

**Creación de una Empresa Dedicada a la Prestación del Servicio de Asesorías en
Ciberseguridad para la Protección de Niños en el Municipio de Lorica, Córdoba**

Autores:

Alexander José Vélez Torres

Luis Fernando Stand López

Asesor:

Luis Fernando Alfonso Garzón

Universidad de Córdoba

Facultad de Ciencias Económicas, Jurídicas y Administrativas

Programa de Administración en Finanzas y Negocios Internacionales

Lorica, Córdoba

2021

**Creación de una Empresa Dedicada a la Prestación del Servicio de Asesorías en
Ciberseguridad para la Protección de Niños en el Municipio de Lorica, Córdoba**

Autores:

Alexander José Vélez Torres

Luis Fernando Stand López

Asesor:

Luis Fernando Alfonso Garzón

Universidad de Córdoba

Facultad de Ciencias Económicas, Jurídicas y Administrativas

Programa de Administración en Finanzas y Negocios Internacionales

Lorica, Córdoba

2021

Agradecimientos

En primer lugar, queremos agradecer a nuestro tutor Luis Fernando Alfonso Garzón, administrador de empresas, especialista en gerencia del talento humano y magister en administración, que con sus conocimientos y apoyo nos orientó en cada una de las etapas de este proyecto, y nos ayudó a alcanzar los objetivos propuestos.

El desarrollo de este proyecto no lo podemos catalogar como algo fácil, pero podemos afirmar que hemos trabajado día a día con empeño y dedicación, y hemos disfrutado cada momento, cada paso, cada proceso; y no fue así, porque lo hubiéramos dispuesto, sino porque la vida misma nos demostró que las cosas y actos que realicemos con lo que nos rodea, repercuten sobre nosotros mismos.

Por último, no menos importante, queremos agradecer a Dios, quien nos ha dotado de dones, y nos ha dado la sabiduría y la fortaleza necesaria para desarrollar este proyecto; a nuestras familias y a todos nuestros amigos y compañeros, por apoyarnos aun cuando nuestros ánimos decaían. En especial, queremos hacer mención a nuestros padres, que siempre estuvieron ahí para darnos palabras de apoyo y que con sus abrazos reconfortantes renovaban nuestras energías para continuar este camino.

Muchas gracias a todos.

Tabla de contenido

	Pág.
Introducción	15
Resumen Ejecutivo	19
1 Referente Teórico y Conceptual	20
1.1 Marco Teórico	20
1.1.1 Plan de Negocios	20
1.1.2 Ciberseguridad para Niños	26
1.2 Marco Conceptual	28
2 Módulo de Mercado.....	31
2.1 Servicio.....	31
2.1.1 Características Técnicas	31
2.1.2 Usos del Servicio.....	32
2.1.3 Beneficios.....	32
2.1.4 Servicios y/o Productos Sustitutos	33
2.1.5 Servicios y/o Productos Complementarios	33
2.2 Consumidor Final.....	34
2.2.1 Segmentación del Mercado	34
2.2.2 Características Socioculturales.....	35
2.3 Delimitación del Área Geográfica.....	35

2.4	Análisis de la Demanda.....	36
2.4.1	Diseño Muestral	36
2.4.2	Validación del Instrumento	38
2.4.3	Análisis de Resultados de la Investigación de Mercados.....	38
2.4.4	Cálculo de la Demanda Actual.....	39
2.4.5	Proyección de la Demanda.....	40
2.5	Análisis de la Oferta.....	41
2.5.1	Cálculo de la Oferta Actual.....	41
2.5.2	Proyección de la Oferta	43
2.5.3	Determinación del Tipo de Demanda.....	44
2.5.4	Proyección de la Demanda Insatisfecha.....	44
2.6	Análisis de Precios	44
2.7	Canal de Comercialización.....	45
2.8	Imagen y Eslogan del Servicio.....	46
2.9	Estrategia de Publicidad	47
3	Módulo Técnico.....	50
3.1	Tamaño del Proyecto.....	50
3.2	Localización	51
3.2.1	Macrolocalización	52
3.2.2	Microlocalización.....	53

3.3	Distribución en Planta	55
3.4	Ficha Técnica	56
3.5	Proceso de Prestación del Servicio.....	57
3.5.1	Descripción del Proceso de Prestación del Servicio	59
3.6	Cotización.....	61
4	Módulo Organizacional	64
4.1	Naturaleza Jurídica.....	64
4.2	Direccionamiento Estratégico	65
4.2.1	Misión.....	65
4.2.2	Visión	65
4.2.3	Principios Corporativos.....	66
4.3	Organigrama.....	67
4.4	Manual de Funciones	68
5	Módulos de Impacto Social, Económico y Ambiental	75
5.1	Impacto Social.....	75
5.2	Impacto Económico.....	77
5.3	Impacto Ambiental.....	78
6	Módulo Financiero	80
6.1	Inversiones Fijas.....	80
6.2	Inversiones Diferidas.....	82

6.3	Distribución de Costos	82
6.4	Punto de Equilibrio.....	87
6.5	Capital de Trabajo	90
6.6	Flujo Neto de Inversión.....	91
6.7	Proyecciones Financieras	92
6.8	Flujo Neto de Operación	94
6.9	Flujo Neto del Plan de Negocios.....	95
6.10	Evaluación Financiera: VPN, TIR, RB/C.....	96
6.10.1	Valor Presente Neto	96
6.10.2	Tasa Interna de Retorno	97
6.10.3	Relación Beneficio/Costo.....	98
7	Fuentes de Financiación	99
8	Conclusiones.....	102
9	Recomendaciones	104
10	Bibliografía	105
11	Anexos	113

Lista de Tablas

	Pág.
Tabla 1 Segmentación de mercado	34
Tabla 2 Población con acceso a internet	39
Tabla 3 Consumidores potenciales	40
Tabla 4 Demanda actual.....	40
Tabla 5 Proyección de la demanda	41
Tabla 6 Proyección de la Oferta Actual	43
Tabla 7 Tipo de demanda.....	44
Tabla 8 Proyección de la Demanda Insatisfecha	44
Tabla 9 Macrolocalización.....	52
Tabla 10 Microlocalización	54
Tabla 11 Ficha técnica	56
Tabla 12 Cotización	61
Tabla 13 Manual de funciones Gerente general	68
Tabla 14 Manual de funciones Asistente administrativo	69
Tabla 15 Manual de funciones Coordinador de operaciones.....	70
Tabla 16 Manual de funciones Director de marketing.....	71
Tabla 17 Manual de funciones Especialista en ciberseguridad	72
Tabla 18 Manual de funciones Especialista en salud mental.....	73
Tabla 19 Manual de funciones Auxiliar de servicios generales	74
Tabla 20 Inversión en obras físicas.....	80
Tabla 21 Inversión en equipo de computación y comunicación.....	80

Tabla 22 Inversión en muebles y enseres	81
Tabla 23 Inversión en activos intangibles.....	82
Tabla 24 Costo de mano de obra.....	82
Tabla 25 Costo de servicios primer año de operación	83
Tabla 26 Gasto por depreciación	83
Tabla 27 Remuneración al personal administrativo.....	85
Tabla 28 Otros gastos administrativos.....	85
Tabla 29 Gastos de venta	85
Tabla 30 Amortización de gastos diferidos	86
Tabla 31 Distribución de costos.....	87
Tabla 32 Punto de equilibrio.....	89
Tabla 33 Programa de inversión fija del proyecto	90
Tabla 34 Cálculo del capital de trabajo.....	90
Tabla 35 Inversión en capital de trabajo	91
Tabla 36 Programa de inversión	91
Tabla 37 Valor residual de activos.....	91
Tabla 38 Flujo neto de inversiones	92
Tabla 39 Presupuesto de ingresos	92
Tabla 40 Presupuesto de costo de producción	93
Tabla 41 Presupuesto de gastos de administración.....	93
Tabla 42 Presupuesto de gastos de venta	93
Tabla 43 Presupuesto de costos operacionales	94
Tabla 44 Presupuesto de gastos financieros.....	94

Tabla 45 Flujo neto de operaciones	95
Tabla 46 Flujo neto del proyecto	96
Tabla 47 Valor presente neto	96
Tabla 48 Tasa interna de retorno	97
Tabla 49 Relación beneficio/costo	98
Tabla 50 Características del crédito	99
Tabla 51 Amortización del crédito	99
Tabla 52 Edad	124
Tabla 53 Género.....	125
Tabla 54 Estrato	126
Tabla 55 ¿Cuántos hijo(s) en edades entre 5 y 14 años tiene?.....	127
Tabla 56 ¿Tiene un computador o equipo tecnológico para acceder a internet?	128
Tabla 57 ¿Cuenta su vivienda con servicio de conexión a internet?	128
Tabla 58 ¿Utilizan su(s) hijo(s) el internet y sus múltiples aplicaciones?	129
Tabla 59 ¿Si en su hogar no cuenta con servicios de conexión a internet, tienen su(s) hijo(s) formas de acceder a este servicio en otro lugar?.....	130
Tabla 60 Si su respuesta es afirmativa, responda ¿Cuál?	131
Tabla 61 ¿Qué tipo de actividades realizan su(s) hijo(s) a través de internet?	132
Tabla 62 ¿Cuántas horas diarias utilizan su(s) hijo(s) el internet?	133
Tabla 63 ¿Verifica usted el comportamiento digital de su(s) hijo(s)?	134
Tabla 64 ¿Reconoce usted los peligros a los que se exponen los niños por el uso de internet?. 135	
Tabla 65 ¿Ha experimentado riesgos en el uso de internet por parte de su(s) hijo(s)?.....	136
Tabla 66 ¿Qué tipo de riesgos?	137

Tabla 67 ¿Le gustaría adquirir un servicio de asesorías en ciberseguridad para la protección de su(s) hijo(s)?.....	139
Tabla 68 ¿Qué aspectos le gustaría que asesorara la empresa?	140
Tabla 69 ¿Con qué frecuencia considera que podría solicitar el servicio?	141
Tabla 70 ¿Cuánto estaría dispuesto(a) a pagar por hora del servicio?.....	142
Tabla 71 ¿A través de que medio le gustaría enterarse de la apertura de este servicio?	143
Tabla 72 ¿Considera usted pertinente la apertura de una empresa dedicada a la prestación del servicio de asesorías en ciberseguridad para la protección de niños en el municipio de Lorica?	144

Lista de Figuras

	Pág.
Figura 1 Canal de comercialización.....	45
Figura 2 Imagen corporativa.....	46
Figura 3 Eslogan del Servicio	46
Figura 4 Distribución en planta.....	55
Figura 5 Proceso del servicio.....	57
Figura 6 Organigrama	67
Figura 7 Edad.....	124
Figura 8 Género	125
Figura 9 Estrato.....	126
Figura 10 ¿Cuántos hijo(s) en edades entre 5 y 14 años tiene?	127
Figura 11 ¿Tiene un computador o equipo tecnológico para acceder a internet?.....	128
Figura 12 ¿Cuenta su vivienda con servicio de conexión a internet?	129
Figura 13 ¿Utilizan su(s) hijo(s) el internet y sus múltiples aplicaciones?.....	130
Figura 14 ¿Si en su hogar no cuenta con servicios de conexión a internet, tienen su(s) hijo(s) formas de acceder a este servicio en otro lugar?.....	131
Figura 15 Si su respuesta es afirmativa, responda ¿Cuál?	132
Figura 16 ¿Qué tipo de actividades realizan su(s) hijo(s) a través de internet?.....	133
Figura 17 ¿Cuántas horas diarias utilizan su(s) hijo(s) el internet?	134
Figura 18 ¿Verifica usted el comportamiento digital de su(s) hijo(s)?.....	135
Figura 19 ¿Reconoce usted los peligros a los que se exponen los niños por el uso de internet?	136
Figura 20 ¿Ha experimentado riesgos en el uso de internet por parte de su(s) hijo(s)?	137

Figura 21 ¿Qué tipo de riesgos?.....	138
Figura 22 ¿Le gustaría adquirir un servicio de asesorías en ciberseguridad para la protección de su(s) hijo(s)?.....	139
Figura 23 ¿Qué aspectos le gustaría que asesorara la empresa?	140
Figura 24 ¿Con qué frecuencia considera que podría solicitar el servicio?.....	141
Figura 25 ¿Cuánto estaría dispuesto(a) a pagar por hora del servicio?	142
Figura 26 ¿A través de que medio le gustaría enterarse de la apertura de este servicio?	143
Figura 27 ¿Considera usted pertinente la apertura de una empresa dedicada a la prestación del servicio de asesorías en ciberseguridad para la protección de niños en el municipio de Lorica?	144

Lista de Anexos

	Pág.
Anexo 1 Cuestionario	113
Anexo 2 Validación del instrumento	115
Anexo 3 Análisis de los resultados	124
Anexo 4 Reglamento interno de trabajo	145

Introducción

Los vertiginosos cambios que ha experimentado el mundo durante los últimos años en materia de tecnología han dado un vuelco trascendental al estilo de vida de la sociedad, el internet ha ganado cada vez más posicionamiento en las diferentes regiones del mundo y ha ocupado un lugar de suma importancia en la cotidianidad de las personas, según la (UIT, 2019), en la actualidad el 53,6% de la población mundial se encuentra conectada a internet, lo que equivale a unos 4.540 millones de personas; paralelamente (Castro, 2016), argumenta que las redes sociales, la tecnología digital, los dispositivos móviles y el internet, se han convertido en componentes esenciales de la vida moderna, siendo inclusive más importantes para los más jóvenes, quienes las adoptan cada vez más y no quieren dejar de utilizarlas.

En el caso específico de Colombia la penetración del internet en los hogares ha sido cada vez mayor, el (DANE, 2019), señala que para el año 2018 el 52,7% de los hogares del país contaban con conexión a Internet y el porcentaje de personas que lo utilizaban alcanzaba un 68,9% del total de la población nacional, con un incremento de 6,6 puntos porcentuales en comparación con el año inmediatamente anterior.

Ahora bien, Los niños están cada vez más presentes en Internet, de acuerdo con la (UNICEF, 2017), 1 de cada 3 usuarios de este medio en el mundo es un niño; desde la posición de (Castro, 2016), esto se debe a que los niños y jóvenes se sienten atraídos y motivados interactuando con herramientas tecnológicas, las asocian como un mecanismo de entretenimiento y diversión, y han mostrado facilidad para acceder y manipular los elementos que las componen.

En el escenario Colombiano, según una investigación realizada por la (Universidad EAFIT, 2019), el 46% de los niños y jóvenes se conectaron a internet todos los días durante el

año 2018, con un promedio de uso diario equivalente a tres horas y media, las cuales son distribuidas en actividades escolares, escuchar o descargar música, usar una red social y/o jugar; el autor añade que el uso y el acceso a internet no se limitan a un espacio físico específico, sino que la mayoría de los niños y jóvenes encuestados, más específicamente el 82% lo hace desde cualquier lugar sin mayores restricciones o dificultades.

En correspondencia con lo anterior, la adopción del Internet ha sido masiva y multiplicadora, se ha convertido en una excelente herramienta de comunicación, interacción y aprendizaje, y es una plataforma para que niños y jóvenes se entretengan, investiguen, aprendan, busquen información o se comuniquen con sus familiares o amigos; no obstante, su uso está íntimamente ligado a diversos riesgos para estos individuos, dentro de los que (Mazzini, 2018), destaca los riesgos de contenido no deseado o inapropiado, riesgos de contacto con personas desconocidas que puedan aprovecharse de su ingenuidad para fines sexuales, y los riesgos relacionados con los cambios de conducta en el infante; a los que (Gamito, Aristizabal, & Olasolo, 2017), agregan que la utilización excesiva del internet crea adicción en los niños y los aleja de la vida real, así mismo les roba tiempo al estudio, a las tareas académicas, o al descanso y puede ocasionar problemas de concentración, comportamiento, autocontrol e inclusive fracaso escolar.

De otro lado, el municipio de Santa Cruz de Lorica, conocido a nivel nacional como la Ciudad Antigua y Señorial, se encuentra ubicada según (Ortiz, 2020), en la parte septentrional del departamento de Córdoba, en la zona más baja del río Sinú, entre los 9°14'19" de latitud norte y los 75°48'50" longitud oeste (p.10). Siendo uno de los municipios del departamento de Córdoba con mayor población, que de acuerdo con el (DANE, 2020), asciende a 115.461 habitantes, de los cuales 29.084 se encuentran entre los 0 y 14 años de edad.

En la actualidad, Lorica es uno de los municipios del departamento con mayor acceso a internet, como lo muestra el (DNP, 2020), los municipios con mayor número de hogares con conexión a Internet de Banda Ancha de Córdoba son Montería, Cereté, Sahagún, Planeta Rica y Lorica, respectivamente. Así mismo, (Alcaldía de Lorica, 2020), afirma que el municipio durante los últimos años ha mejorado la infraestructura y el acceso a internet para la mayor parte de la población urbana y espera alcanzar una cobertura geográfica mayor y aumentar la velocidad de conexión a internet en las áreas rurales, para facilitar el acceso de los niños, jóvenes y demás habitantes del municipio a las aplicaciones de servicios de educación, comercio, negocios, entre otros.

Ahora bien, a pesar de los riesgos a los que se encuentran expuestos los niños y niñas por el uso del internet, la Organización de las Naciones Unidas (ONU, 2019), señala que en la actualidad son muy escasas las medidas que se llevan a cabo a nivel mundial para proteger a los niños de los riesgos del mundo digital y para aumentar su acceso a un contenido seguro, ya que muchos padres de familia e instituciones desconocen estrategias que propendan al uso responsable del internet por parte de los menores, o carecen del tiempo necesario para hacer un acompañamiento constante de las actividades que estos llevan a cabo dentro de la red.

El municipio de Lorica no es ajeno a esta problemática, a través de la metodología perceptual ha sido posible evidenciar que existen actividades y entornos en donde participan niños y jóvenes que requieren del uso de internet, como las actividades escolares y de entretenimiento; y los padres de familia muestran preocupación por los riesgos a los que pueden acceder sus hijos por el uso inadecuado de las plataformas digitales y el riesgo de dependencia o uso abusivo de los mismos.

A partir de lo expuesto, se considera oportuna la creación de una empresa dedicada a la prestación del servicio de asesorías en ciberseguridad para la protección de niños en el municipio de Lorica, Córdoba; es por ello que, el presente trabajo tuvo como objetivo determinar la factibilidad de la creación de empresa señalada, para ello, se desarrolló inicialmente un estudio de mercado, en función de la oferta, demanda, precio y canales de comercialización del servicio en el municipio de Lorica; seguidamente se identificaron las condiciones técnicas óptimas para la creación de empresa, como tamaño, infraestructura, distribución, características del macro y micro entorno y los recursos necesarios para la prestación del servicio; posteriormente se elaboró un estudio organizacional, que comprendía los elementos indispensables para la operación y administración eficiente de los recursos de la empresa; luego se identificó el impacto de la creación de la empresa en el municipio de Lorica, desde el marco económico, social y ambiental; y finalmente se determinó la factibilidad desde el punto de vista económico financiero de la puesta en marcha de la empresa.

El estudio de factibilidad actual se soporta en un enfoque de investigación cuantitativo, definido por (Monje, 2011), como aquel que emplea la medida y la cuantificación de los datos para alcanzar la objetividad en el proceso de conocimiento, y se centra en el establecimiento de promedios a partir de las características de un gran número de sujetos. Se seleccionó este enfoque porque permitirá recopilar y analizar datos de carácter numérico relacionados con la oferta, demanda y demás aspectos del mercado loriquero, para lo cual se seleccionarán los sujetos que cuenten con las características para ser denominados consumidores potenciales del servicio de asesorías en ciberseguridad.

Resumen Ejecutivo

Empresa: Safechild S.A.S

Ubicación: Lorica, Córdoba

Oportunidad de negocio: La creciente adopción del internet por parte de los niños y jóvenes, aunado al riesgo al que se exponen por la manipulación del mismo, y la falta de tiempo de los padres de familia para llevar un control exhaustivo sobre el contenido y uso que sus hijos le dan a este medio.

Competidores: No existe en el municipio ninguna empresa dedicada al servicio estudiado.

Servicio: Asesorías en ciberseguridad para la protección de niños, dicha asesoría se centrará en el acompañamiento en aspectos relacionados con el acceso y manipulación de contenidos, delitos como el grooming, Sexting, Ciber acoso, Pornografía, Impersonation, entre otros. El propósito principal de esta propuesta es ofrecer a la población de padres de Lorica una alternativa que les permita proteger la salud e integridad de sus hijos, a la par que aprovechan las ventajas del internet y las distintas aplicaciones que se derivan de él.

Inversión inicial: 306.681.358

Rentabilidad: 38,73%

VPN: 139.793.453

RB/C: 2,87

1 Referente Teórico y Conceptual

1.1 Marco Teórico

1.1.1 Plan de Negocios

Para determinar la factibilidad de la creación de una empresa dedicada a la prestación del servicio de asesorías en ciberseguridad en el municipio de Santa Cruz de Lorica es indispensable desarrollar un plan de negocios que contenga de forma detallada los elementos de mercado, técnicos, organizacionales, económicos, ambientales, sociales y financieros que participarían en la puesta en marcha de la empresa; a partir de lo anterior el marco teórico se centrará en este factor como eje principal de la investigación. Al respecto (Bocanegra, Domínguez, & Valencia, 2016), señalan que la elaboración de un plan de negocios es un elemento de suma importancia para la toma de decisiones en materia de inversión, ya que ofrece las tendencias generales del proyecto en cuestión, con respecto al mercado, monto de inversión, plazo y el rendimiento que se podrá generar para recuperar la inversión, de esta manera se puede evaluar de forma más rápida la situación financiera y determinar si se debe o no, llevar a cabo el proyecto.

Retrospectivamente, (Viniegra, 2007), considera que el plan de negocios no solo es una herramienta de análisis indispensable para la toma de decisiones, sino también un instrumento de planeación, que permite diseñar las rutas a seguir en el día a día de la empresa, considerando cada una de las áreas que la conforman y la interacción de las mismas, todo ello con el fin de visualizar cómo deben operar de manera conjunta y sinérgica para alcanzar los objetivos deseados de la manera más eficiente posible. En concordancia con el autor el plan de negocios debe convertirse en una guía que oriente al empresario hacia el cumplimiento de las metas organizacionales en el corto, mediano y largo plazo, pero también permite controlar y evaluar el cumplimiento de las mismas a través del tiempo.

Ciertamente, el desarrollo de un plan de negocios es un paso ineludible a la hora de poner en marcha una empresa o proyecto, es por ello que dentro de las principales utilidades de un plan de negocios (Valdivia & Méndez, 2011), incluyen:

Definir el producto o servicio que se pretende comercializar.

Analizar el capital que se requiere para cada fase del proyecto

Permite conocer la visión del proyecto de inversión.

Especificar la estructura física y humana.

Estudiar el mercado de interés.

Estudiar estrategias de comercialización y los canales de distribución.

Analizar el tiempo requerido para empezar a generar ingresos

Analizar las formas de obtener el financiamiento más conveniente

Buscar una asociación con inversionistas importantes

Enfrentar los problemas que se nos pueden presentar en un futuro y de esta manera poderse adaptar con facilidad a los cambios sin que afecte demasiado.

Para demostrar que el proyecto es viable.

Ahora bien, para la elaboración del plan de negocios es necesario en primera instancia desarrollar un conjunto de cuestionamientos que enmarcan la razón de ser de la empresa, la necesidad que pretende satisfacer, así como su importancia, estas consideraciones son denominadas por (García, 2010), como ¿quién?, ¿qué?, ¿por qué?, ¿dónde? y ¿cuánto?, el primero de ellos hace referencia al nombre que recibirá la empresa, seguido por los productos o servicios que se pretende ofrecer, el tercer interrogante hace alusión al análisis de los beneficios de la actividad empresarial y si esta puede contribuir a satisfacer una necesidad, a la generación de mayor bienestar colectivo y/o la generación de empleo; seguidamente se fórmula el espacio

donde se espera comercializar el bien o servicio y el periodo de tiempo en el que se va a poner en marcha el proyecto, para finalmente determinar el cuánto, lo que el autor relaciona con la inversión requerida, y los beneficios en términos económicos y financieros del proyecto.

En esta misma línea, (Hidalgo, Sánchez, & Guaicha, 2017), manifiestan que el primer estudio o análisis que se debe desarrollar es el relacionado con el mercado, en el cual se identifica y evalúa inicialmente una oportunidad de negocio, esto es, si es probable que existan individuos con las características necesarias para ser considerados como potenciales consumidores del bien o servicio que se pretende introducir al mercado; así mismo se recolecta información valiosa que permite prever los problemas y necesidades de los clientes, el mercado, la competencia, los productos o servicios que se expenden día a día. Vale la pena destacar que dentro de este análisis usualmente se lleva a cabo una investigación de campo, aplicando técnicas tales como las encuestas, entrevistas, o grupos focales a los individuos que se han seleccionado como clientes potenciales, y de los resultados obtenidos se podrán determinar las características, gustos y preferencias del mercado objetivo.

Del mismo modo, (Viniegra, 2007), sugiere que el estudio de mercado también podría ser denominado un plan de mercadotecnia, ya que en él se planifica cómo llevar un producto o servicio al mercado objetivo, para que pueda ser conocido y comprado por los consumidores, estableciendo los canales y estrategias de comercialización acordes a las características del bien o servicio, tales como información clave sobre el mercado, estructuras, debilidades y oportunidades; de manera que esta plan se convierte en un mecanismo inexorable para el ingreso y posicionamiento en el mercado, en la medida que permite a la empresa llegar de una forma más segura a los clientes a los que se dirige.

Por otra parte, se encuentra el estudio técnico, el cual contiene los elementos de carácter técnico que son necesarios para la constitución y funcionamiento de la empresa, dentro de este estudio se incluyen aspectos como el tamaño óptimo, la localización más pertinente a nivel macro y micro, las características y distribución de la infraestructura, y cómo se estructuran y se procesan las actividades de la empresa. (Toro, 2016), sostiene que en este estudio se pretende garantizar la calidad y cantidad de los bienes o servicios para los clientes, estableciendo cuál es el proceso de elaborar y venderlos, utilizando máquinas, equipos, recurso humano, tecnología, materia prima y los servicios requeridos para tal efecto.

Así mismo, (Rosales, 2008), manifiesta que el estudio técnico es un insumo que aporta información tanto cualitativa como cuantitativa para la toma de decisiones asertiva, porque permite proponer y analizar diferentes alternativas para la producción de un bien o servicio (cantidades, administración de recursos, especificaciones técnicas, etc), y seleccionar la opción que cumpla con lo descrito en el estudio de mercado. En este orden de ideas, se puede afirmar que del estudio técnico depende que el bien a comercializar cumpla con los requerimientos del mercado, pueda satisfacer las necesidades expuestas por los consumidores y cumplir con los estándares de calidad establecidos, pero para lograrlo es indispensable que se administren eficientemente los recursos técnicos con los que contará la empresa y se estructure de forma idónea cada uno de los procesos que se ejecutarán dentro de ella.

La tercera etapa del plan de negocios es el estudio administrativo, también denominado organizacional, cuyo propósito principal es proporcionar las herramientas que guiarán a los administradores del proyecto hacia la toma de decisiones asertiva en materia de planeación estratégica, como señalan (López & Aceves, 2016), en esta etapa se define el rumbo y las acciones que se deben realizar para alcanzar los objetivos de la empresa; así como los elementos

de estructura jerárquica y planeación de recursos humanos, determinando los perfiles acordes a las necesidades de personal, siguiendo la alineación del logro de las metas empresariales; para finalmente analizar la estructura legal, que debe tomar en cuenta la organización para la constitución e inicio de sus operaciones.

Siguiendo con este argumento, todo plan de negocios debe estipular de manera clara y precisa las variables organizacionales que determinarán la ruta a seguir durante su operación, lo que servirá como referente a todos los grupos de interés de la empresa, de lo que se quiere alcanzar y cómo hacerlo. El estudio administrativo está compuesto de elementos como la misión, la visión, metas, objetivos, manuales, entre otros, material que debe ser revisado para determinar el cumplimiento de lo trazado. Como ratifica (Weinberger, 2009), la información organizacional contenida en el plan de negocios debe ser corroborada y medida periódicamente, ya que con cierta frecuencia a los emprendedores se les olvidan los aspectos de administración y control que se han estipulado, pues los diferentes cambios que se presentan a diario en una empresa, pueden dejar de lado la revisión y control del plan desarrollado.

La siguiente etapa del plan de negocios es la evaluación de impacto, a través de la cual el emprendedor debe reconocer la influencia que la actividad empresarial puede tener sobre el entorno en donde se ejecutará, (Hidalgo, Sánchez, & Guaicha, 2017), plantean que este estudio debe ser desarrollado desde el marco económico, social y ambiental, analizando los efectos en el mediano y largo plazo que podría ocasionar la empresa sobre la población objetivo y el entorno en general, porque el propósito fundamental de este estudio es que el empresario a través de la investigación no solo conozca el impacto de su actividad, sino que tome acciones orientadas a disminuir en la medida de lo posible los impactos negativos o consecuencias a las que pueda haber lugar, a través del manejo de políticas de responsabilidad social y ambiental.

Finalmente, se detalla el estudio económico financiero, cuya finalidad es reconocer el nivel de factibilidad de la empresa, para ello se traslada la información de las necesidades y requerimientos contenidos en los estudios anteriores, pero en términos cuantitativos, como indican (Hidalgo, Sánchez, & Guaicha, 2017), este estudio trata de determinar los montos de los recursos económicos requeridos para la ejecución del plan de negocios estipulado. A este respecto (Pérez & Veiga, 2013), argumentan que luego de calcular elementos como inversión inicial, costos, gastos, ingresos, se procede a evaluar la rentabilidad, liquidez, y el riesgo que genera el dinero que se invertirá, para así poder reconocer si se debe o no invertir en la idea de negocio formulada.

En esta misma línea, el estudio financiero de un plan de negocios se fundamenta en la aplicación de un conjunto de técnicas o indicadores que permitan extraer un diagnóstico de lo que le espera a la empresa en el futuro, y para alcanzar resultados eficientes se debe a lo largo del trabajo ofrecer una visión realista de la empresa y la evolución que podría tener en el periodo evaluado, considerando elementos como la capacidad de producción, el tamaño del mercado y los recursos con los que cuenta. Como postulan (Vidal, Ronco, & Garrido, 2013), el estudio financiero se encuentra integrado por elementos informativo cuantitativo que permiten decidir y observar la viabilidad de un plan de negocios, en ellos se integra el comportamiento de la operaciones necesarias para que un empresa marche, pronosticando su comportamiento a través del tiempo, por lo tanto, al iniciar cualquier proyecto o idea de negocio, es necesario considerar la importancia de cada una de las variables involucradas en el desarrollo e implementación (mercado, técnico, administración, evaluación del entorno), para luego determinar el monto de los costos involucrados siendo completamente realistas, pues de otra manera no se podrá visualizar si es factible o no la puesta en marcha de las operaciones.

1.1.2 Ciberseguridad para Niños

El ser humano asiste a una era disruptiva, en donde la adopción de la tecnología avanza a pasos agigantados, trayendo consigo velocidad y transformación en los diferentes componentes de la vida, su comportamiento, las formas de comunicarse y principalmente la manera de obtener información; las nuevas generaciones no han sido ajenas a este fenómeno, ya que han crecido ante las disrupciones constantes de la tecnología; como manifiestan (Berríos, Buxarraís, & Garcés, 2015), los avances tecnológicos han irrumpido drásticamente la vida cotidiana, la mayoría de las actividades han sido digitalizadas, pero el aumento más significativo del uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) ocurre precisamente en la población más joven, que desde muy pequeños se encuentran expuestos y las usan sin formación específica.

Ahora bien, el uso de la tecnología y el internet se han convertido en un importante elemento en el campo de la enseñanza, en donde diversas estrategias pedagógicas orientadas en la tecnología han sido abordadas por los docentes como apoyo y/o sustituto de las estrategias tradicionales, y desde el punto de vista de (Hernández R. , 2017), “la incorporación de las TIC, va mucho más allá de las herramientas tecnológicas, se habla de una construcción didáctica y la manera cómo se pueda construir y consolidar un aprendizaje significativo en base a la tecnología” (p.329), por lo que estas herramientas se han convertido en elementos indisolubles del desarrollo cognitivo de los menores, por lo que sería improductivo negarles su existencia o uso.

Sin embargo, el uso del internet por parte de los niños sin la compañía y formación adecuada, se encuentra asociado a múltiples riesgos que pueden afectar su bienestar físico y mental, como destaca (Mazzini, 2018), durante los últimos años han aparecido nuevos fenómenos delictivos, originados porque muchas veces los niños se encuentran expuestos al

contacto con personas desconocidas que puedan aprovecharse de su ingenuidad para fines sexuales, como violencia, pornografía, ciberacoso, entre otros. Por lo que para garantizar el bienestar de los niños durante el uso de estas herramientas es necesario diseñar estrategias de seguridad y responsabilidad para el uso adecuado de las TIC que influyan en el desarrollo y adquisición de conductas apropiadas por parte de los menores.

Así mismo, el uso de las TIC por parte de los niños por prolongados periodos de tiempo, se puede convertir en un enorme limitante de su desarrollo, (Giant, 2016), hace énfasis en que la exposición de los niños a largas horas de tiempo delante de la pantalla de un dispositivo tecnológico, puede dar lugar a síntomas del trastorno de déficit de atención; generar trastornos de adicción, que tienen un impacto negativo en la administración del tiempo, el descuido de las responsabilidades escolares y una menor participación en las actividades familiares; e incluso puede afectar la salud física de los niños por trastornos alimentarios.

En consecuencia, surgen diferentes preocupaciones por parte de los padres, en relación con los riesgos a los que se exponen los niños y el tiempo que tardan en frente de la pantalla; y surge el término ciberseguridad para niños, que desde la posición del Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF, 2012), aborda conceptos de seguridad para los niños en línea, a través del desarrollo de las capacidades de los padres para apoyar a sus hijos, como un componente vital para fomentar un entorno protector e informativo sobre los riesgos, la forma de evitarlos, y los mecanismos viables en caso de que los niños y jóvenes se encuentren en situaciones que consideren no seguras; porque tanto padres como niños necesitan contar con las aptitudes necesarias para tomar decisiones asertivas para realizar sus actividades en el ciberespacio y apoyarse mutuamente.

1.2 Marco Conceptual

Ciberseguridad: fenómeno ha provocado el desarrollo de las primeras normativas focalizadas en la protección de las infraestructuras y la seguridad de los sistemas (Sánchez, Ruiz, & Casa, 2020). El término hace alusión al servicio que se pretende ofrecer al mercado loriquero, que propende a la protección de la seguridad de las familias, principalmente de los menores.

Grooming: el acoso ejercido por un adulto y se refiere a las acciones realizadas deliberadamente para establecer una relación y un control emocional sobre un niño o una niña con el fin de abusar sexualmente del menor (INTIC, 2009). Cuando se habla de este concepto, se hace referencia a uno de los principales riesgos a los que se exponen los niños por el uso del internet y las redes sociales sin la supervisión de un adulto o la aplicación de estrategias de seguridad.

Sexting: recibir, enviar o reenviar mensajes de texto, imágenes o fotografías que presentan un contenido sexual explícito, vía Internet o teléfono celular (Soto, 2014). El uso de las redes y el internet también se encuentra asociado al riesgo de que los niños obtengan contenido de este tipo, el cual debe ser evitado para proteger la integridad de los niños.

Internet: Internet es una red integrada por miles de redes y computadoras interconectadas en todo el mundo mediante cables y señales de telecomunicaciones, que utilizan una tecnología común para la transferencia de datos (Andrada, 2010), a medida que este ha logrado expandirse por el mundo, y cobra cada vez más importancia para la sociedad, se genera la oportunidad de comercializar bienes y servicios como el estudiado, para ofrecer a los usuarios de internet alternativas seguras y confiables.

Red: es la interconexión entre dos o más equipos que se comunican entre sí para transmitir o recibir información en distintos instantes de tiempo además de compartir recursos (Rivera, 2016), este término se refiere a la interconexión necesaria para la prestación del servicio objeto de estudio.

Web: hace referencia a la arquitectura lógica de la información que ha sido posible construir sobre una red física (Centro de Investigación de la Web , 2008), cuando se habla de web, se hace alusión al medio a través del cual se distribuye la información a la que cualquiera puede tener acceso con el uso de internet.

Aplicación móvil: es un programa informático creado para realizar o facilitar una tarea mediante un dispositivo (Estupiñan & Garcia, 2019), existe en la actualidad un gran número de estos programas, y su uso por parte de los niños debe ser supervisado.

Oferta: propiedad dispuesta para ser enajenada a cambio de un precio (Mankiw, 1997), se refiere a las cantidades de un producto o servicio que actualmente se encuentran a disposición de los consumidores, para satisfacer su demanda.

Demanda: cantidad de un bien que los compradores quieren y pueden comprar (Mankiw, 1997), este término es frecuentemente usado en los estudios del mercado, al permitir reconocer si existen o no personas dispuestas a comprar el producto o servicio que se pretende ofrecer.

Consumidor potencial: conjunto de personas que podrían, si se dan las circunstancias idóneas para ello, ser compradores futuros de nuestros productos, ideas y servicios en un periodo de tiempo previamente determinado (Pérez & Martínez, 1987), dicho con otras palabras, se da cuando una persona posee las características determinadas para consumir un bien y servicio.

Mercado objetivo: consiste en un conjunto de compradores que tienen necesidades y/o características comunes a los que la empresa u organización decide servir (Kotler & Armstrong, 2003), en el caso específico de la investigación en curso, hace alusión a los padres de familia, al ser estos los compradores que tienen la necesidad de un servicio orientado a la protección del bienestar físico y mental de sus hijos.

Delitos cibernéticos: conductas típicas, antijurídicas y culpables en que se tiene a la Cibernética como instrumento o fin (Valdés, 2007), hace alusión a los diferentes riesgos a los que se exponen los niños por el uso inapropiado del internet y las aplicaciones que este proporciona.

Desarrollo cognitivo: proceso por medio del cual el niño y niña organiza mentalmente la información que recibe a través de los sistemas senso-perceptuales, para resolver situaciones nuevas en base a experiencias pasadas (Ordoñez & Tinajero, 2005), se utiliza este término para referirse a las necesidades de formación y desarrollo que requieren los niños y que pueden verse afectadas por el uso excesivo o inadecuado del internet.

2 Módulo de Mercado

En el primer apartado del estudio de factibilidad actual se condensa información relacionada con las características del servicio de asesorías en ciberseguridad, posteriormente se muestra la tabulación de la respuesta del mercado frente a este servicio, para finalmente calcular la demanda y oferta del mismo dentro de la región; según (Miranda, 2003), la importancia de este estudio radica en facilitar la obtención de datos que permitirán determinar la aceptación o no, y las complicaciones de un producto o servicio dentro del mercado.

2.1 Servicio

2.1.1 Características Técnicas

A medida que, el Internet logró expandirse por el mundo, la vida cotidiana de la humanidad se ha tornado cada vez más digital y la adopción del internet por parte de los niños es un hecho cada vez más usual, los padres de familia han tenido que afrontar nuevos retos y preocupaciones en la educación de sus hijos, como señala (Rivas, 2017), “las principales preocupaciones de los padres a nivel mundial se refieren a los contenidos a los que los niños pueden acceder, así como también al control del tiempo que pasan frente a una pantalla” (p.110), lo que puede ser interpretado como la oportunidad de comercializar servicios que le permitan a estos individuos adquirir los conocimientos necesarios en materia de ciberseguridad para responder adecuadamente y aportar soluciones más efectivas relacionadas con el bienestar físico y mental de sus hijos.

A partir de lo anterior, se propone la creación de una empresa dedicada a la prestación del servicio de ciberseguridad para niños, el servicio consta de un acompañamiento personalizado a los padres de familia, y el diseño de estrategias relacionadas con la seguridad en el acceso y manipulación de los contenidos por parte de sus hijos, el uso que dan a las aplicaciones que

proporciona el internet y los periodos de tiempo que permanecen en frente de la pantalla; lo anterior con el fin de prevenir delitos como el grooming, Sexting, Ciber acoso, Pornografía, Impersonation, entre otros; contribuir al desarrollo cognoscitivo del niño, evitar que creen adicciones y puedan alejarse de la vida real o afectar su tiempo de estudio, y para reducir los problemas de concentración y comportamiento que se derivan del uso excesivo de internet. El propósito principal de esta propuesta es ofrecer a la población de padres de familia una alternativa que les permita proteger la salud e integridad de sus hijos, a la par que aprovechan las ventajas del internet y las distintas aplicaciones que se derivan de él.

2.1.2 Usos del Servicio

El servicio señalado podrá ser utilizado por los padres de familia del municipio que hayan tenido inconvenientes relacionados con la seguridad en el acceso y manipulación de contenidos de sus hijos y/o problemas de adicción a los dispositivos móviles, quienes deseen prevenir los acontecimientos de carácter delictivo a los que se encuentran expuestos los menores por el uso inapropiado de la web, así como por quienes carezcan del tiempo necesario para hacer un acompañamiento constante de las actividades que estos llevan a cabo dentro de la red.

2.1.3 Beneficios

Los beneficios a los que podrán acceder los padres de familia con la utilización del servicio de ciberseguridad son:

Aumentar la vigilancia del acceso y manipulación de la internet por parte de sus hijos.

Disminuir los riesgos asociados a delitos como la pornografía infantil, el ciberacoso, Grooming, Sexting, entre otros.

Controlar el tiempo que los menores dedican al uso del internet y los medios y/o dispositivos digitales.

Verificar el contenido al que acceden los menores y determinar si es apropiado o no, teniendo en cuenta su edad.

Supervisar el comportamiento en línea responsable de sus hijos.

Recibir acompañamiento constante en la formulación de estrategias y la solución de problemas relacionados con el comportamiento en línea de sus hijos.

Proteger las diferentes etapas del desarrollo cognoscitivo de sus hijos.

Garantizar el bienestar físico y mental de sus hijos.

2.1.4 Servicios y/o Productos Sustitutos

Teniendo en cuenta las características propias del servicio, éste sólo podrá ser sustituido por él mismo, ya sea por empleados independientes que realicen el acompañamiento a los padres de familia, entidades gubernamentales que deseen proteger la integridad de los niños y disminuir los riesgos a los que se exponen por navegar en la web o por videos tutoriales en redes sociales como YouTube; no obstante, esta última no es personalizada, sino que en ella se comparte contenido relacionado con la ciberseguridad de manera general.

2.1.5 Servicios y/o Productos Complementarios

Dentro de los servicios complementarios se encuentra el servicio de conexión a internet y el servicio de energía, indispensables para la prestación del servicio, teniendo en cuenta que de su uso depende la necesidad de la ciberseguridad para los niños; como productos complementarios se encuentran los dispositivos móviles y digitales que se utilizan para acceder a

la red y realizar actividades en ella, como computador, tableta, celular, aplicaciones digitales, etc.

2.2 Consumidor Final

El consumidor final del servicio de asesorías en ciberseguridad son los padres de familia que tengan el interés de proteger la seguridad de sus hijos cuando accedan y manipulen el internet, garantizar que este último no generen ningún tipo de adicción y/o problema cognitivo en ellos, y promover en sus hijos el uso seguro y responsable de los medios y herramientas digitales.

2.2.1 Segmentación del Mercado

Los potenciales clientes del servicio ofrecido podrán segmentarse teniendo en cuenta los siguientes factores:

Tabla 1 Segmentación de mercado

Segmentación	
Geográfico:	Cabecera Municipal del municipio de Santa Cruz de Lorica, conocido a nivel nacional como la Ciudad Antigua y Señorial, ubicada en la parte septentrional del departamento de Córdoba, en la zona más baja del río Sinú, entre los 9°14'19" de latitud norte y los 75°48'50" longitud oeste (Ortiz, 2020, pág. 10).
Demográfico:	Padres de Familia de niños que se encuentren entre los 5 y 14 años
Psicológico:	Interés y/o preocupación por crear estrategias que permitan un mayor control del empleo del internet por parte de sus hijos.
Socioeconómico:	Que se encuentren en niveles socioeconómicos 2, 3 y 4
Beneficios obtenidos con el servicio:	Protección del bienestar e integridad de sus hijos y disminución de los riesgos a los que estos se exponen por el uso del internet.

Fuente: Elaboración propia

2.2.2 Características Socioculturales

El municipio de Santa Cruz de Lórica es reconocido a nivel nacional por su cultura, que se define alrededor de su centro histórico, su plaza de mercado (patrimonio histórico nacional) y el majestuoso río Sinú, ya que dentro de las principales actividades económicas del municipio se encuentran la pesca y el comercio, que están íntimamente ligados a estos referentes arquitectónicos y naturales. En el municipio existe una gran variedad gastronómica, cuya herencia parte de ciudadanos de lejanas tierras que dejaron su influencia, dentro de los que destacan el sancocho de bocachico, el revoltillo de pescado desmenuzado, los patacones y el arroz, entre otros (Alcaldía Municipal de Lórica, 2019).

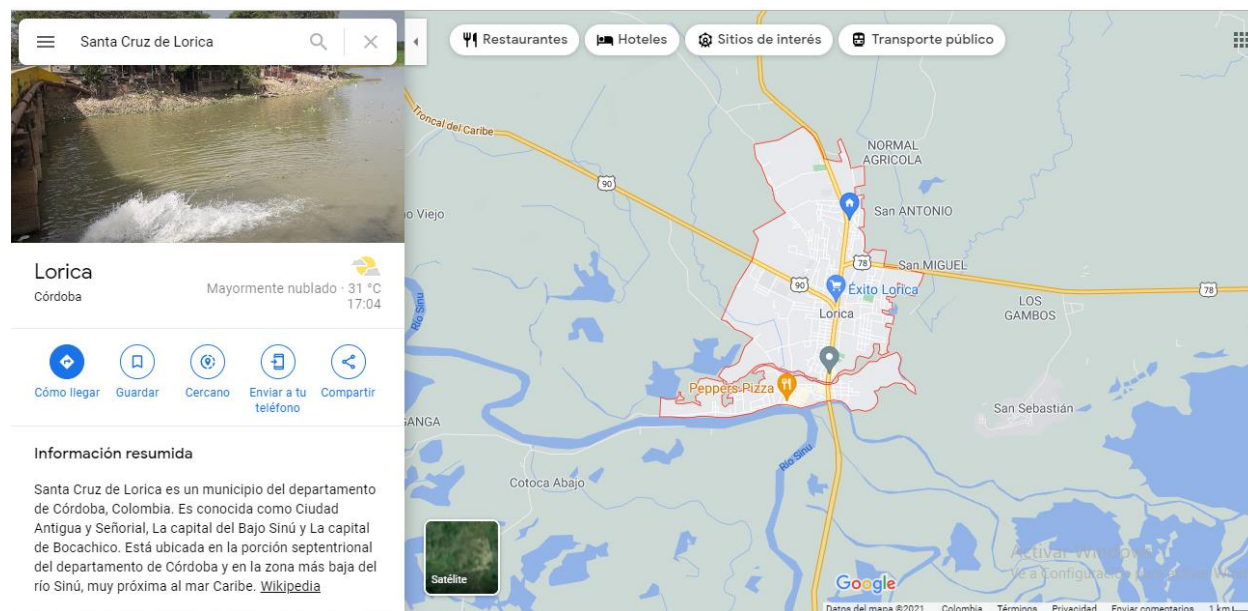
Con respecto a la población joven (González & Fuentes, 2020), indican que los niños y jóvenes del municipio de Santa Cruz de Lórica muestran un creciente interés hacia las prácticas más comunes de la sociedad moderna, como la adopción de la tecnología en sus actividades cotidianas, (desarrollar sus actividades escolar, chatear con sus amigos, escuchar música, jugar videojuegos, etc.); de manera que se puede reflejar una disponibilidad de TIC en el municipio, y por lo tanto los niños de la región se encuentran expuestos a las vulnerabilidades y riesgos del internet, al igual que el resto de la población infantil mundial.

2.3 Delimitación del Área Geográfica

Santa Cruz de Lórica es un municipio del departamento de Córdoba, Colombia, conocido como Ciudad Antigua y Señorial, está ubicada en la porción septentrional del departamento de Córdoba y en la zona más baja del río Sinú, muy próxima al mar Caribe. La cabecera municipal está localizada sobre la margen derecha del río Sinú y el municipio tiene una extensión total de 1033 Km²; limita al norte con San Antero, San Bernardo del Viento, Purísima y Momil; al sur

con San Pelayo y Cotorra; al este: con Momil y Chimá; al oeste con San Bernardo del Viento, Puerto Escondido y Moñitos (Alcaldía Municipal de Lorica, 2019).

Figura 1 Delimitación geográfica



Fuente: Google Maps

2.4 Análisis de la Demanda

2.4.1 Diseño Muestral

La población objeto de estudio de la presente investigación está comprendida por los padres de familia del municipio de Santa Cruz de Lorica que tengan hijos entre los 5 y 14 años de edad, cuya ubicación geográfica sea en la cabecera municipal y pertenezcan a los estratos socioeconómicos 2, 3 y 4. Ahora bien, para efectos de la investigación se tomará como base el número de niños que habitan actualmente en el municipio, según el (DANE, 2020) la población total del municipio es equivalente a 98.491 de los cuales el 17,7% se encuentran entre los 5 y 14 años, y (Alcaldía Municipal de Lorica, 2019) el 12,9% pertenece a los estratos socioeconómicos mencionados; de manera que la población objetivo es equivalente a 2.249.

Ahora bien, la muestra es considerada una parte de la población que podrá ser estudiada para extender los resultados al resto de la población, como señalan (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014) “es un subgrupo de la población o universo, que se utiliza por economía de tiempo y recursos e implica definir la unidad de muestreo y de análisis” (p.171). Es válido destacar que se llevará a cabo un muestreo por conveniencia en el que se seleccionarán exclusivamente a los individuos que cumplan con la característica de ser padres de familia de niños en las edades mencionadas. Para el cálculo del tamaño de la muestra se utilizará la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2 \cdot (N - 1) + (Z^2) \cdot p \cdot q}$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

Z = Desviación de la muestra (confianza) 95% (1,96)

P = Probabilidad a favor (0,5)

Q = Probabilidad de fracaso (0,5)

e = Error o margen de muestreo (0,05)

N = Población (4.495)

$$n = \frac{(2.249) \cdot (1,96)^2 \cdot (0,5) \cdot (0,5)}{(0,05)^2 \cdot (2.249 - 1) + ((1,96)^2) \cdot (0,5) \cdot (0,5)}$$

n=328

2.4.2 Validación del Instrumento

Para la recolección de la información se consideró oportuna la aplicación de una encuesta dirigida a la población objetivo, cuya finalidad fue reconocer información concreta que no se encuentra contenida en ninguna otra fuente, como señala (Casas, Repullo, & Donado, 2003), “la encuesta es ampliamente utilizada como procedimiento de investigación, ya que permite obtener y elaborar datos de modo rápido y eficaz” (p.527). Para ello se formuló un cuestionario que contenía dos apartados, el primero compuesto por información de carácter personal, relacionada con características demográficas y socioeconómicas de los individuos; mientras que, el segundo contó con preguntas que permitieron reconocer si existía un número de potenciales consumidores del servicio de asesorías en ciberseguridad, las cantidades ofertadas en la actualidad, los canales utilizados, así como las necesidades y características propias de la población estudiada (ver anexo 1).

El cuestionario construido por los investigadores fue sometido a un proceso de validación por expertos, en donde profesionales cualificados en el campo investigativo evaluaron la pertinencia, relevancia y coherencia de cada uno de los interrogantes; posteriormente, el cuestionario fue reestructurado, eliminando aquellos cuestionamientos que los profesionales consideraron irrelevantes, incorporando los que son imprescindibles y modificando los que mostraron debilidades, para así contar con un instrumento que permitiera recopilar la información pertinente e indispensable para la actual investigación (ver anexo 2).

2.4.3 Análisis de Resultados de la Investigación de Mercados

Para facilitar el análisis de la investigación de mercado se llevó a cabo la tabulación y gráfica de los resultados obtenidos de la población objetivo, para ello, se utilizaron las herramientas de Excel; así mismo, se realiza un breve análisis de cada uno de los interrogantes,

el análisis consta de tres partes, la primera contiene la información de carácter personal de los participantes, la segunda estudia el uso de servicios complementarios como el internet por parte de los niños de la población estudiada, y por último se identifica la percepción, expectativa u opinión sobre el servicio a lanzar (ver anexo 3).

2.4.4 Cálculo de la Demanda Actual

A través del cálculo de la demanda actual se podrá reconocer si existe un número considerable de personas dispuestas a consumir el servicio de ciberseguridad para niños en el municipio de Lorica; para hallar la demanda actual se utilizó en primera instancia el porcentaje de padres de familia que manifiestan que sus hijos tienen acceso a internet en sus hogares o tienen alguna otra forma de utilizar este medio, de acuerdo con la pregunta número 3 el 86% cuenta con servicio a internet, y la pregunta 5 arrojó que un 11,8% de los padres no cuenta con el servicio, pero sus hijos pueden acceder a él a través de un familiar, un café internet o los datos de un teléfono móvil, lo que arroja un porcentaje de acceso del 97,8%; estos resultados serán generalizados al total de la población para reconocer el número de padres de familia que contarían con las condiciones necesarias para recibir el servicio.

Tabla 2 Población con acceso a internet

Población objetivo	2.249
% acceso a internet	97,8%
Total	2.200

Fuente: Elaboración propia

Seguidamente, se tomó el interrogante número 12 que determina la aceptación del servicio por parte de los participantes, los resultados fueron extendidos a la población obtenida

en la tabla anterior y se obtuvieron los consumidores potenciales, como se muestra a continuación:

Tabla 3 Consumidores potenciales

Población objetivo	2.200
% aceptación	93,2%
Consumidores potenciales	2.049

Fuente: Elaboración propia

Posteriormente se tomaron los resultados obtenidos en la pregunta número 14, que determina la frecuencia con que los padres de familia entrevistados estarían dispuestas a recibir el servicio de ciberseguridad; se subdividieron los grupos de consumidores por cada una de las frecuencias obtenidas y los valores de cada grupo se convirtieron en una frecuencia anual.

Tabla 4 Demanda actual

Frecuencia de consumo	% de respuesta	N° de personas por frecuencia	Consumo anual
Semanal	22%	451	21.640
Quincenal	9%	184	4.426
Mensual	56%	1.148	13.771
Bimensual	4%	82	492
Semestral	6%	116	232
Anual	3%	68	68
Total demanda actual			40.630

Fuente: Elaboración propia

2.4.5 Proyección de la Demanda

La proyección de la demanda permite reconocer el comportamiento de la misma durante un horizonte de planeamiento de cinco años, para su cálculo se utilizó la siguiente fórmula:

$$D_f = D_a (1+i)^n$$

Dónde:

D_f = Demanda Final

D_a = Demanda Actual

I = Índice de crecimiento poblacional, de acuerdo con la información del (Banco Mundial, 2019), para Colombia es equivalente a 1,4%.

n = Número de años a proyectar

Reemplazando valores:

$$D_{f1} = 40.630 (1+0,014)^1 = 41.199$$

$$D_{f2} = 40.630 (1+0,014)^2 = 41.776$$

$$D_{f3} = 40.630 (1+0,014)^3 = 42.360$$

$$D_{f4} = 40.630 (1+0,014)^4 = 42.954$$

$$D_{f5} = 40.630 (1+0,014)^5 = 43.555$$

Tabla 5 Proyección de la demanda

Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
41.199	41.776	42.360	42.954	43.555

Fuente: Elaboración propia

2.5 Análisis de la Oferta

2.5.1 Cálculo de la Oferta Actual

En la actualidad no se encuentra establecida en el municipio ninguna institución o entidad que ofrezca servicios de ciberseguridad para la protección de niños, aunque existen empresas de ciberseguridad que tienen alcance en municipios como Montería y sus alrededores, sus servicios

no se centran en el acceso a contenidos inapropiados y los riesgos a los que se exponen los niños a través del internet, sino que ofrecen programas de ciberseguridad a nivel empresarial, esto es, servicios de protección a los sistemas de información de empresas e instituciones.

Sin embargo, se realizó una visita a la Alcaldía Municipal de Santa Cruz de Lorica, en donde se obtuvo que la entidad administrativa realiza charlas y capacitaciones anuales en las diferentes instituciones educativas del país para prevenir los riesgos a los que se encuentran asociados los niños y jóvenes por el uso inadecuado del internet y los medios tecnológicos, de manera que se considerará esta actividad como la oferta del servicio estudiado, a pesar de ser charlas completamente pasivas que no cuentan con las mismas características del servicio estudiado. Para el cálculo de la oferta se consideró que las charlas efectuadas por la Alcaldía Municipal tengan un alcance total de la población objetivo, y como se mencionó con anterioridad se realizan con una frecuencia anual, de manera que se obtiene una oferta de 2.249 servicios.

Así mismo, existen en redes sociales como YouTube creadores de contenido digital que promueven el cuidado y la protección de los niños en los medios digitales, y a pesar de que no realizan acompañamientos personalizados, no establecen planes de acción para resolver las problemáticas propias de cada familia y no son considerados competencia directa del servicio actual, pueden atender necesidades básicas y comparten videos relacionados con cuatro de las temáticas que se ofrecerán en la empresa actual, como lo son temas de delitos cibernéticos, salud mental, control de contenido y adicción a las redes, por lo que se estima que puedan satisfacer 4 veces a la población objetivo, dando lugar a una oferta de 8.996. Para un total de 11.245 servicios.

2.5.2 Proyección de la Oferta

Para la proyección de la oferta actual se utilizó la siguiente fórmula:

$$O_f = O_a (1 + i)^n$$

Dónde:

O_f = Oferta Futura

O_a = Oferta Actual

i = Constante

i = Índice de crecimiento del sector TIC 4,04% (ANDI, 2019).

n = año a proyectar

Reemplazamos valores:

$$O_{f1} = 11.245 (1+0,0404)^1 = 11.699$$

$$O_{f2} = 11.245 (1+0,0404)^2 = 12.172$$

$$O_{f3} = 11.245 (1+0,0404)^3 = 12.664$$

$$O_{f4} = 11.245 (1+0,0404)^4 = 13.175$$

$$O_{f5} = 11.245 (1+0,0404)^5 = 13.708$$

Tabla 6 Proyección de la Oferta Actual

Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
11.699	12.172	12.664	13.175	13.708

Fuente: Elaboración propia

2.5.3 Determinación del Tipo de Demanda

La determinación del tipo de demanda se halló calculando la diferencia entre la demanda y la oferta actual del servicio estudiado.

Tabla 7 Tipo de demanda

Demanda actual	40.630
Oferta actual	11.245
Demanda insatisfecha	29.385

Fuente: Elaboración propia

Como se puede notar en la tabla anterior, la demanda insatisfecha del servicio de ciberseguridad para niños alcanza un valor de 29.385 servicios al año.

2.5.4 Proyección de la Demanda Insatisfecha

La proyección de la demanda insatisfecha se halló calculando la diferencia entre las proyecciones de demanda y oferta, teniendo en cuenta cada año de proyección, como se muestra a continuación:

Tabla 8 Proyección de la Demanda Insatisfecha

Proyección de la Demanda	41.199	41.776	42.360	42.954	43.555
Proyección de la Oferta	11.699	12.172	12.664	13.175	13.708
Total	29.500	29.604	29.697	29.778	29.847

Fuente: Elaboración propia

2.6 Análisis de Precios

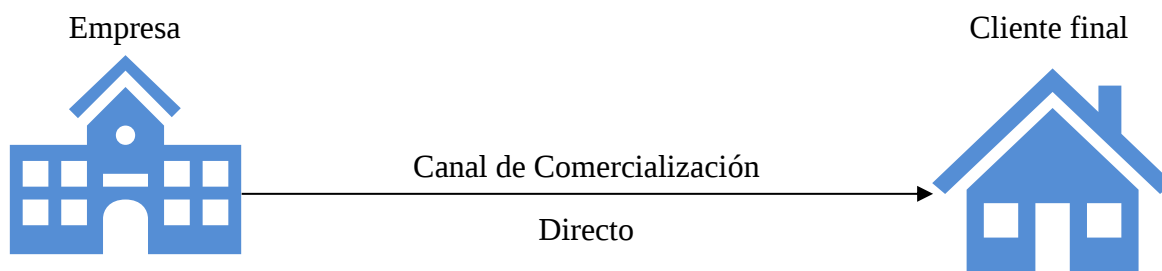
Como se mencionó en párrafos precedentes, en la actualidad no existe en el municipio de Lorica ninguna empresa o institución que ofrezca servicios de ciberseguridad para la protección de niños; la oferta estimada corresponde a las charlas ofrecidas por la alcaldía municipal, las cuales puede ser recibidas de manera gratuita. De manera que el análisis de precios se hará en función

de la respuesta de los participantes de la encuesta, teniendo en cuenta los precios hipotéticos que se expusieron. Los resultados de la investigación arrojaron que el 65% de los consumidores estarían dispuestos a pagar de \$20.000 a \$30.000, el 28,3% de \$30.001 a \$40.000, el 4,3% de \$40.001 a \$50.000 y el 2% restante estarían dispuestos a pagar más de \$50.000; cómo se puede evidenciar la mayor parte de los potenciales consumidores muestran inclinación hacia los precios más bajos, de manera que se deben considerar sus expectativas a la hora de establecer el precio y diseñar estrategias que permitan alcanzar un precio competitivo.

2.7 Canal de Comercialización

De acuerdo con (Sierra, Moreno, & Silva, 2015), uno de los aspectos imprescindibles de la comercialización de un bien o servicio, es la definición del sistema de canales que utilizará la empresa para que los productos lleguen al consumidor final, tales como, mayoristas, minoristas y/o detallistas. De ahí que, en la siguiente figura se representa el canal de comercialización de Safechild:

Figura 2 Canal de comercialización



Fuente: Elaboración propia

Teniendo en cuenta la naturaleza del servicio se utilizará un canal de comercialización directo, puesto que la compañía no requiere de ningún intermediario para suministrar el servicio

a los hogares loriqueros, los padres de familia podrán de manera presencial o virtual comunicarse directamente con los asesores para recibir el acompañamiento personalizado.

2.8 Imagen y Eslogan del Servicio

Según (Díaz V. M., 2017), la imagen corporativa es el mecanismo de presentación de una compañía, su ausencia puede ser percibida por los consumidores como falta de compromiso y seriedad, esta debe mostrar la transparencia de la empresa ante sus empleados y clientes, evidenciando con claridad las negociaciones y valores éticos que proyecta a sus colaboradores; a partir de estas consideraciones, se puede percibir a la imagen corporativa como un elemento diferenciador e indispensable para establecer buenas relaciones con los grupos de interés de la compañía. A continuación, se muestra la imagen corporativa que representará a la empresa estudiada:

Figura 3 Imagen corporativa



Fuente: Elaboración propia

Figura 4 Eslogan del Servicio

Protegiendo tu Hogar

Fuente: Elaboración propia

Safechild es una compañía de ciberseguridad orientada a la protección del bienestar de los niños y demás miembros del núcleo familiar, de ahí que la imagen corporativa contiene tres elementos claves de la prestación del servicio, la seguridad representada en el escudo, el internet a través de las líneas de la red y el hogar mediante la figura de una casa; mostrando con ello que el propósito principal de la compañía es la protección de las familias, especialmente de los miembros más pequeños de estas, al ser los más expuestos a los riesgos de la internet.

2.9 Estrategia de Publicidad

El diseño de estrategias de publicidad es un elemento inexorable de la comercialización de un bien o servicio, como señala (Freire, 2014), porque de estas depende el posicionamiento del producto o servicio que se ofrece en la mente del consumidor, y una estrategia adecuada puede facilitar la persuasión de las ventas y la respuesta adecuada por parte del público objetivo; sin embargo, (Munuera, 2004), sugiere que para desarrollar una estrategia de publicidad efectiva se debe analizar en primera instancia al mercado objetivo, y tomando como base este análisis se pueden diseñar estrategias que se encarguen de satisfacer sus necesidades o deseos, o aprovechar sus características o costumbres.

A partir de lo expuesto en el párrafo precedente, es necesario resaltar que el consumidor final del servicio de asesorías en ciberseguridad son los padres de familia que tengan el interés de proteger la seguridad de sus hijos cuando accedan y manipulen el internet, de manera que las estrategias que se pretendan llevar a cabo, deben ser pensadas en el marco de sus intereses. De

acuerdo con lo anterior y considerando la naturaleza del servicio que se pretende ofrecer se recomiendan las siguientes estrategias de marketing digital:

Redes Sociales: la vida cotidiana de la humanidad está cada vez más digitalizada, cada día son más las personas que utilizan las redes sociales como medio de comunicación y entretenimiento, (Llanos, 2020), manifiesta que más de 3.484 billones de personas utilizan las redes sociales, lo que representa el 45% de la población mundial, de manera que las redes se han convertido en un canal cada vez más atractivo para hacer negocios por la cantidad de usuarios que poseen. Es por ello que una de las estrategias recomendadas para la empresa es el marketing en redes sociales, que permite compartir anuncios, contenido de valor, información del servicio, ofertas, entre otros, y accediendo a un pago periódico los anuncios de la empresa podrán ser colocados a la vista de aquellos usuarios que cuenten con las características para ser considerados clientes potenciales del servicio.

Email Marketing: Se refiere a una estrategia de marketing a través del correo electrónico, cuyo objetivo principal es establecer una comunicación directa con el interesado, ofreciendo información acerca del servicio; (Ramos, 2016), la define como una de las herramientas comunicativas más efectivas de fidelización y remarketing, dichas comunicaciones pueden incluir anuncios, ofertas, catálogos digitales, lanzamientos y/o cualquier información sobre los servicios de una empresa; esta estrategia se considera pertinente porque además de permitir a la empresa la adquisición de nuevos clientes, le permitirá consolidar la fidelidad de los padres de familia, al generar lazos de confianza mediante las comunicaciones regulares.

Marketing de Contenidos: partiendo de la premisa que el propósito principal del servicio estudiado es la protección del bienestar físico y mental de los niños, esta estrategia de

marketing es de suma importancia porque está relacionada con la publicación de contenido relevante y que se encargue de entregar valor a sus lectores, es decir, el objetivo principal de esta estrategia no es dar a conocer la empresa en el mercado o persuadir a sus clientes, sino proporcionar contenido valioso para los usuarios, ya que “al proporcionar contenido relevante, nos posicionamos en la mente del consumidor como líderes de pensamiento y expertos en la industria donde operamos, provocando un acercamiento a la marca” (Cornejo & García, 2019, pág. 51).

En esta misma línea, aunque la mayoría de los participantes de la encuesta mostraron inclinación hacia las redes sociales, hubo un grupo de la población que manifestó que medios de comunicación como la prensa local, la radio local y los volantes serían pertinentes para la difusión de la información de la empresa, por lo se debe agregar a la estrategia una campaña a través de estos medios, pautando con los canales publicitarios de la región y creando diseños atractivos que destaquen la importancia de contar con estrategias ciber defensivas para la protección de los niños y su salud física y mental.

3 Módulo Técnico

En este apartado de la investigación se detallan los elementos de carácter técnico que se requieren para la creación y puesta en marcha de la empresa (maquinaria, equipo, tecnología, recurso humano, etc), así mismo se incluyen aspectos como el tamaño óptimo, la localización a nivel macro y micro que otorga mayores beneficios, las características de la infraestructura y se cómo deben estructurarse los procesos de la empresa. Igualmente, se detallan los elementos organizacionales indispensables para la administración eficiente de los recursos de la empresa y la planeación estratégica que determinará las rutas a seguir para alcanzar los objetivos de la empresa.

3.1 Tamaño del Proyecto

(Pimentel, 2008), define el tamaño de un proyecto como el número de unidades de un determinado bien o servicio, que puedan producirse con los factores involucrados en el proceso de fabricación de dicho bien, durante un período de tiempo determinado, teniendo en cuenta los factores que lo condicionan o limitan. De acuerdo con lo expuesto por el autor el servicio de asesorías en ciberseguridad que tiene como objetivo proporcionar a los padres de familia del municipio una alternativa de acompañamiento para la protección del bienestar e integridad de sus

hijos, se encuentra condicionado principalmente por factores relacionados con el número de especialistas en ciberseguridad con que cuente la empresa para la atención al cliente, la capacidad de la empresa de acuerdo a sus instalaciones y los horarios en que podrá ofrecer sus servicios.

A partir de lo anterior, es necesario definir en primera instancia que la jornada de atención de la empresa será de lunes a sábado de 6:00 am a 8:00 pm; así mismo, se destaca que para el primer año de operación de la empresa se espera contar con un número de especialistas equivalente a 10, quienes ofrecerán el acompañamiento personalizado a los usuarios del servicio y trabajarán 7 horas diarias; y la infraestructura contará con 5 oficinas compartidas equipadas con las herramientas necesarias para la prestación del servicio, que serán utilizadas por los especialistas de acuerdo con los horarios de trabajo que establezca el coordinador operativo.

De acuerdo con lo anterior la empresa estará en capacidad de ofrecer 1.440 horas mensuales y 20.160 horas anuales del servicio, de manera que para iniciar sus actividades la empresa podrá acaparar el 68,6% de la demanda insatisfecha.

3.2 Localización

En este epígrafe se debe seleccionar la entidad geográfica donde la empresa será ubicada, teniendo en cuenta los factores que inciden en el correcto desenvolvimiento de la misma; como señalan (Machicado & Quiroga, 2016), la localización tiene por objetivo, identificar y analizar las diferentes alternativas de ubicación espacial de un proyecto, esto es, los lugares donde es posible ubicarlo, con el fin de seleccionar aquel que ofrezca los máximos beneficios, repercuta en la reducción de los riesgos para el inversionista y se oriente hacia la efectividad de la ejecución del proyecto.

3.2.1 Macrolocalización

Según la macrolocalización es la etapa que permite seleccionar la ubicación de mayor rentabilidad para la empresa, teniendo en cuenta condiciones de la oferta, la demanda e infraestructura existente; ahora bien, para seleccionar la ubicación a nivel macro de la empresa de asesorías en ciberseguridad se realizó un análisis preliminar de los municipios que podrían contar con las condiciones requeridas para la constitución y puesta en marcha de la empresa, se seleccionaron los factores de mayor relevancia para la correcta ejecución de las actividades y se asignó un peso relativo a cada uno de ellos, posteriormente se estableció una calificación ponderada a cada una de las alternativas, y la suma de estas calificaciones permitió seleccionar la localización.

Se tienen tres posibles lugares geográficos que cumplen con los requisitos de carácter general para la puesta en marcha y el funcionamiento de la empresa, como lo son Puerto Lorica, Cotorra y San Bernardo del Viento, a continuación, se muestran los puntajes obtenidos por cada uno de ellos:

Tabla 9 Macrolocalización

Factores Relevantes	PESO ASIGNADO	ALTERNATIVA DE LOCALIZACIÓN					
	O						
	Esc.0-1	Cotorra		Lorica		San Bernardo del Viento	
		Calificació n Esc.1-100	Calificació n ponderada	Calificació n Esc.1-100	Calificació n ponderada	Calificació n Esc.1-100	Calificació n ponderada
ECONÓMICOS							
Desarrollo económico de la región	0,15	65	9,75	90	13,5	75	11,25
Infraestructura en internet de banda ancha	0,2	45	9	85	17	30	6
Vías de comunicación	0,1	80	8	80	8	80	8

Medios de comunicación	0,1	75	7,5	80	8	75	7,5
CULTURALES							
Hábitos de compra	0,1	55	5,5	83	8,3	60	6
DEMOGRÁFICOS							
Población infantil	0,15	50	7,5	89	13,35	65	9,75
SOCIALES							
Interés del Municipio	0,1	60	6	90	9	75	7,5
Actitud de la comunidad empresarial	0,1	65	6,5	85	8,5	70	7
TOTAL	1		59,75		85,65		63

Fuente: Elaboración propia

Como se puede evidenciar en la tabla anterior, el municipio que podría otorgar mayores beneficios a la empresa objeto de estudio es Santa Cruz de Lorica, con un puntaje de 85,65, quien obtuvo mayor calificación en factores relacionados con el desarrollo económico, medios de comunicación, hábitos de compra, actitud de la comunidad empresarial e interés del municipio, los cuales están íntimamente ligados al éxito de cualquier actividad comercial; y en factores como infraestructura en internet de banda ancha, cuya conexión es indispensable para la prestación del servicio de ciberseguridad, y existe en la población mayor concentración de habitantes con las características demográficas necesarias para ser considerados consumidores potenciales del servicio.

3.2.2 Microlocalización

De acuerdo con (Jerouchalmi, 2003), la microlocalización de un proyecto es la determinación del punto exacto donde se hará la distribución de las instalaciones dentro de la región previamente seleccionada, esto es, el espacio geográfico dentro de la ciudad de Lorica que cumpla con las características necesarias para garantizar el funcionamiento efectivo de la empresa y pueda representar mayores beneficios para la misma. Para cumplir con ello se

analizarán tres alternativas de ubicación (Norte, Sur y Centro) del municipio, como se muestra a continuación:

Tabla 10 Microlocalización

Factores Relevantes	Peso asignado (0-1)	Alternativa de localización					
		Sur de la ciudad		Centro de la ciudad		Norte de la ciudad	
		Calificación (0-100)	Peso ponderado	Calificación (0-100)	Peso ponderado	Calificación (0-100)	Peso ponderado
Disponibilidades locativas	0,15	80	12	70	10,5	80	12
Cercanía con el mercado objetivo	0,25	50	12,5	85	21,25	50	12,5
Afluencia de clientes	0,1	45	4,5	98	9,8	65	6,5
Condiciones de vías de comunicación y medios de transporte	0,1	60	6	83	8,3	70	7
Conexión a internet	0,25	70	17,5	95	23,75	60	15
Costo de arriendo del local	0,1	80	8	50	5	70	7
Condiciones de Seguridad	0,05	60	3	85	4,25	75	3,75
TOTAL	1		63,5		82,85		63,75

Fuente: Elaboración propia

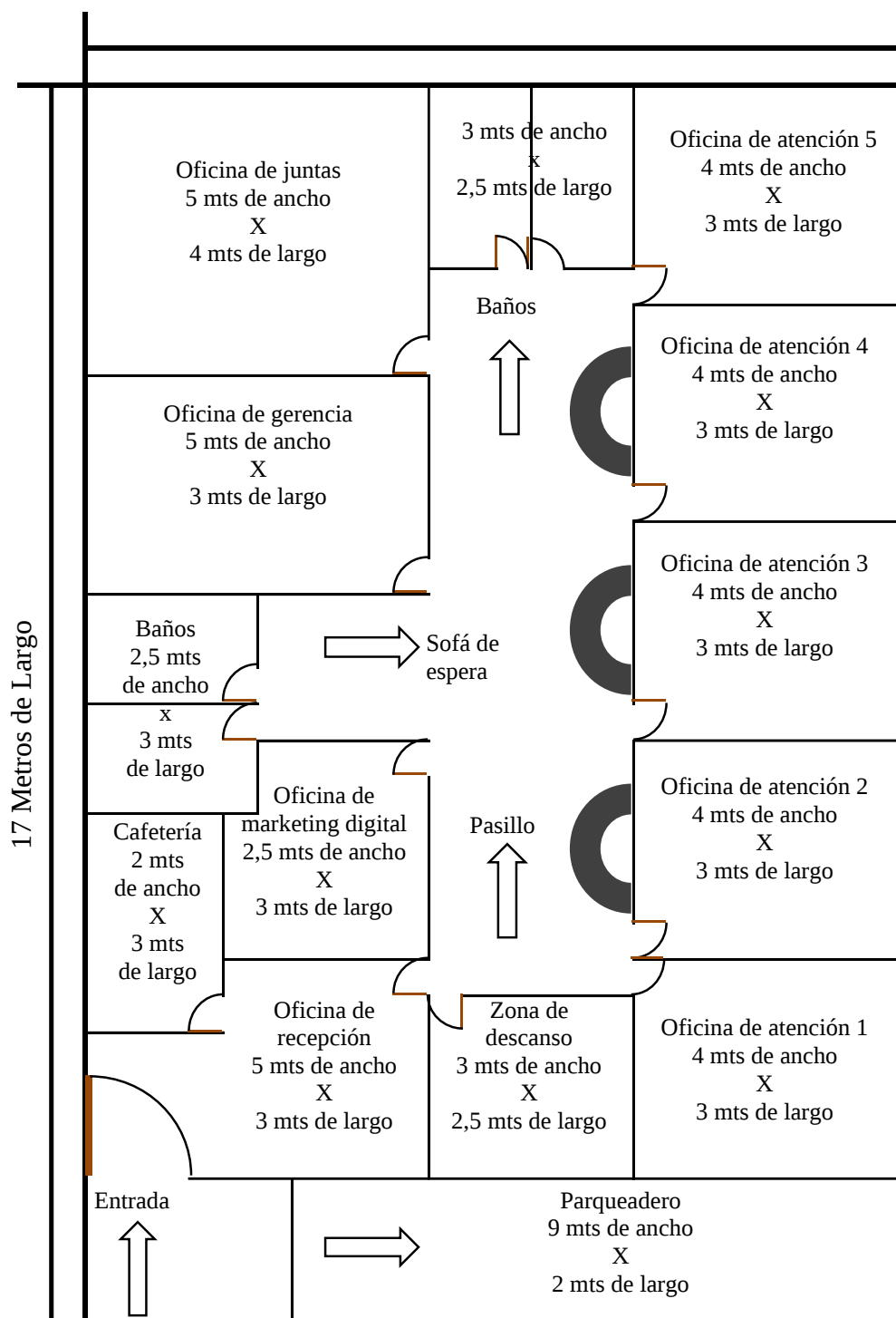
Luego de analizar las tres alternativas de localización a nivel micro, se obtuvo que el centro de la ciudad es el espacio geográfico más beneficioso para la ejecución del proyecto, con una calificación ponderada de 82,85, por mostrar ventajas en aspectos como la afluencia de clientes, mejores vías de comunicación y transporte, mayor seguridad, así como por contar con

mayor conexión a internet y por ser una zona céntrica que le permitirá a la empresa tener más cercanía con su mercado objetivo.

3.3 Distribución en Planta

Figura 5 Distribución en planta

12 Metros de Ancho



Fuente: Elaboración propia

3.4 Ficha Técnica

Tabla 11 Ficha técnica

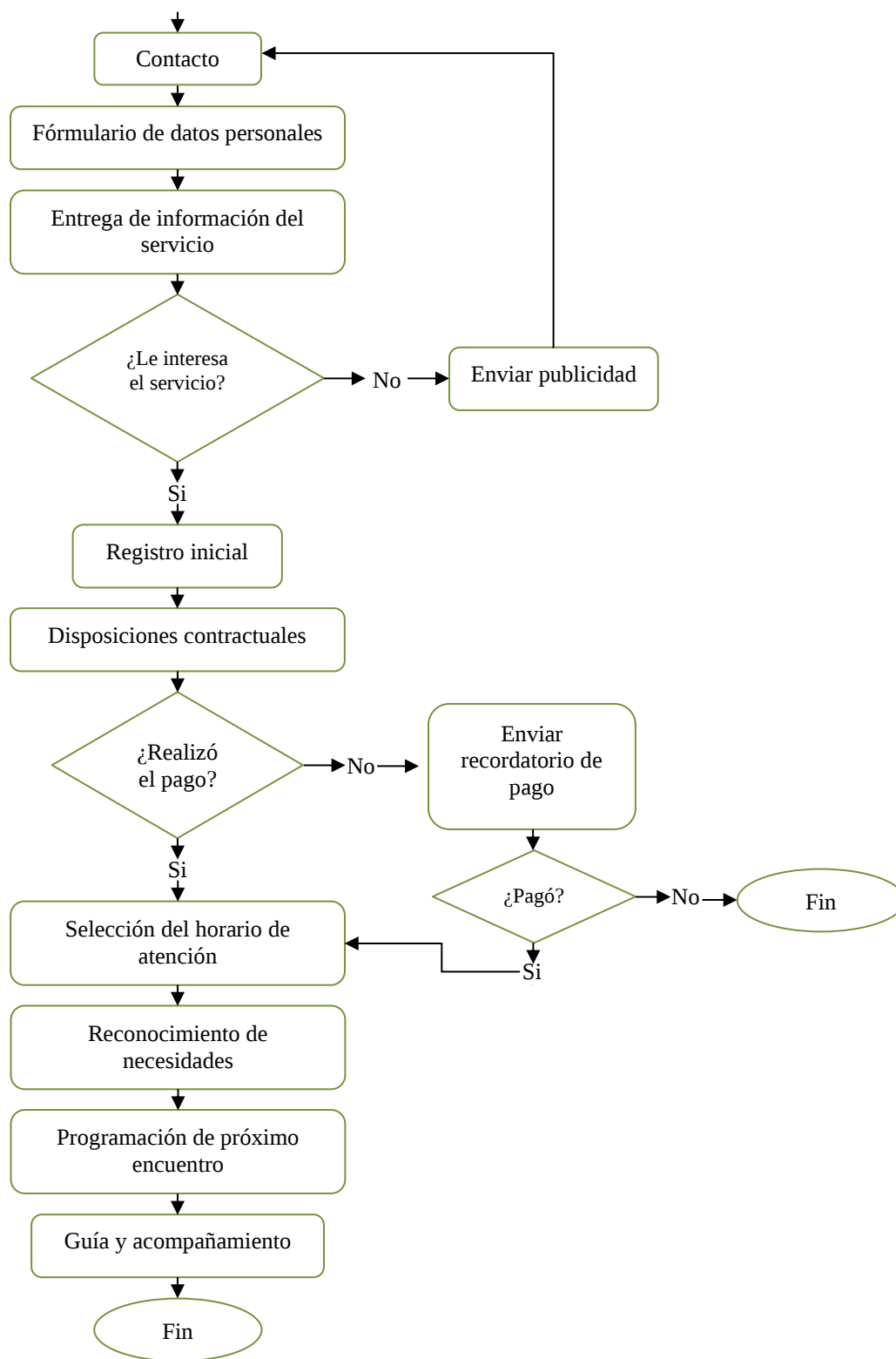
	Ficha técnica del servicio
Empresa	
Nombre del servicio	Asesorías en ciberseguridad
Usuarios del servicio	Los usuarios del servicio de asesorías en ciberseguridad son los padres de familia que tengan el interés de proteger la seguridad de sus hijos cuando accedan y manipulen el internet, garantizar que este último no generen ningún tipo de adicción y/o problema cognitivo en ellos, y promover en sus hijos el uso seguro y responsable de los medios y herramientas digitales.
Descripción del servicio	El servicio consta de un acompañamiento personalizado a los padres de familia, y el diseño de estrategias relacionadas con la seguridad en el acceso y manipulación de los contenidos por parte de sus hijos, el uso que dan a las aplicaciones que proporciona el internet y los periodos de tiempo que permanecen en frente de la pantalla.
Código CIU	7490-Otras actividades profesionales, científicas y técnicas n.c.p. Incluye la consultoría de seguridad.
Especificaciones	Para la prestación del servicio inicialmente se reconocen las necesidades del cliente, se ofrece la formación personalizada de los elementos de seguridad de contenidos, administración de información, entre otros indispensables para proteger la integridad de sus hijos, y finalmente se realiza el acompañamiento en la manipulación y administración de la seguridad de los equipos que el padre de familia quiera tener bajo protección.
Beneficios esperados	Protección del bienestar e integridad de sus hijos y disminución de los riesgos a los que estos se exponen por el uso del internet.
Recursos necesarios	Recurso humano (especialistas en ciberseguridad).
Requisitos legales	Normativa de protección de datos personales (Ley 1266 de 2008)
Condiciones de entrega	Regularmente la metodología de entrega es de manera presencial en las instalaciones de la empresa, pero si el usuario lo solicita también podrá ser entregado en su domicilio.

Fuente: Elaboración propia

3.5 Proceso de Prestación del Servicio

Figura 6 Proceso del servicio





3.5.1 Descripción del Proceso de Prestación del Servicio

Contacto: las personas interesadas en el servicio de asesorías en ciberseguridad podrán contactar a la empresa a través de sus medios digitales (página web, redes sociales, correo electrónico), vía telefónica o de manera presencial en las instalaciones de la compañía, en cualquier medio que seleccionen recibirán una atención cálida y personalizada.

Formulario de datos personales: para garantizar una comunicación asertiva y personalizada el asistente administrativo solicitará a quienes se pongan en contacto con la empresa sus datos personales (nombre, domicilio, correo electrónico, teléfono) y el interesado decidirá si suministra o no, la información solicitada.

Entrega de información: el asistente administrativo hace entrega de la información al sujeto interesado, la cual puede estar relacionada con las características del servicio, medios de pago, tiempos de duración, paquetes personalizados, profesionales a cargo, métodos contractuales, normatividad vigente, entre otros; la información se puede entregar de forma física o digital.

Registro: luego de que el interesado haya solicitado la prestación del servicio, deberá registrar la información de carácter personal (nombre, domicilio, correo electrónico, teléfono, identificación) así como las necesidades que demanda y las razones que motivan su interés por el servicio.

Disposiciones contractuales: en esta etapa del proceso del servicio, el asistente deberá hacer entrega al interesado de los elementos contractuales que determinan la relación entre la empresa y el usuario, como: identificación de las partes, objeto, precio, plazo o duración del servicio, formas de pago, obligaciones de las partes y causales de terminación.

Pago: el cliente potencial deberá realizar el pago del servicio, que podrá ser en efectivo, a través de transferencia, depósito, tarjeta crédito/débito, o a través de medios de pago digital. En caso de evidenciar un retraso en el pago, se enviarán recordatorios a través de mensajes de textos, llamadas telefónicas o correos electrónicos para incentivar al usuario al pago del servicio.

Selección del horario de atención: el cliente deberá revisar los horarios de atención y seleccionar aquellos que se acomoden a sus necesidades, es necesario destacar que, si los cupos para el horario inicialmente seleccionado se encuentran agotados, los padres de familia deberán seleccionar otro horario de atención que se encuentre disponible.

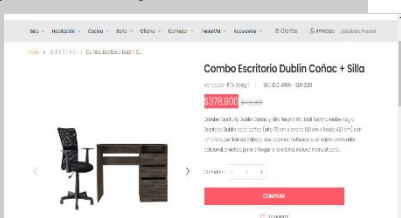
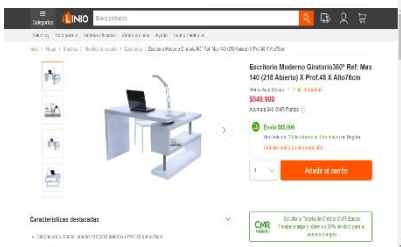
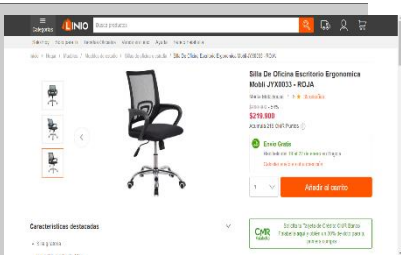
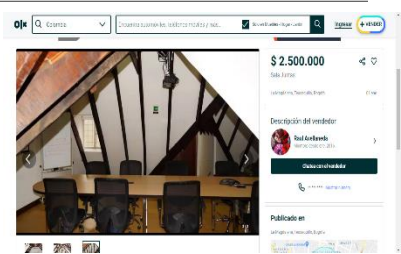
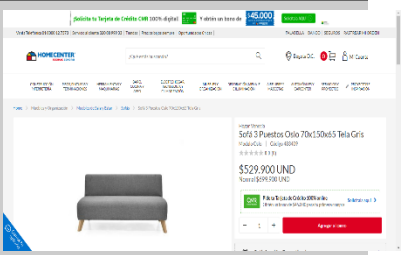
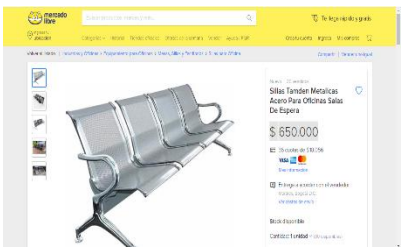
Reconocimiento de necesidades: a través de una sesión inicial, el padre de familia y el coordinador de operaciones establecen una conversación de las necesidades de seguridad y/o atención que requieren sus hijos en caso de presentar problemas de adicción, para así determinar la ruta a seguir durante el desarrollo del servicio.

Programación del próximo encuentro: El asistente administrativo en compañía del cliente deberán programar el próximo encuentro, ya sea con algún especialista en ciberseguridad o salud mental de acuerdo con lo estipulado en el reconocimiento; en caso de requerir al especialista en salud mental, el usuario podrá establecer si este debe dirigirse a su domicilio para reconocer a su hijo, si el niño o niña se dirigirá a las instalaciones o si prefiere que no exista contacto directo con el niño.

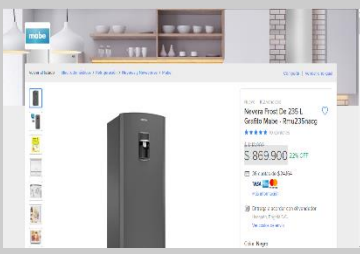
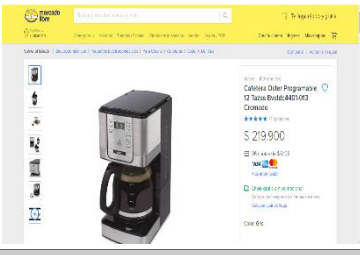
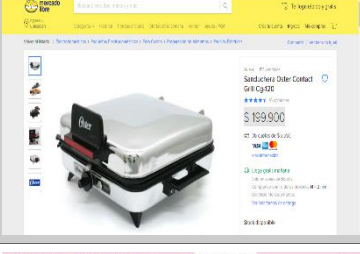
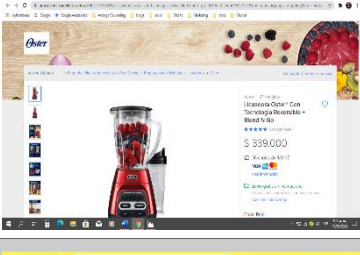
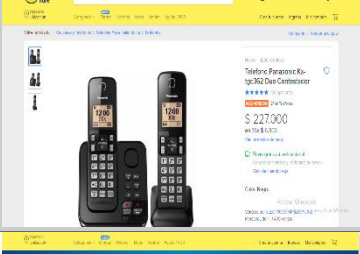
Acompañamiento: los especialistas harán un acompañamiento personalizado y especializado al padre de familia en los aspectos relacionados con la toma de decisiones en materia de seguridad y uso de los medios digitales, de acuerdo con las necesidades del padre de familia.

3.6 Cotización

Tabla 12 Cotización

Equipo	Unidades	Valor Uni	Valor Total	Fuente
Combo Escritorio Dublín Coñac + Silla	6	\$378.900	\$2.273.900	
Escritorio Moderno Giratorio360°	3	\$849.900	\$2.549.700	
Silla De Oficina Escritorio Ergonómica Mobli	3	\$219.900	\$659.700	
Mesa y sillas para sala de juntas	1	\$2.500.000	\$2.500.000	
Sofá 3 Puestos Oslo	4	\$529.900	\$2.119.600	
Sillas Tamden Metálicas Acero Para Oficinas Salas De Espera	1	\$650.000	\$650.000	

Pc escritorio LENOVO 21,5"Pulgadas - 1TB A340-22AST A9	8	\$1.574.950	\$12.599.600	
Portátil ASUS M509DJ - Ryzen5 - 8GB - 512GB SSD - 15,6"	2	\$2.399.920	\$4.779.840	
Proyector Epson Home Cinema 760hd 3300 Lúmenes Nuevo	6	\$2.149.000	\$14.399.920	
Aire acondicionado Inverter Frigidaire FAIX12A3MBBTW 12000	8	\$ 1.499.900	\$11.999.900	
Ventilador De Techo Kdk Original 56	3	\$385.000	\$1.155.000	
Combo Laguna Balta Bone: Incluye Sanitario, Lavamanos sin pedestal, Grifería y Accesorios	4	\$265.900	\$1.063.600	

Nevera Frost De 235 L Grafito Mabe - Rmu235nacg	1	\$869.900	\$869.900	
Cafetera Oster Programable 12 Tazas Bvstdc4401- 013 Cromado	1	\$219.900	\$219.900	
Sanduchera Oster Contact Grill Cg- 120	1	\$199.900	\$199.900	
Licuada Oster® Con Tecnología Reversible + Blend N Go	1	\$339.000	\$339.000	
Teléfono Panasonic Kx-tgc362 Duo	1	\$227.000	\$227.000	
Impresora Multifuncional Epson Ecotank L3110	1	\$759.900	\$759.900	

Fuente: Elaboración propia

4 Módulo Organizacional

4.1 Naturaleza Jurídica

Para la constitución de la empresa se utilizará la naturaleza jurídica de Sociedad por Acciones Simplificadas S.A.S, se seleccionó este modelo por mostrar mayor flexibilidad e innovación, con trámites más cortos y entendibles; como manifiesta (Cadena, 2019), la SAS brinda un cúmulo de características y bondades que permiten que el mundo mercantil se desarrolle ampliamente, porque ofrece a los empresarios herramientas flexibles para la formalización de su negocio, a la par que se convierte en un instrumento de gran utilidad para la realización de negocios en todas las escalas.

Tomando como base la Ley 1258 de 2008 las principales ventajas de este régimen son:

- ✓ La responsabilidad de los socios está limitada por el monto de sus aportes (Art. 1).
- ✓ La sociedad puede ser constituida por uno o varios accionistas (Art. 1).
- ✓ Es una persona jurídica propia, esto es, cuando la sociedad se encuentre inscrita en el registro mercantil, pasa a formar una persona jurídica distinta a sus accionistas (Art. 2).
- ✓ La duración de la sociedad podrá ser definida o indefinida. (Art. 5).
- ✓ El objeto social podrá ser determinado e indeterminado, que se entenderá como cualquier actividad comercial o civil, lícita (Art. 5).
- ✓ Este tipo de figura societaria tiene la posibilidad de contar con tres rubros de capital plenamente diferenciados, capital autorizado, suscrito y pagado (Art. 5).
- ✓ Para el proceso de suscripción y pago se pueden establecer condiciones especiales, proporciones y plazos distintos, aunque se hace la salvedad de no exceder un plazo mayor a dos años (Art. 9).

- ✓ Se puede hacer uso de diversas clases de acciones (Art. 10).
- ✓ Otorga la posibilidad de expresar los derechos de voto que correspondan a cada acción (Art. 11).
- ✓ Permite estructurar la forma de administración de la sociedad libremente (Art. 17).
- ✓ Las reuniones de asamblea de accionistas se podrán llevar a cabo tanto en el domicilio principal, como fuera de él (Art. 18).

4.2 Direccionamiento Estratégico

Ante los inminentes cambios del mundo empresarial y las crecientes demandas de los consumidores, es necesario que las organizaciones formulen estrategias que les permitan ser dinámicas, apuntar a la mejora continua, al posicionamiento en el mercado y orientarse en la satisfacción del cliente, de otra manera se podrá ver afectada la permanencia y el crecimiento en el futuro, es por ello que la empresa enfocará su operación bajo el siguiente direccionamiento:

4.2.1 Misión

Somos una compañía que ofrece a los padres de familia una alternativa para el desarrollo de estrategias de seguridad y protección de los niños durante el acceso y manipulación de las redes, con el fin de neutralizar las amenazas que puedan poner en riesgo su bienestar físico y/o mental; contamos con un equipo de especialistas altamente calificados, orientados al servicio al cliente y comprometidos con la mejora constante de la seguridad colectiva.

4.2.2 Visión

Ser la empresa líder en ciberseguridad de la región cordobesa, reconocida por la calidad de sus servicios y su orientación al cliente, contando con personal altamente capacitado para

diseñar estrategias ciber defensivas que garanticen el bienestar e integridad de los niños y jóvenes de la región.

4.2.3 Principios Corporativos

Compromiso: los colaboradores de la empresa están comprometidos tanto con los usuarios del servicio como con la protección de la seguridad colectiva, enfocados en el desarrollo constante de estrategias que neutralicen las amenazas del uso de la red para los menores.

Confidencialidad: la información que obtenga la empresa durante la prestación del servicio a sus usuarios, estará salvaguardada bajo la normatividad de protección de datos personales y confidencialidad existente en el país, respetando con ello la privacidad de los usuarios.

Trabajo en equipo: el personal de la empresa se orienta en la colaboración y el trabajo en equipo, aunando esfuerzos para alcanzar los objetivos propuestos por la empresa, mejorar constantemente y satisfacer las necesidades del mercado objetivo.

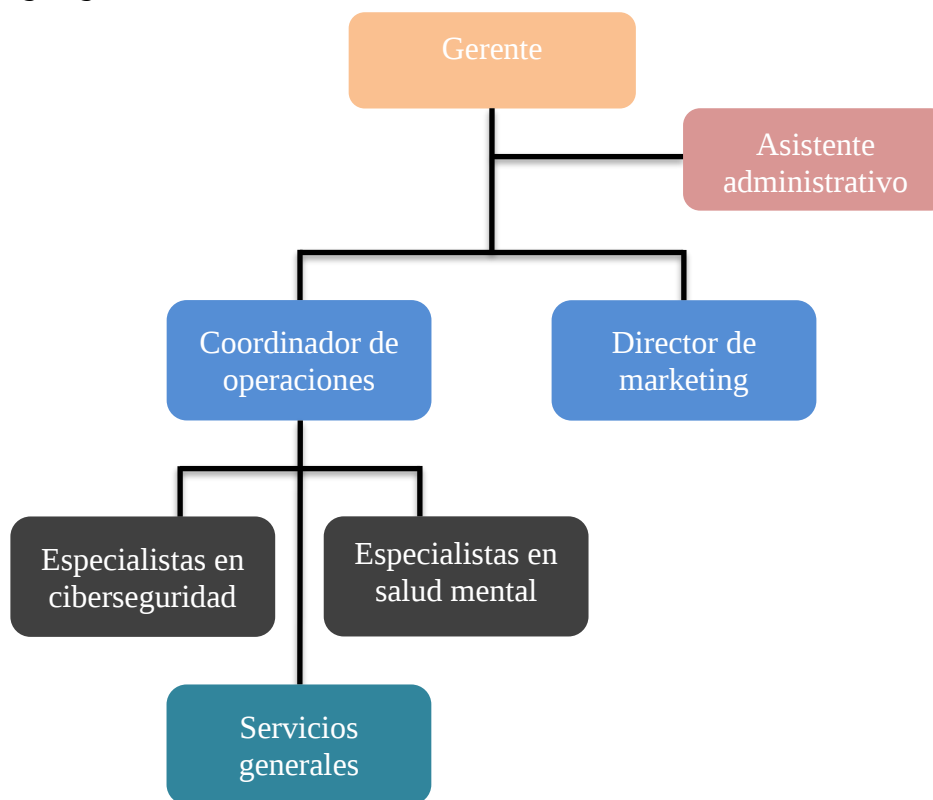
Respeto: la empresa cuenta con una cultura organizacional sólida, centrando las actividades que se desarrollan a diario tanto en el respeto de las relaciones con los grupos de interés de la empresa, como con el medio ambiente y la sociedad en general.

Responsabilidad: este valor influye en todas y cada una de las decisiones tomadas en la empresa, procurando que su actividad y lo que a ella le concierne no otorgue ninguna repercusión negativa para los colaboradores, clientes o la sociedad en general.

4.3 Organigrama

De acuerdo con (Ferrell, Hirt, & Ferrel, 2010), el organigrama es una representación visual de la estructura organizacional de una empresa, que contiene las líneas de autoridad, las relaciones de personal y las líneas de comunicación que existen; atendiendo estas afirmaciones se diseñó el organigrama de la empresa que se muestra a continuación:

Figura 7 Organigrama



Fuente: Elaboración propia

4.4 Manual de Funciones

Tabla 13 Manual de funciones Gerente general

Manual de Funciones	
INFORMACIÓN DEL CARGO	
Denominación:	Gerente General
Área:	Administrativa
Supervisado por:	Junta de socios
Supervisa a:	Todos los cargos
Número de cargos:	1
FORMACIÓN Y EXPERIENCIA	
Formación:	Título profesional en administración y afines.
Experiencia:	Mínimo dos (2) años de experiencia en cargos similares.
Competencias y habilidades propias de la empresa:	Respeto, responsabilidad, confidencialidad, trabajo en equipo, calidez, comunicación asertiva, cordialidad, orientación al cliente, puntualidad, innovación.
Competencias y habilidades propias del cargo:	Toma de decisiones, liderazgo, motivación, habilidades comunicativas, adaptación al cambio, resolución de conflictos, conocimientos ofimáticos, habilidades analíticas.
OBJETIVO DEL CARGO	
Dirigir las actividades de la empresa, para dar cumplimiento a los objetivos que se pretenden alcanzar, enfocándose en la prestación de un excelente servicio y la satisfacción de los clientes.	
FUNCIONES	
Representar legal y jurídicamente a la empresa.	
Establecer y mantener las relaciones de la empresa con sus grupos de interés.	
Velar por el desarrollo eficiente de las actividades desarrolladas por la compañía.	
Orientar sus esfuerzos hacia la satisfacción de los clientes.	
Planear, organizar, dirigir y controlar las actividades que se desarrollen en la empresa.	
Administrar los recursos de la entidad.	
Velar por el estricto cumplimiento de las funciones de cada colaborador de la empresa.	
Fijar los objetivos a alcanzar en el corto, mediano y largo plazo.	
Garantizar el bienestar del equipo de trabajo de la empresa.	
Elaborar los informes contables y financieros de la compañía.	
Determinar las fuentes de financiación de la empresa.	
Determinar el precio de venta del servicio.	
Motivar e incentivar al equipo de trabajo hacia la consecución de las metas.	
Construir una cultura corporativa cálida y sólida.	
Fomentar la comunicación asertiva dentro de la empresa.	
Ofrecer a los miembros de la empresa los recursos necesarios para cumplir con su labor.	
Presentar los informes periódicos a la junta de socios.	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 14 Manual de funciones Asistente administrativo

Manual de Funciones	
INFORMACIÓN DEL CARGO	
Denominación:	Asistente Administrativo
Área:	Administrativa
Supervisado por:	Gerente general
Supervisa a:	Ninguno
Número de cargos:	1
FORMACIÓN Y EXPERIENCIA	
Formación:	Título técnico o tecnólogo en administración, contabilidad y afines.
Experiencia:	Mínimo dos (2) años de experiencia en cargos similares.
Competencias y habilidades propias de la empresa:	Respeto, responsabilidad, confidencialidad, trabajo en equipo, calidez, comunicación asertiva, cordialidad, orientación al cliente, puntualidad, innovación.
Competencias y habilidades propias del cargo:	Organización, habilidades comunicativas, adaptación al cambio, resolución de conflictos, conocimientos ofimáticos, habilidades analíticas.
OBJETIVO DEL CARGO	
Brindar acompañamiento al gerente general en las actividades de planeación, organización, dirección y control de la empresa.	
FUNCIONES	
Recibir y enviar la correspondencia de la empresa.	
Ofrecer atención al público a través de los medios digitales, telefónicos y presenciales.	
Encargarse de satisfacer las necesidades de información de los clientes.	
Administrar y archivar los documentos físicos y digitales de la compañía.	
Atender el Sistema de Peticiones, Quejas, Reclamos y Sugerencias (PQRS)	
Coordinar con los usuarios del servicio los horarios de atención para cada uno de ellos.	
Brindar apoyo en la elaboración de los informes contables y financieros.	
Informar al jefe inmediato de las necesidades de la empresa.	
Colaborar al jefe inmediato en la supervisión del desarrollo eficiente de las actividades.	
Suministrar información a todos los miembros de la empresa que así lo soliciten.	
Comunicar al jefe inmediato de cualquier novedad o anomalía que se presente en su ausencia.	
Coordinar y agendar reuniones de negocios, entrevistas, citas, eventos corporativos y demás afines.	
Resolver cualquier problema o requerimiento administrativo en ausencia del jefe inmediato.	
Demás funciones afines asignadas por el jefe inmediato	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 15 Manual de funciones Coordinador de operaciones

Manual de Funciones	
INFORMACIÓN DEL CARGO	
Denominación:	Coordinador de operaciones
Área:	Operativa
Supervisado por:	Gerente general
Supervisa a:	Especialistas en salud mental, especialistas en ciberseguridad y servicios generales.
Número de cargos:	1
FORMACIÓN Y EXPERIENCIA	
Formación:	Título profesional en administración y afines.
Experiencia:	Mínimo dos (2) años de experiencia en cargos similares.
Competencias y habilidades propias de la empresa:	Respeto, responsabilidad, confidencialidad, trabajo en equipo, calidez, comunicación asertiva, cordialidad, orientación al cliente, puntualidad, innovación.
Competencias y habilidades propias del cargo:	Toma de decisiones, liderazgo, motivación, habilidades comunicativas, adaptación al cambio, resolución de conflictos, coordinación, organización, habilidades analíticas, gestión del tiempo.
OBJETIVO DEL CARGO	
Gestionar eficientemente la prestación de un servicio de calidad, a través de la dirección del personal operativo y la búsqueda constante de la satisfacción al cliente.	
FUNCIONES	
Dirigir al personal a su cargo hacia la prestación de un excelente servicio.	
Identificar las necesidades de operación.	
Establecer los horarios del personal a su cargo.	
Supervisar las funciones del personal a su cargo.	
Determinar los requerimientos en materia de insumos y materiales necesarios para la operación.	
Fomentar la comunicación asertiva.	
Fomentar el trabajo en equipo.	
Participar en el diseño de las estrategias de ciberseguridad de los usuarios de la empresa.	
Satisfacer las necesidades del personal a su cargo	
Motivar e incentivar al personal operativo.	
Informar cualquier novedad que se presente en su dependencia.	
Elaborar informes periódicos relacionados con las cantidades producidas, satisfacción del cliente y demás aspectos relacionados con su dependencia.	
Resolver cualquier problema o requerimiento operativo.	
Garantizar el bienestar del personal operativo.	
Demás funciones afines asignadas por el jefe inmediato	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 16 Manual de funciones Director de marketing

Manual de Funciones	
INFORMACIÓN DEL CARGO	
Denominación:	Director de Marketing
Área:	Administrativa
Supervisado por:	Gerente General
Supervisa a:	Ninguno
Número de cargos:	1
FORMACIÓN Y EXPERIENCIA	
Formación:	Título profesional en Negocios, Publicidad y afines.
Experiencia:	Mínimo un (1) año de experiencia en cargos similares.
Competencias y habilidades propias de la empresa:	Respeto, responsabilidad, confidencialidad, trabajo en equipo, calidez, comunicación asertiva, cordialidad, orientación al cliente, puntualidad, innovación.
Competencias y habilidades propias del cargo:	Creatividad, ingenio, liderazgo, habilidades neurolingüísticas, habilidades comunicativas, manejo de aplicaciones web y herramientas ofimáticas, habilidades de redacción, técnicas de presentación y diseño, habilidades interpersonales.
OBJETIVO DEL CARGO	
Diseñar y desarrollar las estrategias de marketing necesarias para el reconocimiento y posicionamiento del servicio en el mercado objetivo.	
FUNCIONES	
Diseñar los planes de marketing de la empresa.	
Manejar las relaciones públicas.	
Administrar los medios digitales de la empresa y diseñar el contenido que aquí se comparta.	
Desarrollar las campañas de publicidad y promoción para la difusión del servicio.	
Realizar estudios de mercado requeridos para el ingreso a nuevos mercados.	
Diseñar e implementar estrategias de posicionamiento en los medios de comunicación.	
Administrar los canales de distribución.	
Detectar las necesidades de los clientes y proponer estrategias para satisfacerlas.	
Proponer precios competitivos y rentables, de acuerdo con las condiciones del mercado.	
Establecer los medios publicitarios que se usarán para la promoción del servicio de la empresa.	
Presentar informes de su labor al gerente general.	
Demás funciones afines asignadas por el jefe inmediato.	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 17 Manual de funciones Especialista en ciberseguridad

Manual de Funciones	
INFORMACIÓN DEL CARGO	
Denominación:	Especialista en ciberseguridad
Área:	Operativa
Supervisado por:	Coordinador Operativo
Supervisa a:	Ninguno
Número de cargos:	5
FORMACIÓN Y EXPERIENCIA	
Formación:	Título profesional en Ingeniería de sistemas con especialización en seguridad informática o Profesional en Seguridad informática.
Experiencia:	Mínimo un (1) año de experiencia en cargos similares.
Competencias y habilidades propias de la empresa:	Respeto, responsabilidad, confidencialidad, trabajo en equipo, calidez, comunicación asertiva, cordialidad, orientación al cliente, puntualidad, innovación.
Competencias y habilidades propias del cargo:	Confidencialidad, conocimiento de sistemas operativos, protocolos de seguridad informática, criptografías, mecanismos de seguridad, lenguajes de programación, legislación informática.
OBJETIVO DEL CARGO	
Planear, coordinar y administrar los procesos y estrategias de seguridad informática de la empresa y sus usuarios.	
FUNCIONES	
Definir la arquitectura de la seguridad de las redes de los clientes.	
Potenciar la cultura de seguridad informática en los padres de familia.	
Realizar un diagnóstico inicial de las necesidades del cliente.	
Aplicar una metodología de análisis de riesgo para evaluar la seguridad informática de los usuarios.	
Diseñar estrategias de seguridad que puedan satisfacer las necesidades de los usuarios.	
Definir los procedimientos de seguridad para aplicar en los hogares de los usuarios.	
Fomentar la prevención de amenazas y riesgos en la web.	
Implementar y controlar los sistemas de seguridad a utilizar en la empresa.	
Hacer uso eficiente y responsable de los equipos puestos a su cargo.	
Guardar la debida reserva y discreción de la información que se le ha confiado.	
Realizar labores de mantenimiento y reparación a los ordenadores de la empresa.	
Realizar informes periódicos al jefe inmediato sobre el desarrollo de sus actividades.	
Ofrecer una atención cálida y amable a los usuarios del servicio.	
Demás funciones afines asignadas por el jefe inmediato.	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 18 Manual de funciones Especialista en salud mental

Manual de Funciones	
INFORMACIÓN DEL CARGO	
Denominación:	Especialista en salud mental
Área:	Operativa
Supervisado por:	Coordinador Operativo
Supervisa a:	Ninguno
Número de cargos:	5
FORMACIÓN Y EXPERIENCIA	
Formación:	Título Especialista en Psiquiatría.
Experiencia:	Mínimo dos (2) años de experiencia en cargos similares.
Competencias y habilidades propias de la empresa:	Respeto, responsabilidad, confidencialidad, trabajo en equipo, calidez, comunicación asertiva, cordialidad, orientación al cliente, puntualidad, innovación.
Competencias y habilidades propias del cargo:	Conocimientos en normas y protocolos de diagnósticos de enfermedades psiquiátricas, conocimientos básicos en toxicología y farmacodependencia, conocimiento en Sistema General de Seguridad Social, Código Único Disciplinario, orientación al usuario.
OBJETIVO DEL CARGO	
Atender a los niños que presenten trastornos de adicción a los medios digitales, para alcanzar un equilibrio integral de su salud mental.	
FUNCIONES	
Atender oportunamente las citas que se encuentran debidamente agendadas.	
Practicar las valoraciones especializadas en psiquiatría.	
Diagnosticar y hacer propuestas de tratamiento integral de acuerdo a las necesidades de los usuarios.	
Visitar los domicilios de los usuarios cuando este lo solicite.	
Guardar la debida reserva y discreción de la información que se le ha confiado.	
Realizar informes periódicos al jefe inmediato sobre el desarrollo de sus actividades.	
Ofrecer una atención cálida y amable a los usuarios del servicio.	
Demás funciones afines asignadas por el jefe inmediato.	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 19 Manual de funciones Auxiliar de servicios generales

Manual de Funciones	
INFORMACIÓN DEL CARGO	
Denominación:	Auxiliar de servicios generales
Área:	Asistencial
Supervisado por:	Coordinador operativo
Supervisa a:	Ninguno
Número de cargos:	1
FORMACIÓN Y EXPERIENCIA	
Formación:	Ninguno
Experiencia:	Mínimo un (1) año de experiencia en cargos similares.
Competencias y habilidades propias de la empresa:	Respeto, responsabilidad, confidencialidad, trabajo en equipo, calidez, comunicación asertiva, cordialidad, orientación al cliente, puntualidad, innovación.
Competencias y habilidades propias del cargo:	Normas de higiene y seguridad, organización, amabilidad, integridad, colaboración.
OBJETIVO DEL CARGO	
Garantizar la limpieza e higiene de las instalaciones físicas de la empresa.	
FUNCIONES	
Limpiar, desinfectar y mantener organizadas las instalaciones de la empresa.	
Colaboración continua a los clientes, empleados y demás relacionados con la empresa.	
Clasificar y dar disposición segura a los residuos generados en la empresa.	
Usar racionalmente los insumos suministrados para sus labores.	
Mantener los baños equipados con el material de higiene necesario.	
Dar uso racional y eficiente a los recursos naturales (agua y energía).	
Orientar sus actividades hacia el cuidado del medio ambiente.	
Utilizar los implementos de seguridad personal suministrados por la empresa.	
Informar a su jefe inmediato cualquier novedad o anomalía.	
Reportar condiciones inseguras observadas en las áreas de trabajo y los eventos adversos, incidentes y accidentes de trabajo, inmediatamente después de su ocurrencia.	
Demás funciones afines asignadas por el jefe inmediato.	

Fuente: Elaboración propia

5 Módulos de Impacto Social, Económico y Ambiental

En el siguiente apartado de la investigación se pretende determinar el impacto de la creación y puesta en marcha de la empresa en el entorno del municipio de Lorica, estudiando los factores económicos, sociales y ambientales que pueden verse afectados positiva o negativamente por las operaciones de la empresa; este estudio es de suma importancia porque además de reconocer los aspectos señalados, permite proponer estrategias orientadas a minimizar en la medida de lo posible los efectos negativos.

5.1 Impacto Social

Desde la posición de (Yagual, 2018), el impacto social está íntimamente ligado a los resultados o efectos que se puedan presentar en los destinatarios de un bien o servicio que se ofrece y/o el entorno en general donde se espera comercializarlo; este impacto puede ser positivo o negativo, el primero de ellos se presenta ya sea por la contribución para satisfacer necesidades básicas o no básicas, propiciar el mejoramiento de las condiciones de vida de la población, o por la promoción de cambios de actitudes, comportamientos, mentalidades, etc; mientras que el segundo hace alusión al desarrollo de cambios o variaciones negativas en el contexto situacional en que se inscriben los proyectos y que pueden ser atribuidos a la presencia de estos.

Ahora bien, el uso del internet y las tecnologías de la Información y la Comunicación son cada vez más frecuentes en los niños y jóvenes, quienes desde la posición de (Rivas, 2017), cada día muestran mayor familiaridad con el uso de los dispositivos y mayor atracción por los mismos, al punto que, disfrutan de una tasa de penetración de internet superior a la de los adultos. Sin embargo, se exponen a diversos riesgos durante el manejo de las diferentes plataformas digitales, como señala (Valdés, 2007), el uso de internet por parte de menores puede dar lugar a riesgos como la circulación de contenidos agresivos, violentos, de incitación al odio,

tendenciosos, racistas, pornográficos, desagradables o engañosos; la utilización de técnicas para atraerlos con fines sexuales (internet grooming) y un número de sitios o juegos potencialmente perjudiciales para su desarrollo cognoscitivo y psicológico.

A partir de lo anterior, el proyecto generaría un impacto positivo desde el punto de vista social, en primer lugar porque a través de la empresa se formularán estrategias relacionadas con las técnicas de seguridad vinculadas al uso del internet y los dispositivos móviles, que podrían aprovechar los padres de familia del municipio para garantizar el bienestar físico y mental de sus hijos, puesto que, “las principales preocupaciones de los padres a nivel mundial se refieren a los contenidos a los que los niños pueden acceder, así como también al control del tiempo que pasan frente a una pantalla” (Rivas, 2017, pág. 110).

En segundo lugar, se promueve una cultura de prevención en la sociedad loriquera, informando a los habitantes de los riesgos a los que se encuentran expuestos los niños, las necesidades de vigilancia que se deben ejercer y los buenos hábitos de seguridad cibernética que pueden practicar a diario; con lo que se espera generar comportamientos responsables y conscientes de las amenazas que se encuentran en la red, para aumentar la seguridad y defensa de la integridad humana.

Así mismo, se espera a través de la generación de empleo participar activamente en la mejora de la calidad de vida de los habitantes de la población, teniendo en cuenta que las fuentes de empleo son un mecanismo que permite a los hogares obtener los ingresos necesarios para mejorar su calidad de vida, porque “el trabajo es un elemento de integración social que permite a los individuos realizar sus aspiraciones, cubrir sus necesidades básicas y, hacer un aporte productivo a la sociedad” (Alarcón, López, & Palma, 2016, pág. 159).

5.2 Impacto Económico

De acuerdo con (Porto, 2018), el impacto económico, en el marco de la evaluación de proyectos empresariales alude al efecto que las acciones ejecutadas por la empresa pueden generar en la situación económica de una persona, comunidad, región, país o el mundo en general. Siendo así, la creación de esta empresa podrá generar beneficios económicos en el entorno del municipio de Santa Cruz de Lorica, inicialmente porque se convierte en una nueva fuente de empleo para los habitantes de la región que cumpla con los perfiles solicitados por la empresa, quienes a través de la remuneración económica proveniente de su empleo podrán satisfacer sus necesidades y mejorar su calidad de vida y la de sus familias, como enfatiza el (Banco Mundial, 2018), la generación de empleos de calidad es el camino más seguro para reducir la pobreza, al aumentar los ingresos de los ciudadanos y permitirles prosperar.

Adicionalmente, la generación de empleo al ser un elemento generador de ingresos influye en la economía tanto a nivel micro como macro, como señala la (Martínez, Palma, Flores, & Collinao, 2013), “el aumento del ingreso modifica las decisiones de consumo, inversión y ahorro, incrementando la demanda de bienes y servicios (finales e intermedios) y/o la oferta potencial de créditos” (p.35). Situación que sin lugar a dudas se convierte en un impulso para la economía de la región y el país en general, a nivel microeconómico por producir la modificación de las cantidades demandadas de bienes y servicios, y variaciones en la producción y comercialización local, y a nivel macro en relación al crecimiento económico y la distribución de los ingresos.

En esta misma línea, la constitución de toda organización se encuentra íntimamente ligada al pago de tributos al municipio donde se ejerce su actividad, de manera que la economía del municipio de Lorica podrá verse beneficiada por el aumento de la recaudación proveniente a

sus impuestos; de igual manera se espera contribuir al crecimiento de la industria local a través de la adquisición de los insumos y demás elementos necesarios para la operación cotidiana de la empresa.

5.3 Impacto Ambiental

Según (Orea & Villarino, 2013), para garantizar un ambiente sustentable tanto para las actuales generaciones como para las futuras, es necesario analizar el impacto ambiental de todas las acciones económicas, teniendo en cuenta que estas se concretan directa o indirectamente transformando espacios o modificando el ambiente. A partir de lo anterior, durante los últimos años la evaluación del impacto ambiental de las empresas ha ocupado un lugar cada vez más importante, al estar relacionado no solo con la protección y conservación del medio ambiente, sino también con la calidad de vida de la humanidad, es por ello que para el funcionamiento de toda compañía se deben reconocer los efectos previsibles que su actividad pueda ocasionar al ambiente.

A partir de las anteriores consideraciones, es válido afirmar que la creación y puesta en marcha de una empresa dedicada a la prestación del servicio de asesorías en ciberseguridad no genera ninguna afectación al medio ambiente, ya que se trata de una actividad económica que para su funcionamiento no ejerce modificaciones ambientales en el espacio en donde se pretende llevar a cabo; no obstante, teniendo en cuenta las implicaciones éticas de todo accionar económico tanto para la naturaleza como para los seres que en ella habitan, la empresa desarrollará y promoverá una cultura sólida en materia de preservación medio ambiental. Para cumplir con lo propuesto, se llevarán a cabo las siguientes acciones:

- ✓ Fomentar en los grupos de interés de la compañía (empleados, proveedores, clientes, etc), el cuidado y la preservación de la naturaleza y los recursos que esta posee.
- ✓ Desarrollar campañas de promoción y prevención dirigidas a la población loriquera en general, que generen conciencia de la importancia del cuidado del medio.
- ✓ Consumir en cantidades razonables los recursos naturales como la energía y el agua, apagando los equipos eléctricos y electrónicos que no se encuentren en uso, y promoviendo el ahorro del agua en los empleados.
- ✓ Hacer una recolección y disposición eficiente de los residuos sólidos producidos por la organización.
- ✓ Optimizar la gestión de los materiales y residuos peligrosos generados en la empresa, como pilas, lámparas, baterías de equipos electrónicos, medicamentos vencidos o usados, desinfectantes, envases y empaque plaguicidas, aceites usados, entre otros que se puedan utilizar en la cotidianidad de las actividades de la empresa.
- ✓ Reciclar los residuos producidos por la organización y darles una disposición final eficiente.
- ✓ Promover el uso de medios de transporte ecológico, como la bicicleta, scooter, carros eléctricos, para mitigar los daños medioambientales producidos por los Gases de Efecto Invernadero emitidos por los vehículos automotores.
- ✓ Participar en campañas y eventos de carácter ambiental que se lleven a cabo dentro del municipio, como limpieza del río Sinú, reforestación, recolección de desechos sólidos, entre otros.
- ✓ Disminuir el consumo de papel, a través del almacenamiento en Cloud Computing o nube, la cual permite almacenar información en grandes cantidades y evita el uso de papelería.

6 Módulo Financiero

El módulo financiero comprende el último apartado del estudio de factibilidad, su propósito es cuantificar los recursos necesarios para la ejecución del proyecto, (inversiones, costos, gastos), así como los beneficios generados (ingresos), para finalmente reconocer el desempeño de la empresa y determinar su factibilidad en términos económico-financieros.

6.1 Inversiones Fijas

En el siguiente apartado, se detallan las inversiones en activos fijos requeridas para la puesta en marcha de la empresa, se determina el valor unitario, las cantidades necesarias, el valor total de cada uno de los requerimientos y su vida útil.

Tabla 20 Inversión en obras físicas

Detalle de Inversión	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Vida Útil Años
Construcciones y edificaciones	1	120.000.000	120.000.000	45
Adecuaciones	1	70.000.000	70.000.000	45
Total			190.000.000	

Fuente: Elaboración propia

La tabla anterior muestra el valor de las construcciones y edificaciones que se utilizarán para la atención al cliente y la prestación del servicio en ciberseguridad, cuyo valor asciende a 190.000.000.

Tabla 21 Inversión en equipo de computación y comunicación

Detalle de Inversión	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Vida Útil Años
Pc escritorio Lenovo 21,5"Pulgadas	8	1.574.950	12.599.600	5
Portátil Asus - Ryzen5	2	2.399.920	4.799.840	5
Proyector Epson Home Cinema	6	2.149.000	12.894.000	5
Teléfono Inalámbrico Panasonic	1	227.000	227.000	5
Multifuncional Laser Monocromática	1	759.900	759.900	5
Total			31.280.340	

Fuente: Elaboración propia

El equipo de computación y comunicación, es un elemento indisociable de la actividad de la empresa, ya que esta última por su naturaleza tecnológica, requiere de dispositivos y equipos tecnológicos que les permitan acompañar a los usuarios del servicio y mantener una comunicación constante con ellos.

Tabla 22 Inversión en muebles y enseres

Detalle de Inversión	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Vida Útil Años
Combo Escritorio Dublín + Silla	6	378.900	2.273.400	10
Escritorio Moderno Giratorio 360°	3	849.900	2.549.700	10
Silla De Oficina Escritorio Ergonómica	3	219.900	659.700	10
Mesa y sillas para sala de juntas	1	2.500.000	2.500.000	10
Sofá 3 Puestos Oslo	4	529.900	2.119.600	10
Sillas Tamden Metálicas Acero	1	650.000	650.000	10
Aire acondicionado Inverter	8	1.499.900	11.999.200	10
Combo Laguna Balta Bone	4	265.900	1.063.600	10
Ventilador De Techo Kdk Original	3	385.000	1.155.000	5
Nevera Frost De 235 L	1	869.900	869.900	5
Cafetera Oster Programable	1	219.900	219.900	5
Sanduchera Oster	1	199.900	199.900	5
Licuada Oster	1	339.000	339.000	5
Total			26.598.900	

Fuente: Elaboración propia

La tabla anterior muestra el inmobiliario necesario para el equipamiento de las oficinas de la empresa, cuyo propósito principal es garantizar el bienestar y la comodidad del personal de la empresa y los usuarios que se dirijan a las instalaciones.

6.2 Inversiones Diferidas

A continuación, se muestran las inversiones diferidas o gastos preoperativos de la puesta en marcha de la empresa, esto es, las erogaciones que deben llevarse a cabo durante el periodo previo al funcionamiento de la empresa.

Tabla 23 Inversión en activos intangibles

Detalle de Inversión	Costo total
Estudio de prefactibilidad	1.000.000
Estudio de factibilidad	1.100.000
Licencias de funcionamiento	2.500.000
Trámites de constitución	800.000
Montaje y puesta en marcha	1.000.000
Gastos de organización	900.000
Imprevistos	1.500.000
Total Inversión en Activos Intangibles	8.800.000

Fuente: Elaboración propia

6.3 Distribución de Costos

Tabla 24 Costo de mano de obra

Cargo	Remuneración Mensual	Remuneración Actual	Prestaciones Sociales	Costo total
Mano de Obra Directa				
Coordinador Op.	3.000.000	36.000.000	22.636.800	58.636.800
Especialistas en ciberseguridad (5)	11.500.000	138.000.000	86.774.400	224.774.400
Especialistas en salud mental (5)	11.500.000	138.000.000	86.774.400	224.774.400
Subtotal MOD				508.185.600
Mano de Obra Indirecta				
Servicios generales	908.526	10.902.312	6.855.374	17.757.686
Subtotal MOI				17.757.686
Total				525.943.286

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior se muestran los costos asociados a la mano de obra directa e indirecta de la empresa, siendo la primera el personal que participa de manera directa en el proceso de prestación del servicio, y la segunda quiénes son necesarios para la prestación del servicio, pero

no tienen una relación directa con los usuarios del mismo. Es necesario señalar que la mano de obra fue calculada con un sobre costo en términos porcentuales de 62,88%, dividido en 8,5%, por salud, 12% pensión, ARL nivel I 0,522%, parafiscales 9%, prima 8,33%, cesantías 8,33%, intereses sobre cesantías de 12% y vacaciones 4,17%.

Tabla 25 Costo de servicios primer año de operación

Servicios	Unidad de medida	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Internet	Gb	12	120.000	1.440.000
Energía	Kw/Hora	12	230.000	2.760.000
Acueducto y alcantarillado	M3	12	90.000	1.080.000
Teléfono	Impulso	12	75.000	900.000
Gas natural	Kw/Hora	12	40.000	480.000
Total				6.660.000

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior se evidencia el costo generado por el suministro de los servicios públicos requeridos para el funcionamiento de la empresa, cuyo valor es equivalente a \$6.660.000.

Tabla 26 Gasto por depreciación

Activos	Vida Útil	Costo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Valor Residual
Construcciones y edificaciones	45	120.000.000	2.666.667	2.666.667	2.666.667	2.666.667	2.666.667	106.666.667
Adecuaciones	45	70.000.000	1.555.556	1.555.556	1.555.556	1.555.556	1.555.556	62.222.222
Pc escritorio Lenovo		12.599.600	2.519.920	2.519.920	2.519.920	2.519.920	2.519.920	-
21,5"Pulgadas Portátil Asus - Ryzen5	5	4.799.840	959.968	959.968	959.968	959.968	959.968	-
Proyector Epson Home Cinema	5	12.894.000	2.578.800	2.578.800	2.578.800	2.578.800	2.578.800	-
Teléfono Inalámbrico Panasonic Multifuncional	5	227.000	45.400	45.400	45.400	45.400	45.400	-
Laser Monocromática	5	759.900	151.980	151.980	151.980	151.980	151.980	-

Combo Escritorio Dublín + Silla	10	2.273.400	227.340	227.340	227.340	227.340	227.340	1.136.700
Escritorio Moderno Giratorio 360°	10	2.549.700	254.970	254.970	254.970	254.970	254.970	1.274.850
Silla De Oficina Escritorio Ergonómica	10	659.700	65.970	65.970	65.970	65.970	65.970	329.850
Mesa y sillas para sala de juntas	10	2.500.000	250.000	250.000	250.000	250.000	250.000	1.250.000
Sofá 3 Puestos Oslo	10	2.119.600	211.960	211.960	211.960	211.960	211.960	1.059.800
Sillas Tamden Metálicas Acero	10	650.000	65.000	65.000	65.000	65.000	65.000	325.000
Aire acondicionado Inverter	10	11.999.200	1.199.920	1.199.920	1.199.920	1.199.920	1.199.920	5.999.600
Combo Laguna Balta Bone	10	1.063.600	106.360	106.360	106.360	106.360	106.360	531.800
Ventilador De Techo Kdk Original	5	1.155.000	231.000	231.000	231.000	231.000	231.000	-
Nevera Frost De 235 L	5	869.900	173.980	173.980	173.980	173.980	173.980	-
Cafetera Oster Programable	5	219.900	43.980	43.980	43.980	43.980	43.980	-
Sandwichera Oster	5	199.900	39.980	39.980	39.980	39.980	39.980	-
Licuada Oster	5	339.000	67.800	67.800	67.800	67.800	67.800	-
Total			13.416.550	13.416.550	13.416.550	13.416.550	13.416.550	180.796.489

Fuente: Elaboración propia

La vida útil de los activos de la empresa va disminuyendo con el transcurrir de los años, siendo susceptible de ser depreciada, es por ello que la tabla anterior muestra el cálculo de la depreciación anual de cada uno de los activos fijos de la empresa, y el valor residual de los mismos al final del quinto año de operación. La depreciación fue calculada a través del método lineal, lo que significa que cada año los activos pierden el mismo valor.

Tabla 27 Remuneración al personal administrativo

Cargo	Remuneración Mensual	Remuneración Actual	Prestaciones Sociales	Remuneración Total Anual
Gerente general	4.500.000	54.000.000	33.955.200	87.955.200
Director de marketing	2.500.000	30.000.000	18.864.000	48.864.000
Auxiliar admin	1.300.000	15.600.000	9.809.280	25.409.280
Total				162.228.480

Fuente: Elaboración propia

El personal administrativo está conformado por los miembros de la empresa que se ocupan de las actividades relacionadas con la planeación, organización, dirección y control; su cálculo se efectuó con un sobre costo en términos porcentuales de 62,88%, y corresponden a \$162.228.480.

Tabla 28 Otros gastos administrativos

Detalle	Costo Mensual	Costo Anual
Elementos de aseo y Cafetería	700.000	8.400.000
Industria y comercio	1.700.000	20.400.000
Útiles y Papelería	1.000.000	12.000.000
Total		40.800.000

Fuente: Elaboración propia

Dentro de los otros gastos administrativos se encuentran los relacionados con papelería, insumos para la cafetería, y otros indispensables para el funcionamiento cotidiano de la empresa.

Tabla 29 Gastos de venta

Detalle	Costo anual	Observación
Marketing digital	14.400.000	Por pago de publicidad en redes sociales a un promedio de \$40.000, realizando una publicación diaria.
Total	14.400.000	

Fuente: Elaboración propia

Los gastos de ventas se asocian al costo de la publicidad en redes sociales, que deberá pagar la empresa para posicionar sus anuncios en el feed de los clientes potenciales, el marketing de contenidos y el email marketing necesarios para el reconocimiento del servicio por parte del mercado objetivo.

Tabla 30 Amortización de gastos diferidos

Activos	Plazo de Amortización	Costo	Valor Anual a Amortizar				
			1	2	3	4	5
Estudio de prefactibilidad	5	1.000.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000
Estudio de factibilidad	5	1.100.000	220.000	220.000	220.000	220.000	220.000
Licencias de funcionamiento	5	2.500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000
Trámites de constitución	5	800.000	160.000	160.000	160.000	160.000	160.000
Montaje y puesta en marcha	5	1.000.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000
Gastos de organización	5	900.000	180.000	180.000	180.000	180.000	180.000
Imprevistos	5	1.500.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000
Total preoperativos		8.800.000	1.760.000	1.760.000	1.760.000	1.760.000	1.760.000

Fuente: Elaboración propia

Como se mencionó con anterioridad, los gastos diferidos son los que se efectúan durante el periodo previo a la puesta en marcha de la empresa; ahora bien, de acuerdo con la legislación colombiana, estos gastos deben ser amortizados en un periodo que no supere los cinco años, de manera que en la tabla anterior se muestra el valor anual de la amortización durante el periodo señalado.

Tabla 31 Distribución de costos

Detalle	Costos	Costos Fijos	Costos Totales
			Costos Variables
Costos de Producción.			
M de O. Directa	508.185.600		508.185.600
Servicios	6.660.000		6.660.000
M de O. Indirecta	17.757.686	17.757.686	
Depreciación	13.416.550	13.416.550	
SUBTOTAL	546.019.836	31.174.236	514.845.600
Gastos de Adm.			
Sueldos y Prestac.	162.228.480	162.228.480	
Otros Gast. Adm.	40.800.000	40.800.000	
Amortización.	1.760.000	1.760.000	
SUBTOTAL	204.788.480	204.788.480	
Gastos de ventas			
Publicidad	14.400.000	14.400.000	
SUBTOTAL	14.400.000	14.400.000	
Total	765.208.316	250.362.716	514.845.600

Fuente: Elaboración propia

La tabla anterior resume los costos asociados a la operación de la empresa, y los subdivide en costos fijos y variables. Los primeros con un valor de \$250.362.716 corresponden a los desembolsos que permanecen iguales, independientemente de las cantidades vendidas; mientras que los segundos que ascienden a \$514.845.600 están relacionados directamente con las ventas y varían conforme éstas lo hagan.

6.4 Punto de Equilibrio

Para la toma de decisiones asertiva en la operación cotidiana, se utilizan indicadores como el punto de equilibrio, cuyo propósito es, desde el punto de vista de (Horngren, Datar, & Rajan, 2012), estudiar el comportamiento y la relación entre ingresos totales y costos totales, a medida que ocurren cambios en las unidades vendidas, el precio de venta, el costo variable por unidad o los costos fijos de un producto, con el fin de determinar el momento exacto en que los ingresos por ventas son suficientes para cubrir los costos y gastos de la empresa.

$$CT = Cf + Cv$$

$$Pe = \frac{CF}{Pvu - Cvu}$$

$$Cvu = \frac{Cv}{Q}$$

$$Pvu = Cu + \frac{Cu \times M}{1 - m}$$

$$Cu = \frac{CT}{Q}$$

Dónde:

Pe = Punto de equilibrio

CT = Costos Totales

Pvu = Precio de Venta Unitario

Cvu = Costo Variable Unitario

Cf = Costos fijos

Cv = Costos Variables

Q = Cantidad

Reemplazando valores:

$$CT = 250.362.716 + 514.845.600$$

$$CT = 765.208.316$$

$$Cu = \frac{765.208.316}{20.160}$$

$$Cu = 37.957$$

$$Pvu = 37.957 + \frac{37.957 \times 0,2}{1 - 0,8}$$

$$Pvu = 47.446$$

$$Cvu = \frac{514.845.600}{20.160}$$

$$Cvu = 25.538$$

$$Pe = \frac{250.362.716}{47.446 - 25.538}$$

$$Pe = 11.428 \text{ sesiones del servicio}$$

Tabla 32 Punto de equilibrio

Costo unitario	37.957
Costos Totales	765.208.316
Precio de venta unitario	47.446
Costo variable unitario	25.538
Punto de Equilibrio	11.428

Fuente: Elaboración propia

El punto de equilibrio que debe alcanzar la empresa, para que los ingresos igualen a los costos, y no incurra en pérdidas, es equivalente a 11.428.

Tabla 33 Programa de inversión fija del proyecto

Concepto	Años				
	1	2	3	4	5
Activos fijos tangibles					
Obras físicas	190.000.000				
Equipo de comp. y com.	31.280.340				
Muebles y enseres	26.598.900				
Subtotal	247.879.240				
Activos Diferidos					
Gastos Preoperativos	8.800.000				
Subtotal	8.800.000				
Total Inversión Fija	256.679.240				

Fuente: Elaboración propia

La tabla anterior muestra el valor total de las inversiones fijas de la empresa en el año cero, asumiendo que no se ejecute ninguna inversión adicional a lo largo del horizonte de planeamiento.

6.5 Capital de Trabajo

De acuerdo con (Durán, 2010), el capital de trabajo está conformado por los recursos que son considerados imprescindibles para operar la empresa, y cuya administración es fundamental, porque se utilizan de manera cotidiana y permiten contar con los recursos suficientes para operar sin incurrir en interrupciones.

Tabla 34 Cálculo del capital de trabajo

Costo de producción – depreciación	532.603.286
Gastos de administración - amortización	203.028.480
Gastos de venta	14.400.000
Costo de operación anual	750.031.766
Costo de operación diaria	2.083.422
Ciclo operativo	24
Inversión en Capital de trabajo	50.002.118

Fuente: Elaboración propia

Tabla 35 Inversión en capital de trabajo

Detalle	Años				
	0	1	2	3	4
Capital de trabajo	50.002.118	1.750.074	1.811.327	1.874.723	1.940.338
Valor residual Capital de trabajo		51.752.192	53.563.519	55.438.242	57.378.580

Fuente: Elaboración propia

La tabla muestra el valor anual que se debe adicionar al capital de trabajo año tras año, para garantizar el eficiente funcionamiento de la empresa e impedir interrupciones que puedan generar costos mayores.

6.6 Flujo Neto de Inversión

En este apartado se detallan las erogaciones que se deben ejecutar para la adquisición de los activos fijos y el capital de trabajo que permitirán que la empresa pueda mantener su funcionamiento, así como el valor residual que tendrán los activos al finalizar un horizonte de planeamiento de cinco años.

Tabla 36 Programa de inversión

Concepto	Años				
	0	1	2	3	4
Inversión fija	256.679.240				
Capital de trabajo	50.002.118	1.750.074	1.811.327	1.874.723	1.940.338

Fuente: Elaboración propia

Tabla 37 Valor residual de activos

Detalle	Años				
	1	2	3	4	5
Activos de producción					180.796.489
Vr. Residual Capital de Trabajo					57.378.580
Total Vr. Residual					238.175.069

Fuente: Elaboración propia

Tabla 38 Flujo neto de inversiones

Concepto	0	1	2	3	4	5
Inversión fija (256.679.240)						
Capital de trabajo (50.002.118)	(1.750.074)	(1.811.327)	(1.874.723)	(1.940.338)		
Valor residual						238.175.069
Inversiones	(306.681.358)	(1.750.074)	(1.811.327)	(1.874.723)	(1.940.338)	238.175.069

Fuente: Elaboración propia

6.7 Proyecciones Financieras

A través de las proyecciones financieras, se podrá prever el comportamiento futuro de la empresa, para facilitar la toma de decisiones y la administración de los recursos; se realiza el pronóstico con base en la inflación de Colombia (3,50).

Tabla 39 Presupuesto de ingresos

Detalle	Años				
	1	2	3	4	5
Ingresos por ventas	956.510.395	989.988.259	1.024.637.848	1.060.500.173	1.097.617.679
Total Ingreso	956.510.395	989.988.259	1.024.637.848	1.060.500.173	1.097.617.679

Fuente: Elaboración propia

La tabla anterior muestra los ingresos por ventas de la empresa, su cálculo se efectuó con base en las cantidades que se espera vender para el primer año, y el precio de venta (ver tabla 30); es necesario mencionar que se utilizó un escenario pesimista, en el que las cantidades vendidas permanecen iguales año tras año, la variación que se puede evidenciar se debe a la proyección del índice inflacionario.

Tabla 40 Presupuesto de costo de producción

Detalle	Años				
	1	2	3	4	5
Costos directos					
Mano de obra directa	508.185.600	525.972.096	544.381.119	563.434.459	583.154.665
Depreciación	13.416.550	13.416.550	13.416.550	13.416.550	13.416.550
Subtotal costo directo	521.602.150	539.388.646	557.797.670	576.851.009	596.571.215
Gastos generales de fab.					
Mano de obra indirecta	17.757.686	18.379.205	19.022.477	19.688.264	20.377.353
Servicios	6.660.000	6.893.100	7.134.359	7.384.061	7.642.503
Subtotal	24.417.686	25.272.305	26.156.835	27.072.325	28.019.856
Total	546.019.836	564.660.951	583.954.505	603.923.333	624.591.071

Fuente: Elaboración propia

Tabla 41 Presupuesto de gastos de administración

Detalle	Años				
	1	2	3	4	5
Sueldos y prestaciones	162.228.480	167.906.477	173.783.203	179.865.616	186.160.912
Otros gastos de administración	40.800.000	42.228.000	43.705.980	45.235.689	46.818.938
Amortización	1.760.000	1.760.000	1.760.000	1.760.000	1.760.000
Total	201.268.480	208.374.477	215.729.183	223.341.305	231.219.851

Fuente: Elaboración propia

Tabla 42 Presupuesto de gastos de venta

Detalle	Años				
	1	2	3	4	5
Marketing digital	14.400.000	14.904.000	15.425.640	15.965.537	16.524.331
Total	14.400.000	14.904.000	15.425.640	15.965.537	16.524.331

Fuente: Elaboración propia

Tabla 43 Presupuesto de costos operacionales

Detalle	Años				
	1	2	3	4	5
Costos de producción	546.019.836	564.660.951	583.954.505	603.923.333	624.591.071
Gastos de administración	201.268.480	208.374.477	215.729.183	223.341.305	231.219.851
Gastos de ventas	14.400.000	14.904.000	15.425.640	15.965.537	16.524.331
Total Cost. Oper.	761.688.316	787.939.428	815.109.329	843.230.176	872.335.253

Fuente: Elaboración propia

Tabla 44 Presupuesto de gastos financieros

Detalle	Años				
	1	2	3	4	5
Abono a capital	23.875.664	26.871.749	30.243.803	34.039.006	38.310.457
Intereses	16.944.585	13.948.500	10.576.446	6.781.243	2.509.792
Total	40.820.249	40.820.249	40.820.249	40.820.249	40.820.249

Fuente: Elaboración propia

Los gastos financieros corresponden a los desembolsos asociados a las obligaciones contraídas por la entidad con terceros, para financiar los recursos económicos requeridos para la puesta en marcha de la empresa (ver tabla 49).

6.8 Flujo Neto de Operación

El flujo neto de operación es el resultado generado por la prestación del servicio de la empresa, para su cálculo, se tomaron inicialmente los ingresos percibidos por las ventas del servicio y se descontaron los egresos asociados a la operación de la empresa; posteriormente se restaron los gastos financieros, en que la empresa incurrió para su constitución y funcionamiento; seguidamente se dedujo el impuesto a la renta; se adicionó la amortización y depreciación de los activos, y se obtuvo el beneficio neto de la operación.

Tabla 45 Flujo neto de operaciones

Detalle	Años				
	1	2	3	4	5
Ingresos operacionales	956.510.395	989.988.259	1.024.637.848	1.060.500.173	1.097.617.679
Egresos operacionales	761.688.316	787.939.428	815.109.329	843.230.176	872.335.253
Utilidad operacional	194.822.079	202.048.831	209.528.519	217.269.997	225.282.426
Gastos financieros	40.820.249	40.820.249	40.820.249	40.820.249	40.820.249
Utilidad antes de impuestos	154.001.830	161.228.582	168.708.270	176.449.748	184.462.177
Impuestos (32%)	49.280.586	51.593.146	53.986.646	56.463.919	59.027.897
UTILIDAD NETA	104.721.244	109.635.436	114.721.624	119.985.828	125.434.280
Más depreciación	13.416.550	13.416.550	13.416.550	13.416.550	13.416.550
Más amortización	1.760.000	1.760.000	1.760.000	1.760.000	1.760.000
Beneficio Neto	119.897.795	124.811.986	129.898.174	135.162.379	140.610.830

Fuente: Elaboración propia

6.9 Flujo Neto del Plan de Negocios

Para el cálculo del flujo neto, se tomaron las tablas 36 y 43, que muestran las inversiones totales requeridas para la empresa y el beneficio obtenido por su operación, respectivamente; se descuentan las inversiones de la operación y se obtiene el flujo del plan de negocios. Este último será evaluado en términos financieros para determinar la factibilidad del proyecto.

Tabla 46 Flujo neto del proyecto

Detalle	Años					
	0	1	2	3	4	5
Flujo neto de inversión.	(306.681.358)	(1.750.074)	(1.811.327)	(1.874.723)	(1.940.338)	238.175.069
Flujo Neto de Operación.		119.897.795	124.811.986	129.898.174	135.162.379	140.610.830
Total Neto del Proyecto	(306.681.358)	118.147.720	123.000.659	128.023.451	133.222.040	378.785.899

Fuente: Elaboración propia

6.10 Evaluación Financiera: VPN, TIR, RB/C

6.10.1 Valor Presente Neto

El Valor Presente Neto es un indicador ampliamente utilizado en la evaluación de proyectos de inversión, (Mete, 2014), lo define como el valor actual/presente de los flujos de efectivo netos de una propuesta, entendiéndose por éstos la diferencia entre los ingresos periódicos y los egresos periódicos, este indicador traduce ingresos y egresos a su valor equivalente en el período 0, y su criterio de aceptación es que, si es mayor o igual a 0 el proyecto debe aceptarse, caso contrario se debe rechazar.

Tabla 47 Valor presente neto

	(306.681.358)
	118.147.720
	123.000.659
	128.023.451
	133.222.040
	378.785.899
VPN	139.793.453

Fuente: Elaboración propia

Para el cálculo del Valor Presente Neto se utilizó una tasa de descuento del 20%, con lo que se obtuvo un resultado de \$139.793.453 valor que es superior a cero, por lo que se puede

afirmar que en términos de este indicador el proyecto es atractivo, porque determina la cantidad total en que aumentaría el capital como consecuencia de poner en marcha el proyecto.

6.10.2 Tasa Interna de Retorno

Otro de los criterios comúnmente utilizado para la evaluación de proyectos de inversión es la Tasa Interna de Retorno, definida por (Mete, 2014), como la tasa de descuento que iguala el valor presente de los ingresos del proyecto con el valor presente de los egresos, haciéndolo equivalente a cero, y señalando el rendimiento generado por los fondos invertidos en el proyecto en una sola cifra, que no depende de otra cosa que no sean los flujos de efectivo del proyecto.

Tabla 48 Tasa interna de retorno

	(306.681.358)
	118.147.720
	123.000.659
	128.023.451
	133.222.040
	378.785.899
TIR	38,73%

Fuente: Elaboración propia

Según (Mete, 2014), la Tasa Interna de Retorno debe ser aceptada cuando el resultado obtenido sea mayor a la tasa de expectativa o descuento, si esto sucede el proyecto es financieramente atractivo ya que sus ingresos cubren los egresos y generan beneficios adicionales por encima de la expectativa o alternativa; de acuerdo con lo anterior el proyecto actual se considera viable, desde el punto de vista de este indicador, ya que se utilizó una tasa de descuento del 20% y se obtuvo una TIR de 38,73%.

6.10.3 Relación Beneficio/Costo

Finalmente se utilizó el indicador conocido como Relación Beneficio costo, que tiene como propósito suministrar información relacionada con la eficiencia de los costos, como señala (Díaz A. , 2017), pretende determinar la conveniencia de un proyecto a partir de los costos y beneficios que se derivan de él, pues la relación de ambos elementos, expresados en términos monetarios, conlleva la posterior valoración y evaluación de un proyecto o actividad.

Tabla 49 Relación beneficio/costo

118.147.720	
123.000.659	
128.023.451	
133.222.040	
378.785.899	
881.179.770	306.681.358
R B/C	2,87

Fuente: Elaboración propia

Para hallar la relación se compararon los valores positivos y negativos del flujo neto del proyecto, para determinar cuáles son los beneficios que se obtendrán por cada peso que se invierta; cómo se puede evidenciar en la tabla por cada peso invertido en el proyecto se obtiene un ingreso de 2,87, de manera que se corrobora la factibilidad de la creación de empresa estudiada.

7 Fuentes de Financiación

La inversión total necesaria para el montaje y puesta en marcha de la empresa dedicada a la prestación del servicio de ciberseguridad para la protección de niños en el municipio de Lorica, es equivalente a \$306.681.358, los recursos serán obtenidos en un 50% por financiación interna, en donde los socios de la empresa aportarán una suma equivalente a \$76.670.339 cada uno, y el 50% restante se obtendrá a través de un crédito de libre inversión, con las características que se muestran a continuación:

Tabla 50 Características del crédito

Línea de crédito	Crédito de libre inversión	Saldo	153.340.679
Monto solicitado	153.340.679	Periodos	60
Periodo	5 años	Tasa EM	0,99%
Tasa de interés anual	12,50%	Cuota	\$ 3.401.687

Fuente: Elaboración propia

Tabla 51 Amortización del crédito

Años	Interés	Cuota	Abono a capital	Saldo
-				153.340.679
1	1.518.073	\$ 3.401.687	\$ 1.883.615	151.457.064
2	1.499.425	\$ 3.401.687	\$ 1.902.262	149.554.802
3	1.480.593	\$ 3.401.687	\$ 1.921.095	147.633.707
4	1.461.574	\$ 3.401.687	\$ 1.940.114	145.693.593
5	1.442.367	\$ 3.401.687	\$ 1.959.321	143.734.272
6	1.422.969	\$ 3.401.687	\$ 1.978.718	141.755.554
7	1.403.380	\$ 3.401.687	\$ 1.998.307	139.757.247
8	1.383.597	\$ 3.401.687	\$ 2.018.091	137.739.156
9	1.363.618	\$ 3.401.687	\$ 2.038.070	135.701.086
10	1.343.441	\$ 3.401.687	\$ 2.058.247	133.642.839
11	1.323.064	\$ 3.401.687	\$ 2.078.623	131.564.216
12	1.302.486	\$ 3.401.687	\$ 2.099.202	129.465.014
13	1.281.704	\$ 3.401.687	\$ 2.119.984	127.345.031
14	1.260.716	\$ 3.401.687	\$ 2.140.972	125.204.059
15	1.239.520	\$ 3.401.687	\$ 2.162.167	123.041.892

16	1.218.115	\$ 3.401.687	\$ 2.183.573	120.858.319
17	1.196.497	\$ 3.401.687	\$ 2.205.190	118.653.129
18	1.174.666	\$ 3.401.687	\$ 2.227.021	116.426.108
19	1.152.618	\$ 3.401.687	\$ 2.249.069	114.177.039
20	1.130.353	\$ 3.401.687	\$ 2.271.335	111.905.704
21	1.107.866	\$ 3.401.687	\$ 2.293.821	109.611.883
22	1.085.158	\$ 3.401.687	\$ 2.316.530	107.295.353
23	1.062.224	\$ 3.401.687	\$ 2.339.463	104.955.890
24	1.039.063	\$ 3.401.687	\$ 2.362.624	102.593.266
25	1.015.673	\$ 3.401.687	\$ 2.386.014	100.207.251
26	992.052	\$ 3.401.687	\$ 2.409.636	97.797.616
27	968.196	\$ 3.401.687	\$ 2.433.491	95.364.125
28	944.105	\$ 3.401.687	\$ 2.457.583	92.906.542
29	919.775	\$ 3.401.687	\$ 2.481.913	90.424.629
30	895.204	\$ 3.401.687	\$ 2.506.484	87.918.146
31	870.390	\$ 3.401.687	\$ 2.531.298	85.386.848
32	845.330	\$ 3.401.687	\$ 2.556.358	82.830.490
33	820.022	\$ 3.401.687	\$ 2.581.666	80.248.825
34	794.463	\$ 3.401.687	\$ 2.607.224	77.641.601
35	768.652	\$ 3.401.687	\$ 2.633.036	75.008.565
36	742.585	\$ 3.401.687	\$ 2.659.103	72.349.463
37	716.260	\$ 3.401.687	\$ 2.685.428	69.664.035
38	689.674	\$ 3.401.687	\$ 2.712.013	66.952.021
39	662.825	\$ 3.401.687	\$ 2.738.862	64.213.159
40	635.710	\$ 3.401.687	\$ 2.765.977	61.447.182
41	608.327	\$ 3.401.687	\$ 2.793.360	58.653.821
42	580.673	\$ 3.401.687	\$ 2.821.015	55.832.807
43	552.745	\$ 3.401.687	\$ 2.848.943	52.983.864
44	524.540	\$ 3.401.687	\$ 2.877.147	50.106.717
45	496.056	\$ 3.401.687	\$ 2.905.631	47.201.086
46	467.291	\$ 3.401.687	\$ 2.934.397	44.266.689
47	438.240	\$ 3.401.687	\$ 2.963.447	41.303.242
48	408.902	\$ 3.401.687	\$ 2.992.785	38.310.457
49	379.274	\$ 3.401.687	\$ 3.022.414	35.288.043
50	349.352	\$ 3.401.687	\$ 3.052.336	32.235.707
51	319.134	\$ 3.401.687	\$ 3.082.554	29.153.153
52	288.616	\$ 3.401.687	\$ 3.113.071	26.040.082
53	257.797	\$ 3.401.687	\$ 3.143.891	22.896.191
54	226.672	\$ 3.401.687	\$ 3.175.015	19.721.176
55	195.240	\$ 3.401.687	\$ 3.206.448	16.514.729
56	163.496	\$ 3.401.687	\$ 3.238.192	13.276.537

57	131.438	\$ 3.401.687	\$ 3.270.250	10.006.287
58	99.062	\$ 3.401.687	\$ 3.302.625	6.703.662
59	66.366	\$ 3.401.687	\$ 3.335.321	3.368.341
60	33.347	\$ 3.401.687	\$ 3.368.341	0

Fuente: Elaboración propia

8 Conclusiones

A partir de los resultados obtenidos en los estudios aplicados para determinar la factibilidad de una empresa dedicada a la prestación del servicio de asesorías en ciberseguridad para la protección de niños en el municipio de Lórica, se obtuvieron las siguientes conclusiones:

✓ La investigación de mercado, determinó que existe un considerable número de padres de familia en el municipio de Lórica que han tenido dificultades con el uso del internet por parte de sus hijos, dentro de los que se encuentran problemas de dependencia, acoso, acceso a contenido inapropiado entre otros; así mismo, la mayoría de ellos manifiesta que su vivienda cuenta con el servicio de conexión a internet (82%), mientras que del grupo restante que afirman no contar con dicho servicio, el 87% señala que sus hijos tienen acceso en casa de amigos, familiares, café internet, entre otros. Las anteriores afirmaciones ponen en evidencia que existe una necesidad latente en este grupo de la población, de proteger a sus hijos de los peligros a los que se encuentran expuestos por el uso del internet y las aplicaciones que se derivan de él.

✓ El 93,2% de los padres de familia de estratos socioeconómicos 2, 3 y 4, manifiestan estar dispuestos a pagar por orientación y acompañamiento en aspectos relacionados con la supervisión y el control del uso que dan los niños al internet, para prevenir ciberdelitos, evitar que creen adicciones y puedan alejarse de la vida real o afectar su tiempo de estudio, y reducir los problemas que se derivan del uso excesivo de internet. Así mismo, existe un gran porcentaje de la población, que manifiestan la pertinencia del servicio (97%), ya que es indispensable proteger la salud e integridad de sus hijos, que por las condiciones actuales del sistema educativo y la evolución del mundo moderno deben utilizar y aprovechar las ventajas del internet.

✓ Con el desarrollo del estudio técnico, fue posible estudiar y seleccionar las alternativas tecnológicas, de infraestructura, ubicación, función operativa y demás elementos técnicos

requeridos para el montaje y puesta en marcha de la empresa, cuya capacidad instalada permitirá absorber el 68,6% de la demanda existente en el mercado, lo que permitirá generar ingresos suficientes para cubrir las obligaciones de la empresa y obtener un margen de rentabilidad considerable.

✓ Igualmente se estableció la estructura organizacional, las líneas de mando, responsabilidades y funciones de cada uno de los miembros de la empresa, para garantizar el desarrollo eficiente de sus actividades, se diseñó el direccionamiento estratégico bajo el cual la empresa enfocará su operación y se determinó que la figura societaria bajo la cual se constituirá la empresa será la Sociedad por Acciones Simplificadas, por sus características de flexibilidad y bajos costos.

✓ A través del análisis del impacto de la puesta en marcha de la empresa en el municipio de Loricá, fue posible concluir que la empresa podrá contribuir desde el marco económico y social, a través de la generación de empleo, la promoción de una cultura de seguridad para los niños y disminuyendo potencialmente los riesgos a los que se exponen los niños como la circulación de contenidos agresivos, violentos, de incitación al odio, la participación en delitos cibernéticos y demás actividades perjudiciales para su desarrollo cognoscitivo y psicológico.

✓ Finalmente se determinaron las inversiones, costos y gastos en los que se debe incurrir para el funcionamiento de la empresa; la asignación de recursos para activos fijos, diferidos y capital de trabajo es equivalente a \$306.681.358, cuya estructura de financiación es 50% interna y 50% externa. Los resultados de la evaluación financiera arrojaron un VPN de \$139.793.453, una relación beneficio-costos de 2,87 pesos y una TIR de 38,73%; de manera que se considera un proyecto factible en términos financieros y atractivo para el inversionista, al recuperar la inversión y obtener beneficios adicionales.

9 Recomendaciones

- ✓ La capacidad instalada de la empresa depende directamente del número de profesionales que puedan ofrecer el servicio de acompañamiento y asesoría, de manera que, si la empresa pretende abarcar una cuota mayor de mercado o ampliar su portafolio de servicios, deberá aumentar su recurso humano.
- ✓ Considerando la importancia que tiene el recurso humano para la empresa, es necesario diseñar programas de selección y reclutamiento riguroso, que garanticen la selección de profesionales altamente calificados y capaces de ofrecer un servicio confiable y efectivo a los usuarios de la empresa.
- ✓ La capacitación del personal operativo es un elemento fundamental para la prestación de un servicio de calidad, de ahí que, la empresa debe diseñar capacitaciones periódicas en materia de cambios tecnológicos, ciberdefensa, peligros cibernéticos y demás asuntos relacionados con el servicio, solo así podrá asesorar a los padres de familias y diseñar estrategias acordes con sus necesidades y la evolución de la tecnología.
- ✓ Como se mencionó a lo largo del trabajo de investigación, el servicio genera gran impacto desde el punto de vista social, por centrarse en la protección de un grupo vulnerable de la población, de manera que la empresa puede aprovechar los efectos de su labor y los resultados obtenidos en el mercado loriquero para aumentar su reconocimiento y mejorar constantemente la reputación de su imagen corporativa.
- ✓ La inversión en activos fijos de la empresa, podría alcanzar una disminución considerable, si se estudia la posibilidad de realizar un contrato de arrendamiento de un establecimiento comercial que cuente con los espacios y condiciones necesarias para la atención al usuario y la prestación del servicio de asesorías en ciberseguridad.

10 Bibliografía

- Alarcón, J. A., López, J. R., & Palma, H. H. (2016). Importancia de la seguridad de los trabajadores en el cumplimiento de procesos, procedimientos y funciones. *Revista Academia & Derecho*, 8 (14), 155-176.
- Alcaldía de Lórica. (16 de Diciembre de 2020). *Gran apertura a la segunda convocatoria Misión TIC 2022*. Obtenido de Alcaldía de Lórica: <http://www.santacruzdelorica-cordoba.gov.co/noticias/gran-apertura-a-la-segunda-convocatoria-mision-tic-2022>
- Alcaldía Municipal de Lórica. (10 de Septiembre de 2019). *Nuestro Municipio*. Obtenido de Alcaldía Municipal de Santa Cruz de Lórica: <http://www.santacruzdelorica-cordoba.gov.co/municipio/nuestro-municipio>
- ANDI. (2019). *Colombia: Balance 2019 y Perspectivas 2020*. Bogotá, D.C: Asociación Nacional de Industriales.
- Andrada, A. M. (2010). *Nuevas Tecnologías de la Información*. Argentina: Editorial Maipue.
- Banco Mundial. (13 de Febrero de 2018). *El empleo, núcleo del desarrollo: Transformar economías y sociedades mediante puestos de trabajo sostenibles*. Obtenido de Banco Mundial: <https://www.bancomundial.org/es/results/2018/02/13/jobs-at-the-core-of-development>
- Banco Mundial. (2019). *Crecimiento de la población (% anual)*. Obtenido de Banco Mundial: <https://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.GROW>
- Berrios, L., Buxarraís, M., & Garcés, M. (2015). Uso de las TIC y mediación parental percibida por niños de Chile. *Comunicar*, 21 (45), 161-168.

- Bocanegra, G. D., Domínguez, J. I., & Valencia, B. D. (2016). *Guia general para la elaboración de un plan de negocios y obtención de fondos*. México: Instituto Mexicano de Contadores Públicos.
- Cadena, J. J. (2019). *La Sociedad por Acciones Simplificada SAS, un caso de éxito*. Universidad Católica de Colombia.
- Casas, J., Repullo, J., & Donado, C. (2003). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I). *Investigación 31* (8), 527-538.
- Castro, C. (2016). El fenómeno de la violencia entre iguales en España. Roles, género, edad, actitudes y estrategias de intervención. *Revista Catedra Paralela*, 127-154.
- Centro de Investigación de la Web . (2008). *Cómo funciona la Web* . Santiago de Chile: Universidad de Chile.
- Cornejo, B. V., & García, J. H. (2019). Marketing de Contenidos. *Escuela Superior de Atotonilco de Tula N° 11*, 51-53.
- DANE. (2019). *Encuesta Nacional de Calidad de Vida (ECV)*. Bogotá: Departamento Administrativo Nacional de Estadística.
- DANE. (2020). *Proyecciones de población 2018-2020, total municipio por área*. Bogotá: Departamento Administrativo Nacional de Estadística.
- Díaz, A. (2017). El costo-beneficio como herramienta de decisión en la inversión en actividades científicas. *Cofín Habana*, 322-343.

- Díaz, V. M. (2017). *Creación de la imagen corporativa de la empresa de transporte fluvial Suárez*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.
- DNP. (2020). *Ficha técnica de Lorica*. Recuperado el 12 de agosto de 2020, de Departamento Nacional de Planeación: <https://terridata.dnp.gov.co/index-app.html#/perfiles/23574>
- Durán, Y. (2010). Administración del Capital de Trabajo: una herramienta financiera para la gerencia de las PyME tradicionales venezolanas. *Visión Gerencial*, (1), 37-56.
- Estupiñan, P. E., & Garcia, G. A. (2019). *Aplicación Móvil de Información Valuatoria Colombiana para Ordenadores y Dispositivos Móviles que Posean el Sistema Operativo Android*. Manizalez : Universidad Distrital Francisco José de Caldas .
- Ferrell, O. C., Hirt, G. A., & Ferrel, L. (2010). *Introducción a los negocios en un mundo cambiante*. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Freire, J. A. (2014). *Estrategias de publicidad y su impacto en las ventas*. Ambato, Ecuador: Universidad Técnica de Ambato.
- Gamito, R., Aristizabal, P., & Olasolo, M. (2017). La necesidad de trabajar los riesgos de Internet en el aula. *Revista de Currículum y Formación de Profesorado* (21,3), 409-426.
- García, I. V. (2010). *Plan de negocio*. Instituto de empresas.
- Giant, N. (2016). *Ciberseguridad para la i-generación*. Madrid: Narcea, S.A. de Ediciones.
- González, L. B., & Fuentes, H. B. (2020). *La sabiduría ancestral como base para la enseñanza de las matemáticas en la Institución Educativa El Rodeo*. Cartagena: Universidad de San Buenaventura.

- Hernández, R. (2017). Impacto de las TIC en la educación: Retos y Perspectivas. *Propósitos y Representaciones*, 325 - 347.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*, Sexta edición. México: McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A.
- Hidalgo, O. R., Sánchez, A. H., & Guaicha, H. C. (2017). *Plan de negocios, un enfoque práctico en el sector comercio*. Machala, Ecuador: Editorial Utmach.
- Horngren, C., Datar, S., & Rajan, M. (2012). *Contabilidad de costos. Un enfoque gerencial*. (14va. d.). Naucalpan de Juárez, México: Pearson Educación.
- INTIC. (2009). *Guía Legal sobre Cyberbullying y Grooming*. Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación.
- Jerouchalmi, I. (2003). *Manual Para la Preparación de Proyectos de Inversión y Evaluación*, 3ª edición. Montevideo: impresora Gráfica IG.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de Marketing Sexta Edición* . Ciudad de México: Pearson .
- Llanos, J. C. (06 de Febrero de 2020). *Estadísticas de Redes Sociales 2020: Usuarios de Facebook, Instagram, YouTube, LinkedIn, Twitter, TikTok y otros* . Obtenido de Marketing Digital: https://www.juancmejia.com/marketing-digital/estadisticas-de-redes-sociales-usuarios-de-facebook-instagram-linkedin-twitter-whatsapp-y-otros-infografia/#Informe_detallado_usuarios_redes_sociales_2020_WeAreSocial_y_Hootsuite

- López, M., & Aceves, J. (2016). *Estudio administrativo. un apoyo en la estructura organizacional del proyecto de inversión*. Obtenido de:
<https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no56/estudioadmtivo.pdf>.
- Machicado, F. C., & Quiroga, M. G. (2016). Estudio de localización de un proyecto. *Ventana científica Vol. 7. N° 11*, 29-33.
- Mankiw, G. (1997). *Principios de Economía*. Universidad de Harvard.
- Martínez, R., Palma, A., Flores, L., & Collinao, M. P. (2013). *El impacto económico de las políticas sociales*. Santiago de Chile: CEPAL.
- Mazzini, J. B. (2018). ¿Develando el lado oscuridad?: La nueva tecnología, la internet, las redes sociales sus riesgos en los niños, niñas y adolescentes. *Revista del Instituto de Familia (07)*, 35-41.
- Mete, M. R. (2014). Valor Actual Neto y Tasa Interna de Retorno: su utilidad como herramientas para el análisis y evaluación de protectos de inversión. *Fides et ratio* , 67-85.
- Miranda, J. J. (2003). *Gestión de Proyectos: Evaluación Financiera, Económica, Social, Ambiental; quinta edición*. Bogotá: MM Editores.
- Monje, C. A. (2011). *Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa*. Neiva, Colombia: Universidad Surcolombiana.
- Munuera, J. (2004). *Estrategias de marketing de la teoría a la práctica*. España: ESIC editorial.
- ONU. (5 de Febrero de 2019). *Internet, un sitio sin bondad para los jóvenes*. Obtenido de Organización de las Naciones Unidas: <https://news.un.org/es/story/2019/02/1450561>

- Ordoñez, M., & Tinajero, A. (2005). *Estimulación temprana*. Madrid, España : Cultural.
- Orea, D. G., & Villarino, M. T. (2013). *Evaluación de impacto ambiental*. Madrid, España: Ediciones Mundiprensa.
- Ortiz, T. d. (2020). *Poblamiento de Santa Cruz de Lorica (Córdoba) una mirada desde la Geografía (1970-2019)*. Montería, Córdoba.: Universidad de Córdoba.
- Pérez, D., & Martínez, I. P. (1987). *El Conocimiento del Mercado*. Madrid: EOI.
- Pérez, J., & Veiga, C. (2013). *Diagnóstico económico-financiero de la empresa*. Madrid: Editorial ESIC.
- Pimentel, E. (2008). *Fórmulación y Evaluación de Proyecto de Inversión* . Caracas : Edición Kindle.
- Porto, J. (10 de Enero de 2018). *Definición de impacto económico*. Obtenido de definicion.de: <https://definicion.de/impacto-economico/>
- Ramos, J. J. (2016). *Email Marketing: Guía práctica*. Alemania: XinXii.
- Rivas, F. C. (2017). El uso de dispositivos móviles por niños: Entre el consumo y el cuidado familiar. *Cultura, Hombre, Sociedad* (27), 108-137.
- Rivera, J. (2016). *Fundamentos de redes informáticas. Edición Segunda*. España: Editorial IT Academy Campus.
- Rosales, R. (2008). *Fórmulación y evaluación de proyectos*. Costa Rica: ICAP.

Sánchez, J. L., Ruiz, M. J., & Casa, J. M. (2020). *Periodismo y ciberseguridad en tiempos de incertidumbre*. Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

Sierra, C., Moreno, J., & Silva, H. (2015). Canales de distribución. *Telos*, 17 (3), 512-529.

Soto, G. M. (2014). Sexting: una modalidad cada vez más extendida de violencia sexual entre jóvenes. *Perinatología y Reproducción Humana* , 217-221.

Toro, F. (2016). *Costos A.B.C y presupuestos. Herramientas para la productividad*. Bogotá: Ecoe Ediciones Ltda.

UIT. (2019). *Nuevos datos de la UIT indican que, pese a la mayor implantación de Internet la brecha de género digital sigue creciendo*. Ginebra, Suiza: Unión Internacional de Telecomunicaciones. Obtenido de Unión Internacional de Telecomunicaciones: <https://www.itu.int/es/mediacentre/Pages/2019-PR19.aspx>

UNICEF. (2012). *La seguridad de los niños en línea*. Florencia, Italia: Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia .

UNICEF. (11 de Diciembre de 2017). *1 de cada 3 usuarios de internet son niños*. Obtenido de Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia: <https://www.unicef.es/prensa/1-de-cada-3-usuarios-de-internet-son-ninos#:~:text=Los%20ni%C3%B1os%20est%C3%A1n%20cada%20vez,acceso%20a%20un%20contenido%20seguro.>

Universidad EAFIT. (11 de Abril de 2019). *EAFIT y TigoUne promueven el uso responsable de las TIC en Colombia*. Obtenido de Universidad EAFIT:

<https://www.eafit.edu.co/noticias/revistauniversidadeafit/173/eafit-tigoune-responsabilidad-tic>

Valdés, J. T. (2007). *Delitos Cibernéticos*. Ciudad de México: UNAM.

Valdivia, A. C., & Méndez, L. A. (2011). *Importancia de un plan de negocios, contribuciones a la economía*. México: Servicios Académicos Intercontinentales SL.

Vidal, S. M., Ronco, A. M., & Garrido, F. P. (2013). *Análisis Económico Financiero*. España: Universitat Politècnica de Valencia.

Viniegra, S. (2007). *Entendiendo el Plan de negocios*. México.

Weinberger, K. (2009). *Plan de negocios, Herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio*. Perú: USAID.

Yagual, J. M. (2018). *Impacto social y desarrollo comunitario*. Ecuador: Universidad Estatal Península de Santa Elena.

11 Anexos

Anexo 1 Cuestionario

UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA

Objetivo: Identificar si existe una demanda insatisfecha del servicio de asesorías en ciberseguridad para la protección de niños en el municipio de Lórica, Córdoba.

Edad: ____ **Género:** M ____ F ____ Otro ____ **Estrato:** 2 ____ 3 ____ 4 ____

1. ¿Cuántos hijo(s) en edades entre 5 y 14 años tiene?

- a. 1 ☐ b. 2 ☐ c. 3 ☐
d. 4 ☐ e. 5 ☐ f. Más de 5 ☐

2. ¿Tiene un computador o equipo tecnológico para acceder a internet?

- a. Si ☐ b. No ☐

3. ¿Cuenta su vivienda con servicio de conexión a internet?

- a. Si ☐ b. No ☐

Si la respuesta anterior es negativa, pase a la pregunta 5.

4. ¿Utilizan su(s) hijo(s) el internet y sus múltiples aplicaciones?

- a. Si ☐ b. No ☐

Si su respuesta es afirmativa, pase a la pregunta 6, de lo contrario pase a la pregunta 9.

5. ¿Si en su hogar no cuenta con servicios de conexión a internet, tienen su(s) hijo(s) formas de acceder a este servicio en otro lugar?

- a. Si ☐ b. No ☐

Si su respuesta es afirmativa, responda ¿Cuál?

- a. Café internet ☐ b. Un familiar ☐
c. Otro ¿cuál? ☐

Si la respuesta 5 es negativa finalice el cuestionario.

6. ¿Qué tipo de actividades realizan su(s) hijo(s) a través de internet?

- a. Entretenimiento ☐ b. Educación ☐
c. Comunicación ☐ d. Otro ¿cuál? ☐

7. ¿Cuántas horas diarias utilizan su(s) hijo(s) el internet?

- a. Menos de 1 hora ☐ b. De 1 a 2 horas ☐
c. Entre 2 y 3 horas ☐ d. Más de 3 horas ☐

8. ¿Verifica usted el comportamiento digital de su(s) hijo(s)?

- a. Si ☐ b. No ☐

9. ¿Reconoce usted los peligros a los que se exponen los niños por el uso de internet?

- a. Si ☐ b. No ☐

10. ¿Ha experimentado riesgos en el uso de internet por parte de su(s) hijo(s)?

- a. Si ☐ b. No ☐

11. Si la respuesta anterior es afirmativa ¿qué tipo de riesgos?

- a. Dependencia ☐ b. Acoso ☐
 c. Acceso a contenido inapropiado ☐
 d. Otro ¿cuál? ☐

12. ¿Le gustaría adquirir un servicio de asesorías en ciberseguridad para la protección de su(s) hijo(s)?

- a. Si ☐ b. No ☐

Si la respuesta anterior es afirmativa responda las preguntas de la 13 a la 17, de lo contrario pase a la pregunta 17.

13. ¿Qué aspectos le gustaría que asesorara la empresa?

- a. Dependencia ☐ b. Delitos cibernéticos ☐
 c. Acceso a contenido Inapropiado ☐
 d. Otro ¿cuál? ☐

14. ¿Con qué frecuencia considera que podría solicitar el servicio?

- a. Semanal ☐ b. Quincenal ☐
 c. Mensual ☐ d. Bimensual ☐
 e. Semestral ☐ f. Anual ☐

15. ¿Cuánto estaría dispuesto(a) a pagar por hora del servicio?

- a. De \$20.000 y \$30.000 ☐
 b. Entre \$30.001 a \$40.000 ☐
 c. Entre \$40.001 a 50.000 ☐
 d. Más de \$50.000 ☐

16. ¿A través de qué medio le gustaría enterarse de la apertura de este servicio?

- a. Prensa local ☐ b. Radio local ☐
 c. Volantes ☐ d. Redes sociales ☐
 e. Otro ¿cuál? ☐

17. ¿Considera usted pertinente la apertura de una empresa dedicada a la prestación del servicio de asesorías en ciberseguridad para la protección de niños en el municipio de Lorica?

- a. Si ☐ b. No ☐

Anexo 2 Validación del instrumento

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Nombre del instrumento: Encuesta

Objetivo: Identificar si existe una demanda insatisfecha del servicio de asesorías en ciberseguridad para la protección de niños en el municipio de Lórica, Córdoba.

Variable que evalúa: Fiabilidad del contenido.

Dirigido a: Padres de familia del municipio de santa cruz de lórica que tengan hijos de 5 a 14 años de edad cuya ubicación geográfica sea en la cabecera municipal y que pertenezcan al estrato socioeconómico 2, 3 y 4.

Apellidos y nombres del evaluador: Gustavo eduardo alvarez burgo

Grado Académico del Evaluador: : Administrador de empresas, especialista en gerencia publica

Valoración Final:

MUY ALTO	ALTO	MEDIO	BAJO
x			



FIRMA DEL EVALUADOR

No.	Ítems / Subsistemas	¹ Pertinencia		² Relevancia		³ Claridad		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	1. ¿Cuántos hijo(s) en edades entre 5 y 14 años tiene? a. 1 ☐ b. 2 ☐ c. 3 ☐ d. 4 ☐ e. 5 ☐ f. Más de 5 ☐	x		x		x		
2	2. ¿Tiene un computador o equipo tecnológico para acceder a internet? a. Si ☐ b. No ☐	x		x		x		
3	3. ¿Cuenta su vivienda con servicio de conexión a internet? a. Si ☐ b. No ☐ Si la respuesta anterior es negativa, pase a la pregunta 5.	x		x		x		
4	4. ¿Utilizan su(s) hijo(s) el internet y sus múltiples aplicaciones? a. Si ☐ b. No ☐ Si su respuesta es afirmativa, pase a la pregunta 6, de lo contrario pase a la pregunta 9.	x		x		x		
5	5. ¿Si en su hogar no cuenta con servicios de conexión a internet, tienen su(s) hijo(s) formas de acceder a este servicio en otro lugar? a. Si ☐ b. No ☐ Si su respuesta es afirmativa, responda ¿Cuál? a. Café internet ☐ b. Un familiar ☐ c. Otro ¿cuál? ☐ Si la respuesta 5 es negativa finalice el cuestionario.	x		x		x		
6	6. ¿Qué tipo de actividades realizan su(s) hijo(s) a través de internet? a. Entretenimiento ☐ b. Educación ☐ c. Comunicación ☐ d. Otro ¿cuál? ☐	x		x		x		

7	7. ¿Cuántas horas diarias utilizan su(s) hijo(s) el internet? a. Menos de 1 hora ☐ b. De 1 a 2 horas ☐ c. Entre 2 y 3 horas ☐ d. Más de 3 horas ☐	x		x		x		
8	8. ¿Verifica usted el comportamiento digital de su(s) hijo(s)? a. Si ☐ b. No ☐	x		x		x		
9	9. ¿Reconoce usted los peligros a los que se exponen los niños por el uso de internet? a. Si ☐ b. No ☐	x		x		x		
10	10. ¿Ha experimentado riesgos en el uso de internet por parte de su(s) hijo(s)? a. Si ☐ b. No ☐	x		x		x		
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
11	11. Si la respuesta anterior es afirmativa ¿qué tipo de riesgos? a. Dependencia ☐ b. Acoso ☐ c. Acceso a contenido inapropiado ☐ d. Otro ¿cuál? ☐	x		x		x		
12	12. ¿Le gustaría adquirir un servicio de asesorías en ciberseguridad para la protección de su(s) hijo(s)? a. Si ☐ b. No ☐ Si la respuesta anterior es afirmativa responda las preguntas de la 13 a la 17, de lo contrario pase a la pregunta 17.	x		x		x		
13	13. ¿Qué aspectos le gustaría que asesorara la empresa? a. Dependencia ☐ b. Delitos cibernéticos ☐ c. Acceso a contenido Inapropiado ☐ ☐ d. Otro ¿cuál? ☐	x		x		x		
14	14. ¿Con qué frecuencia considera que podría solicitar el servicio? a. Semanal ☐ b. Quincenal ☐ c. Mensual ☐ d. Bimensual ☐ e. Semestral ☐ f. Anual ☐	x		x		x		

15	15. ¿Cuánto estaría dispuesto(a) a pagar por hora del servicio? a. De \$20.000 y \$30.000 ☐ b. Entre \$30.001 a \$40.000 ☐ c. Entre \$40.001 a 50.000 ☐ d. Más de \$50.000 ☐	x		x		x		
16	16. ¿A través de que medio le gustaría enterarse de la apertura de este servicio? a. Prensa local ☐ b. Radio local ☐ c. Volantes ☐ d. Redes sociales ☐ e. Otro ¿cuál? ☐	x		x		x		
17	17. ¿Considera usted pertinente la apertura de una empresa dedicada a la prestación del servicio de asesorías en ciberseguridad para la protección de niños en el municipio de Lorica? a. Si ☐ b. No ☐	x		x		x		
18								

Observaciones (Precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad por parte del investigador: Aplicable (x) **Aplicable luego de corregir** () No aplicable ()

Apellidos y nombres del investigador que evalúa: Gustavo eduardo alvarez burgo

Grado y especialidad: Administrador de empresas, especialista en gerencia publica

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: el ítem es apropiado para representar el componente del constructo planteado.

³Claridad: El ítem se entiende sin dificultad, además es exacto y directo.

MATRIZ DE VALIDACION DEL INSTRUMENTO

Nombre del instrumento: Encuesta

Objetivo: Identificar si existe una demanda insatisfecha del servicio de asesorías en ciberseguridad para la protección de niños en el municipio de Lórica, Córdoba.

Variable que evalúa: Fiabilidad del contenido.

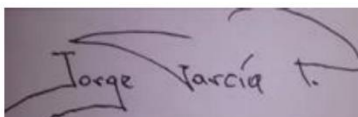
Dirigido a: Padres de familia del municipio de santa cruz de lorica que tengan hijos de 5 a 14 años de edad cuya ubicación geográfica sea en la cabecera municipal y que pertenezcan al estrato socioeconómico 2, 3 y 4.

Apellidos y nombres del evaluador: Jorge Rafael García Paternina

Grado Académico del Evaluador economista, especialista en formulación y evaluación de proyectos

Valoración Final:

MUY ALTO	ALTO	MEDIO	BAJO
x			



FIRMA DEL EVALUADOR

No.	Ítems / Subsistemas	¹ Pertinencia		² Relevancia		³ Claridad		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	1. ¿Cuántos hijo(s) en edades entre 5 y 14 años tiene? a. 1 ☐ b. 2 ☐ c. 3 ☐ d. 4 ☐ e. 5 ☐ f. Más de 5 ☐	x		x		x		
2	2. ¿Tiene un computador o equipo tecnológico para acceder a internet? a. Si ☐ b. No ☐	x		x		x		
3	3. ¿Cuenta su vivienda con servicio de conexión a internet? a. Si ☐ b. No ☐ Si la respuesta anterior es negativa, pase a la pregunta 5.	x		x		x		
4	4. ¿Utilizan su(s) hijo(s) el internet y sus múltiples aplicaciones? a. Si ☐ b. No ☐ Si su respuesta es afirmativa, pase a la pregunta 6, de lo contrario pase a la pregunta 9.	x		x		x		
5	5. ¿Si en su hogar no cuenta con servicios de conexión a internet, tienen su(s) hijo(s) formas de acceder a este servicio en otro lugar? a. Si ☐ b. No ☐ Si su respuesta es afirmativa, responda ¿Cuál? a. Café internet ☐ b. Un familiar ☐ c. Otro ¿cuál? ☐ Si la respuesta 5 es negativa finalice el cuestionario.	x		x		x		
6	6. ¿Qué tipo de actividades realizan su(s) hijo(s) a través de internet? a. Entretenimiento ☐ b. Educación ☐ c. Comunicación ☐ d. Otro ¿cuál? ☐	x		x		x		

No.	Ítems / Subsistemas	¹ Pertinencia		² Relevancia		³ Claridad		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	1. ¿Cuántos hijo(s) en edades entre 5 y 14 años tiene? a. 1 ☐ b. 2 ☐ c. 3 ☐ d. 4 ☐ e. 5 ☐ f. Más de 5 ☐	x		x		x		
2	2. ¿Tiene un computador o equipo tecnológico para acceder a internet? a. Si ☐ b. No ☐	x		x		x		
3	3. ¿Cuenta su vivienda con servicio de conexión a internet? a. Si ☐ b. No ☐ Si la respuesta anterior es negativa, pase a la pregunta 5.	x		x		x		
4	4. ¿Utilizan su(s) hijo(s) el internet y sus múltiples aplicaciones? a. Si ☐ b. No ☐ Si su respuesta es afirmativa, pase a la pregunta 6, de lo contrario pase a la pregunta 9.	x		x		x		
5	5. ¿Si en su hogar no cuenta con servicios de conexión a internet, tienen su(s) hijo(s) formas de acceder a este servicio en otro lugar? a. Si ☐ b. No ☐ Si su respuesta es afirmativa, responda ¿Cuál? a. Café internet ☐ b. Un familiar ☐ c. Otro ¿cuál? ☐ Si la respuesta 5 es negativa finalice el cuestionario.	x		x		x		
6	6. ¿Qué tipo de actividades realizan su(s) hijo(s) a través de internet? a. Entretenimiento ☐ b. Educación ☐ c. Comunicación ☐ d. Otro ¿cuál? ☐	x		x		x		

7	7. ¿Cuántas horas diarias utilizan su(s) hijo(s) el internet? a. Menos de 1 hora ☐ b. De 1 a 2 horas ☐ c. Entre 2 y 3 horas ☐ d. Más de 3 horas ☐	x		x		x		
8	8. ¿Verifica usted el comportamiento digital de su(s) hijo(s)? a. Sí ☐ b. No ☐	x		x		x		
9	9. ¿Reconoce usted los peligros a los que se exponen los niños por el uso de internet? a. Sí ☐ b. No ☐	x		x		x		
10	10. ¿Ha experimentado riesgos en el uso de internet por parte de su(s) hijo(s)? a. Sí ☐ b. No ☐	x		x		x		
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
11	11. Si la respuesta anterior es afirmativa ¿qué tipo de riesgos? a. Dependencia ☐ b. Acoso ☐ c. Acceso a contenido inapropiado ☐ d. Otro ¿cuál? ☐	x		x		x		
12	12. ¿Le gustaría adquirir un servicio de asesorías en ciberseguridad para la protección de su(s) hijo(s)? a. Sí ☐ b. No ☐ Si la respuesta anterior es afirmativa responda las preguntas de la 13 a la 17, de lo contrario pase a la pregunta 17.	x		x		x		
13	13. ¿Qué aspectos le gustaría que asesorara la empresa? a. Dependencia ☐ b. Delitos cibernéticos ☐ c. Acceso a contenido Inapropiado ☐ d. Otro ¿cuál? ☐	x		x		x		
14	14. ¿Con qué frecuencia considera que podría solicitar el servicio? a. Semanal ☐ b. Quincenal ☐ c. Mensual ☐ d. Bimensual ☐ e. Semestral ☐ f. Anual ☐	x		x		x		
15	15. ¿Cuánto estaría dispuesto(a) a pagar por hora del servicio? a. De \$20.000 y \$30.000 ☐ b. Entre \$30.001 a \$40.000 ☐ c. Entre \$40.001 a 50.000 ☐ d. Más de \$50.000 ☐	x		x		x		
16	16. ¿A través de que medio le gustaría enterarse de la apertura de este servicio? a. prensa local ☐ b. Radio local ☐ c. Volantes ☐ d. Redes sociales ☐ e. Otro ¿cuál? ☐	x		x		x		
17	17. ¿Considera usted pertinente la apertura de una empresa dedicada a la prestación del servicio de asesorías en ciberseguridad para la protección de niños en el municipio de Lorica? a. Sí ☐ b. No ☐	x		x		x		
18								

Observaciones (Precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad por parte del investigador: Aplicable (x) **Aplicable luego de corregir** () No aplicable ()

Apellidos y nombres del investigador que evalúa: Jorge Rafael Garcia Paternina

Grado y especialidad: economista, especialista en formulación y evaluación de proyectos

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: el ítem es apropiado para representar el componente del constructo planteado.

³Claridad: El ítem se entiende sin dificultad, además es exacto y directo.

MATRIZ DE VALIDACION DEL INSTRUMENTO

Nombre del instrumento: Encuesta

Objetivo: Identificar si existe una demanda insatisfecha del servicio de asesorías en ciberseguridad para la protección de niños en el municipio de Lórica, Córdoba.

Variable que evalúa: Fiabilidad del contenido.

Dirigido a: Padres de familia del municipio de santa cruz de lórica que tengan hijos de 5 a 14 años de edad cuya ubicación geográfica sea en la cabecera municipal y que pertenezcan al estrato socioeconómico 2, 3 y 4.

Apellidos y nombres del evaluador: Robinson José Arrieta Burgos

Grado Académico del Evaluador: Economista, especialista en Administracion de la Informatica Educativa, magister en Tecnologias Digitales Aplicadas a la Educación

Valoración Final:

MUY ALTO	ALTO	MEDIO	BAJO
X			

Robinson J. Arrieta B.

FIRMA DEL EVALUADOR

No.	Ítems / Subsistemas	¹ Pertinencia		² Relevancia		³ Claridad		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	1. ¿Cuántos hijo(s) en edades entre 5 y 14 años tiene? a. 1 ☐ b. 2 ☐ c. 3 ☐ d. 4 ☐ e. 5 ☐ f. Más de 5 ☐	X		X		X		
2	2. ¿Tiene un computador o equipo tecnológico para acceder a internet? a. Si ☐ b. No ☐	X		X		X		
3	3. ¿Cuenta su vivienda con servicio de conexión a internet? a. Si ☐ b. No ☐ Si la respuesta anterior es negativa, pase a la pregunta 5.	X		X		X		
4	4. ¿Utilizan su(s) hijo(s) el internet y sus múltiples aplicaciones? a. Si ☐ b. No ☐ Si su respuesta es afirmativa, pase a la pregunta 6, de lo contrario pase a la pregunta 9.	X		X		X		
5	5. ¿Si en su hogar no cuenta con servicios de conexión a internet, tienen su(s) hijo(s) formas de acceder a este servicio en otro lugar? a. Si ☐ b. No ☐ Si su respuesta es afirmativa, responda ¿Cuál? a. Café internet ☐ b. Un familiar ☐ c. Otro ¿cuál? ☐ Si la respuesta 5 es negativa finalice el cuestionario.	X		X		X		
6	6. ¿Qué tipo de actividades realizan su(s) hijo(s) a través de internet? a. Entretenimiento ☐ b. Educación ☐ c. Comunicación ☐ d. Otro ¿cuál? ☐	X		X		X		
7	7. ¿Cuántas horas diarias utilizan su(s) hijo(s) el internet? a. Menos de 1 hora ☐ b. De 1 a 2 horas ☐ c. Entre 2 y 3 horas ☐ d. Más de 3 horas ☐	X		X		X		
8	8. ¿Verifica usted el comportamiento digital de su(s) hijo(s)? a. Si ☐ b. No ☐	X		X		X		
9	9. ¿Reconoce usted los peligros a los que se exponen los niños por el uso de internet? a. Si ☐ b. No ☐	X		X		X		
10	10. ¿Ha experimentado riesgos en el uso de internet por parte de su(s) hijo(s)? a. Si ☐ b. No ☐	X		X		X		
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
11	11. Si la respuesta anterior es afirmativa ¿qué tipo de riesgos? a. Dependencia ☐ b. Acoso ☐ c. Acceso a contenido inapropiado ☐ d. Otro ¿cuál? ☐	X		X		X		
12	12. ¿Le gustaría adquirir un servicio de asesorías en ciberseguridad para la protección de su(s) hijo(s)? a. Si ☐ b. No ☐ Si la respuesta anterior es afirmativa responda las preguntas de la 13 a la 17, de lo contrario pase a la pregunta 17.	X		X		X		
13	13. ¿Qué aspectos le gustaría que asesorara la empresa? a. Dependencia ☐ b. Delitos cibernéticos ☐ c. Acceso a contenido Inapropiado ☐ d. Otro ¿cuál? ☐	X		X		X		

14	14. ¿Con qué frecuencia considera que podría solicitar el servicio? a. Semanal ☐ b. Quincenal ☐ c. Mensual ☐ d. Bimensual ☐ e. Semestral ☐ f. Anual ☐	X		X		X		
15	15. ¿Cuánto estaría dispuesto(a) a pagar por hora del servicio? a. De \$20.000 y \$30.000 ☐ b. Entre \$30.001 a \$40.000 ☐ c. Entre \$40.001 a 50.000 ☐ d. Más de \$50.000 ☐	X		X		X		
16	16. ¿A través de que medio le gustaría enterarse de la apertura de este servicio? a. Prensa local ☐ b. Radio local ☐ c. Volantes ☐ d. Redes sociales ☐ e. Otro ¿cuál? ☐	X		X		X		
17	17. ¿Considera usted pertinente la apertura de una empresa dedicada a la prestación del servicio de asesorías en ciberseguridad para la protección de niños en el municipio de Lorica? a. Si ☐ b. No ☐	X		X		X		

Observaciones (Precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad por parte del investigador: Aplicable (x) **Aplicable luego de corregir** () No aplicable ()

Apellidos y nombres del investigador que evalúa: Robinson José Arrieta Burgos

Grado y especialidad: : Economista, especialista en Administracion de la Informatica Educativa, magister en Tecnologias Digitales Aplicadas a la Educación

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: el ítem es apropiado para representar el componente del constructo planteado.

³Claridad: El ítem se entiende sin dificultad, además es exacto y directo.

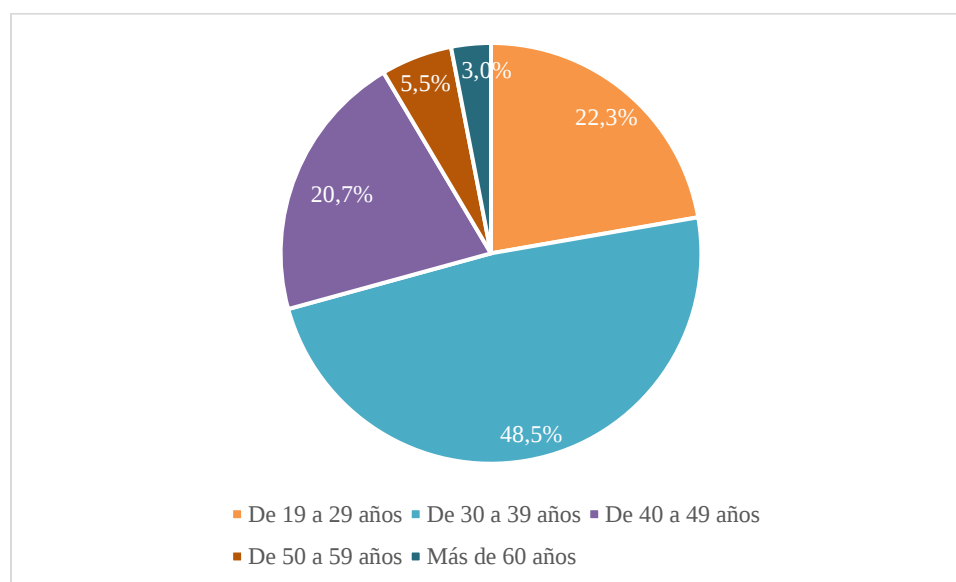
Anexo 3 Análisis de los resultados

Tabla 52 Edad

Respuestas	N° de personas	Porcentajes
De 19 a 29 años	73	22,3%
De 30 a 39 años	159	48,5%
De 40 a 49 años	68	20,7%
De 50 a 59 años	18	5,5%
Más de 60 años	10	3,0%
Total	328	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 8 Edad



Fuente: Elaboración propia

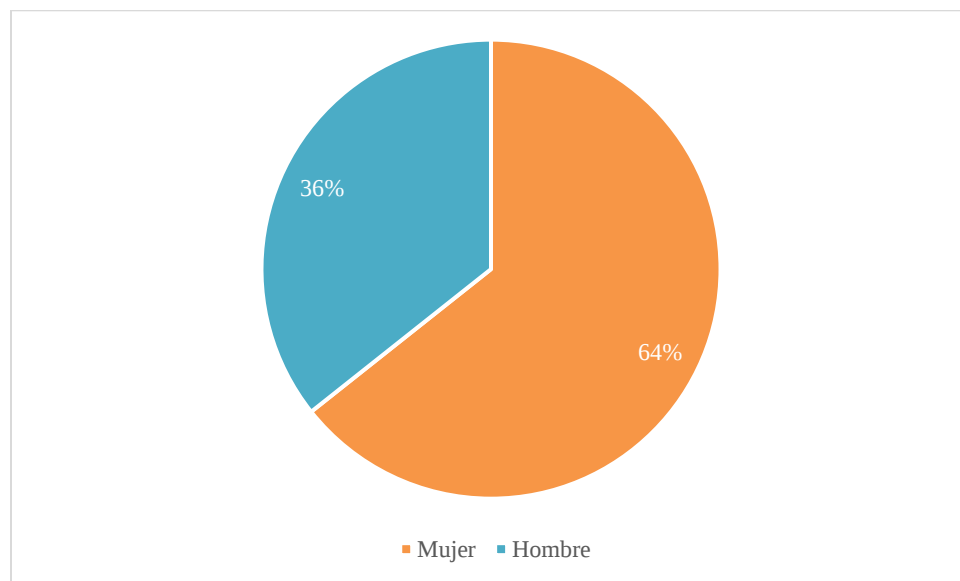
En primer lugar, se estudia la variable edad, en donde se obtuvo que el 22,3% se encuentran entre los 19 y 29 años, el 48,5% de los padres de familia tienen de 30 a 39 años de edad, el 20,7% de 40 a 49 años, el 5,5% de 50 a 59 años y el 3% restante tienen actualmente más de 60 años de edad. Los valores obtenidos en este interrogante, permiten a los investigadores un primer acercamiento con las características demográficas de los participantes, para así reconocer los elementos comportamentales ligados a la edad de los participantes.

Tabla 53 Género

Respuestas	N° de personas	Porcentajes
Mujer	211	64%
Hombre	117	36%
Total	328	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 9 Género



Fuente: Elaboración propia

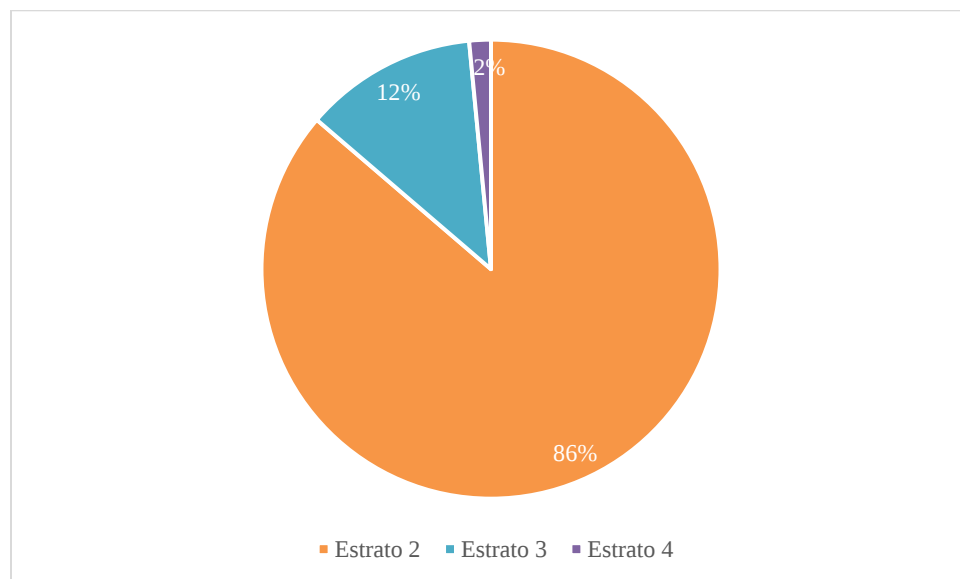
En segundo lugar, se estudió la variable género, que permitirá inferir acerca los elementos comportamentales que se encuentran relacionados con el género de los individuos, como se puede notar el 64% de los participantes son mujeres, mientras que el 36% son hombres; lo anterior puede deberse a que generalmente las mujeres muestran mayor interés por los elementos relacionados con la protección y el cuidado de su hogar y los miembros que lo conforman.

Tabla 54 Estrato

Respuestas	N° de personas	Porcentajes
Estrato 2	283	86%
Estrato 3	40	12%
Estrato 4	5	2%
Total	328	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 10 Estrato



Fuente: Elaboración propia

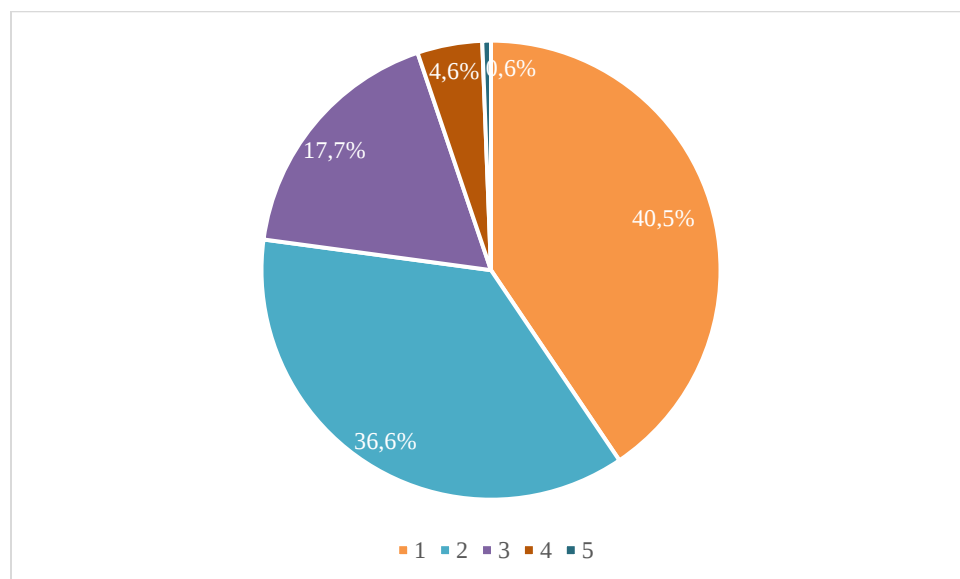
De acuerdo con la figura anterior, el 86% de la población encuestada pertenece al estrato socioeconómico 2, el 12% pertenece al estrato 3 y el 2% al 4, esta información permitirá a los investigadores inferir acerca de los estilos de vida de su población objetivo, su capacidad de pago y poder adquisitivo.

Tabla 55 ¿Cuántos hijo(s) en edades entre 5 y 14 años tiene?

Respuestas	Nº de personas	Porcentajes
1	133	40,5%
2	120	36,6%
3	58	17,7%
4	15	4,6%
5	2	0,6%
Total	328	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 11 ¿Cuántos hijo(s) en edades entre 5 y 14 años tiene?



Fuente: Elaboración propia

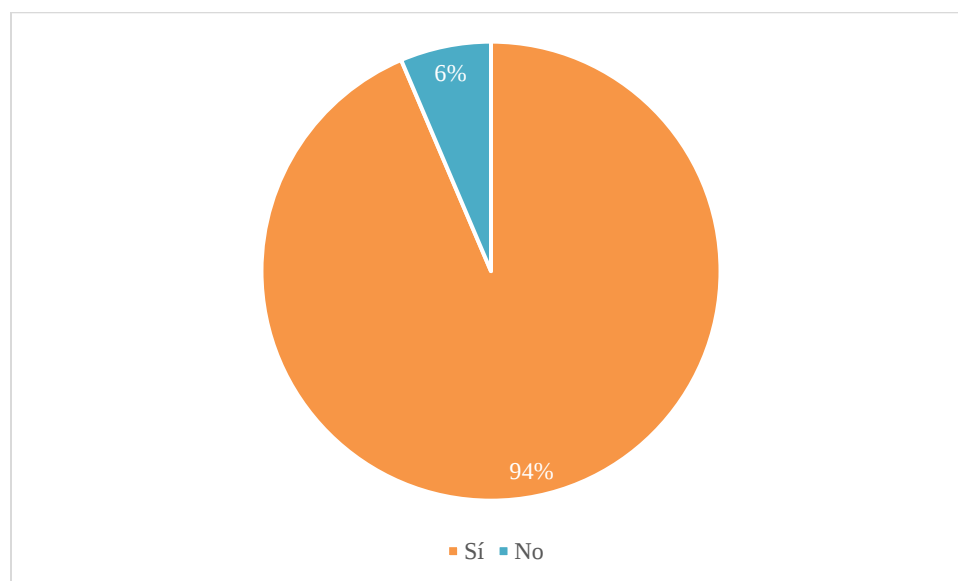
La gráfica anterior representa el número de hijos de los padres y madres de familia del municipio de Lorica que se encuentran actualmente en edades entre 5 y 14 años, como se puede notar el 40,5% tiene un hijo, el 36,6% tiene dos, el 17,7% tiene 3, el 4,6% 4 hijos y tan solo el 0,6% tiene cinco hijos; esta apreciación nos permitirá reconocer el número de niños y jóvenes que podrían ser beneficiados por el servicio de ciberseguridad propuesto.

Tabla 56 ¿Tiene un computador o equipo tecnológico para acceder a internet?

Respuestas	N° de personas	Porcentajes
Sí	307	94%
No	21	6%
Total	328	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 12 ¿Tiene un computador o equipo tecnológico para acceder a internet?



Fuente: Elaboración propia

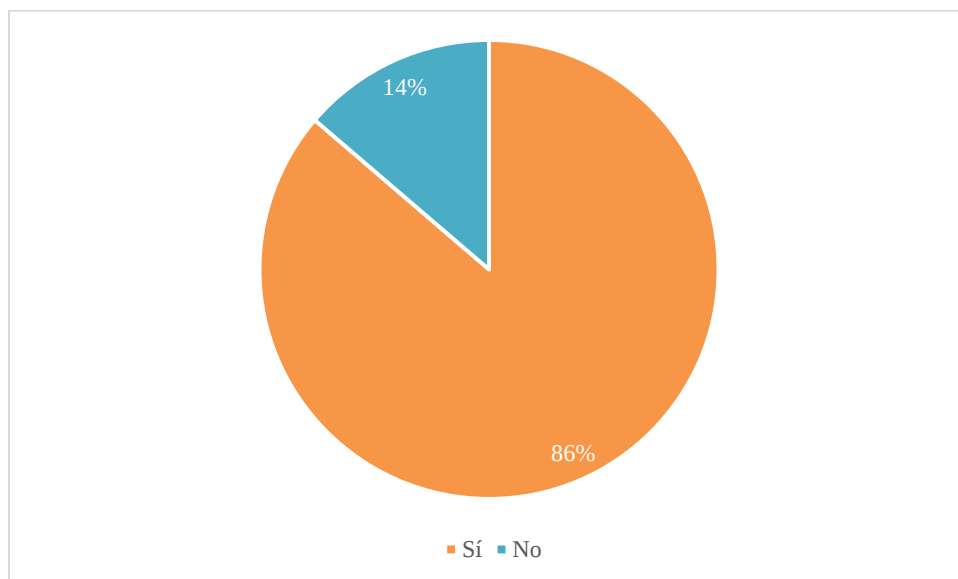
La tenencia de computadores o equipos tecnológicos mostró un resultado bastante positivo, como se puede notar en la figura el 94% de los padres de familia entrevistados manifiesta que en su vivienda poseen un computador o cualquier otro dispositivo tecnológico que permita la comunicación en red y el uso de las diferentes funcionalidades de la informática.

Tabla 57 ¿Cuenta su vivienda con servicio de conexión a internet?

Respuestas	N° de personas	Porcentajes
Sí	283	86%
No	45	14%
Total	328	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 13 ¿Cuenta su vivienda con servicio de conexión a internet?



Fuente: Elaboración propia

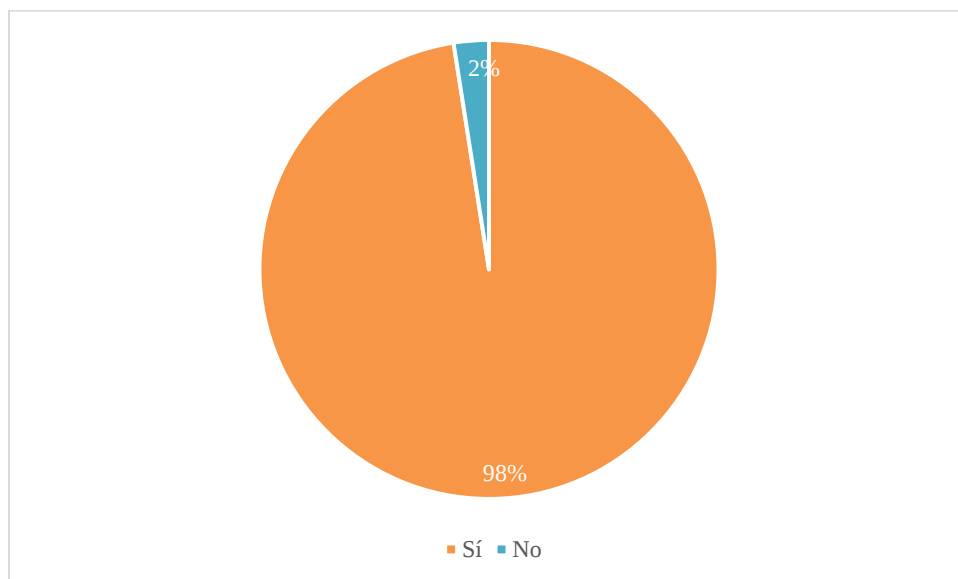
Considerando que para la prestación del servicio de ciberseguridad estudiado los usuarios deben tener acceso a internet, se interrogó a la población objetivo si su vivienda se encuentra en la actualidad conectada a dicho servicio, y el 86% de los entrevistados manifestó que sí; contrariamente el 14% señala que actualmente no cuenta con el servicio.

Tabla 58 ¿Utilizan su(s) hijo(s) el internet y sus múltiples aplicaciones?

Respuestas	N° de personas	Porcentajes
Sí	276	98%
No	7	2%
Total	283	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 14 ¿Utilizan su(s) hijo(s) el internet y sus múltiples aplicaciones?



Fuente: Elaboración propia

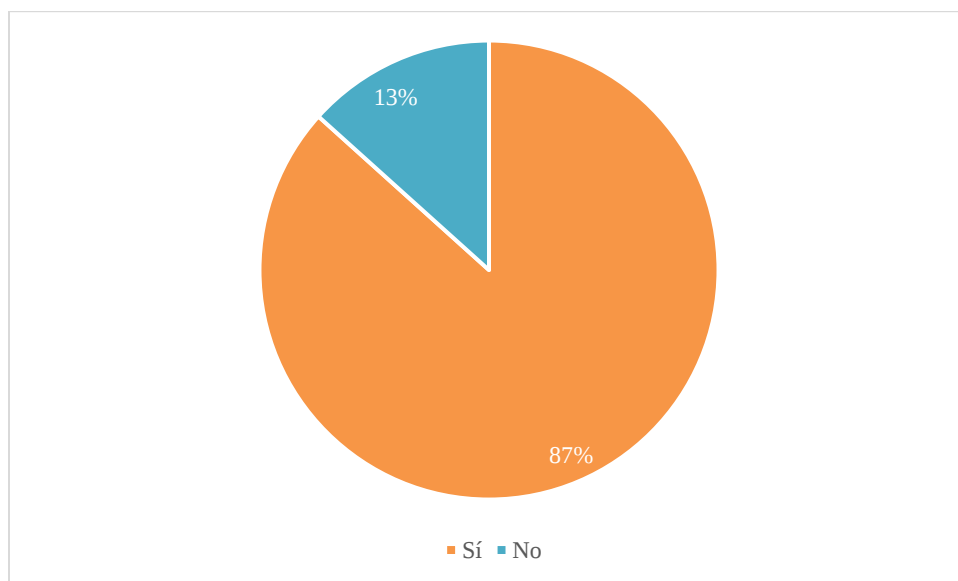
Teniendo en cuenta la naturaleza del servicio, es necesario identificar si los niños de la población estudiada utilizan el internet y las distintas funcionalidades que este posee, a lo que se obtuvo que el 98% de los hijos de los padres de familia participantes lo hacen.

Tabla 59 ¿Si en su hogar no cuenta con servicios de conexión a internet, tienen su(s) hijo(s) formas de acceder a este servicio en otro lugar?

Respuestas	N° de personas	Porcentajes
Sí	39	87%
No	6	13%
Total	45	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 15 ¿Si en su hogar no cuenta con servicios de conexión a internet, tienen su(s) hijo(s) formas de acceder a este servicio en otro lugar?



Fuente: Elaboración propia

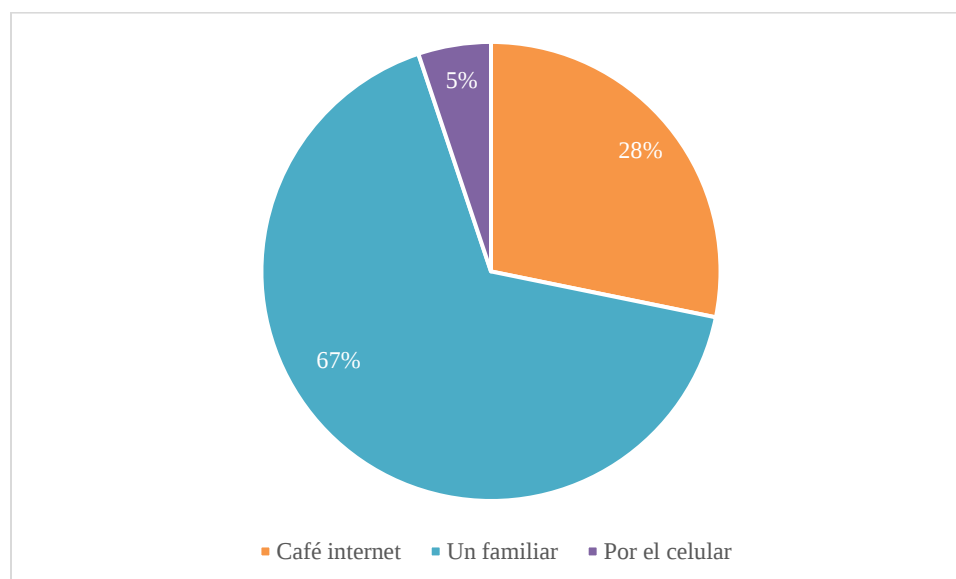
Teniendo en cuenta lo descrito en párrafos precedentes, acerca del requerimiento de la conexión a internet para requerir el servicio estudiado, se interrogó al grupo de personas que manifestaron no contar con el servicio de conexión a internet de banda ancha en sus hogares, si sus hijos tenían alguna otra forma de acceder a internet, y los resultados arrojaron que la mayoría (87%) utilizan medios alternativos para utilizar la red.

Tabla 60 Si su respuesta es afirmativa, responda ¿Cuál?

Respuestas	N° de personas	Porcentajes
Café internet	11	28%
Un familiar	26	67%
Por el celular	2	5%
Total	39	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 16 Si su respuesta es afirmativa, responda ¿Cuál?



Fuente: Elaboración propia

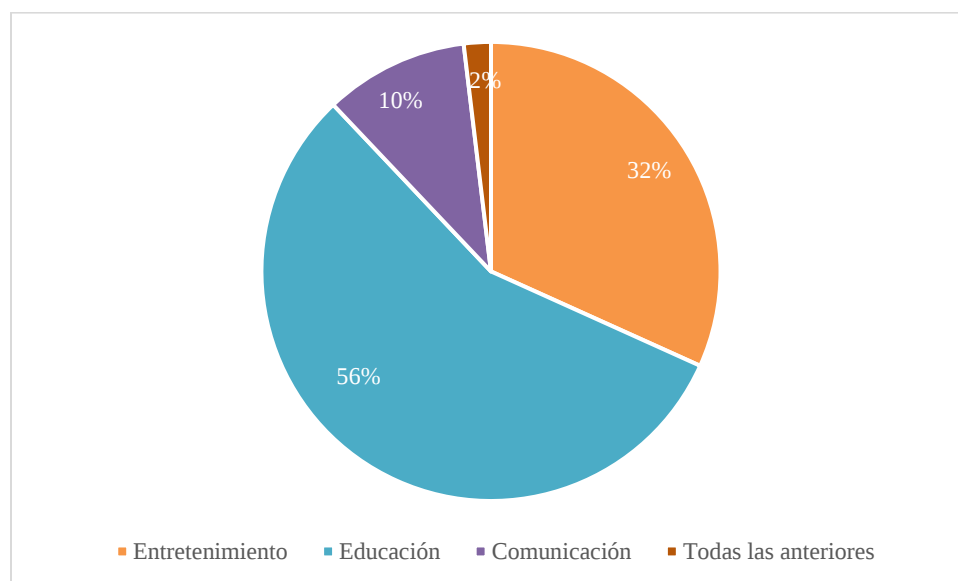
Los entrevistados que no cuentan con conexión a internet en su hogar, manifiestan que sus hijos pueden acceder a él, desde la vivienda de un familiar (67%), un café internet (28%), o por medio de celular (5%), de manera que estos niños también se encuentran expuestos a los riesgos asociados al uso del internet, y al utilizar sus aplicaciones fuera del hogar, puede que los riesgos aumenten.

Tabla 61 ¿Qué tipo de actividades realizan su(s) hijo(s) a través de internet?

Respuestas	N° de personas	Porcentajes
Entretenimiento	100	32%
Educación	177	56%
Comunicación	32	10%
Todas las anteriores	6	2%
Total	315	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 17 ¿Qué tipo de actividades realizan su(s) hijo(s) a través de internet?



Fuente: Elaboración propia

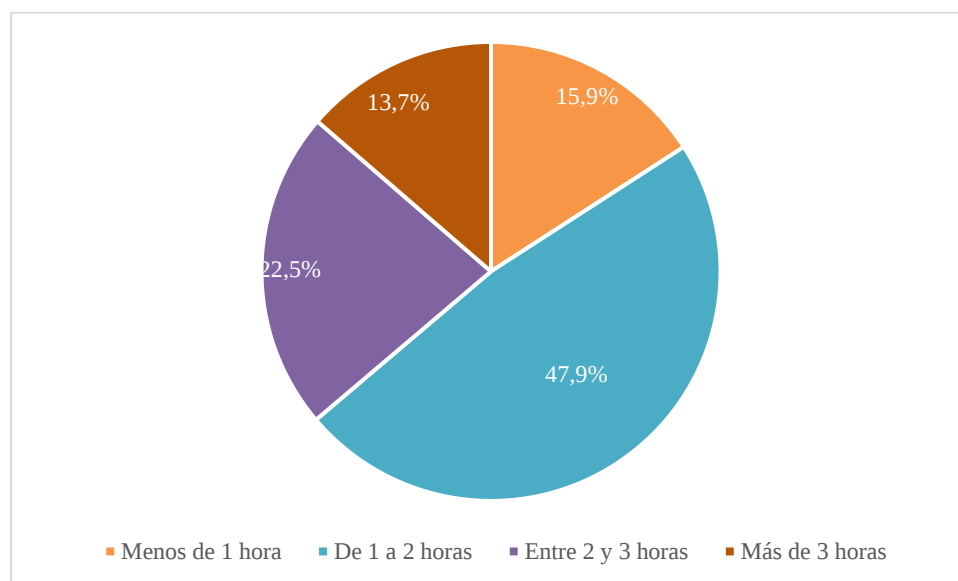
Dentro de las principales actividades que realizan los niños con ayuda de internet, se encontró que el 32% lo utiliza para entretenimiento, el 56% para educación, el 10% como medio de comunicación y el 2% para todas las anteriores. Como se puede evidenciar existe una enorme inclinación hacia el uso de este medio para las actividades educativas, esto se debe principalmente a las consecuencias de la pandemia por Covid-19 que ha provocado el cierre de las instituciones educativas y promovido el uso de los medios digitales para la recepción de las clases.

Tabla 62 ¿Cuántas horas diarias utilizan su(s) hijo(s) el internet?

Respuestas	N° de personas	Porcentajes
Menos de 1 hora	50	15,9%
De 1 a 2 horas	151	47,9%
Entre 2 y 3 horas	71	22,5%
Más de 3 horas	43	13,7%
Total	315	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 18 ¿Cuántas horas diarias utilizan su(s) hijo(s) el internet?



Fuente: Elaboración propia

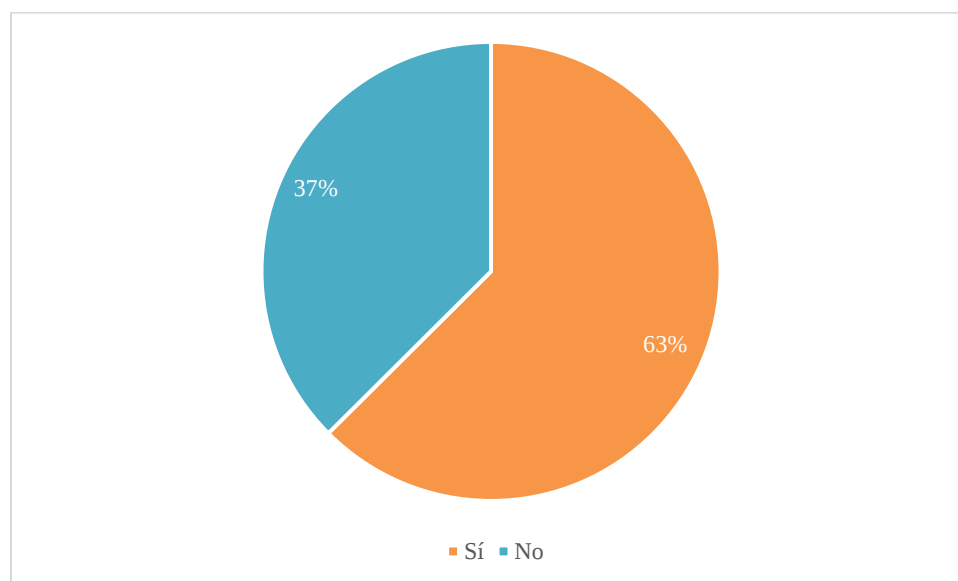
Para reconocer si existe dependencia en los niños del municipio, se interrogó a los participantes acerca del promedio de horas diarias que sus hijos utilizan el internet, y se obtuvo que el 15,9% lo utilizan por un periodo inferior a una hora, el 47,9% lo utilizan de 1 a 2 horas, el 22,5% de 2 a 3 horas y el 13,7% restante más de 3 horas.

Tabla 63 ¿Verifica usted el comportamiento digital de su(s) hijo(s)?

Respuestas	N° de personas	Porcentajes
Sí	197	63%
No	118	37%
Total	315	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 19 ¿Verifica usted el comportamiento digital de su(s) hijo(s)?



Fuente: Elaboración propia

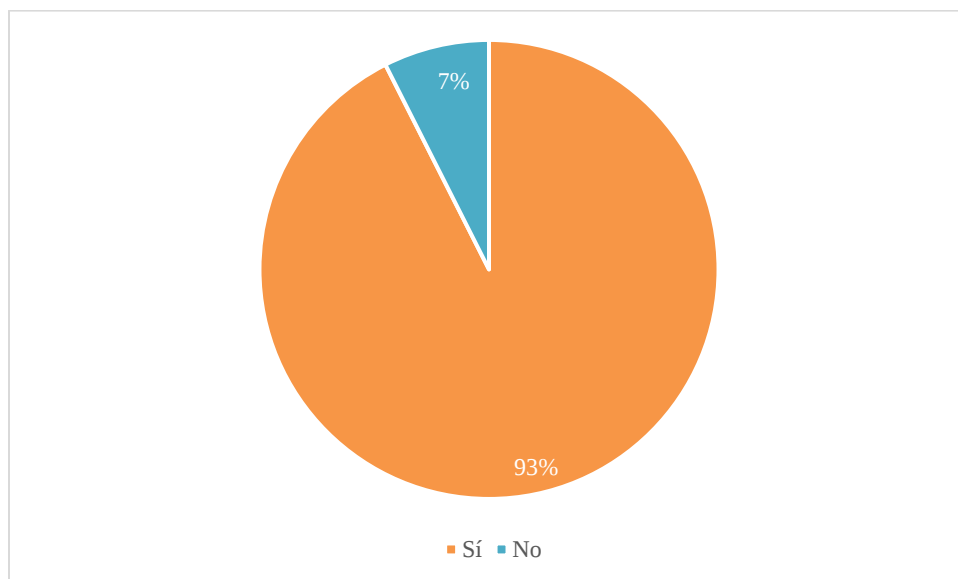
El 63% de los padres de familia verifica el comportamiento digital de sus hijos, mientras que el 37% restante no lo hace; como se puede notar existe un considerable grupo de la población que no da importancia a los usos del internet por parte de los niños, lo anterior se puede interpretar como la necesidad de sensibilizar a la población acerca de los riesgos a los que se exponen los niños por el uso de la red y crear programas de intervención que determinen las acciones necesarias para la prevención de estos riesgos.

Tabla 64 ¿Reconoce usted los peligros a los que se exponen los niños por el uso de internet?

Respuestas	N° de personas	Porcentajes
Sí	298	93%
No	24	7%
Total	322	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 20 ¿Reconoce usted los peligros a los que se exponen los niños por el uso de internet?



Fuente: Elaboración propia

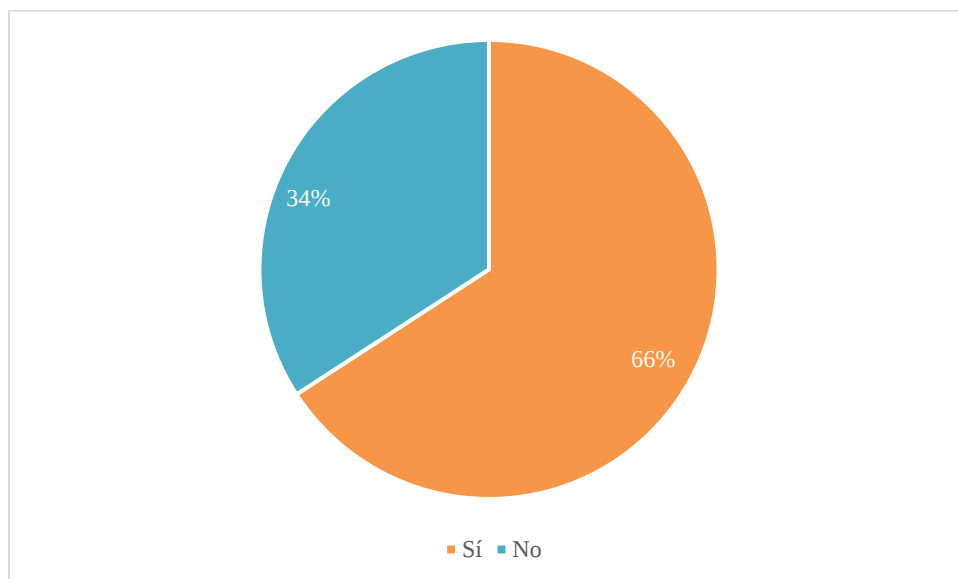
De acuerdo con lo anterior el 93% de los padres de familia reconocen los riesgos a los que se exponen los niños por el uso del internet, lo que se puede interpretar de manera positiva, ya que la mayoría son conscientes de la necesidad de establecer medidas de protección que garanticen el bienestar físico y mental de los niños durante el uso de estos medios tecnológicos que son indispensables en su crecimiento y formación.

Tabla 65 ¿Ha experimentado riesgos en el uso de internet por parte de su(s) hijo(s)?

Respuestas	N° de personas	Porcentajes
Sí	212	66%
No	110	34%
Total	322	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 21 ¿Ha experimentado riesgos en el uso de internet por parte de su(s) hijo(s)?



Fuente: Elaboración propia

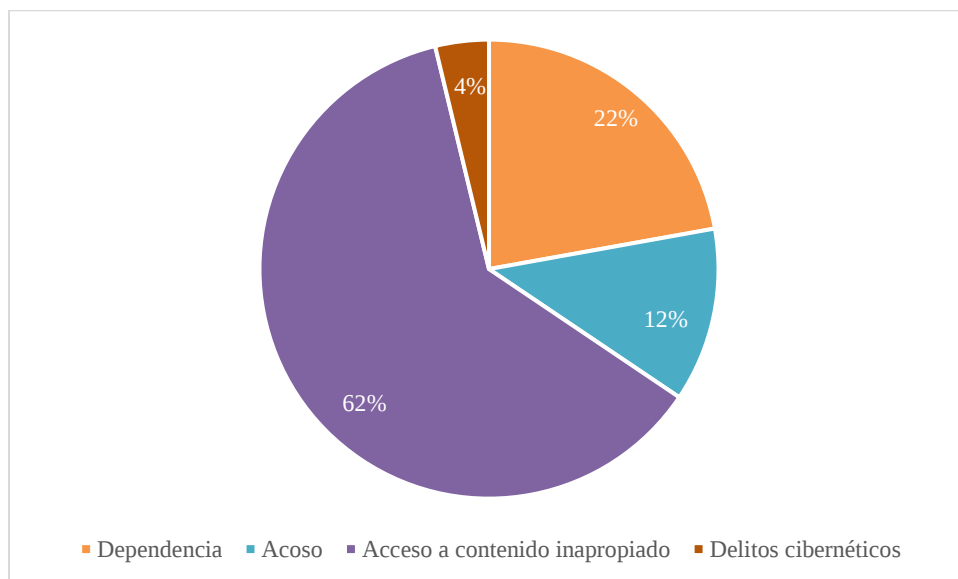
Como se puede evidenciar en la figura anterior el 66% de los padres de familia ha experimentado riesgos en el uso de internet por parte de sus hijos, lo que, valida la hipótesis propuesta a lo largo de la investigación, acerca de la preocupación de los padres de familia y los peligros asociados a la integridad física y mental de los niños si no hacen un uso adecuado del internet.

Tabla 66 ¿Qué tipo de riesgos?

Respuestas	N° de personas	Porcentajes
Dependencia	47	22%
Acoso	26	12%
Acceso a contenido inapropiado	131	62%
Delitos cibernéticos	8	4%
Total	212	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 22 ¿Qué tipo de riesgos?



Fuente: Elaboración propia

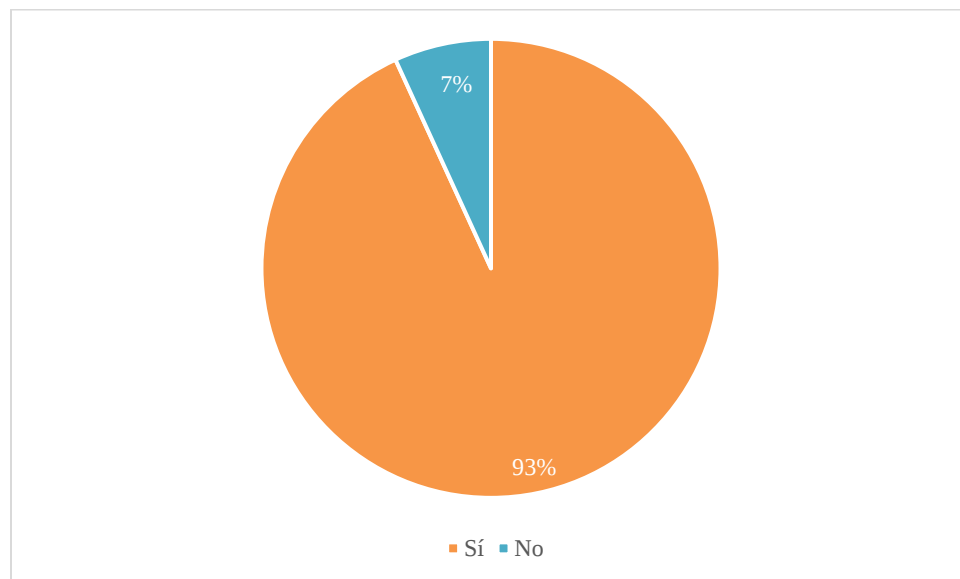
Para alcanzar una comprensión más efectiva de las problemáticas experimentadas por los miembros de la población objetivo, se interrogó a quienes manifestaron haber experimentado riesgos durante el uso del internet por parte de sus hijos, cuáles fueron esos riesgos, y los resultados arrojaron que el 22% ha notado dependencia en sus hijos, el 12% ha evidenciado el acoso a sus hijos a través de este medio, el 62% reconoce que sus hijos han tenido acceso a contenido inapropiado y el 4% ha sido víctima de delitos cibernéticos. Lo anterior permitirá a la empresa reconocer las principales necesidades de la población objetivo y establecer planes de acción acordes a las necesidades y expectativas de los mismos.

Tabla 67 ¿Le gustaría adquirir un servicio de asesorías en ciberseguridad para la protección de su(s) hijo(s)?

Respuestas	Nº de personas	Porcentajes
Sí	300	93%
No	22	7%
Total	322	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 23 ¿Le gustaría adquirir un servicio de asesorías en ciberseguridad para la protección de su(s) hijo(s)?



Fuente: Elaboración propia

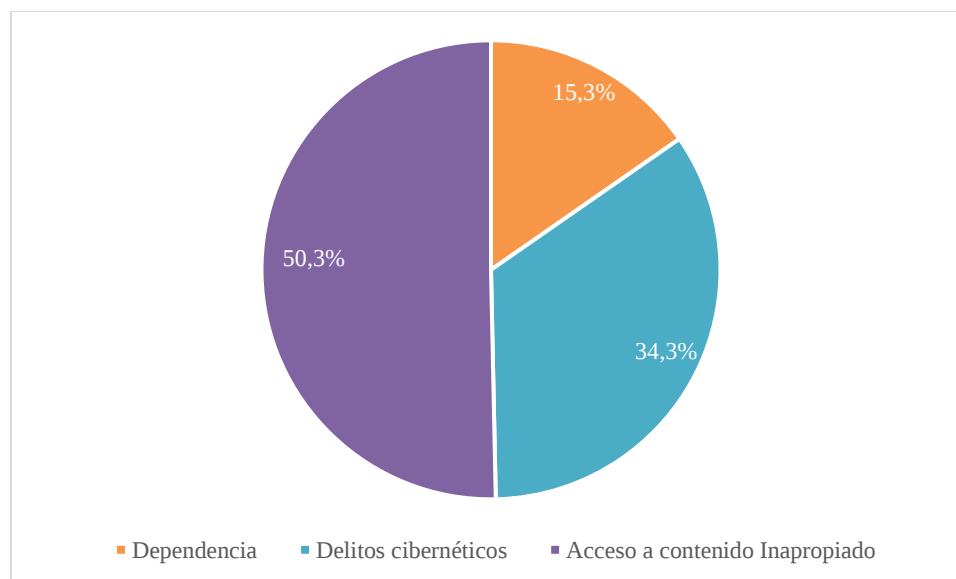
La figura anterior determina la aceptación de un servicio de ciberseguridad para la protección a niños, como se puede notar el 93% de la población estaría de acuerdo con recibir el servicio, mientras que el 7% muestra poco interés hacia el mismo. lo que permite a la empresa tener una visión positiva al alcanzar una cuota de aceptación superior al 90% e innovar con un servicio como el señalado.

Tabla 68 ¿Qué aspectos le gustaría que asesorara la empresa?

Respuestas	N° de personas	Porcentajes
Dependencia	46	15,3%
Delitos cibernéticos	103	34,3%
Acceso a contenido Inapropiado	151	50,3%
Total	300	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 24 ¿Qué aspectos le gustaría que asesorara la empresa?



Fuente: Elaboración propia

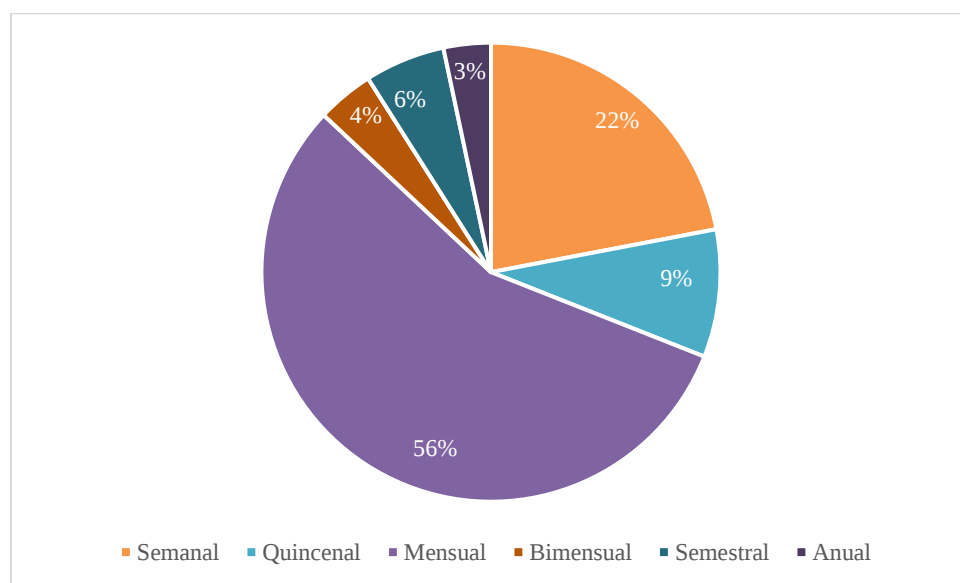
Con relación a las preferencias y expectativas de los consumidores con respecto al servicio, ha sido posible identificar que el 15,3% de los encuestados siente mayor interés por asesorías en cuestiones de dependencia y adicción al internet, un 34,3% muestra atracción por lo relacionado con los delitos cibernéticos, y el 50,3% por aspectos relacionados con el acceso a contenido inapropiado. Esta información será de gran utilidad para determinar el portafolio de servicios que la empresa ofrecerá al mercado.

Tabla 69 ¿Con qué frecuencia considera que podría solicitar el servicio?

Respuestas	N° de personas	Porcentajes
Semanal	66	22%
Quincenal	27	9%
Mensual	168	56%
Bimensual	12	4%
Semestral	17	6%
Anual	10	3%
Total	300	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 25 ¿Con qué frecuencia considera que podría solicitar el servicio?



Fuente: Elaboración propia

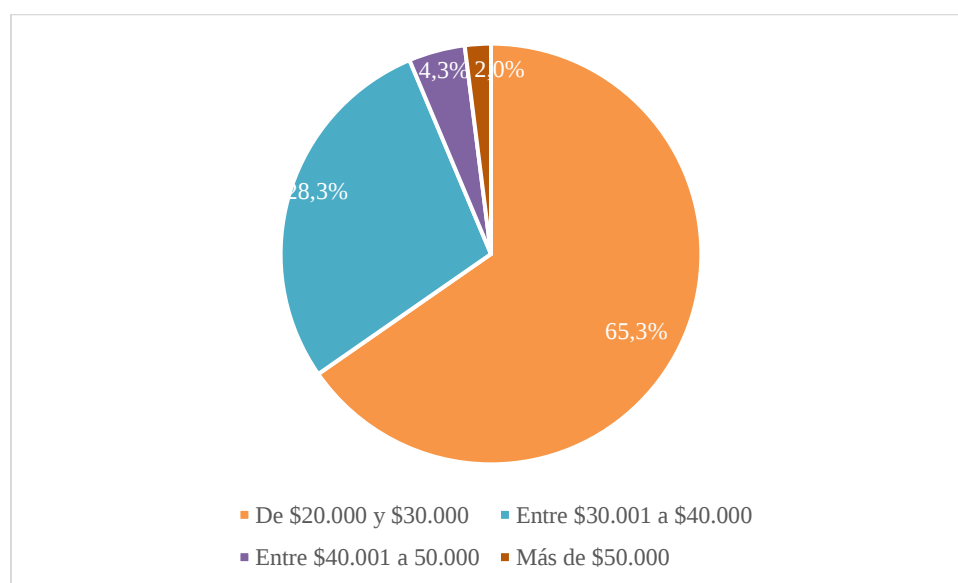
De acuerdo con lo anterior, el 22% de los consumidores potenciales estarían dispuestos a adquirir el servicio de forma semanal, el 9% lo adquirirían quincenalmente, el 56% mensualmente, el 4% cada bimestre, el 6% de forma semestral y tan solo un 3% lo compraría anualmente; como muestran los resultados, el servicio ofrecido no es de uso diario, pero los resultados de la frecuencia se harán extensivos al resto de la población objetivo, para determinar la demanda actual del servicio.

Tabla 70 ¿Cuánto estaría dispuesto(a) a pagar por hora del servicio?

Respuestas	N° de personas	Porcentajes
De \$20.000 y \$30.000	196	65,3%
Entre \$30.001 a \$40.000	85	28,3%
Entre \$40.001 a 50.000	13	4,3%
Más de \$50.000	6	2,0%
Total	300	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 26 ¿Cuánto estaría dispuesto(a) a pagar por hora del servicio?



Fuente: Elaboración propia

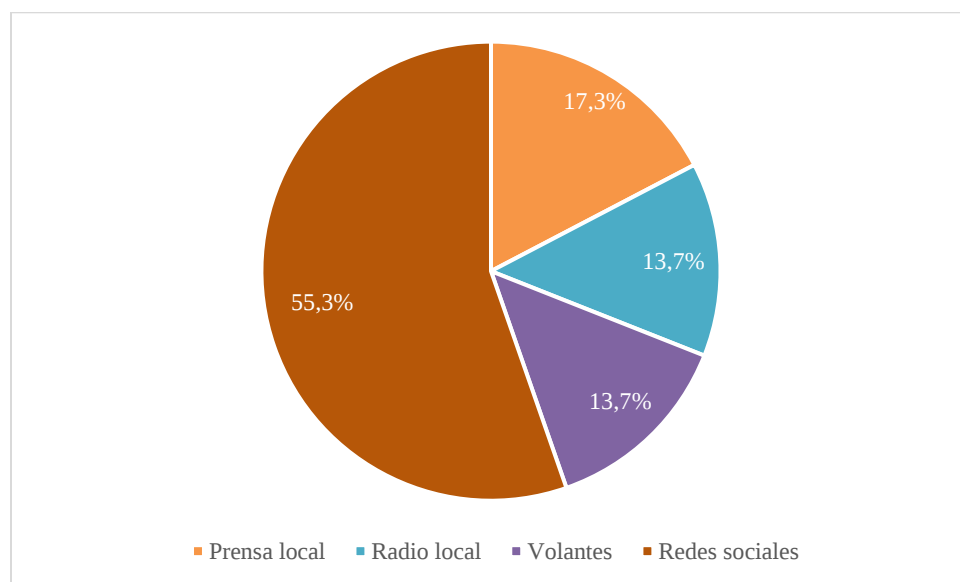
Para realizar un análisis de precios en función de la respuesta de los consumidores, tener conocimiento de su capacidad de pago y determinar un precio de venta que alcance las expectativas de la población estudiada; se interrogó el precio de venta que estarían dispuestos a pagar por un servicio como el ofrecido, a lo que se obtuvo que el 65,3% pagaría entre \$20.000 y \$30.000, el 28,3% podrían pagar de \$31.000 a \$40.000, el 4,3% de \$41.000 a \$50.000, y el 2% restante más de \$50.000.

Tabla 71 ¿A través de que medio le gustaría enterarse de la apertura de este servicio?

Respuestas	Nº de personas	Porcentajes
Prensa local	52	17,3%
Radio local	41	13,7%
Volantes	41	13,7%
Redes sociales	166	55,3%
Total	300	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 27 ¿A través de que medio le gustaría enterarse de la apertura de este servicio?



Fuente: Elaboración propia

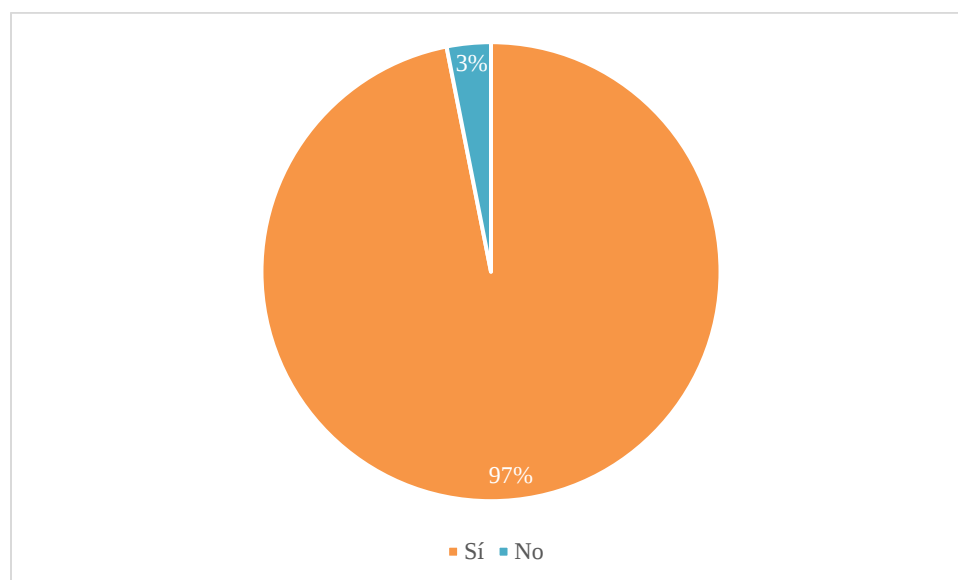
La investigación arrojó que el canal de comunicación que los participantes consideran de mayor impacto y pertinencia para dar a conocer la apertura de la empresa y los aspectos relacionados con la misma, son las redes sociales, así lo manifestó el 55,3% de la población encuestada, el 17,3% mostró inclinación por la prensa local, el 13,7% por la radio local y otro 13,7% por volantes. Estos resultados deberán ser tenidos en cuenta durante la elaboración de la estrategia de publicidad para masificar la información y llegar a todos los posibles usuarios del servicio.

Tabla 72 ¿Considera usted pertinente la apertura de una empresa dedicada a la prestación del servicio de asesorías en ciberseguridad para la protección de niños en el municipio de Lorica?

Respuestas	Nº de personas	Porcentajes
Sí	312	97%
No	10	3%
Total	322	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 28 ¿Considera usted pertinente la apertura de una empresa dedicada a la prestación del servicio de asesorías en ciberseguridad para la protección de niños en el municipio de Lorica?



Fuente: Elaboración propia

Finalmente se determinó la pertinencia del servicio y fue posible constatar que el 97% de la población considera que es un servicio de gran utilidad y relevancia para la población loriquera, especialmente para los niños, al permitir a los padres de familia contar con las herramientas necesarias para proteger su integridad y seguridad física y mental, ya que el uso del internet es indispensable en los diferentes entornos de interacción y la solución a la problemática no es privar a los niños de su adopción.

Anexo 4 Reglamento interno de trabajo

Reglamento Interno de Trabajo de la Empresa SAFECHILD

La Empresa “Safechild”, legalmente constituida, con domicilio principal en la ciudad de Santa Cruz de Lorica, en aplicación de lo que dispone el artículo 64 del Código del Trabajo y con el fin de que surta los efectos legales previstos en el numeral 12 del artículo 42; letra a) del artículo 44; y numeral 2º del artículo 172 del mismo Cuerpo de Leyes, aplicará, de forma complementaria a las disposiciones del Código del Trabajo, el siguiente reglamento interno en su matriz y agencias (de existir) a nivel nacional y con el carácter de obligatorio para todos los ejecutivos, empleados y trabajadores de la empresa.

CAPÍTULO I

OBJETO SOCIAL DE LA ORGANIZACIÓN Y OBJETIVO DEL REGLAMENTO

Art.- 1. OBJETO GENERAL. - Safechild, tiene como objetivo principal la orientación y el acompañamiento de los padres de familia, para dotarlos de las herramientas necesarias para proteger a sus hijos durante el uso del internet, en conformidad con lo dispuesto en el artículo 1 del contrato de constitución; objeto que lo realiza acatando estrictamente todas las disposiciones legales vigentes.

Art.- 2. OBJETO DEL REGLAMENTO. - El presente Reglamento, complementario a las disposiciones del Código del Trabajo, tiene por objeto clarificar y regular en forma justa los intereses y las relaciones laborales, existentes entre Safechild y SUS EMPLEADOS O TRABAJADORES. Estas normas, tienen fuerza obligatoria para ambas partes.

CAPÍTULO II

VIGENCIA, CONOCIMIENTO, DIFUSIÓN, ALCANCE Y AMBITO DE APLICACIÓN

Art.- 3. VIGENCIA. - Este reglamento Interno comenzará a regir desde que dé inicio el proyecto, fecha en que sea aprobado por la Dirección Regional de Trabajo y Servicio Público.

Art.- 4. CONOCIMIENTO Y DIFUSIÓN. - La Empresa dará a conocer y difundirá este Reglamento Interno a todos sus trabajadores, para lo cual colocará un ejemplar

en un lugar visible de forma permanente dentro de cada una de sus dependencias, cargará el texto en la intranet y entregará un ejemplar del referido Reglamento a cada uno de sus trabajadores. En ningún caso, los trabajadores, argumentarán el desconocimiento de este Reglamento como motivo de su incumplimiento.

Art.- 5. ORDENES LEGÍTIMAS. - Con apego a la ley y dentro de las jerarquías establecidas en el organigrama de la Empresa, los trabajadores deben obediencia y respeto a sus superiores, a más de las obligaciones que corresponden a su puesto de trabajo, deberán ceñirse a las instrucciones y disposiciones legítimas, sea verbales o por escrito que reciban de sus jefes inmediatos.

Art.- 6. ÁMBITO DE APLICACIÓN. - El presente Reglamento Interno es de aplicación obligatoria para todos los ejecutivos, empleados y trabajadores, que actualmente o a futuro laboren para la Empresa Safechild.

CAPÍTULO III

DEL REPRESENTANTE LEGAL

Art.- 7. El Representante legal es la autoridad ejecutiva de la empresa, por consiguiente, le corresponde ejercer la dirección de la misma y de su talento humano, teniendo facultad para nombrar, promover o remover empleados o trabajadores, con sujeción a las normas legales vigentes.

Art.- 8. Se considerarán oficiales las comunicaciones, circulares, memorandos, oficios, etc., debidamente suscritos por el Representante legal, quien lo subrogue, o las personas debidamente autorizadas para el efecto. Sin perjuicio de lo anterior, las amonestaciones y llamados de atención, serán suscritas por el Gerente de Recursos Humanos o quien haga sus veces; y, los memorandos referentes a políticas o procedimientos de trabajo que implemente la Empresa, serán firmadas por el Representante legal o quien haga sus veces.

CAPÍTULO IV

DE LOS TRABAJADORES, SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN DE PERSONAL

Art.- 9. Se considera empleados o trabajadores de Safechild a las personas que, por su educación, conocimientos, formación, experiencia, habilidades y aptitudes, luego de haber cumplido con los requisitos de selección e ingreso, establecidos en la ley, reglamentos, resoluciones del Ministerio de Relaciones Laborales, manuales o instructivos de la Compañía, presten servicios con relación de dependencia en las actividades propias de la empresa.

Art.- 10. La admisión e incorporación de nuevos trabajadores, sea para suplir vacantes o para llenar nuevas necesidades de la Empresa es de exclusiva potestad del Representante Legal o su delegado. Como parte del proceso de selección, la empresa podrá exigir a los aspirantes la rendición de pruebas teóricas o prácticas de sus conocimientos, e incluso psicológicas de sus aptitudes y tendencias, sin que ello implique la existencia de relación laboral alguna.

El contrato de trabajo, en cualquiera de clases, que se encuentre debida y legalmente suscrito e inscrito, será el único documento que faculta al trabajador a ejercer su puesto de trabajo como dependiente de la Empresa, antes de dicha suscripción será considerado aspirante a ingresar.

Art.- 11. El aspirante que haya sido declarado apto para cumplir las funciones inherentes al puesto, en forma previa a la suscripción del contrato correspondiente, deberá llenar un formulario de “datos personales del trabajador”; entre los cuáles se hará constar la dirección de su domicilio permanente, los números telefónicos (celular y fijo) que faciliten su ubicación y números de contacto referenciales para prevenir inconvenientes por cambios de domicilio. Para la suscripción del contrato de trabajo, el aspirante seleccionado deberá presentar los siguientes documentos actualizados:

- a)** Hoja de vida actualizada.
- b)** Al menos dos (2) certificados de honorabilidad.
- c)** Exhibir originales y entregar 2 copias legibles y a color de la cédula de ciudadanía; certificado de votación; y, licencia de manejo cuando corresponda.
- d)** Presentar los originales y entregar copias de los certificados o títulos legalmente conferidos, con el correspondiente registro de la autoridad pública competente.

- e) Partida de matrimonio y de nacimiento de sus hijos según el caso.
- f) Dos fotografías actualizadas tamaño carné.
- g) Fórmula de Retenciones en la Fuente del Impuesto a la Renta (No. 107), conferido por el último empleador.
- h) Certificados de trabajo y honorabilidad.

En lo posterior, el trabajador informará, por escrito y en un plazo máximo de cinco días laborables, al departamento de Recursos Humanos respecto de cambios sobre la información consignada en la compañía, de no hacerlo dentro del plazo señalado se considerará falta grave.

La alteración o falsificación de documentos presentados por el aspirante o trabajador constituye falta grave que faculta al empleador a solicitar visto bueno ante el Inspector del Trabajo competente; sin perjuicio, de la obligatoria remisión de la información y documentos a las autoridades penales que corresponda.

Art.- 12. Los aspirantes o candidatos deberán informar al momento de su contratación si son parientes de trabajadores de la Empresa, hasta el cuarto grado de consanguinidad o segundo de afinidad.

Art.- 13. Si para el desempeño de sus funciones, el trabajador cuando, recibe bienes o implementos de la compañía o clientes, deberá firmar el acta de recepción y descargo que corresponda aceptando la responsabilidad por su custodia y cuidado; debiendo devolverlos a la empresa, al momento en que se lo solicite o de manera inmediata por conclusión de la relación laboral; la empresa verificará que los bienes presenten las mismas condiciones que tenían al momento de ser entregados al trabajador, considerando el desgaste natural y normal por el

tiempo. La destrucción o pérdida por culpa del trabajador y debidamente comprobados, serán de su responsabilidad directa.

CAPÍTULO V

DE LOS CONTRATOS

Art.- 14. CONTRATO ESCRITO. - Todo contrato de trabajo se realizará por escrito; y, luego de su suscripción, deberá ser inscrito ante el Inspector de Trabajo, en un plazo máximo de treinta contados a partir de la fecha de suscripción.

Art.- 15. PERIODO DE PRUEBA. - Con los aspirantes seleccionados que ingresen por primera vez a la Empresa, se suscribirá un contrato de trabajo sujeto a las condiciones y período de prueba máximo fijado por el Código del Trabajo.

TIPOS DE CONTRATO. - De conformidad con sus necesidades, la Empresa celebrará la modalidad de contrato de trabajo que considere necesaria, considerando aspectos técnicos, administrativos y legales.

CAPÍTULO VI

JORNADA DE TRABAJO, ASISTENCIA DEL PERSONAL Y REGISTRO DE ASISTENCIA

Art.- 16. De conformidad con la ley, la jornada de trabajo será de 8 horas diarias y 40 horas semanales a las que deben sujetarse todos los trabajadores de la Empresa, en los centros de trabajo asignados. Sin embargo, respetando los límites señalados en el Código del Trabajo, las

jornadas de labores podrán variar y establecerse de acuerdo con las exigencias del servicio o labor que realice cada trabajador y de conformidad con las necesidades de los clientes y de la Empresa.

Art.- 17. De conformidad con la ley, estos horarios especiales, serán sometidos a la aprobación y autorización de la Dirección Regional del Trabajo de Santa Cruz de Lorica - Córdoba.

Art.- 18. Los trabajadores tienen la obligación personal de registrar su asistencia utilizando los sistemas de control que sean implementados por la Empresa. La falta de registro de asistencia al trabajo, se considerará como falta leve. Si por fuerza mayor u otra causa, el trabajador no puede registrar su asistencia, deberá justificar los motivos por escrito ante su Jefe Inmediato y dar a conocer al Departamento de Recursos Humanos o quien hiciere sus veces.

Art.- 19. El trabajador que requiera ausentarse de las instalaciones de la empresa durante la jornada de trabajo, deberá solicitar el permiso respectivo de su superior inmediato. La no presentación del permiso al Departamento de Recursos Humanos o a su Representante por parte del trabajador, será sancionada como falta leve.

Art.- 20. Si por enfermedad, calamidad doméstica, fuerza mayor o caso fortuito, debidamente justificado, el trabajador no concurre a laborar, en forma obligatoria e inmediata deberá comunicar por escrito el particular al Departamento de Recursos Humanos. Superada la causa de su ausencia, deberá presentar los justificativos que corresponda ante el Departamento de Recursos Humanos o quien hiciere sus veces. El Departamento de Recursos Humanos procederá a elaborar el respectivo formulario de ausencias, faltas y permisos, con el fin de proceder a justificar o sancionar de conformidad con la ley y este reglamento

Art.- 21. Las faltas de asistencia y puntualidad de los trabajadores de la compañía serán sancionadas de acuerdo a las disposiciones legales y reglamentarias vigentes, los valores recaudados por este concepto serán entregados a un fondo común de la Caja de Ahorros de la empresa.

Art.- 22. Debido a la obligación que tienen los trabajadores de cumplir estrictamente los horarios indicados, es prohibido que se ausenten o suspendan su trabajo sin previo permiso del Jefe Inmediato y conocimiento del Departamento de Recursos Humanos.

Art.- 23. A la hora exacta de inicio de funciones, el trabajador deberá estar listo con el uniforme adecuado y los artículos de seguridad a su cargo, de ser el caso.

Art.- 24. Las alteraciones del registro de asistencia, constituyen falta grave al presente Reglamento y la serán causal para solicitar la terminación de la relación laboral, previa solicitud de visto bueno de conformidad con la ley.

Art.- 25. No se considerarán trabajos suplementarios los realizados en horas que exceden de la jornada ordinaria, ejecutados por los trabajadores que ejercen funciones de confianza y dirección por así disponerlo el artículo 58 del Código del Trabajo, así como también los trabajos realizados fuera de horario sin autorización del jefe inmediato, por lo que para el pago de horas extras se deberá tener la autorización del jefe inmediato.

Art.- 26. No se entenderá por trabajos suplementarios o extraordinarios los que se realicen para:

- a) Recuperar descansos o permisos dispuestos por el gobierno, o por la Empresa.

- b)** Recuperar por las interrupciones del trabajo, de acuerdo al artículo 60 del Código de Trabajo.

Art.- 27. La Empresa llevará el registro de asistencia de los trabajadores por medio de un sistema de lectura biométrica más un código, o la que creyere conveniente para mejorar el registro de asistencia de los trabajadores. En este sistema el trabajador marca el inicio y la finalización de la jornada de trabajo y durante la salida e ingreso del tiempo asignado para el almuerzo.

Si por cualquier razón no funcionare este sistema, los trabajadores notificarán este particular a su Jefe Inmediato, al departamento de Recursos Humanos y/o a su Representante, el mismo que dispondrá la forma provisional de llevar el control de asistencia mientras dure el daño.

En el caso de Asesores Comerciales que se encuentren fuera de la ciudad, sin Supervisor de Ventas en la zona, tienen la obligación de reportarse telefónicamente con la persona designada para el efecto, quien deberá llevar el registro correspondiente de dichos reportes.

Art.- 28. El trabajador que tenga la debida justificación por escrito de su Jefe Inmediato y de Recursos Humanos o su Representante, para ausentarse en el transcurso de su jornada de trabajo, deberá marcar tanto al salir como al ingresar a sus funciones.

Art.- 29. La omisión de registro de la hora de entrada o salida, hará presumir ausencia a la correspondiente jornada, a menos que tal omisión fuere justificada por escrito con la debida oportunidad al departamento de Recursos Humanos; su Representante, o en su defecto a su Jefe Inmediato. El mismo tratamiento se dará a la omisión de las llamadas telefónicas que deben

realizar los Asesores Comerciales, Cobradores y cualquier otro personal que por alguna circunstancia se encuentren fuera de la Oficina Principal.

Art.- 30. El Departamento de Recursos Humanos o su Representante, llevará el control de asistencia, del informe mecanizado que se obtenga del sistema de intranet, de cada uno de los trabajadores y mensualmente elaborará un informe de atrasos e inasistencia a fin de determinar las sanciones correspondientes de acuerdo a lo que dispone el presente Reglamento y el Código del Trabajo. El horario establecido para el almuerzo será definido con su jefe inmediato, el cual durará una hora, y podrá ser cambiado solo para cumplir con actividades inherentes a la empresa, y este deberá ser notificado por escrito al Departamento de Recursos Humanos o a su Representante, previa autorización de Jefe Inmediato.

Art.- 31. Si la necesidad de la empresa lo amerita, los Jefes Inmediatos podrán cambiar el horario de salida al almuerzo de sus subordinados, considerando, siempre el lapso de 1 hora, de tal manera que el trabajo y/o departamento no sea abandonado.

CAPÍTULO VII

DE LAS VACACIONES, LICENCIAS, FALTAS, PERMISOS JUSTIFICACIONES DE LAS VACACIONES

Art.- 32. De acuerdo al artículo 69 del Código del Trabajo los trabajadores tendrán derecho a gozar anualmente de un período ininterrumpido de quince días de vacaciones, las fechas de las vacaciones serán definidas de común acuerdo entre el jefe y trabajador, en caso de no llegar a un acuerdo el jefe definirá las fechas a tomar.

Art.- 33. Las vacaciones solicitadas por los trabajadores, serán aprobadas por los jefes inmediatos, o Gerencia de Recursos Humanos o quien haga las veces.

Art.- 34. Para hacer uso de vacaciones, los trabajadores deberán cumplir con los siguientes requisitos:

- a) Cumplir con la entrega de bienes y documentación a su cargo a la persona que suplirá sus funciones, con el fin de evitar la paralización de actividades por efecto de las vacaciones, cuando el caso así lo amerite.
- b) El trabajador dejará constancia de sus días de vacaciones llenando el formulario establecido para este caso.

DE LAS LICENCIAS

Art.- 35. Sin perjuicio de las establecidas en el Código del Trabajo, serán válidas las licencias determinados en este Reglamento, que deberán ser solicitadas por escrito y llevar la firma del Jefe Inmediato o de Recursos Humanos o de la persona autorizada para concederlos. Se concederá licencias con sueldo en los siguientes casos:

- a) Por motivos de maternidad y paternidad
- b) Por matrimonio civil del trabajador, tendrá derecho a tres días laborables consecutivos, a su regreso obligatoriamente el trabajador presentará el respectivo certificado de matrimonio.
- c) Para asistir a eventos de capacitación y/o entrenamiento, debidamente autorizados por la Empresa.

- d) Tres días por calamidad doméstica, debidamente comprobada, por ejemplo: incendio o derrumbe de la vivienda, que afecten a la economía de los trabajadores. e. Cualquier otra licencia prevista en el Código del Trabajo.

Art.- 36. La falta de justificación en el lapso de 24 horas de una ausencia podrá considerarse como falta injustificada, haciéndose el trabajador acreedor a la sanción de amonestación por escrito y el descuento del tiempo respectivo.

DE LOS PERMISOS

Se concederá permisos para que el trabajador atienda asuntos emergentes y de fuerza mayor, hasta por tres horas máximo durante la jornada de trabajo, en el periodo de un mes, que serán recuperadas en el mismo día o máximo en el transcurso de esa semana; y, en el evento de no hacerlo, descontará el tiempo no laborado, previa autorización del Gerente, Recursos Humanos o de la persona autorizada para el efecto:

CAPÍTULO IX

DE LA REMUNERACIÓN Y PERÍODOS DE PAGO

Art.- 37. Para la fijación de las remuneraciones de los trabajadores, la Empresa se orientará por las disposiciones o normas establecidas en el mercado laboral relativo a la clasificación y valoración de puestos, aprobados por la Presidencia que estarán siempre en concordancia con la ley; y no podrán ser inferiores a los mínimos sectoriales determinados para esta empresa.

Art.- 38. La empresa pagará la remuneración mensual directamente a sus trabajadores mediante el depósito en una cuenta bancaria, u otros mecanismos de pago permitidos por la ley.

Art.- 39. La Empresa efectuará descuentos de los sueldos del Trabajador solo en casos de:

- a) Aportes personales del IESS;
- b) Dividendos de préstamos hipotecarios o quirografarios, conforme las planillas que presente el IESS;
- c) Ordenados por autoridades judiciales.
- d) Valores determinados por las Leyes o autorizados expresamente por el trabajador, así como por compras o préstamos concedidos por la empresa a favor del trabajador.
- e) Multas establecidas en este Reglamento
- f) Descuentos autorizados por consumos del trabajador, cancelados por la empresa como tarjetas de comisariato, seguro médico privado, consumo de celulares, repuestos, servicios, mantenimiento, etc.

Art.- 40. Cuando un trabajador cesare en su trabajo por cualquier causa y tenga que realizar pagos por cualquier concepto, se liquidará su cuenta; y antes de recibir el valor que corresponde se le descontará todos los valores que esté adeudando a la Empresa, como préstamos de la Empresa debidamente justificados y los detallados en el artículo anterior.

Art.- 41. Los beneficios voluntarios u ocasionales de carácter transitorio que la Empresa otorgue al trabajador pueden ser modificados o eliminados cuando a juicio de ella hubiese cambiado o desaparecido las circunstancias que determinaron la creación de tales beneficios.

CAPÍTULO X

ÍNDICES MÍNIMOS DE EFICIENCIA

Art.- 42. Los trabajadores deberán cumplir estrictamente con la labor objeto del contrato, esto es dentro de los estándares de productividad establecidos en las caracterizaciones de cada proceso; caso contrario la Empresa se acogerá al derecho previsto en el numeral 5 del artículo 172 del Código del Trabajo.

Art.- 43. Todos los trabajadores de la Empresa precautelarán que el trabajo se ejecute en observancia a las normas técnicas aplicadas a su labor específica y que redunde tanto en beneficio de la Empresa, como en el suyo personal.

CAPÍTULO XI

DE LAS BECAS, CURSOS, SEMINARIOS, EVENTOS DE CAPACITACIÓN Y ENTRENAMIENTO EN GENERAL

Art.- 44. El departamento de Dirección General o quien haga las veces de acuerdo con sus requerimientos, brindará capacitación y entrenamiento a los trabajadores, conforme al Plan Anual de Capacitación que será elaborado por el Dirección General y/o su Representante.

CAPÍTULO XII

TRASLADOS Y GASTOS DE VIAJE

Art.- 45. Todo gasto de viaje dentro y fuera del país que se incurra por traslado, movilización será previamente acordado con el trabajador y aprobado por el Jefe Inmediato y por Recursos Humanos y/o su Representante. Para el reembolso deberá presentar las facturas o notas de ventas debidamente legalizadas de acuerdo con las normas tributarias que sustenten el gasto.

Art.- 46. No se cancelará gastos que no sean consecuencia del desempeño de las labores encomendadas al trabajador, o contradigan las políticas de viáticos y viajes establecidas por la empresa.

Art.- 47. La Compañía y el trabajador podrá acordar el traslado temporal a su personal a cualquier sitio del territorio nacional, según lo estime conveniente y según las funciones que el puesto lo requieran con el fin de cumplir los objetivos de la empresa.

CAPITULO XIII

LUGAR LIBRE DE ACOSO

Art.- 48. Lugar De Trabajo Libre De Acoso. - La empresa se compromete en proveer un lugar de trabajo libre de discriminación y acoso. Quien cometa alguno de estos hechos será sancionado de acuerdo al presente reglamento.

Discriminación incluye uso de una conducta tanto verbal como física que muestre insulto o desprecio hacia un individuo sea por su raza, color, religión, sexo, nacionalidad, edad, discapacidad, con el propósito de:

- a)** Crear un lugar de trabajo ofensivo;
- b)** Interferir con las funciones de trabajo de uno o varios individuos;
- c)** Afectar el desempeño laboral; y,
- d)** Afectar las oportunidades de crecimiento del trabajador.

Art.- 49. La Empresa estrictamente prohíbe cualquier tipo de acoso sexual en el lugar de trabajo, en el caso de llevarse a cabo se constituirá causal de Visto Bueno. Se entenderá acoso sexual lo siguiente:

- Comportamiento sexual inadecuado.
- Pedido de favores sexuales cuando se intenta conseguir una decisión de cualquier tipo.
- Interferir en el desempeño de labores de un individuo.
- Acoso verbal donde se usa un vocabulario de doble sentido que ofende a una persona.

Art.- 50. Si alguien tiene conocimiento de la existencia de los tipos de acoso ya mencionados tiene la responsabilidad de dar aviso a la Gerencia de Recursos Humanos para que se inicie las investigaciones pertinentes y tomar una acción disciplinaria.

Art.- 51. Todo reclamo será investigado, tratado confidencialmente y se llevará un reporte del mismo.

Art.- 52. Durante la Jornada de Trabajo diaria o cumpliendo funciones asignadas por la empresa, dentro o fuera del país, se establece como particular obligación de los trabajadores, observar disciplina. En consecuencia, queda expresamente prohibido, en general, todo cuanto altere el orden y la disciplina interna.

CAPÍTULO XIV

OBLIGACIONES, DERECHOS Y PROHIBICIONES DEL TRABAJADOR

DE LAS OBLIGACIONES

Art.- 53. Además de las obligaciones constantes en el artículo 45 del Código de Trabajo, las determinadas por la ley, las disposiciones de responsabilidades, del Contrato de Trabajo, Código de Conducta y este Reglamento, son obligaciones del Trabajador las siguientes:

Cumplir las leyes, reglamentos, instructivos, normas y disposiciones vigentes en la Empresa; que no contravengan al presente reglamento y código de conducta.

1. Ejecutar sus labores en los términos determinados en su contrato de trabajo, y en la descripción de funciones de cada posición, según consta en el Manual de Funciones, desempeñando sus actividades con responsabilidad, esmero y eficiencia;
2. Ejecutar su labor de acuerdo a las instrucciones y normas técnicas que se hubieren impartido; y, cumplir estrictamente con las disposiciones impartidas por la Empresa y/o autoridades competentes, sin que en ningún caso pueda alegarse su incumplimiento por desconocimiento o ignorancia de la labor específica confiada.
3. Observar en forma permanente una conducta armónica, respetuosa, y de consideraciones debidas en sus relaciones con sus compañeros de trabajo, superiores, subalternos, clientes y particulares.
4. Comunicar cualquier cambio de su dirección domiciliaria, teléfono dentro de los cinco primeros días siguientes de tal cambio.
5. Presentarse al trabajo vestido o uniformado, aseado y en aptitud mental y física para el cabal cumplimiento de sus labores. Los trabajadores de oficina y los que deban atender al público, se sujetarán a las disposiciones de uso respectivas.
6. Velar por los intereses de la empresa Safechild y por la conservación de los valores, documentos, útiles, equipos, maquinaria, muebles, suministros, uniformes y bienes en general confiados a su custodia, administración o utilización. Y usarlos exclusivamente para asuntos de la compañía, o en caso de extrema emergencia para asuntos particulares.
7. En el caso de desaparición de cualquier herramienta, instrumento o equipo entregado al trabajador por parte de la Empresa, sea este de propiedad de Safechild o sus clientes, ésta procederá a su reposición a costo del trabajador. Cuando tal hecho se deba a su culpa, negligencia, o mala fe previamente comprobada.

8. En caso de enfermedad, es obligación del trabajador informar lo ocurrido al inmediato superior o representante legal de la compañía, se justificará las faltas, previa comprobación de la enfermedad, mediante el correspondiente certificado médico extendido por el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, o por un Centro Médico autorizado por la empresa.
9. Guardar absoluta reserva respecto a la información confidencial, secretos técnicos, comerciales, administrativos, e información del cliente sobre asuntos relacionados con su trabajo, y con el giro del negocio de la Empresa. Esta información confidencial o no pública, no debe ser revelada a nadie fuera de la Empresa, incluidos familiares y amigos, en el cual pueda existir conflicto de intereses.
10. Abstenerse de realizar competencia profesional con la Empresa o colaborar para que otros lo hagan, mientras dure la relación laboral.
11. Registrar su ingreso a la empresa en el sistema de control de asistencia, cuando el trabajador esté listo para empezar con sus labores, de igual forma al salir de su jornada de trabajo.
12. Cumplir con puntualidad con las jornadas de trabajo, de acuerdo a los horarios establecidos por la compañía.
13. Una vez terminada la jornada laboral todo el personal deberá mantener bajo llave toda documentación correspondiente a datos confidenciales o reservados de la Empresa.
14. Desplazarse dentro o fuera de la ciudad y del país, de acuerdo con las necesidades de Safechild, para tal efecto la Empresa reconocerá los gastos de transporte, hospedaje y alimentación en que se incurra, según el Art. 42 numeral 22 del Código del Trabajo.

15. Asistir a cursos, seminarios, y otros eventos que se consideren necesarios, como parte de su entrenamiento y capacitación.
16. Todos los trabajadores deberán prestar esmerada atención a los clientes de la Empresa, con diligencia y cortesía, contestando en forma comedida las preguntas que le formulen.
17. Mantener los lugares de trabajo en perfecto orden y limpieza, así como los documentos, correspondientes. y todo el material usado para desempeñar su trabajo.
18. Devolver los bienes, materiales y herramientas que recibieren ya sean de propiedad del empleador o sus clientes, cuidar que estos no se pierdan, extravíen o sufran daños.
19. Sujetarse a las medidas de prevención de riesgo de trabajo que dicte la Empresa, así como cumplir con las medidas sanitarias, higiénicas de prevención y seguridad como el uso de aparatos y medios de protección proporcionados por las mismas.
20. Utilizar y cuidar los instrumentos de prevención de riesgos de trabajo, entregados por la Empresa, como: cinturones de protección para carga, etc.
21. Comunicar a sus superiores de los peligros y daños materiales que amenacen a los bienes e intereses de la Empresa o a la vida de los trabajadores, así mismo deberá comunicar cualquier daño que hicieren sus compañeros, colaborar en los programas de emergencia y otros que requiera la Empresa, independientemente de las funciones que cumpla cada trabajador.
22. Informar inmediatamente a sus superiores, los hechos o circunstancias que causen o puedan causar daño a la Empresa.
23. En caso de accidente de trabajo, es obligación dar a conocer de manera inmediata al Jefe Inmediato, Recursos Humanos, Jefe de Seguridad y Salud en el Trabajo; o a quien ejerza

la representación legal de la Empresa, a fin de concurrir ante la autoridad correspondiente, conforme lo establece el Código del Trabajo.

24. Facilitar y permitir las inspecciones y controles que efectúe la Compañía por medio de sus representantes, o auditores.
25. Cuidar debidamente los vehículos asignados para el cumplimiento de sus labores.
26. Cumplir con la realización y entrega de reportes, informes que solicite la empresa en las fechas establecidas por la misma.
27. Firmar los roles de pago en todos sus rubros al percibir la remuneración o beneficio que sea pagado por parte de la Empresa.

DE LOS DERECHOS

Art.- 54. Serán derechos de los trabajadores de Safechild:

- a) Percibir la remuneración mensual que se determine para el puesto que desempeñe, los beneficios legales y los beneficios de la Empresa.
- b) Hacer uso de las vacaciones anuales, de acuerdo con la Ley y las normas constantes de este Reglamento.
- c) Recibir ascensos y/o promociones, con sujeción a los procedimientos respectivos, y de acuerdo con las necesidades y criterios de la Empresa.
- d) Ejercer el derecho a reclamo, siguiendo el orden correspondiente de jerarquía, cuando considere que alguna decisión le puede perjudicar.
- e) Recibir capacitación o entrenamiento, de acuerdo con los programas de desarrollo profesional que determine la Empresa, tendiente a elevar los niveles de eficiencia y eficacia en el desempeño de sus funciones.

- f) Ser tratado con las debidas consideraciones, no infringiéndoles maltratos de palabra y obra.
- g) Las demás que estén establecidos o se establezcan en el Código del Trabajo, Leyes, Código de Conducta, Reglamentos especiales o instrumentos y disposiciones

DE LAS PROHIBICIONES

Art.- 55. A más de las prohibiciones establecidas en el artículo 46 del Código del Trabajo, que se entienden incorporadas a este Reglamento y Código de Conducta, y las determinadas por otras Leyes, está prohibido al Trabajador:

- a) Mantener relaciones de tipo personal, comercial o laboral, que conlleven un conflicto de intereses, con las personas naturales o jurídicas que se consideren como competencia o que sean afines al giro de Empresa. El trabajador deberá informar al empleador cuando pueda presentarse este conflicto.
- b) Exigir o recibir primas, porcentajes o recompensas de cualquier clase, de personas naturales o jurídicas, proveedores, clientes o con quienes la Empresa tenga algún tipo de relación o como retribución por servicios inherentes al desempeño de su puesto.
- c) Alterar los precios de los productos o servicios que ofrece la Empresa a cambio de recompensas en beneficio personal.
- d) Alterar la respectiva jornada de trabajo o suspenderla sin sujetarse a la reglamentación respectiva de horarios y turnos designados.

- e) Encargar a otro trabajador o a terceras personas la realización de sus labores sin previa autorización de su Jefe Inmediato.
- f) Suspender arbitraria e ilegalmente el trabajo o inducir a sus compañeros de trabajo a suspender las suyas.
- g) Causar pérdidas, daño o destrucción, de bienes materiales o de herramientas, pertenecientes al empleador o sus clientes, por no haberlos devuelto una vez concluidos los trabajos o por no haber ejercido la debida vigilancia y cuidado mientras se los utilizaba; peor aún producir daño, pérdida, o destrucción intencional, negligencia o mal uso de los bienes, elementos o instrumentos de trabajo.
- h) Realizar durante la jornada de trabajo rifas o ventas; de igual manera atender a vendedores o realizar ventas de artículos personales o de consumo, se prohíbe realizar actividades ajenas a las funciones de la Empresa o que alteren su normal desarrollo; por lo que le está prohibido al trabajador, distraer el tiempo destinado al trabajo, en labores o gestiones personales, así como realizar durante la jornada de trabajo negocios y/o actividades ajenas a la Empresa o emplear parte de la misma, en atender asuntos personales o de personas que no tengan relación con la Empresa, sin previa autorización de Recursos Humanos.
- i) Violar el contenido de la correspondencia interna o externa o cualquier otro documento perteneciente a la Empresa, cuando no estuviere debidamente autorizado para ello;

- j)** Destinar tiempo para la utilización inadecuada del internet como bajar archivos, programas, conversaciones chat y en fin uso personal diferente a las actividades específicas de su trabajo.
- k)** Instalar software, con o sin licencia, en las computadoras de la Empresa que no estén debidamente aprobados por la Gerencias o por el Responsable de Sistemas.
- l)** Divulgar información sobre técnicas, método, procedimientos relacionados con la empresa, redacción, diseño de textos, ventas, datos y resultados contables y financieros de la Empresa; emitir comentarios con los trabajadores y terceras personas en relación a la situación de la Empresa.
- m)** Divulgar información sobre la disponibilidad económica y movimientos que realice la Empresa, ningún trabajador de la misma, podrá dar información, excepto el personal de contabilidad que dará información únicamente a sus superiores.
- n)** Queda prohibido para los trabajadores, divulgar la información proporcionada por los clientes a la compañía.
- o)** Todo personal que maneje fondos de la Empresa, no podrá disponer de los mismos para otro fin que no sea para el que se le haya entregado. Ello dará lugar a la máxima sanción establecida en este reglamento, que implicará la separación de la Empresa previo visto bueno otorgado por el Inspector del Trabajo competente, sin perjuicio de otras acciones legales a que hubiere lugar.
- p)** Utilizar en actividades particulares los servicios, dinero, bienes, materiales, equipos o vehículos de propiedad de la Empresa o sus clientes, sin estar debidamente autorizados por el jefe respectivo.

- q)** Sacar bienes, vehículos, objetos y materiales propios de la empresa o sus clientes sin la debida autorización por escrito del jefe inmediato.
- r)** Queda terminantemente prohibida la violación de los derechos de autor y de propiedad intelectual de la compañía y de cualquiera de sus clientes o proveedores.
- s)** Ejercitar o promover la discriminación por motivos de raza, etnia, religión, sexo, pensamiento político, etc., al interior de la Empresa.
- t)** Sostener altercados verbales y físicos con compañeros, trabajadores y jefes superiores dentro de las instalaciones de la Empresa y en su entorno, así como también hacer escándalo dentro de la Empresa.
- u)** Propiciar actividades políticas o religiosas dentro de las dependencias de la empresa o en el desempeño de su trabajo.
- v)** Presentarse a su lugar de trabajo en evidente estado de embriaguez o bajo los efectos de estupefacientes prohibidos por la Ley.
- w)** Ingerir o expender durante la jornada de trabajo, en las oficinas o en los lugares adyacentes de la empresa bebidas alcohólicas, sustancias psicotrópicas y estupefacientes, u otros que alteren el sistema nervioso, así como presentarse a su trabajo bajo los efectos evidentes de dichos productos.
- x)** Ingerir alimentos o bebidas en lugares que puedan poner en peligro la calidad del trabajo o las personas.
- y)** Fumar en el interior de la empresa.
- z)** No cumplir con las medidas sanitarias, higiénicos de prevención y seguridad impartidas por la empresa y negarse a utilizar los aparatos y medios de protección

de seguridad proporcionados por la misma, y demás disposiciones del Reglamento de Seguridad y Salud Ocupacional;

- aa)** Portar cualquier tipo de arma durante su permanencia en la empresa que pueda poner en peligro la vida y seguridad de las personas y equipos con excepción de las personas que tengan autorización de la empresa.
- bb)** Ingresar televisores y cualquier otro artefacto que pueda distraer y ocasionar graves daños a la salud y a la calidad del trabajo de la empresa sin la autorización por escrita de sus superiores.
- cc)** Ingresar a las dependencias de la compañía material pornográficas o lesivas, reservándose la compañía el derecho a retirar dicho material y sancionar al infractor.
- dd)** Alterar o suprimir las instrucciones, avisos, circulares o boletines colocados por la Empresa en los tableros de información, carteleros o en cualquier otro lugar;
- ee)** Permitir que personas ajenas a la Empresa permanezcan en las instalaciones de la misma, sin justificación o causa para ello.
- ff)** Está prohibido a las personas que laboran con claves en el sistema informático entregarlas a sus compañeros o terceros para que utilicen; por tanto, la clave asignada es personalísima y su uso es de responsabilidad del trabajador.
- gg)** Los beneficios concedidos al trabajador, que no constituyen obligación legal, son exclusivos para este y su cónyuge, y se extenderá a terceros por autorización escrita del empleador.

- hh)** Vender sin autorización bienes, vehículos, accesorios, regalos y repuestos de la empresa.
- ii)** Practicar juegos de cualquier índole durante las horas de trabajo
- jj)** Distraer su tiempo de trabajo en cosas distintas a sus labores, tales como: leer periódicos, revistas, cartas, ajenas a su ocupación, así como dormir, formar grupos y hacer colectas sin autorización de las autoridades de la compañía.
- kk)** Propagar rumores que afecten al prestigio o intereses de la compañía sus funcionarios o trabajadores; así como no podrán reunirse sin autorización de los ejecutivos.
- ll)** Tener negocio propio o dentro de la sociedad conyugal relacionado al giro de negocio de la Compañía, con el fin de favorecer a su negocio antes que a la Compañía.
- mm)** Comprar acciones o participaciones o montar un negocio directa o indirectamente, por sí mismo o a través de interpuesta persona, para ser proveedor de la Compañía sin conocimiento expreso por parte de la Empresa.
- nn)** Laborar horas suplementarias o extraordinarias sin previa orden expresa de sus superiores o de Recursos Humanos o del funcionario debidamente autorizado.
- oo)** Utilizar en beneficio propio los bienes dejados por los clientes incluyendo vehículos, accesorios o pertenencias.

CAPÍTULO XVI

DE LAS PERSONAS QUE MANEJAN RECURSOS ECONÓMICOS DE LA EMPRESA

Art.- 56. Los Trabajadores que tuvieren a su cargo activos de la Empresa, como: dinero, accesorios, vehículos, valores o inventario de la Empresa; como el personal de tesorería,

repuesto, bodega, agencias y cualquier otra área que estén bajo su responsabilidad dinero, valores, insumos, cajas chicas entre otros, son personalmente responsables de toda pérdida, salvo aquellos que provengan de fuerza mayor debidamente comprobada.

Art.- 57. Todas las personas que manejan recursos económicos estarán obligadas a sujetarse a las fiscalizaciones o arqueos de caja provisionales o imprevistos que ordene la Empresa; y suscribirán conjuntamente con los auditores el acta que se levante luego de verificación de las existencias físicas y monetarias.

CAPÍTULO XVII

DEL RÉGIMEN DISCIPLINARIO

Art.- 58. A los trabajadores que contravengan las disposiciones legales o reglamentarias de la Empresa se les aplicará las sanciones dispuestas en el Código del Trabajo, Código de Conducta, las del presente reglamento y demás normas aplicables.

Art.- 59. En los casos de inasistencia o atraso injustificado del trabajador, sin perjuicio de las sanciones administrativas que se le impongan, al trabajador se le descontará la parte proporcional de su remuneración, conforme lo dispuesto en el Código del Trabajo. En el caso que el trabajador se encuentre fuera de la ciudad, y no presente la justificación debida de las labores encomendadas, se procederá a descontar los valores cancelados por viáticos, transporte, etc.

Art.- 60. Atendiendo a la gravedad de la falta cometida por el trabajador, a la reincidencia y de los perjuicios causados a la Empresa, se aplicará una de las siguientes sanciones:

- a) Amonestaciones Verbales;
- b) Amonestaciones Escritas;
- c) Multas, hasta el 10% de la remuneración del trabajador;
- d) Terminación de la relación laboral, previo visto bueno sustanciado de conformidad con la Ley.

DE LAS SANCIONES PECUNIARIAS - MULTAS

Art.- 61. La amonestación escrita será comunicada al trabajador en persona, quien deberá suscribir la recepción del documento respectivo. En caso de negativa del trabajador a suscribir o recibir el documento de la amonestación, se dejará constancia de la presentación, y la firmará en nombre del trabajador su Jefe Inmediato, con la razón de que se negó a recibirla. Las amonestaciones escritas irán al expediente personal del trabajador.

Las amonestaciones por escrito que se realicen a un mismo trabajador por tres veces consecutivas durante un periodo de noventa días, serán consideradas como falta grave.

Art.- 62. La sanción pecuniaria es una sanción que será impuesta por el Gerente de Recursos Humanos, de oficio o a pedido de un jefe o de cualquier funcionario de la empresa; se aplicará en caso de que el trabajador hubiere cometido faltas leves, o si comete una falta grave a

juicio del Gerente General y Gerente de Recursos Humanos no merezca el trámite de Visto Bueno, constituirá en el descuento de una multa de hasta el 10% de la remuneración del Trabajador. La sanción pecuniaria no podrá superar el 10% de la remuneración dentro del mismo mes calendario, y en el caso de reincidencia se deberá proceder a sancionar al trabajador siguiéndole el correspondiente trámite de Visto Bueno.

Art.- 63. Las multas serán aplicadas, a más de lo señalado en este reglamento, en los siguientes casos:

1. Provocar desprestigio o enemistad entre los componentes de LA EMPRESA, sean directivos, funcionarios o trabajadores;
2. No acatar las órdenes y disposiciones impartidas por su superior jerárquico;
3. Negarse a laborar durante jornadas extraordinarias, en caso de emergencia;
4. Realizar en las instalaciones de LA EMPRESA propaganda con fines comerciales o políticos;
5. Ejercer actividades ajenas a LA EMPRESA durante la jornada laboral;
6. Realizar reclamos infundados o mal intencionados;
7. No guardar la consideración y cortesía debidas en sus relaciones con el público que acuda a la Empresa;
8. No observar las disposiciones constantes en cualquier documento que LA EMPRESA prepare en el futuro, cuyo contenido será difundido entre todo el personal.
9. No registrar personalmente su asistencia diaria de acuerdo con el sistema de control preestablecido por el Departamento de Recursos Humanos;

DE LAS FALTAS EN GENERAL

Art.- 64. Las faltas son leves y graves, sin perjuicio de las multas a las que se refiere el artículo anterior.

DE LAS FALTAS LEVES

Art.- 65. Se considerarán faltas leves el incumplimiento de lo señalado en los artículos anteriores. Son además faltas leves:

- a)** La reincidencia por más de tres veces en los casos que hayan merecido amonestación verbal dentro del mismo periodo mensual. La reincidencia que se refiere el presente literal será causal para una amonestación escrita.
- b)** Excederse sin justificación en el tiempo de permiso concedido.
- c)** La negativa del trabajador a utilizar los medios, recursos, materiales y equipos que le suministre la Empresa.
- d)** Los trabajadores que, durante el último periodo mensual de labor, hayan recibido tres amonestaciones escritas.
- e)** Los trabajadores que no cumplieren con responsabilidad y esmero las tareas a ellos encomendados.
- f)** La negativa de someterse a las inspecciones y controles, así como a los exámenes médicos y chequeos.
- g)** Poner en peligro su seguridad y la de sus compañeros. Si la situación de peligro se genere por hechos que son considerados faltas graves, se sancionarán con la separación del trabajador, previo visto bueno.
- h)** Disminuir injustificadamente el ritmo de ejecución de su trabajo.

- i) El incumplimiento de cualquier otra obligación o la realización de cualquier otro acto que conforme otras disposiciones de este reglamento sean sancionadas con multa y no constituya causal para sanción grave.
- j) Ingresar datos erróneos en la facturación de productos y servicios.
- k) Recibir cheques de pago que no han sido llenados correctamente y que deban ser devueltos al suscriptor, multa de hasta el 10 % de la remuneración.

DE LAS FALTAS GRAVES

Art.- 66. Son Faltas graves aquellas que dan derecho a sancionar al trabajador con la terminación del contrato de trabajo. Las sanciones graves se las aplicará al trabajador que incurra en las siguientes conductas, a más de establecidas en otros artículos del presente Reglamento como el artículo 65 serán sancionados con multa o Visto Bueno dependiendo de la gravedad de la falta las siguientes:

- a) Estar incurso en una o más de las prohibiciones señaladas en el presente Reglamento, excepto en los casos en que el cometer dichas prohibiciones sea considerada previamente como falta leve por la Empresa, de conformidad con lo prescrito en este instrumento.
- b) Haber proporcionado datos falsos en la documentación presentada para ser contratado por la Empresa.
- c) Presentar certificados falsos, médicos o de cualquier naturaleza para justificar su falta o atraso.
- d) Modificar o cambiar los aparatos o dispositivos de protección o retirar los mecanismos preventivos y de seguridad adaptados a las máquinas, sin autorización de sus superiores.

- e)** Alterar de cualquier forma los controles de la Empresa sean estos de entrada o salida del personal, reportes o indicadores de ventas, cuentas por cobrar, indicadores de procesos de la empresa, etc.
- f)** Sustraerse o intentar sustraerse de los talleres, bodegas, locales y oficinas dinero, materiales, materia prima, herramientas, material en proceso, producto terminado, información en medios escritos y/o magnéticos, documentos o cualquier otro bien.
- g)** Encubrir la falta de un trabajador.
- h)** No informar al superior sobre daños producto de la ejecución de algún trabajo, y ocultar estos trabajos.
- i)** Inutilizar o dañar materias primas, útiles, herramientas, máquinas, aparatos, instalaciones, edificios, enseres y documentos de la Empresa o clientes, así como vehículos pertenecientes a clientes.
- j)** Revelar a personas extrañas a la Empresa datos reservados, sobre la tecnología, información interna de la Empresa, e información del cliente.
- k)** Dedicarse a actividades que impliquen competencia a la Empresa; al igual que ser socio, accionista o propietario de negocios iguales o relacionados al giro del negocio de empresa, ya sea por sí mismo o interpuesta persona, sin conocimiento y aceptación escrita por parte del Representante Legal.
- l)** Los malos tratos de palabra u obra o faltas graves de respeto y consideración a jefes, compañeros, o subordinados, así como también el originar o promover peleas o riñas entre sus compañeros de trabajo;
- m)** Causar accidentes graves por negligencia o imprudencia;

- n)** Por indisciplina o desobediencia graves al presente Reglamento, instructivos, normas, políticas, código de conducta y demás disposiciones vigentes y/o que la Compañía dicte en el futuro.
- o)** Acosar u hostigar psicológica o sexualmente a trabajadores, compañeros o jefes superiores.
- p)** Por ineptitud en el desempeño de las funciones para las cuales haya sido contratado, el mismo que se determinará en la evaluación de desempeño.
- q)** Manejar inapropiadamente las Políticas de Ventas, promociones, descuentos, reservas, dinero y productos de la Empresa para sus Clientes; incumplimiento de las metas de ventas establecidas por la Gerencia; así como la información comercial que provenga del mercado. r) Los trabajadores que hayan recibido dos o más infracciones, de las infracciones señaladas como leves, dentro del periodo mensual de labor, y que hayan sido merecedores de amonestaciones escritas por tales actos. Sin embargo, si el trabajador tuviese tres amonestaciones escritas dentro de un periodo trimestral de labores, será igualmente sancionado de conformidad con el presente artículo.
- r)** Cometer actos que signifiquen abuso de confianza, fraude, hurto, estafa, conflictos de intereses, discriminación, corrupción, acoso o cualquier otro hecho prohibido por la ley, sea respecto de la empresa de los ejecutivos y de cualquier trabajador.
- s)** Portar armas durante horas de trabajo cuando su labor no lo requiera.
- t)** Paralizar las labores o Incitar la paralización de actividades.

- u) Se considerará falta grave toda sentencia ejecutoriada, dictada por autoridad competente, que condene al trabajador con pena privativa de libertad. Si es un tema de transito es potestad de la empresa, si el trabajador falta más de tres días se puede solicitar visto bueno.

CAPÍTULO XVIII

DE LA CESACIÓN DE FUNCIONES O TERMINACIÓN DE CONTRATOS

Art.- 67. Los trabajadores de Safechild, cesarán definitivamente en sus funciones o terminarán los contratos celebrados con la Empresa, por las siguientes causas, estipuladas en el artículo 169 del Código del Trabajo:

- a) Por las causas legalmente previstas en el contrato
- b) Por acuerdo de las partes.
- c) Por conclusión de la obra, periodo de labor o servicios objeto del contrato.
- d) Por muerte o incapacidad del colaboradores o extinción de la persona jurídica contratante, si no hubiere representante legal o sucesor que continúe la Empresa o negocio.
- e) Por caso fortuito o fuerza mayor que imposibiliten el trabajo, como incendio, terremoto y demás acontecimientos extraordinarios que los contratantes no pudieran prever o que previsto, no pudieran evitar.
- f) Por visto bueno presentado por el trabajadores o empleador.
- g) Por las demás establecidas en las disposiciones del Reglamento Interno y Código del Trabajo.

Art.- 68. El trabajador que termine su relación contractual con Safechild, por cualquiera de las causas determinadas en este Reglamento o las estipuladas en el Código del Trabajo, suscribirá la correspondiente acta de finiquito, la que contendrá la liquidación pormenorizada de los derechos laborales, en los términos establecidos en el Código del Trabajo.

CAPITULO XIX

OBLIGACIONES Y PROHIBICIONES PARA LA EMPRESA

Art.- 69. Son obligaciones de la empresa, a parte de las establecidas en el Código de Trabajo, Estatuto, Código de Ética, las siguientes:

- a)** Mantener las instalaciones en adecuado estado de funcionamiento, desde el punto de vista higiénico y de salud.
- b)** Llevar un registro actualizado de los datos del trabajador y, en general de todo hecho que se relacione con la prestación de sus servicios.
- c)** Proporcionar a todos los trabajadores los implementos e instrumentos necesarios para el desempeño de sus funciones.
- d)** Tratar a los trabajadores con respeto y consideración.
- e)** Atender, dentro de las previsiones de la Ley y de este Reglamento los reclamos y consultas de los trabajadores.
- f)** Facilitar a las autoridades de Trabajo las inspecciones que sean del caso para que constaten el fiel cumplimiento del Código del Trabajo y del presente Reglamento.
- g)** Difundir y proporcionar un ejemplar del presente Reglamento Interno de Trabajo a sus trabajadores para asegurar el conocimiento y cumplimiento del mismo.

Art.- 70. Son prohibiciones de la empresa, a parte de las establecidas en el Código de Trabajo, Estatuto, Código de Ética, las siguientes:

- a) Retener más del diez por ciento (10%) de la remuneración por concepto de multas;
- b) Exigir al trabajador que compre sus artículos de consumo en tiendas o lugares determinados;
- c) Imponer colectas o suscripciones entre los trabajadores;
- d) Hacer propaganda política o religiosa entre los trabajadores;
- e) Obstaculizar, por cualquier medio, las visitas o inspecciones de las autoridades del trabajo a los establecimientos o centros de trabajo, y la revisión de la documentación referente a los trabajadores que dichas autoridades practicaren;

CAPITULO XX SEGURIDAD E HIGIENE

Art.- 78. Se considerará falta grave la transgresión a las disposiciones de seguridad e higiene previstas en el ordenamiento laboral, de seguridad social y Reglamento de Seguridad y Salud Ocupacional de la empresa, quedando facultada la compañía para hacer uso del derecho que le asista en guardar la integridad de su personal.

DISPOSICIONES GENERALES

Art.- 79. Los trabajadores tienen derecho a estar informados de todos los reglamentos, instructivos, Código de conducta, disposiciones y normas a los que están sujetos en virtud de su Contrato de Trabajo o Reglamento Interno.

Art.- 80. La Empresa aprobará en la Dirección Regional del Trabajo, en cualquier tiempo, las reformas y adiciones que estime convenientes al presente Reglamento. Una vez

aprobadas las reformas o adiciones. La Empresa las hará conocer a sus trabajadores en la forma que determine la Ley.

Art.- 81. En todo momento la Empresa impulsará a sus Trabajadores a que denuncien sin miedo a recriminaciones todo acto doloso, daño, fraudes, violación al presente reglamento y malversaciones que afecten económicamente o moralmente a la Empresa, sus funcionarios o trabajadores.

Art.- 82. En todo lo no previsto en este Reglamento, se estará a lo dispuesto en el Código del Trabajo y más normas aplicables, que quedan incorporadas al presente Reglamento Interno de Trabajo.

Art.- 83. El presente Reglamento Interno de Trabajo entrará a regir a partir de su aprobación por el Director Regional de Trabajo y Servicio Público de Santa Cruz de Lorica.

Atentamente,

Gerente General: Luis Fernando Stand López