar todas sus funciones por sí solo. Por ello, es necesario que cree un equipo confiable en el que pueda delegar las diferentes labores que se llevarán a cabo en favor de la visión de la compañía.

❖ **Cuidar de los clientes.**

Para que una entidad logre una mayor cantidad de ganancias, es importante que mantenga a su clientela satisfecha gracias a un excelente servicio.

❖ **Usar el presupuesto empresarial**

para conseguir mayores beneficios.

- ❖ **Guiar a los directores** que encabezan los diferentes departamentos de la compañía.
- ❖ **Crear la estructura organizativa** de la corporación, tomando en cuenta a la competencia y los diferentes agentes externos para ganar nuevas cuotas de mercado.
- ❖ **Fijar los objetivos** que marcarán el rumbo de la entidad.

MARKETING

Un equipo de marketing eficaz puede tener un impacto fundamental no sólo en la empresa (impulsando el crecimiento y la rentabilidad), sino también en los usuarios finales.

❖ **Investigación de mercado**

En esta fase, el departamento de marketing analiza las necesidades de los consumidores, así como sus preferencias, deseos y sus hábitos o comportamientos. Se trata de una fase de carácter experimental, en la que los especialistas de marketing pueden llevar a cabo diferentes procedimientos para tantear y entender mejor el sector (por ejemplo, mediante sondeos). Realizar esta investigación contextual es fundamental para poder posicionar correctamente nuestro producto o servicio.

❖ **Análisis del producto o servicio y sus competidores**

Habiendo cumplido con la fase previa, el departamento puede reunir la información necesaria para determinar qué posición ocupa el producto o



servicio, cuáles son sus áreas de oportunidad, sus canales de distribución o los medios de promoción. Se analizará la competencia detectando sus estrategias, a fin de prever sus acciones y localizar puntos débiles: cuáles son los principales competidores, cuál es su público target, su experiencia en el sector, sus ventajas y fortalezas, debilidades ... de esta manera, no sólo se conocerá el sector o la competencia, sino que también se ganará conciencia sobre las fortalezas y debilidades del producto para así establecer un mejor plan de mejora y “ataque”.

❖ **Planificación y desarrollo de estrategias de marketing**

Gracias a todos los datos recopilados hasta el momento, las funciones del departamento de marketing podrán centrarse en formular estrategias que permitan alcanzar los objetivos propuestos, sobre todo en cuanto a la satisfacción de los consumidores. Posteriormente, el foco de atención se centrará en la distribución de recursos, la asignación de tareas y la coordinación de las actividades para llevar a el campo práctico las estrategias planteadas. Dentro de este apartado podría destacarse la fase de promoción de ventas, en la que el departamento de marketing determina como informar y atraer a los consumidores sobre los productos o servicios, ya sea a través de la publicidad en línea, los anuncios físicos, las promociones en determinados medios o la venta personal.

❖ **Desarrollo de pronósticos**

Partiendo de los análisis descritos en los puntos anteriores, se pueden establecer unos objetivos a cumplir, tanto a corto como a medio y largo plazo. Gracias a los pronósticos (siempre basados en datos reales y constatables), se puede hacer una previsión sobre timings, es decir, sobre cuándo podrían conseguir estos objetivos. De este modo, la empresa interioriza qué tan largo será el camino hacia el éxito y establece qué medios necesita para implementar las actualizaciones o mejoras.

❖ **Comunicación externa e interna**

Si nos planteamos que la comunicación es una de las principales funciones del departamento de marketing, probablemente lo asociaremos al público objetivo y los clientes. Y no estamos equivocados: la comunicación con el público, afianzado o potencial, se llevará a cabo por los medios que resulten más efectivos (las redes sociales se han convertido en una vía estupenda) y siempre de forma coherente tanto con los productos o servicios ofrecidos como con los valores de la marca



Departamento de VENTAS

Departamento de ventas: planificando y alcanzando metas con anticipación y buenos resultados.

❖ Establecer metas

Una de las principales funciones del área de ventas es crear objetivos claros y realistas, que colaboren con el crecimiento de la empresa y den buenos resultados. Establecer metas es un punto muy importante, ya que de esta manera es más fácil guiar al equipo de ventas.

El responsable por el departamento y el equipo de ventas deben unir esfuerzos y pensar en cuáles metas tienen sentido para el negocio, considerándolas a corto y a largo plazo, y así fijar los objetivos de ventas de la empresa. Cada empresa tiene sus propias necesidades, por eso deben establecer sus propias metas.

❖ Desarrollar buenas estrategias

Luego de fijar metas, el departamento de ventas debe crear estrategias de ventas para lograr los objetivos. Es decir, definir los canales de desempeño, predecir problemas y la metodología de servicio para que el equipo esté bien orientado.

❖ Mejorar la atención al cliente

El servicio al cliente es una parte importante del área de ventas, porque mantiene la calidad de la base de clientes, retiene información valiosa para la empresa y garantiza la satisfacción del cliente.

❖ Promocionar a la empresa

El departamento de ventas debe decidir junto con el de marketing el tipo de publicidad, así como los descuentos, y otros tipos de promociones que motiven al público objetivo a obtener el producto o servicio.

Como ya decimos, es importante tener un control y hacer un análisis de las ventas de manera constante, esto ayudará a mantenerte en el mercado con un posicionamiento de marca bien estructurado.

Departamento de Operaciones

El puesto de director de operaciones es uno de los más importantes para la gestión empresarial en una compañía. Se trata de uno de los puestos clave en la administración de recursos, ya que se involucra en áreas donde existen los



mayores costes. Al contrario de lo que se suele pensar, el director o directora de operaciones no solo busca eliminar o reducir las deficiencias que no aportan valor a la empresa, sino que también busca optimizar los procesos para hacerlas más eficaces por medio de iniciativas estratégicas.

❖ **Gestionar las estrategias de mercado**

El objetivo del director de operaciones es garantizar que una empresa ejecute sus procesos de la manera más eficiente posible. Lo hace través de la toma de decisiones estratégicas que le permiten evaluar y revisar la calidad de los mismos. También se encarga de desarrollar e implementar estrategias que garanticen las funciones operativas y comerciales de la empresa en las áreas de producción, compra, distribución y cadena de suministro son unas de las principales funciones del director de operaciones.

El diseño y la creación de estrategias son otras de las tareas del director de operaciones. Para ello es importante establecer alianzas comerciales que permitan garantizar una buena planificación y administración de los recursos en beneficio de la empresa.

❖ **Gestión de recursos y logística**

Asegurar que la empresa cuente con los recursos internos necesarios para cumplir con sus objetivos comerciales es una función del director o directora de operaciones. Con ello contribuye a identificar, a través del departamento de compras, que la adquisición del equipo y suministros garanticen la entrega continua de los servicios de cada departamento.

La logística es indispensable para que el director o directora de operaciones lleve a cabo las estrategias que se han planteado de manera óptima. Administrar los procesos productivos y la gestión de recursos humanos permitirá que las operaciones avancen de forma adecuada en todos los departamentos.

❖ **Optimización de procesos**

Esta función tiene que ver con analizar la eficacia de las operaciones y las estrategias comerciales que favorezcan el crecimiento del negocio a través de la automatización del servicio al cliente en la cadena de suministro y la optimización continua de los procesos tanto tecnológicos como organizacionales. El director o la directora de operaciones formula los proyectos y especificaciones para un desarrollo continuo de la empresa, ya que al mismo tiempo que se ocupa de la gestión de los recursos internos también coordina las estrategias de los procesos y sus operaciones.



❖ Supervisión del equipo de trabajo

Dirigir y supervisar al personal de operaciones es también una de las funciones del director de operaciones. Esto le permite alinear todos los niveles del personal de la empresa: comunicar expectativas, motivar a que se cumplan los objetivos organizacionales y fomentar el máximo rendimiento de los empleados para cumplir con los objetivos de producción y entrega de manera puntual.

Otra de sus tareas es asegurar el reclutamiento, desarrollo profesional y retención de empleados de la empresa a través de la promoción de un buen clima laboral que contribuya al desarrollo profesional y comercial de los integrantes de cada departamento.

❖ Vigilancia del rendimiento de la empresa

La dirección de operaciones tiene como una de sus funciones supervisar los procesos diarios y mantener al director ejecutivo informado sobre el rendimiento de la empresa, además de realizar la evaluación de la efectividad o eficiencia de los procesos; así garantiza que se cumplan los objetivos de gastos y resultados marcados. Crea herramientas de medición que analizan la efectividad tanto de los procesos internos como externos y proporciona informes precisos y oportunos que describen el estado operativo de la empresa.

❖ Implementación de políticas

El director de operaciones también tiene como función implementar políticas que mejoren el rendimiento de las operaciones diarias de la empresa con el fin de garantizar el éxito de las estrategias comerciales a través de la coordinación de los diferentes departamentos; al tiempo que establece un mismo enfoque en todas las operaciones y procedimientos.

Departamento Administración

El personal de administración se ocupa de atender el pago de las nóminas y las facturas, controlar los movimientos en las cuentas de la empresa, supervisar los gastos de los diferentes departamentos y elaborar balances generales o parciales sobre la situación de la empresa.

Según la estructura adoptada por la empresa, el departamento de administración puede ser igualmente responsable de atender las peticiones de las otras áreas del negocio, por ejemplo, en materia de dotaciones presupuestarias.

Los departamentos deberán notificar a los administrativos una determinada adquisición o inversión, posiblemente estos deberán validar la operación



Servicio Nacional de Aprendizaje SENA

**Centro Electricidad, Electrónica y
Telecomunicaciones**



siguiendo unos criterios previamente definidos (en ocasiones, esta función corresponde al departamento de finanzas).

Atracción, reclutamiento y selección, onboarding, desarrollo, retención, salida y employer branding... cada fase es igual de importante para el devenir de un profesional en la empresa y, en consecuencia, para la productividad y rentabilidad de la misma.

Departamento de Recursos Humanos

La organización empresarial consiste en concretar las tareas que se van a realizar y a qué personas se les asignará, con el fin de conseguir los objetivos globales de la compañía. Para ello, es importante que los trabajos realizados por cada trabajador, no se solapen unos con otros y se optimicen recursos. Este es el objetivo principal del departamento de recursos humanos o personal.

Gestión administrativa de personal

Consiste en realizar tareas administrativas derivadas de la gestión del personal como pueden ser nóminas, seguros sociales, contratos, tramitación de sanciones, despidos, control horario...

❖ Reclutamiento y selección de personal

La búsqueda del candidato ideal para cada puesto de empleo, siguiendo ciertas pautas:

Conseguir una base de CV para poder seleccionar candidatos

Realizar pruebas de selección: Que validen las aptitudes y actitudes de cada candidato según el puesto para el que vaya a ser seleccionado. Se puede realizar todo desde la propia empresa o recurrir a una empresa externa como una ETT o consultoría de Recursos Humanos que nos den apoyo en el proceso. Se puede abrir un proceso de selección interno (promoción entre los empleados de la empresa) o externo (buscar nuevos trabajadores).

Acogida del nuevo empleado: Una vez seleccionado el candidato que pasará a formar parte de la empresa, hay que llevar a cabo el plan de acogida e incorporación de nuevos trabajadores para que se adapten adecuadamente al puesto.



15. Proceso de legalización

La sociedad por acciones simplificada es una sociedad de capitales cuya naturaleza será siempre comercial, independientemente de las actividades previstas en su objeto social. Para efectos tributarios, la sociedad por acciones simplificada se registrará por las reglas aplicables a las sociedades anónimas.

Ley 1258 de 2008 Congreso de la República - Colombia

podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes sólo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes. este vínculo se hace presente aquí ya que los involucrados dan el mismo monto de aportación para dicha sociedad

Empresa: DOASEC

Socios: David Andrey Sanchez, Daniel Fernando Urrea, Juan Sebastian Alarcon, Camila Andrea Pinzon, Oscar Lopez, David Santiago Caro

Participación y fuentes de capital: Participación 16,66% por cada uno de los socios. Capital de cada uno de los socios

❖ 15.1 Cámara y Comercio

- Original del documento de identidad.
- Formulario del Registro Único Tributario (RUT).
- Formularios de Cámara de Comercio. Haz clic aquí para obtenerlos.
- Formulario Registro Único Empresarial y Social (RUES)
- Carátula única empresarial y anexos, según corresponda (Persona Natural)

Luego de tener esto listo, debes ingresar al proceso de registro donde te vas a encontrar con la Ventanilla Única Empresarial, en donde el sistema te guiará para responder las preguntas indicadas.

❖ 15.2 DIAN

Alistar la documentación y cumplir los siguientes requisitos:

- Cédula de ciudadanía del solicitante: Fotocopia del documento de identidad del solicitante y la exhibición del original.

En caso de extravío de la Cédula, Fotocopia y exhibición del documento que expide la Registraduría Nacional del Estado Civil para el efecto.



- Si la persona es menor de edad debe presentar la tarjeta de identidad.
- Si la solicitud se realiza a través de apoderado
- Poder especial: debe contener el sello de presentación personal y reconocimiento de contenido ante notaría.
- Poder General: se debe presentar con Certificación original de vigencia del mismo ante notaría cuando este sea mayor a seis (6) meses.

En los dos casos se debe adjuntar fotocopia de la cédula del poderdante y del apoderado.

➤ **15.2.1 Facturas online .**

- Ingresa a la página de la DIAN :
<https://catalogo-vpfehab.dian.gov.co/User/Login>
- Diligencia tus datos para recibir el TOKEN / Link de ingreso:
 - ◆ Empresa: persona jurídica
 - ◆ Persona: persona Natural
 - ◆ Certificado: búsqueda del certificado en el computador. 3.
- Formaliza tu Registro como facturador electrónico
- Ingresa al portal «HABILITACIÓN»
- Menú: participantes / Facturador y conjura «Modo de Operación»
 - ◆ Selecciona: «Software Gratuito»
- 6. El sistema genera automáticamente los rangos de facturas de prueba

16. Análisis financiero

Pagos a un trabajador con salario mínimo	
Salario mínimo	\$ 908.526,00
Auxilio de transporte	\$ 106.454,00
Total	\$ 1.014.980,00
Aportes parafiscales	



Servicio Nacional de Aprendizaje SENA

Centro Electricidad, Electrónica y
Telecomunicaciones



Sena	No aplica
ICBF	No aplica
Caja de compensación	\$ 36.341,04
Seguridad social	
Cotizaciones a salud	No aplica
Cotizaciones a pensión	\$ 109.023,12
Cotizaciones a riesgos laborales	\$ 4.742,51
Prestaciones sociales	
Prima de servicios	\$ 84.581,67
Auxilio de cesantías	\$ 84.581,67
Intereses sobre cesantías	\$ 10.149,80
Vacaciones	\$ 37.885,53
Costo total mensual	\$ 1.382.285,33



Servicio Nacional de Aprendizaje SENA

Centro Electricidad, Electrónica y
Telecomunicaciones



	mes	dia	hora
Salario Mínimo	\$ 1.382.285,33	\$45.444,94	\$5.680,61

1	=	30,4167
Mes		Dia

Días laborables de proyecto (5d)	Horas laborales de proyecto (8h)		
Lunes – Viernes	<table><tr><td>1 pm – 5pm</td><td>8 am – 12m</td></tr></table>	1 pm – 5pm	8 am – 12m
1 pm – 5pm	8 am – 12m		

Equipo de cómputo (6)

Precio unitario à \$3.000.000

Precio total à \$ 18.000.000

Vida útil promedio de un computador à 4 años



Servicio Nacional de Aprendizaje SENA

Centro Electricidad, Electrónica y
Telecomunicaciones



Explicación

El precio del computador se debe dividir por su vida útil promedio (4 años), posteriormente este resultado se debe dividir por la cantidad de meses que tiene un año (12 meses), de la misma manera el resultado obtenido se debe dividir por la cantidad de días que tiene un mes (30,4167 días) y finalmente el resultado dividirlo por la cantidad de horas que tiene un día

Consumo promedio de un computador à Entre 200 W a 300 W

*Teniendo un promedio de este rango à 250 W = 0,25 kW

Procedimiento

$$((200+300) * (101/2)) / 101$$

O lo que es lo mismo

$$(200 + 300) / 2$$

Ahora bien, multiplicando este consumo por las horas diarias laborales tendríamos un consumo de 2 kWh por cada computador

Procedimiento

$$0,25 \text{ kW} * 8\text{h} = 2 \text{ kWh}$$

Valor kWh à \$ 598,98

Costo electricidad

$$2 \text{ kWh} * \$598,98 = \$ 1.197,96$$

GASTOS		
Internet 300MB y telefonía		200.000
Servicios Públicos	ENEL Codensa	150.000
	Acueducto	90.000
Gastos Administrativos		150.000



Servicio Nacional de Aprendizaje SENA

Centro Electricidad, Electrónica y
Telecomunicaciones



Arriendo	600.000
salarios x 6	8.293.711,98
TOTAL	9.483.711.98

16.1 Gastos Pre Operativos e Inversiones

Infraestructura					
Actividad	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Aporte	Valor Total
EQUIPOS DE COMPUTO					
COMPUTADOR Y PERIFÉRICOS		3	3.000.000	3.000.000	9.000.000
Impresora		1	320.000	320.000	320.000
Estabilizador energia		1	60.000	60.000	60.000
Software Licenciados		4	50.000	50.000	230.000
Internet 300MB y telefonía		1	250.000	250.000	250.000
TOTAL					9.860.000
ENSERES Y MUEBLES					
Administración		1	600.000	600.000	600.000
Escritorios		6	200.000	200.000	1.200.000
Sillas		6	60.000	60.000	360.000
Papelera		2	12.000	12.000	12.000
TOTAL					2.172.000



Servicio Nacional de Aprendizaje SENA

Centro Electricidad, Electrónica y
Telecomunicaciones



16.2 Definición de Gastos y Costos de Producción

Gastos y Costos de Producción				
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Aporte	Valor total
Mano De Obra Operacional	6	1.382.285,33	1.382.285,33	8.293.711,98
Total		1.382.285,33	1.382.285,33	8.293.711,98

16.3 Gastos Administrativos y de Ventas

Gastos Administrativos y de Ventas				
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Aporte	Valor total
Publicidad		400.000,00	400.000,00	400.000,00
Gastos Administrativos		1.382.285,33	1.382.285,33	1.382.285,33
Total		1.782.285,33	1.782.285,33	1.782.285,33



Servicio Nacional de Aprendizaje SENA

Centro Electricidad, Electrónica y
Telecomunicaciones



16.4 Capital de Trabajo

Capital de Trabajo				
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Aporte	Valor total
Mano De Obra Operacional	6	1.382.285,33	1.382.285,33	8.293.711,98
Gasto De Ventas		1.000.000,00	1.000.000,00	1.000.000,00
Gastos Administrativos		9.483.711,98	9.483.711,98	9.483.711,98
Total		11.865.997,31	11.865.997,31	18.777.423,96

16.5 Resultados e Impactos esperados

RESULTADO ESPERADO	INDICADOR	BENEFICIARIO
Una mejora en la tasa de adquisición de los diferentes seguros por parte de los clientes	Ganancias	La empresa, debido a la eficiencia que ofrece el sistema, el cliente es más propenso a adquirir el producto y hacer que la venta sea exitosa
Reducción en el índice de uso de papel y por ende una disminución en los gastos, además de contribuir al medio ambiente	Gastos operativos	La empresa, debido a que gracias al sistema va a reducir en gran cantidad el uso de papel al momento de realizar las cotizaciones



Una mejora significativa en el tiempo de espera por parte del cliente al momento de solicitar una cotización	Tiempos de operación	El cliente, debido a que gracias a la practicidad del sistema, la cotización se puede realizar en menor tiempo, brindándole de esta manera una atención más rápida y efectiva
Una mejora significativa en el tiempo que demora el usuario realizando una cotización	Tiempos de operación	El usuario, debido a que gracias al sistema el proceso de realizar la cotización se ve reducido en gran medida
Una mejora en la comodidad al momento de que el usuario proceda a realizar una cotización	Ergonomía	El usuario, debido a que anteriormente realizaba los procesos empleando papel y lápiz lo cual no es muy cómodo, ni práctico, mientras que el sistema mejoró esta tarea en gran magnitud

17. Bibliografías:

- <https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/168218/Palacios%20Flores%20Jeannette.pdf?sequence=1>
- <https://itahora.com/2022/03/11/se-abren-nuevas-competencias-para-las-aseguradoras-el-mercado-de-aplicaciones/>
- <https://oscarauza.com/marketing/analisis-dofa/>
- <https://www.elegircrm.com/crm/que-es-un-crm>
- <https://repository.unab.edu.co/handle/20.500.12749/2019>
- <https://softgrade.mx/que-es-bpmn/>
- <https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/20535/Estudio%20de%20la%20implementaci%C3%B3n%20de%20la%20adopci%C3%B3n%20del%20sistema%20CRM%20para%20la%20agencia%20de%20seguros%20la%20occidental%20Ltda.pdf?sequence=1>
- <https://diagramasuml.com/despliegue/>
- <https://www.teamleader.es/blog/diagrama-de-gantt>



18. Glosario de términos:

Diagrama de Gantt: es una herramienta útil para planificar proyectos. Proporciona una vista general de las tareas programadas, todas las partes implicadas sabrán qué tareas tienen que completarse y en qué fecha.

Diagrama de Despliegue: es una estructura del conjunto de diagramas de UML 2.5. Es utilizado para representar la distribución física (estática) de los componentes software en los distintos nodos físicos de la red.

BPMN:(Business Process Model and Notation) Los modelos de procesos proveen una perspectiva de principio a fin o solamente de una parte de los diferentes tipos de procesos para la gestión y organización.

DOFA:(Debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas) Analiza los factores que tienen mayor preponderancia y proporciona herramientas para construir un proceso estratégico.

CRM: (Customer Relationship Management) es una solución de gestión de las relaciones con clientes, orientada normalmente a gestionar tres áreas básicas: la gestión comercial, el marketing y el servicio postventa o de atención al cliente.

19. Control de documento

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor(es)	Camila Andrea Torres	Backend	Teleinformática	27/07/2022
	David Santiago Caro	Frontend	Teleinformática	27/07/2022
	David Andrey Sánchez	Tester	Teleinformática	28/07/2022
	Juan Sebastian Alarcon Diaz	Administrador del proyecto	Teleinformática	29/07/2022
	Oscar Giovanny Lopez	Documentador	Teleinformática	29/07/2022
	Daniel Fernando Urrea	Analista	Teleinformática	29/07/2022



Servicio Nacional de Aprendizaje SENA

**Centro Electricidad, Electrónica y
Telecomunicaciones**



CONTROL DE CAMBIOS (diligenciar únicamente si realiza ajustes a la guía).

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor(es)				