

PLAN DE NEGOCIO PARA LA EMPRESA DE CABLEADO ESTRUCTURADO
HPALMA, UBICADA EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ, LOCALIDAD CHAPINERO
AÑO 2017

Presentado por
JESSICA PAOLA FALLA RODRÍGUEZ
CLAUDIA JANETH NIETO GARCÍA

Trabajo de Grado para Optar el título en Especialista en Gestión Empresarial

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA POLITÉCNICO GRANCOLOMBIANO
ESPECIALIZACIÓN EN GESTIÓN EMPRESARIAL

Bogotá D.C.

2017

Contenido

1. PLAN DE NEGOCIO PARA LA EMPRESA DE CABLEADO ESTRUCTURADO HPALMA UBICADA EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ, LOCALIDAD CHAPINERO AÑO 20176	
2. RESUMEN EJECUTIVO	7
3. PLAN DE NEGOCIO	8
3.1. Plan Estratégico	12
3.1.1. <i>Objetivos a largo plazo</i>	12
3.1.2. <i>Misión</i>	13
3.1.3. <i>Visión</i>	13
3.1.4. <i>Valores corporativos</i>	14
3.1.6. <i>Análisis FODA</i>	16
3.2. Plan de Mercadeo	18
3.2.1. <i>Manual de identidad visual</i>	19
3.2.2. <i>Publicidad</i>	26
3.2.3. <i>Promoción</i>	27
3.2.4. <i>Relaciones Públicas</i>	28
3.2.5. <i>Productos y Cantidades</i>	28
3.3. Plan de Producción	30
3.3.1. <i>Localización de la planta u oficina</i>	30
3.3.2. <i>Especificación de los procesos</i>	31
3.3.3. <i>Capacidad de producción</i>	31
3.3.4. <i>Diseño del servicio</i>	32
3.3.5. <i>Administración de promoción de la calidad</i>	33
3.3.6. <i>Administración de inventarios</i>	36
3.3.7. <i>Mantenimiento de instalaciones y equipos</i>	36
3.4. Plan de Gestión de Talento Humano	37
3.4.1. <i>Desarrollo de planes de personal y descripción de cargos</i>	38
3.4.3. <i>Entrevista, evaluación y selección de empleados</i>	41
3.4.4. <i>Capacitación e inducción de empleados con base en los requisitos del puesto</i>	43
3.4.5. <i>Evaluación de competencias y desempeño a empleados</i>	43
3.4.6. <i>Retribución de los empleados</i>	45
3.5. Plan jurídico	47

3.5.1.	<i>Constitución Empresas y Aspectos Legales</i>	47
3.6.	Plan de Finanzas	49
3.6.1.	<i>Recursos Financieros Esperados</i>	49
3.6.2.	<i>Estado de Resultados Proyectado</i>	49
3.6.3.	<i>Punto de Equilibrio</i>	50
3.6.4.	<i>Indicadores Financieros Proyectados</i>	51
3.7.	Impactos.....	53
3.7.1.	<i>Impacto Político</i>	53
3.7.2.	<i>Impacto Económico</i>	53
3.7.3.	<i>Impacto Social</i>	53
3.7.4.	<i>Impacto Tecnológico</i>	54
3.7.5.	<i>Impacto Ecológico</i>	54
3.7.6.	<i>Impacto Legal</i>	54
3.8.	Plan de Informática	55
4.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	58
	Bibliografía.....	59

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Matriz Competitiva	12
Tabla 2 Matriz FODA Análisis del Modelo de Negocio Hpalma.....	17
Tabla 3 Matriz FODA Estrategias.....	18
Tabla 4 Capacidad de Producción.....	32
Tabla 5 Guía Técnica del Servicio	33
Tabla 6 Plan de Financiamiento.....	49
Tabla 7 Estado de Resultados Proyectado.....	50
Tabla 8 Proyección Punto de Equilibrio en Ventas.....	51
Tabla 9 Indicadores Financieros de Rentabilidad Proyectados	51
Tabla 10 Indicadores Financieros de Liquidez Proyectados.....	51
Tabla 11 Indicadores de Endeudamiento Proyectados	52
Tabla 12 Análisis Matriz PESTEL.....	55

ÍNDICE DE GRÁFICAS

No se encuentran elementos de tabla de ilustraciones.

ÍNDICE DE FORMATOS

Formato 1 Plan de Mantenimiento	37
Formato 2 Formato Descripción Cargo.....	39
Formato 3 Formato Entrevista Personal.....	42
Formato 4 Formulario calificar evaluación desempeño	44

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Proceso Prestación Servicio	15
Ilustración 2 Logotipo de la empresa	19
Ilustración 3 Modelo Tarjeta de Presentación	22
Ilustración 4 Modelo hoja membrete	23
Ilustración 5 Modelo carpeta.....	25
Ilustración 6 Modelo carné identificación colaboradores.....	26
Ilustración 7 Diseño página web	27
Ilustración 8 Guía de precios	29
Ilustración 9 Mapa Chicó Norte - Ubicación Oficina.....	30

Ilustración 10 Normatividad Calidad	34
Ilustración 11 Normatividad Calidad - Normas Trabajo en Altura	35
Ilustración 12 Normatividad Empresas Cableado Estructurado	36
Ilustración 13 Gestión de Talento Humano.....	37
Ilustración 14 Proceso de Selección Talento Humano	38
Ilustración 15 Estructura de Hpalma.....	45

1. PLAN DE NEGOCIO PARA LA EMPRESA DE CABLEADO ESTRUCTURADO
HPALMA UBICADA EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ, LOCALIDAD CHAPINERO
AÑO 2017

2. RESUMEN EJECUTIVO

El plan de negocio para la empresa de cableado estructurado y telecomunicaciones Hpalma, tiene como objetivo principal crear estrategias, definir herramientas y desarrollar actividades que le permitan tener sostenibilidad financiera a largo plazo y posicionarse en el mercado como referente de las pequeñas y medianas empresas de cableado estructurado en Bogotá, con clientes altamente satisfechos y fortalecida tanto en su imagen como financieramente, a través del incremento paulatino de sus ventas. Con este plan de negocio se pretende llegar a las empresas ubicadas en la localidad de Chapinero de Bogotá, especialmente, a las microempresas y PYMES, sin descartar que se puedan realizar relaciones comerciales con grandes empresas, así como en otros sectores de la ciudad e incluso a nivel nacional.

El proyecto consistió en estudiar cada una de las variables que componen un plan de negocios, a fin de maximizar sus componentes, para cumplir con los objetivos organizacionales.

Aunque la economía actual se encuentra en un proceso de desaceleración, también existe un esfuerzo que viene desde el Gobierno Nacional, para lograr que las telecomunicaciones sean la base que sustenten los negocios y se han invertido recursos importantes para lograr dicho fin.

Adicional, es claro que en Bogotá existen muchas empresas de cableado estructurado, similares a Hpalma, que ofrecen los mismos servicios, sin embargo, una ventaja frente a los otros competidores del mercado es que, más allá de ofrecer un buen servicio de calidad, existe un compromiso con la responsabilidad que se adquiere con el cliente, de velar por la optimización de sus recursos y lograr el mejor proyecto y diseño posible para su infraestructura, que contribuya con la competitividad y logro de resultados de la organización.

La formulación del plan de negocios en toda su extensión es garantía para poner en marcha la empresa, que le permitirá a los clientes tener las herramientas necesarias para

seleccionar a la empresa Hpalma como el proveedor de cableado estructurado y telecomunicaciones de su entera confianza.

Finalmente, las conclusiones que se obtuvieron de este plan de negocios señalan que Hpalma está en las condiciones de salir al mercado de forma eficiente y está en la capacidad de brindar soluciones de cableado estructurado y telecomunicaciones a empresas de cualquier sector de la economía, donde dispondrá de todo el conocimiento y experiencia de su equipo de trabajo en el desarrollo de soluciones adecuadas para todos los mercados objetivos, teniendo en cuenta que el compromiso con el cliente es brindar un servicio técnico confiable y eficiente, diseñando e instalando redes eléctricas y de voz y datos.

3. PLAN DE NEGOCIO

De acuerdo con cifras de la Cámara de Comercio de Bogotá, en adelante CCB, la capital es la más importante economía del país por tener la mayor participación en la producción con un 24.7%, siendo la que más contribuye al PIB nacional. Además, al finalizar el año 2014 contaba con más 324 mil empresas, de las cuales las que pertenecen al sector servicios representaban un 61% del PIB de la ciudad y las actividades empresariales llegaron al 5,5%, por lo que se puede concluir que Bogotá es el motor que mueve la economía del país y en lo que se refiere al área empresarial, existe un amplio mercado que va en crecimiento y que para nuestro trabajo de plan de negocio se muestra ideal. (Bogotá, s.f.)

Adicional, la CCB asegura que “en 2014 en Bogotá se crearon y matricularon 74.412 nuevas empresas, 19% más que en el 2013, año en el que se crearon 62.777 empresas” (24, 2014). Según el Observatorio de la Región Bogotá-Cundinamarca de esta misma entidad, Bogotá es el centro financiero de Colombia, donde se concentran la mayor cantidad de empresas de servicios, entre ellas, la de las telecomunicaciones, lo que la convierte en una ciudad dinámica en términos empresariales y con un potencial mercado en constante crecimiento, atractiva para crear empresa y realizar inversiones.

De acuerdo con la Revista Dinero en su artículo (“Bogotá está en auge de crecimiento empresarial”, s/f) de junio de 2016 se indica lo siguiente:

Es importante tener en cuenta que el 22% del crecimiento del sector en Bogotá, se debe tener como punto de referencia a la hora de realizar una proyección de negocio, más aún, cuando las estadísticas muestran que el 87% de las empresas registradas y renovadas son microempresas (350.265), el 9% pequeñas empresas (38.151), el 3% medianas (10.533) y el 1% grandes empresas (3.597) (Revista Dinero, 2016). Esta información es relevante, teniendo en cuenta que representa en un alto porcentaje el público objetivo de Hpalma.

“El 90% de las unidades productivas en Bogotá son microempresas con 593.028. Las localidades con el mayor número de empresas son Suba (10%), Kennedy (9%), Engativá (9%), Usaquén (8%) y Chapinero (8%)” (Revista Dinero, 2016).

Teniendo en cuenta los datos mencionados y sabiendo que la localidad de Chapinero concentra 23.581 empresas, de acuerdo con la Ficha Básica de la Localidad de Chapinero, elaborada por la Secretaría Distrital Cultura, Recreación y Deporte y que de estas el 69% son microempresas, que están en permanente cambio en cuanto a la necesidad de implementar sistemas de comunicación o actualizar los existentes, es necesario concluir que existe un mercado potencial, con un público específico, que vale la pena ser explorado. (Lozano, 2008)

En efecto, la situación actual del mercado, la globalización, la competitividad y la productividad obligarán a las micro, pequeñas y medianas empresas a implementar o mejorar su infraestructura de comunicaciones, por tanto, las oportunidades en este sector presentan tendencias positivas para el establecimiento de una nueva empresa.

(“Acerca del MinTIC - Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones”, s/f), se establece lo siguiente:

El Plan Nacional de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones 2008-2019, establece “todos los colombianos se informen y se comuniquen haciendo uso eficiente y productivo de las TIC, para mejorar la inclusión social y aumentar la competitividad” (Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, 2008).

En relación con esto último, se puede observar que se ha generado un desarrollo significativo en las telecomunicaciones y de las nuevas tecnologías, que permiten un aumento en las relaciones comerciales que se tienen previstas, dado que el cableado es un sistema de comunicación que puede ser instalado o modificado sin la necesidad de realizar más tendido de cables y que es un activo indispensable para la competitividad y buen funcionamiento de todas las empresas que esperen ganar un lugar en el mercado.

Dadas las condiciones que anteceden, sino se aprovecha la exigencia del mercado, se estaría perdiendo una oportunidad de negocio, puesto que las empresas objetivo tienen necesidades actuales y futuras que permitirán ofrecer proyectos a la medida que contribuyan con su competitividad y productividad.

Ante todo se debe definir qué es un cableado estructurado y cuáles son los beneficios que aporta al buen desempeño de una organización. Para ello, se va a tomar la definición presentada en la página web tecnología para PYMES.

Se puede decir que por cableado estructurado se entiende al sistema de cableado común, ya se trate de pares trenzados de cobre, cables coaxiales o fibra óptica, capaz de integrar tanto los servicios de voz, datos y vídeo, como sistemas de control y automatización de un edificio, de forma estandarizada. (Vela, 2015)

El sistema de cableado estructurado tiene una vida útil mucho más larga que la de los equipos activos que se utilizan, lo que permite que se actualice con facilidad sin realizar grandes cambios en su estructura básica. Asimismo, permite readecuarse, modificarse y reutilizarse, manteniendo la seguridad de los datos.

Gracias a los estándares que rigen el cableado estructurado para telecomunicaciones, se pueden definir los subsistemas o elementos que los componen:

Área de trabajo: donde los usuarios interactúan con los dispositivos de telecomunicaciones.

Cableado horizontal: conecta el punto de interconexión horizontal a la boca de pared del área de trabajo.

Cuarto de telecomunicaciones: es donde se termina el cableado horizontal.

Cableado de Backbone: son las interconexiones que se realizan entre edificios y entre las diferentes plantas de un edificio.

Cuarto de equipos: se instalan los equipos de telecomunicaciones, los distribuidores de interconexiones, el hardware de conexionado, las cajas de empalme y los dispositivos de protección y puesta a tierra.

Entrada de facilidades: allí están todos los equipos y cables necesarios para conectar los servicios de terceros al cableado de telecomunicaciones.

Beneficios

Uno de los principales beneficios del cableado estructurado es la eficacia y funcionalidad simple, en cuanto al movimiento de los usuarios, conservando la configuración de sus W.A. (área de trabajo). Además, permite uniformidad en todos los W.A., entregando las mismas conexiones físicas a la misma velocidad.

El mantenimiento del cableado estructurado se hace fácil para los especialistas, gracias a su sencilla estructura, porque se pueden realizar movimientos de señales externas de manera más práctica y flexible. El cableado estructurado brinda seguridad al usuario tanto como a la información y proporciona capacidad de crecimiento en el momento que se requiera sin necesidad de realizar nuevamente grandes montajes.

Los estándares por los cuales se rige el sistema garantizan montajes y duraderos, lo que conlleva a que la garantía del diseño, desempeño y materiales pueda darse a largo plazo, incluso a 10 años aproximadamente.

El proyecto y la empresa misma, ofrecerán soluciones integrales en cableado estructurado, redes eléctricas comerciales y telecomunicaciones, con productos y servicios de excelente calidad, que van en concordancia con las necesidades de la empresa, por lo que se diseñarán proyectos funcionales y a la medida, que permitan optimizar los recursos, como un aporte al cumplimiento de los objetivos comerciales y administrativos de la organización.

Se realizarán las instalaciones y adecuaciones de cableado estructurado, con Cable UTP, y otras tecnologías de conexión como son la fibra óptica, y servicios voz, datos, video, internet y alarmas, entre otros.

También existirá la capacidad técnica y humana para realizar revisiones, auditorías y mantenimientos a redes actuales, ofreciendo soluciones para optimizar los sistemas y recursos funcionales con los que cuenta la empresa.

Hpalma se adaptará a los presupuestos y requerimientos de los clientes, porque el objetivo más importante es la satisfacción total de los usuarios y para ello contará con un equipo humano calificado con experiencia y conocimiento, capaces de identificar las necesidades de la organización, soportados en la confianza, honestidad y responsabilidad que caracterizarán a la empresa Hpalma.

Los proyectos cumplirán con las normas establecidas para el cableado estructurado por organismos internacionales: ISO/IEC, ANSI/EIA/TIA, RETIE y la experiencia sumada de directivos y técnicos estará orientada a lograr una administración óptima de los recursos de la empresa.

Mediante la matriz de perfil competitivo, se analizaron dos competidores del sector con características similares a las de Hpalma. Los factores de éxito que se tuvieron en cuenta son servicio, calidad de los productos, competitividad en precios, servicio posventa y soporte.

Como se muestra en la tabla adjunta, a cada factor de éxito se le dio un peso relativo, siendo el de mayor importancia la competitividad en precios, seguida de la calidad de productos y el servicio. Para Hpalma calidad y competitividad en precios deben ser una de las ventajas competitivas a las cuales debe apuntar y hacen parte de la planeación estratégica. Estos factores determinarán en gran medida la adquisición del producto por parte de los clientes y harán que Hpalma se vaya posicionando en el mercado.

Tabla 1 Matriz Competitiva

		Compañía		Competidor 1		Competidor 1	
		Grupo HPalma		Computel		Datax	
Resultado total		3,55		1,95		2,15	
Factores de Éxito	Valor (Peso)	Calificación	Peso Ponderado	Calificación	Peso Ponderado	Calificación	Peso Ponderado
Servicio	0,2	3	0,6	2	0,4	2	0,4
Calidad de los productos	0,25	4	1	3	0,75	2	0,5
Competitividad en precios	0,3	4	1,2	1	0,3	3	0,9
Servicio Postventa	0,1	3	0,3	2	0,2	2	0,2
Soporte	0,15	3	0,45	2	0,3	1	0,15

Fuente: elaboración propia

3.1. Plan Estratégico

3.1.1. Objetivos a largo plazo

Situar a Hpalma durante los próximos 5 años en el sector de cableado estructurado y telecomunicaciones, como una empresa comprometida con un servicio de calidad y satisfacción de los clientes actuales y futuros.

Obtener y maximizar utilidades, mediante acciones que conlleven a disminuir costos y gastos, sin sacrificar la calidad del servicio, con el objetivo de crecer y permanecer en el mercado.

Brindar a los clientes servicios con alta calidad, para satisfacer las necesidades, ofreciendo proyectos a la medida, que permitan contribuir con el logro de los objetivos organizacionales.

Contribuir con el desarrollo profesional y personal del equipo de trabajo, buscando siempre su bienestar y seguridad, entendido como el valor motivador de su proyecto de vida y el de su familia.

3.1.2. Misión

La razón de ser de todas las empresas es la misión, es por ello que la de Hpalma integra todos los elementos necesarios que servirán de guía para el correcto direccionamiento de la organización y darán sustento sólido sobre las decisiones que se tomen, alineadas con su plan estratégico. De esta forma, la misión de Hpalma es la que a continuación se presenta:

Somos una empresa colombiana dedicada a garantizar soluciones integrales de cableado estructurado y telecomunicaciones, desarrolladas con la última tecnología, altos estándares de calidad y cumplimiento de las normas, comprometidos con el medio ambiente y la responsabilidad social empresarial y apoyados con un equipo humano calificado con experiencia y conocimiento para garantizar la satisfacción de pequeñas y medianas empresas, el fortalecimiento financiero de la organización y la mejora continua de la misma.

3.1.3. Visión

En 10 años la empresa Hpalma se convertirá en el líder de medianas empresas de cableado estructurado en Bogotá, teniendo como base los principios de calidad y servicio para la satisfacción de nuestros clientes.

3.1.4. Valores corporativos

Seguridad: uno de los valores más importantes para la organización es la seguridad, entendida como el bienestar, la salud y la vida feliz. Hace parte del ser consciente de la seguridad personal en sus diferentes dimensiones: física, psicológica, material y espiritual, así como la seguridad de los demás, en el hogar y en el trabajo, y del ser consecuente que está de por medio la seguridad familiar y el respeto por la vida.

Responsabilidad: Hpalma trabaja en pro del cumplimiento de sus obligaciones y de sus compromisos con el cliente.

Respeto: escuchamos, valoramos y entendemos el punto de vista de nuestros socios, compañeros, clientes y demás, procurando mantener relaciones de armonía y buen trato.

Trabajo en Equipo: nuestro capital humano es el mejor recurso con el que contamos y somos conscientes de su valioso apoyo, con lo cual se contribuye a alcanzar los objetivos organizacionales.

Innovación: nuestro compromiso es la búsqueda permanente de crear nuevas opciones e innovaciones en los servicios que ofrecemos.

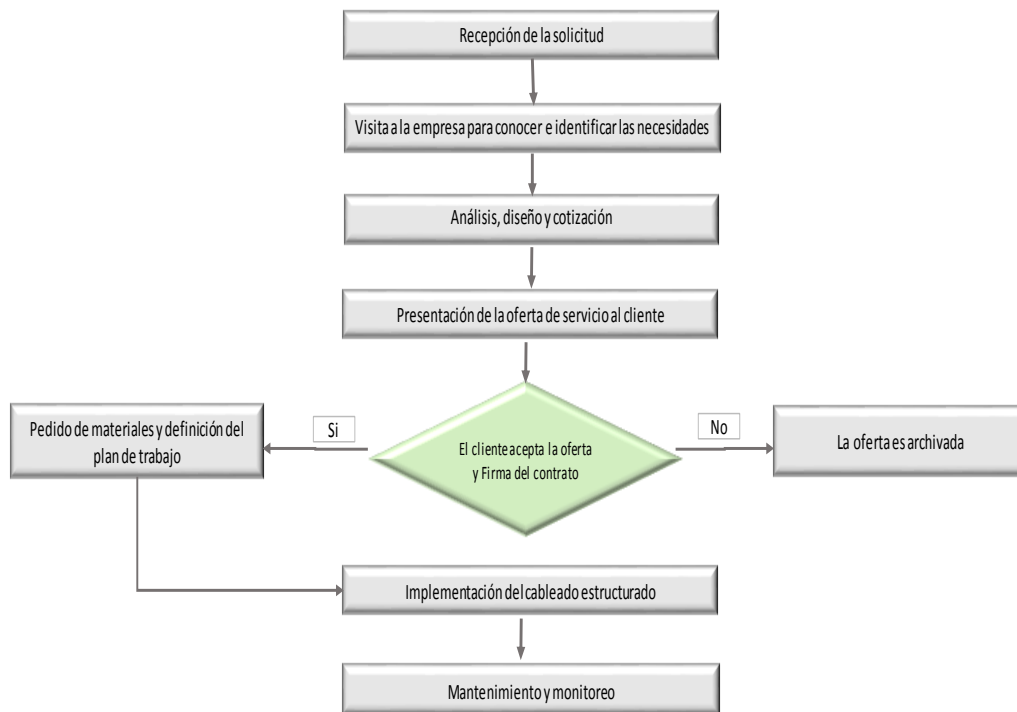
3.1.5. Identificación del Servicio

El cableado estructurado es un servicio que se presta de acuerdo con las necesidades de los clientes, por ello se hace necesario realizar un análisis previo en conjunto con ese cliente, para luego realizar el diseño de cableado que más le convenga a la empresa y que le permita funcionar de forma eficiente, lo cual se presentará mediante una propuesta, la cual está conformada por el diseño del cableado, materiales a utilizar y oferta económica.

De tal forma, que se hace necesario hacer una breve explicación de los componentes del servicios del cableado estructurado. Los estándares internacionales para el cableado estructurado y las telecomunicaciones han dividido la infraestructura en siete subsistemas:

- a. Área de trabajo
- b. Cableado horizontal
- c. Cuarto de telecomunicaciones
- d. Cableado de backbone
- e. Cuarto de equipos
- f. Entrada de facilidades
- g.

Ilustración 1 Proceso Prestación Servicio



Fuente: elaboración propia

El proceso de servicio al cliente se hace bajo las siguientes etapas:

- a. El cliente se contacta para solicitar los servicios.
- b. Se concreta una cita para conocer la necesidad y se hace la visita técnica a la empresa para identificar la situación actual, el funcionamiento y desempeño.

- c. Se realiza todo el análisis con la información levantada y con la necesidad del cliente, se realiza el diseño del proyecto teniendo en cuenta las restricciones que se puedan presentar.
- d. Se identifica los materiales y cantidades requeridos para la instalación de la red de cableado estructurado, la mano de obra y los equipos requeridos para el trabajo, se determina costos y se realiza cronograma de ejecución.
- e. Se presenta la oferta de servicio al cliente, explicándole claramente el alcance, el costo y el tiempo para el montaje de la red.
- f. Se hace implementación de la red bajo los estándares de calidad y los requerimientos normativos para este tipo de trabajos.
- g. Se hace la entrega de la red y durante un mes se hará monitoreo del funcionamiento.

3.1.6. Análisis FODA

A continuación se relacionan las conclusiones principales que se encontraron una vez realizado el análisis interno y externo realizado al sector de las empresas dedicadas a la implementación de redes de cableado estructurado, empresas a pesar de la apertura y competitividad, permanecen activas y con enorme potencial de crecimiento.

Las oportunidades en este sector presentan tendencias positivas y permite que nazcan nuevas empresas en el mercado.

Tabla 2 Matriz FODA Análisis del Modelo de Negocio Hpalma

MATRIZ FODA				
Análisis del Modelo de Negocio Grupo HPalma				
NÚMERO	ANÁLISIS INTERNO		ANÁLISIS EXTERNO	
	FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
1	Las empresas ofrecen proyectos diseñados a la medida de las necesidades del cliente	Baja calidad en los materiales utilizados por muchas empresas de cableado.	Existe un mercado potencial amplio.	Fluctuación de moneda extranjera impacta el precio de los materiales requeridos para la implementación del cableado estructurado.
2	Recurso humano altamente calificado y certificado de acuerdo con las normas vigentes	No hay estandar de precios en el mercado.	Incremento de la inversión extranjera	Nueva reforma tributaria, incremento de impuestos
3	Manejo de tecnología de vanguardia	Competencia desleal en lo que se refiere a precios y calidad en los materiales	Cambios de tecnologías en los equipos de comunicación	Los equipos usados para el cableado estructurado se vuelven obsoletos rápidamente.
4	Existen varios proveedores de materiales de cableado estructurado	La demanda del cableado se hace de acuerdo con la necesidad que surja.	Tendencia de las empresas a invertir en comunicaciones para mantenerse competitivas.	Los proveedores no tienen estándar de precios y dependen de la oferta del momento.
5	Variedad de materiales y precios de los mismos para que el cliente tenga diferentes opciones.	Existen en el mercado gran cantidad de empresas de cableado estructurado.	Obligación de cumplimiento de las normas técnicas del cableado estructurado y eléctrico.	Entrada en el mercado de redes inalámbricas de Wi Fi

Fuente: elaboración propia

Establecidas las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades se diseñan algunas estrategias para que Hpalma las implemente y el modelo de negocio tenga éxito en el mercado.

De acuerdo con la matriz FODA y las estrategias que resultaron de ella, existen varios factores determinantes y que se deben tener en cuenta para que el Plan de Negocio planteado arroje los resultados en términos de sostenibilidad económica y que alcance los objetivos propuestos. Dentro de dichos factores se pueden evidenciar: relación con los proveedores, conocimiento a fondo del mercado y del sector, análisis de los clientes actuales y potenciales, mejora continua tanto de los procesos como del servicio mismo y capacitación en nuevas tecnologías.

Si se logra una buena coherencia con estos factores seguro se logrará desarrollar con éxito este plan de negocio.

Tabla 3 Matriz FODA Estrategias

Estrategias del Modelo de Negocio Grupo HPalma			
No.		FORTALEZAS	DEBILIDADES
1		Las empresas ofrecen proyectos diseñados a la medida de las necesidades del cliente	Baja calidad en los materiales utilizados por muchas empresas de cableado.
2		Recurso humano altamente calificado y certificado de acuerdo con las normas vigentes	No hay estandar de precios en el mercado.
3		Manejo de tecnología de vanguardia	Competencia desleal en lo que se refiere a precios y calidad en los materiales
4		Existen varios proveedores de materiales de cableado estructurado	La demanda del cableado se hace de acuerdo con la necesidad que surja.
5		Variedad de materiales y precios de los mismos para que el cliente tenga diferentes opciones.	Existen en el mercado gran cantidad de empresas de cableado estructurado.
No.	OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
1	Existe un mercado potencial amplio.	Ofrecer proyectos de infraestructura tecnológica que incluya, automatización, seguridad, comunicaciones.	No esperar a que la empresa tenga una necesidad, sino creársela, teniendo en cuenta las inversiones que deben hacer en comunicaciones para ser competitivas.
2	Incremento de la inversión extranjera	Del mercado, seleccionar las empresas que tengan necesidades de cableado, y ofrecer proyectos que suplan esas necesidades, teniendo en cuenta diseño y precios.	Determinar con claridad cuál es el mercado objetivo para llegar directamente a él, lo cual también reducirá la competencia.
3	Cambios de tecnologías en los equipos de comunicación	Fidelizar clientes e identificar clientes potenciales	Utilizar materiales que cumplan con las normas técnicas establecidas
4	Tendencia de las empresas a invertir en comunicaciones para mantenerse competitivas.		
5	Obligación de cumplimiento de las normas técnicas del cableado estructurado y eléctrico.		
No.	AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
1	Fluctuación de moneda extranjera impacta el precio de los materiales requeridos para la implementación del cableado estructurado.	Lograr llegar a un acuerdo con los proveedores para que sostegan los precios durante determinado periodo.	Llegar a un acuerdo de precios que regule el mercado, a fin de que la fluctuación del dólar no incida bruscamente en el costo de un proyecto.
2	Nueva reforma tributaria, incremento de impuestos	Ofrecer proyectos que incluyan redes inalámbricas, teniendo en cuenta la necesidad del cliente.	Negociar con los proveedores para mantener un estándar de precios, de tal manera que las empresas de cableado también ofrezcan precios similares en el mercado.
3	Los equipos usados para el cableado estructurado se vuelven obsoletos rápidamente.	Estar a la vanguardia en los equipos tecnológicos y en la tendencia del mercado	Aprovechar las sinergias derivadas de acuerdos estratégicos
4	Los proveedores no tienen estándar de precios y dependen de la oferta del momento.		
5	Entrada en el mercado de redes inalámbricas de Wi Fi		

Fuente: elaboración propia

3.2. Plan de Mercadeo

Los servicios de instalación y adecuación de cableado estructurado estarán dirigidos inicialmente a PYMES ubicadas en Bogotá en la localidad Chapinero, mediante un

relacionamiento directo con los clientes potenciales, ofreciendo proyectos a la medida, de acuerdo con la necesidad de los clientes en lo que se refiere a la instalación de redes de comunicación (datos, voz, teléfono), y realizando una estrategia diseñada especialmente para fortalecer las redes sociales.

El objetivo principal del plan de mercadeo es posicionar a Hpalma dentro de las empresas medianas y pequeñas empresas que ofrecen el servicio de cableado estructurado, y más importante aún, dentro del mercado objetivo que se ha establecido, logrando su fácil recordación, asociado con la responsabilidad, cumplimiento y calidad.

El nombre Hpalma nace gracias al nombre del Gerente General y fundador de la compañía, Humberto Palma García, quien lleva en el mercado del cableado estructurado 18 años de trabajo y es reconocido ampliamente en este medio.

3.2.1. Manual de identidad visual

Logo básico

La versión básica del logo es el logotipo e isotipo con el que será reconocida la empresa. Todas las versiones presentadas se basan exclusivamente en la forma correcta.

Ilustración 2 Logotipo de la empresa



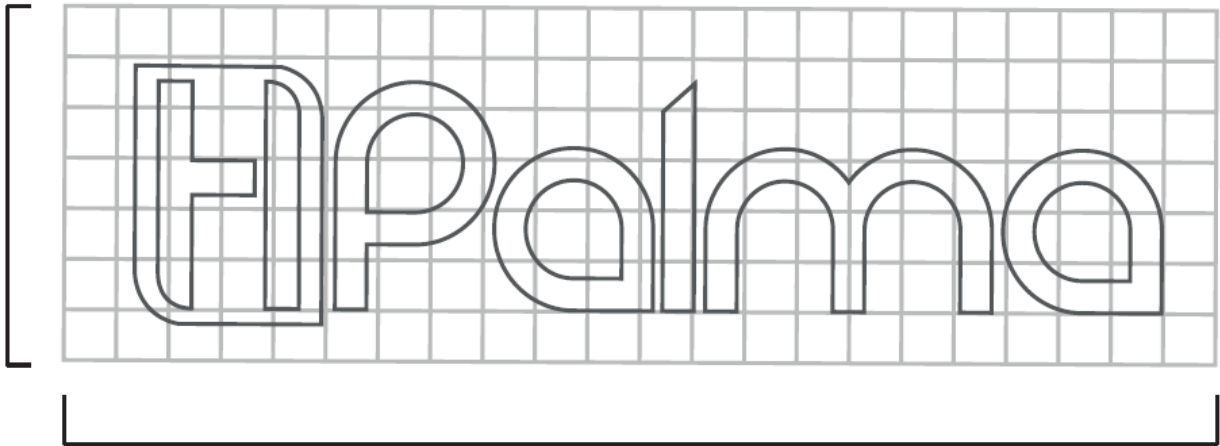
a. Definición y construcción

La marca identifica a la entidad, usarla apropiadamente en los diferentes elementos de comunicación es esencial.

La marca está compuesta por el símbolo y el logotipo, forma verbal del nombre. Representa solidez y altos resultados. El nombre connota fortaleza, unión, seguridad, agilidad y fácil legibilidad.

b. Plano técnico

Tiene por objeto establecer las proporciones del logotipo, sirve para constatar las distorsiones a partir de la réplica o reproducción.



c. Zona de protección

Establecer una zona de protección ayuda a evitar la contaminación visual del logo y ayuda a su legibilidad.

La zona de protección hace referencia a los espacios mínimo, los cuales se deben conservar cuando la imagen va acompañada de texto e imágenes.



d. Colores corporativos

El color corporativo quedó básicamente establecido por un color, el cual tiene connotaciones de modernidad, energía, renovación y crecimiento.

La aplicación de este color debe mantenerse sin variaciones, no admitiendo variaciones.

Impresión Offset y digital

Cuatricomía

Cyan 25%

Magenta 0%

Yellow 91%

Black 0%

Aplicación WEB

RGB

Red 211%

Green 216%

Blue 36%

Color WEB No. D3D824

e. Tipografía corporativa

Parte de la fuente “Rezland Logotype”. Se deben utilizar las versiones vectorizadas del logotipo.

f. Tipografía complementaria

Será la “Myriad Pro”. Se aplicará para datos secundarios, por lo que cuenta con trazos firmes que la hacen legible.

g. Papelería corporativa

Muestra la aplicación de la marca en la papelería usada por la organización, junto con el diseño gráfico y las diferentes medidas que orienten el mismo.

Tarjeta de presentación

Ilustración 3 Modelo Tarjeta de Presentación



Características de Impresión

Tamaño: 90 x 50 mm
 Impresión: 2 Caras
 Acabados: UV
 Adicionales: Troquel
 Tipografía: Myriad Pro

Hoja membrete

Ilustración 4 Modelo hoja membrete



Plantilla para cotización



Carpeta con bolsillo

Ilustración 5 Modelo carpeta



Carné

Ilustración 6 Modelo carné identificación colaboradores



3.2.2. Publicidad

Dentro del plan de publicidad lo que se persigue es persuadir al público objetivo para que contrate los servicios de Hpalma y para ello la primera herramienta que se utilizará será la página WEB, soportada con herramientas tecnológicas, que le permitirán al usuario acercarse a la empresa y crear un vínculo, que redunde en penetración y recordación.

Ilustración 7 Diseño página web



Elaborar un boletín informativo con noticias del sector para enviarlo mensualmente a la base de datos y vínculo que lleve a la página web de la empresa.

De igual forma, es importante hacer una base de datos con clientes potenciales, a través de telemarketing y email marketing.

Paso siguiente, enviar a esa base de datos el portafolio de servicios de Hpalma.

Diseñar Portafolio de Servicios impreso y digital.

Material P.O.P.

Elementos promocionales.

Participación en la feria Bicsi, la más importante del sector, y otras ferias especializadas y afines.

Visitas personalizadas a las empresas para entregar el portafolio impreso y material publicitario.

3.2.3. Promoción

Ofrecer a los clientes un porcentaje de descuento por pronto pago.

Para clientes grandes se podrá dar la facilidad de pago a 60 días, dependiendo de qué tan grande es el trabajo contratado.

Para clientes pequeños ofrecer el pago de 50% anticipo y 50% a 30 días.

Elaborar base de datos de proveedores con materiales y precios y de esta forma convenir formas de pago que permitan el flujo de caja de la empresa.

Efecto bola de nieve. Un cliente satisfecho envía otro cliente y así sucesivamente.

Fidelizar el cliente actual con calidad en el servicio y soporte de los servicios ofrecidos.

3.2.4. Relaciones Públicas

Las relaciones públicas de Hpalma se realizarán mediante correo y contacto directo y con gran fuerza en redes sociales. Hpalma hará presencia activa mediante su cuenta de Twitter y facebook, tendrá una página en LinkedIn, youtube y Foursquare. Estas serán utilizadas como herramientas de canal de marketing, promoción y fidelización. La idea no es sólo presentar el portafolio de productos, sino brindar información relevante del sector y que se convierta en punto de referencia de las noticias que se generen de este ramo.



3.2.5. Productos y Cantidades

El servicio de cableado estructurado es el que servicio bandera que se le ofrecerá a los clientes potenciales, aunque los otros servicios ofertados son complementarios y generalmente son solicitados por el futuro cliente.

Asimismo, es importante realizar un análisis tanto del cliente como del proyecto para establecer las necesidades y poder brindar las soluciones a la medida.

Los servicios deben garantizar la satisfacción total de los clientes, esto incluye ofrecer servicios con garantía, calidad de los mismos y variedad.

Cada uno de los servicios ofrecidos cuenta con su propia política de precios.

Primero se establece un precio de referencia que se obtiene de la suma de los costos directos: materiales y mano de obra, más los imprevistos más la utilidad esperada del servicio. Cuando se tiene este precio se realiza un análisis con el precio del mercado y se determina el precio final.

Se debe tener en cuenta que no existen precios estándar, pues depende del requerimiento de cada cliente, no existe una lista de precios específica por cada servicio, sin embargo existe una guía para determinar el precio final.

El precio varía teniendo en cuenta el diseño, la cantidad de puntos, la distancia de los mismos, el área donde se va a trabajar.

Buscar descuentos con los proveedores, así crédito a 60 días sin incrementar los precios para poder tener precios competitivos.

Ilustración 8 Guía de precios

Servicio	Mano de obra	Materiales	Ganancia	Impuestos
Cableado Estructurado	30%	48%	15%	7%
Configuración de redes	47%		46%	7%
Montaje de UPS	30%	30%	33%	7%
Sistemas de alumbrado	25%	45%	23%	7%
Sistema biométrico	25%	28%	40%	7%

Fuente: elaboración propia

3.3. Plan de Producción

3.3.1. Localización de la planta u oficina

La oficina de Hpalma quedará ubicada en el barrio Chicó de la localidad de Chapinero en Bogotá, teniendo en cuenta que en esta localidad se acentúa el centro financiero de Bogotá, además de conglomerar el 10.8% de las empresas de la ciudad, de las cuales 71% son microempresas, el 21% pequeñas, el 6% medianas y el 2% grandes empresas, que son el público objetivo de la empresa. Adicional, en el sector también se ubican compañías de cableado estructurado. (Lozano, 2008)

Ilustración 9 Mapa Chicó Norte - Ubicación Oficina



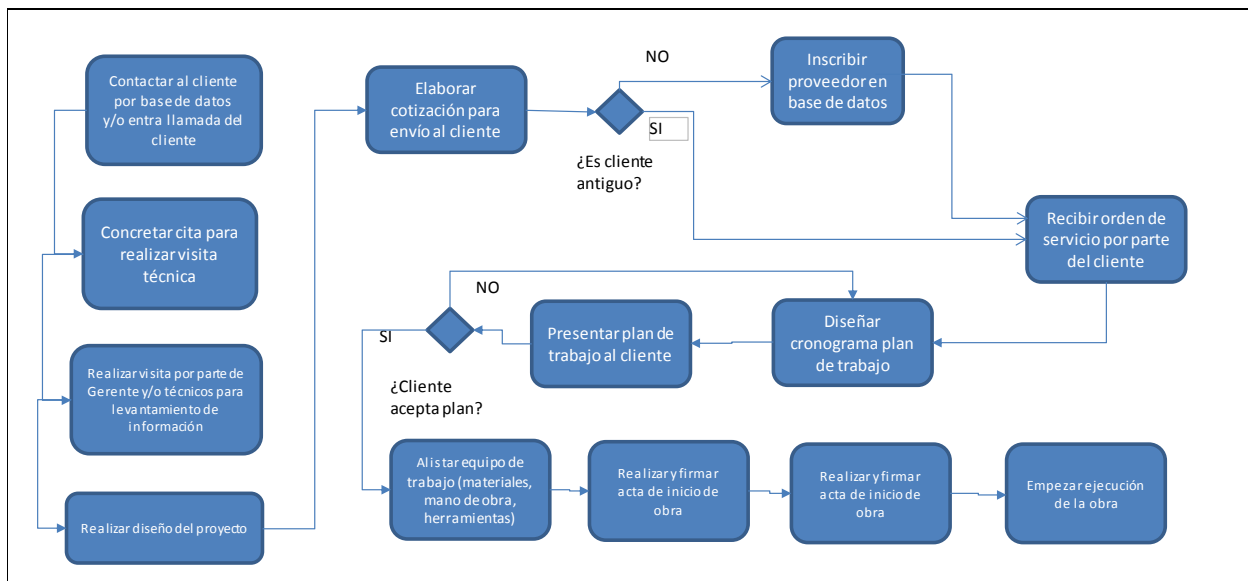
Fuente: Google Maps

3.3.2. Especificación de los procesos

Los procesos de Hpalma estarán diseñados como flujogramas de acuerdo con la ilustración que se presenta a continuación, y cada proceso tendrá su propio flujograma siguiendo la metodología y cumpliendo las normas de calidad correspondientes.

En el proceso diagramado se muestra en términos generales, la entrada del cliente, el diseño del servicio y la oferta, hasta la ejecución de la obra.

Ilustración 3 Diagrama de proceso prestación servicio



Fuente: elaboración propia

3.3.3. Capacidad de producción

Se estima que Hpalma que un mes, como mínimo, debe realizar 30 instalaciones sencillas de cableado estructurado, 2 servicios de configuración de redes, 2 montajes de UPS, 2 sistemas de alumbrado y 2 sistemas biométricos, lo que le generaría unas ventas brutas iniciales durante el primer mes de servicio de \$23.900.000, como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 4 Capacidad de Producción

Servicio	Cantidad x mes	Valor Unitario	Total
Cableado estructurado	30	\$ 300.000,00	\$ 9.000.000,00
Configuración redes	2	\$ 850.000,00	\$ 1.700.000,00
Montaje de UPS	2	\$ 1.500.000,00	\$ 3.000.000,00
Sistema de Alumbrado	2	\$ 3.500.000,00	\$ 7.000.000,00
Sistema Biométrico	2	\$ 1.600.000,00	\$ 3.200.000,00
Total		\$ 7.750.000,00	\$ 23.900.000,00

Fuente: elaboración propia de acuerdo a proyecciones realizadas

3.3.4. Diseño del servicio

El diseño del servicio estará focalizado en la identificación de necesidades y requerimientos de cada cliente, teniendo en cuenta la normatividad vigente. Para lo cual se tiene una ficha técnica, que será la carta de navegación en el diseño, instalación y puesta en marcha del sistema de cableado estructurado, teniendo en cuenta que de esa normatividad detalla claramente el proceso que se debe seguir.

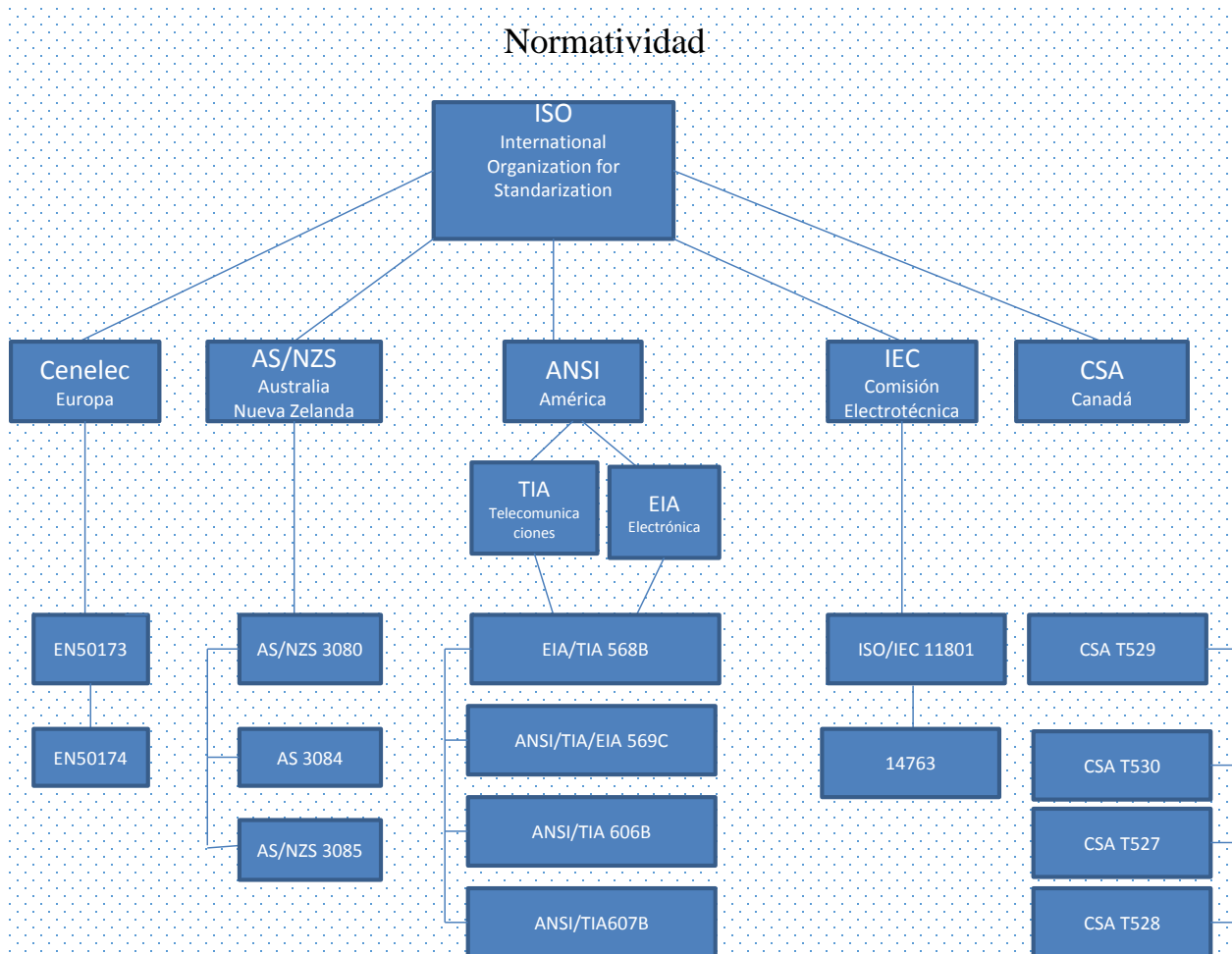
Tabla 5 Guía Técnica del Servicio

Elemento	Descripción
ISO/IEC 11801:2002	Estándar para el cableado genérico para área de clientes
ISO 24764	Cableado genérico para Data Centres
EIA/TIA 568-B	Estándar para el cableado de telecomunicaciones de edificios comerciales
ANSI/TIA/EIA 569C	Estándar sobre espacios y canalizaciones de telecomunicaciones para edificios comerciales
ANSI/TIA 942-A	Norma de infraestructura de telecomunicaciones para Data Centres
ANSI/TIA 606-B	Estándar sobre administración para la infraestructura de telecomunicaciones de edificios comerciales
ANSI/EIA/TIA 568B.3	Estándar para el cableado de fibra óptica y adendas
ISO 14763-2	Implementación y operación del cableado de las instalaciones del cliente – Parte 2: planificación e instalación
ANSI/TIA 607-B	Requerimientos de aterramiento y anclaje en edificios comerciales para la industria de telecomunicaciones
ISO/IEC 30129	Redes de enlace de telecomunicaciones para edificios y otras estructuras
ANSI/BICSI 002-2014	Óptimas prácticas de diseño implementación del centro de datos
IEEE 1100-2005	Práctica recomendada para la alimentación y puesta a tierra de equipos electrónicos
Norma NTC2050	Código Eléctrico Colombiano
Norma NTC6064	Cableado genérico para las instalaciones de clientes
RETIE	Reglamento técnico de instalaciones eléctricas

Fuente: Adaptado de (“Microsoft PowerPoint - Cableado de un Centro de Datos v.22x.ppt - Diseño y Cableado de un Centro de Datos (TIA-942).pdf”, s/f)

3.3.5. Administración de promoción de la calidad

Ilustración 10 Normatividad Calidad



Fuente: elaboración propia

Ilustración 11 Normatividad Calidad - Normas Trabajo en Altura

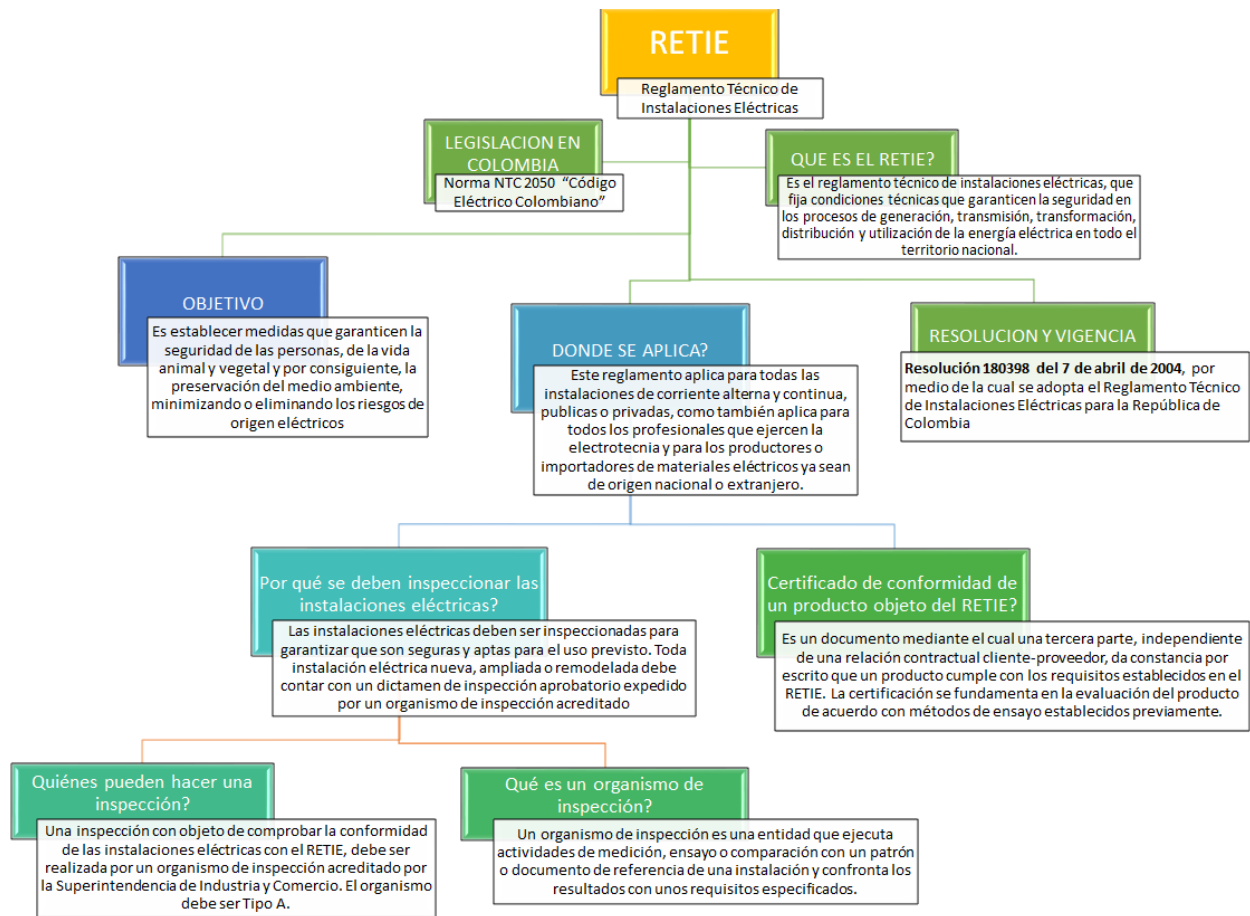
Resolución 1409 de 2012

Por la cual se establece el reglamento de seguridad para protección contra caídas en trabajos en alturas

1. Objeto, campo de aplicación y definiciones
2. Obligaciones y requerimientos
3. Obligaciones del empleador
4. Obligaciones de los trabajadores
5. Obligaciones de las ARL
6. Programa de prevención y protección contra caídas en alturas
7. Contenido del programa de prevención y protección
8. Medidas de prevención contra caídas en alturas
9. Permiso de trabajo en alturas
10. Sistemas de acceso para trabajo en alturas
11. Medidas de protección contra caídas en alturas
12. Elementos de protección personal para trabajo en alturas
13. Plan de emergencias
14. Disposiciones finales

Fuente: Ministerio de Trabajo (Comunicaciones, s/f)

Ilustración 12 Normatividad Empresas Cableado Estructurado



Fuente: Blog Miguel Carvajal (Carvajal, s.f.)

3.3.6. Administración de inventarios

HPalma no maneja inventarios, pues los pedidos se hacen directamente a los proveedores, de acuerdo con el trabajo contratado.

3.3.7. Mantenimiento de instalaciones y equipos

En este punto se realizará de forma anual y con presupuesto propio un plan de mantenimiento de instalaciones, equipos y herramientas, el cual deberá convertirse en una bitácora con la recopilación y documentación de datos, fallas y soluciones. Esto con el fin de optimizar las labores y reducir los costos por daños.

El formato que deberá utilizar para tal fin es el siguiente:

Formato 1 Plan de Mantenimiento

Plan de mantenimiento de instalaciones y equipos

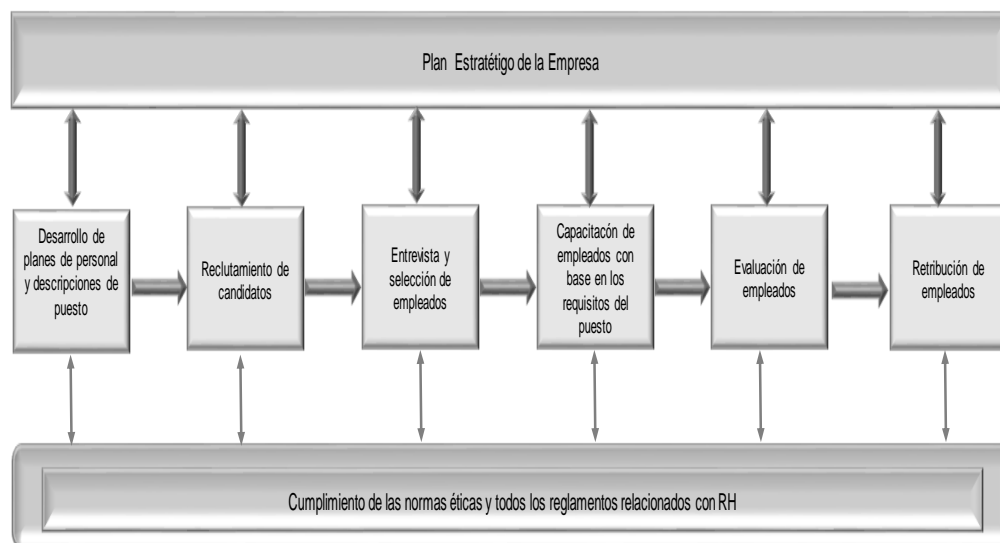
Fecha	Equipo	Tiempo	Actividad	Realizado por	Responsable	Observaciones

3.4. Plan de Gestión de Talento Humano

Hpalma será una empresa donde el talento humano se convertirá en su principal capital, se esforzará para que sea un equipo de trabajo feliz y comprometido, que no vean como un trabajo más, sino como algo que les aporta para su proyecto de vida. Esto será fundamental y será prerequisite para ingresar a la empresa.

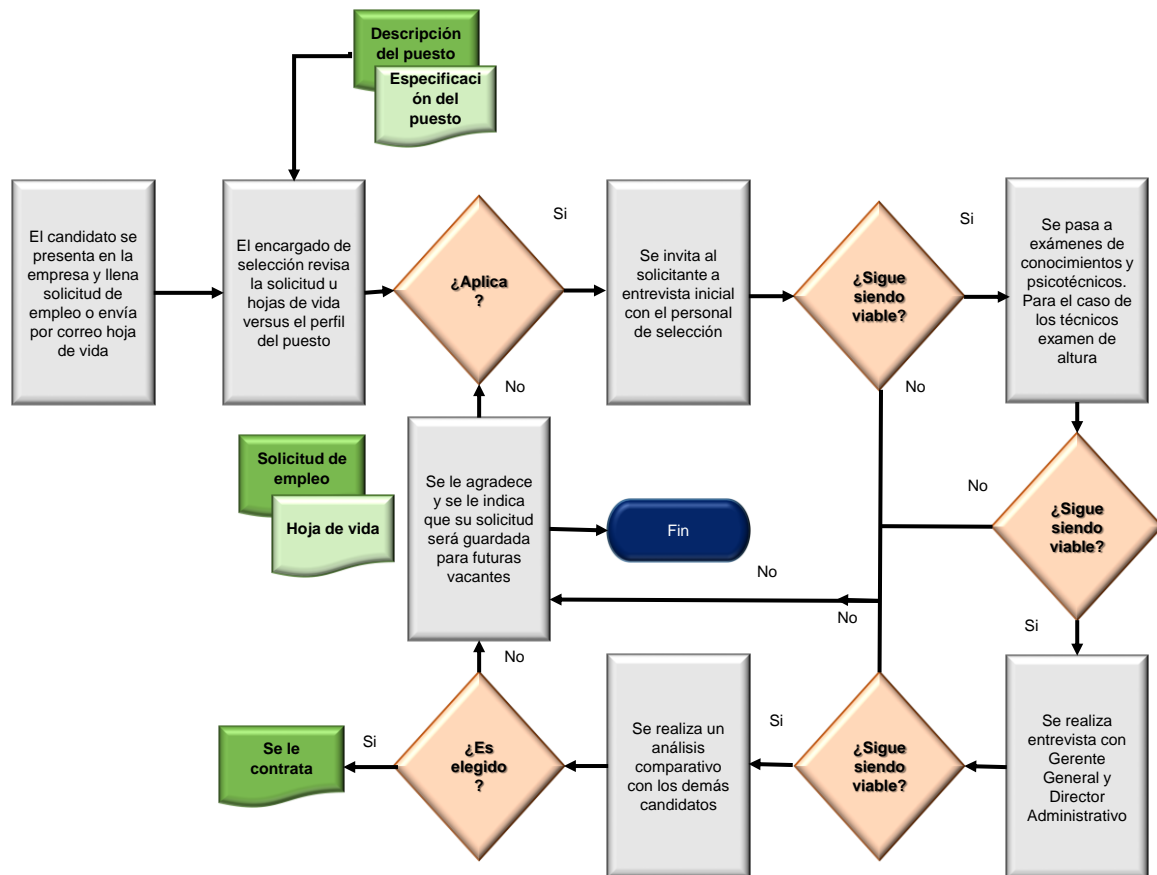
El plan de Gestión del Talento Humano tendrá como horizonte el plan estratégico de la compañía.

Ilustración 13 Gestión de Talento Humano



El proceso de selección se realizará aplicando el siguiente proceso

Ilustración 14 Proceso de Selección Talento Humano




3.4.1. Desarrollo de planes de personal y descripción de cargos

Teniendo en cuenta que para la empresa Hpalma el recurso humano es su principal activo, entonces implementará un plan de desarrollo individual para determinados cargos y este plan hará parte de la evaluación de desempeño de los colaboradores. Para que el plan sea exitoso y sea pueda aplicar es necesario que la empresa tenga bien definida la descripción de cada cargo.

Se establece un formato para la descripción de cada cargo, en el cual se debe dejar de forma clara y concisa el nombre del cargo, de quién depende, el propósito del mismo, el perfil del cargo, es decir, los requisitos mínimos que debe cumplir en cuanto a educación formal, conocimientos específicos, competencias y/o habilidades, experiencia, requisitos

legales, si aplica, y las áreas de responsabilidad, en esta parte se debe detallar claramente las funciones que va a desarrollar y el horario en caso de que aplique.

Formato 2 Formato Descripción Cargo

		DESCRIPCIÓN DEL CARGO	CÓDIGO: HPGTH-FOR-01
IDENTIFICACIÓN			
Compañía: HPALMA	Área:		
Nombre del Cargo: Director Cablado Estructurado	Cargo del Jefe Inmediato: Gerente General		
PROPÓSITO DEL CARGO			
PERFIL DEL CARGO (Requisitos mínimos)			
Educación Formal:	Profesional en ciencias de las ingenierías, económicas o administrativas o afines. Especialista en gerencia de proyectos o afines. Certificación PMI.		
Idiomas:	Nivel de inglés B1		
Conocimientos Específicos y Formación Adicional:	Metodologías de mejoramiento continuo (lean) y de optimización y control de procesos bajo BPM y sistemas BPM. Diseño y reingeniería de procesos. Gestión de proyectos bajo metodología PMI – Certificación. Indicadores de Gestión Administración de Presupuestos Sistema de Gestión de Calidad Nivel avanzado de Excel, Word y PowerPoint. Diseño de presentaciones efectivas.		
Competencias del cargo : Habilidades	Competencias Organizacionales: Orientación a resultados, Orientación al servicio, Relacionamento Personal, Trabajo en Equipo, Visión sistémica y Gestión del cambio Competencias de Liderazgo: Visión Estratégica, Comunicación asertiva. Competencias Funcionales – Gestión Operativa: Enfoque sistémico, orientación a la excelencia, Gestión por procesos.		
Experiencia:	5 años de experiencia profesional de los cuales mínimo 2 deben ser en actividades específicas en gerencia de proyectos, rediseño y/o automatización de procesos. Administración de equipos de trabajo.		
Requisitos Legales:	Tarjeta profesional		
Otras características del puesto: Describa los factores físicos, mentales y ambientales que son críticos para el desempeño satisfactorio de las funciones del puesto u otras características que no hayan sido descritas			
Exigencias físicas: las exigencias físicas que se describen aquí son representativas de las que debe cumplir un empleado para desempeñar con éxito las funciones esenciales de su puesto. Se pueden hacer arreglos para permitir que los individuos con discapacidades realicen las funciones esenciales			
ÁREAS DE RESPONSABILIDAD			
DESCRIPCIÓN		FUNCIONES	
1. Funciones esenciales del puesto			
Objetivo principal de la función	Detalle de cada función		
2. Funciones marginales del puesto:			
Objetivo principal de la función	Detalle de cada función		
3. Describa el tipo y detalle de las instrucciones que generalmente le da el supervisor inmediato al trabajador que ocupa este puesto			
Objetivo principal de la función	Detalle de cada función		
4. Horas totales por semana			
Espacio para diligenciar por el área de selección			
Este puesto requiere un examen físico posterior a la oferta de empleo	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	
Este puesto requiere la verificación de los antecedentes penales	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	
Este puesto requiere la toma de huellas digitales	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	
Este puesto requiere una licencia, un certificado u otros requisitos especiales	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	
Versión del contenido de la Descripción del Cargo:	Versión 1		
Fecha de Actualización:	30 de noviembre de 2016		
Actualizado por:	Pedro Perez – Analista de Desarrollo Humano		
Aprobado por:	Gerencia General		
FIRMAS			
Certifico que he revisado y que he recibido una copia de esta descripción de puesto para la posición a la que he sido asignado			
Nombre del empleado	Firma	Fecha	
Certifico que las declaraciones anteriores, según mi leal entender y saber, describen con precisión el Puesto.			
Nombre del Jefe Inmediato	Firma	Fecha	

Fuente: Adaptado de (Mondy & Noe, 2005)

3.4.2. Reclutamiento de personal

El reclutamiento de personal nace a raíz de la necesidad del cargo y la definición previa del perfil que debe cumplir el postulante. Se debe tener clara la definición de las competencias o características del puesto que se está buscando.

El reclutamiento se realizará mediante las fuentes de: i) anuncios en medios masivos, por ejemplo en la página del empleo.com, ii) recomendaciones que hagan amigos, empleados, clientes, proveedores y iii) centros de formación (SENA, Universidades) para el caso de los técnicos.


3.4.3. Entrevista, evaluación y selección de empleados

Para dar inicio a todo procedimiento de selección es necesario que exista el cargo vacante o se requiera un cargo nuevo. Todos los candidatos preseleccionados deberán presentar entrevista con el director administrativo y con el jefe inmediato que requiere el cargo.

Inicialmente se realizará una evaluación con los candidatos reclutados con el fin de elegir el que cumpla los requisitos. El proceso de evaluación debe cumplir con los siguientes pasos: i) entrevista preliminar: una entrevista informal con preguntas abiertas para comprobar si cumple con los requisitos, ii) prueba de conocimiento: prueba escrita y oral para determinar si cumple con los conocimientos exigidos para el cargo, iii) prueba psicológica: para determinar su estado emocional y iv) entrevista final: es una entrevista más formal y de mayor profundidad para tener un mayor conocimiento del candidato; esta entrevista es importante que se realice entre el gerente general, el director administrativo y el jefe inmediato cuando aplique.

Para este proceso se cuenta con un formato establecido en el cual los entrevistadores deben plasmar el resultado observado. Cómo responde el candidato en algunos aspectos tales como planeación y preparación, uso de los recursos, adaptabilidad, habla y escucha, trabajo en equipo, iniciativa, responsabilidad y presencia personal.

Formato 3 Formato Entrevista Personal

		FORMATO ENTREVISTA Y SELECCIÓN ASPIRANTES		CÓDIGO: HPGTH-FOR-02	
FECHA: <input type="text"/>					
Nombre del Aspirante: <input type="text"/>					
Instrucciones: Este formulario de entrevista está diseñado para ayudar a que el panel de selección llegue a un consenso sobre los meritos del aspirante en cuestión.					
PLANEACION Y PREPARACION					
Capacidad para establecer metas, prioridades, fecha limite y planeación de estrategias.					
1 <input type="text"/> 2 <input type="text"/> 3 <input type="text"/> 4 <input type="text"/> 5 <input type="text"/>					
Comentarios: <input type="text"/>					
USO DE LOS RECURSOS					
Capacidad para administrar Tiempo, Materiales, la información, el dinero y a las personas					
1 <input type="text"/> 2 <input type="text"/> 3 <input type="text"/> 4 <input type="text"/> 5 <input type="text"/>					
Comentarios: <input type="text"/>					
ADAPTABILIDAD					
Capacidad para modificar los métodos de trabajo y las prioridades en respuesta a nuevas informaciones, situaciones desafiantes u obstáculos inesperados					
1 <input type="text"/> 2 <input type="text"/> 3 <input type="text"/> 4 <input type="text"/> 5 <input type="text"/>					
Comentarios: <input type="text"/>					
HABLA Y ESCUCHA					
Capacidad para hablar de manera eficaz y escuchar para entender.					
1 <input type="text"/> 2 <input type="text"/> 3 <input type="text"/> 4 <input type="text"/> 5 <input type="text"/>					
Comentarios: <input type="text"/>					
CUIDADOS DE OTROS					
Capacidad para considerar y responder ante las necesidades y las capacidades personales de otros individuos					
1 <input type="text"/> 2 <input type="text"/> 3 <input type="text"/> 4 <input type="text"/> 5 <input type="text"/>					
Comentarios: <input type="text"/>					
DIRIGIR A OTROS					
Capacidad para influir o dirigir a otras personas para que cumplan sus tareas y logren sus metas					
1 <input type="text"/> 2 <input type="text"/> 3 <input type="text"/> 4 <input type="text"/> 5 <input type="text"/>					
Comentarios: <input type="text"/>					
TRABAJO EN EQUIPO					
Capacidad para administrar, dirigir y participar en equipos, así como para fomentar la cooperación y el espíritu de grupo					
1 <input type="text"/> 2 <input type="text"/> 3 <input type="text"/> 4 <input type="text"/> 5 <input type="text"/>					
Comentarios: <input type="text"/>					
INICIATIVA					
Capacidad para generar nuevas ideas y llevarlas, así como buscar responsabilidad sin guía ni supervisión					
1 <input type="text"/> 2 <input type="text"/> 3 <input type="text"/> 4 <input type="text"/> 5 <input type="text"/>					
Comentarios: <input type="text"/>					
RESPONSABILIDAD					
Capacidad para actuar de manera ética, con valentía y seguridad, inspirando lo mismo en otras personas					
1 <input type="text"/> 2 <input type="text"/> 3 <input type="text"/> 4 <input type="text"/> 5 <input type="text"/>					
Comentarios: <input type="text"/>					
PRESENCIA PERSONAL					
Presentación personal a la entrevista (Vestimenta, Higiene, acorde a la ocasión, etc)					
1 <input type="text"/> 2 <input type="text"/> 3 <input type="text"/> 4 <input type="text"/> 5 <input type="text"/>					
Comentarios: <input type="text"/>					
COMPARACION DE ESTE ASPIRANTE CON OTROS ASPIRANTES AL MISMO CARGO					
Nombre del Aspirante		Calificación Total	Ranking	Observaciones / Comentarios	
<input type="text"/>		<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	
<input type="text"/>		<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	
<input type="text"/>		<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	

Fuente: Adaptado de (Mondy & Noe, 2005)

3.4.4. Capacitación e inducción de empleados con base en los requisitos del puesto

Las necesidades de capacitación se identificarán a partir de los resultados de las evaluaciones de desempeño, de competencias y diagnóstico de necesidades de cada cargo. El plan de formación y capacitación será flexible y podrá ser modificado periódicamente de acuerdo con las necesidades que surjan de manera eventual durante el año.

Los colaboradores deben asistir obligatoriamente a las capacitaciones que se les programe, especialmente al de tema normativo. En caso de no asistir y presentar una causa justificada, deberá responder a un proceso disciplinario.


3.4.5. Evaluación de competencias y desempeño a empleados

Las evaluaciones de Competencias y Desempeño se aplicarán como un procedimiento formal de evaluación a todos los colaboradores vinculados directamente con la empresa. Estas evaluaciones se realizarán anualmente, en el primer semestre del año y tendrán un seguimiento semestral. En el momento de realizar las evaluaciones, el jefe inmediato deberá revisar el cumplimiento tanto de las competencias como de los objetivos, con el fin de implementar planes de acción pertinentes.

Para las evaluaciones, la compañía adoptará la metodología de evaluación de Competencias 180 grados, que contará con la participación del jefe inmediato, un par, el colaborador y cuando aplique, un subalterno. Las designaciones de los que calificarán serán de carácter confidencial y no deberán identificarse ante el grupo de trabajo como evaluadores.

Toda la información que se obtenga como resultado de la evaluación de competencias y desempeño será confidencial.

Formato 4 Formulario calificar evaluación desempeño

		FORMULARIO PARA CALIFICAR EVALUACION DE DESEMPEÑO		CÓDIGO: HPGTH-FOR-03	
Nombre del Colaborador: _____		Nivel: _____			
Nombre del Gerente : _____					
Principales responsabilidades del trabajo:			Resultados o metas a alcanzar		
1. _____			1. _____		
2. _____			2. _____		
3. _____			3. _____		
4. _____			4. _____		
5. _____			5. _____		
Comunicación					
1		2		3	
Por debajo de las expectativas		Cubre las expectativas		Modelo esperado	
Inclusive con asesoría no logra preparar, de manera oportuna y precisa, comunicaciones directas como formularios, registros y trámites por escrito; los productos requieren de correcciones mínimas. Inclusive con asesoría, no logra adaptar, de manera directa, el estilo y los materiales para comunicar información.		Con asesoría prepara de manera oportuna y precisa comunicaciones directas como formularios y trámites por escrito; los productos requieren de correcciones mínimas. Con asesoría adapta el estilo y los materiales para comunicar información de forma directa.		Prepara por sí mismo comunicaciones como formularios, registros y trámites por escrito, de forma oportuna y precisa, los productos pocas veces requieren de correcciones mínimas. Adapta el estilo y los materiales por sí mismo para comunicar información directamente.	
Conocimientos Técnicos Organizacionales					
Por debajo de las expectativas		Cubre las expectativas		Modelo	
Aquí se incluyen los estándares de desempeño		Aquí se incluyen los estándares de desempeño		Aquí se incluyen los estándares de desempeño	
Eficacia Personal					
Por debajo de las expectativas		Cubre las expectativas		Modelo Esperado	
Aquí se incluyen los estándares de desempeño		Aquí se incluyen los estándares de desempeño		Aquí se incluyen los estándares de desempeño	
Trabajo de Equipo					
Por debajo de las expectativas		Cubre las expectativas		Modelo Esperado	
Aquí se incluyen los estándares de desempeño		Aquí se incluyen los estándares de desempeño		Aquí se incluyen los estándares de desempeño	
Resultados del Logro de Negocios					
Por debajo de las expectativas		Cubre las expectativas		Modelo Esperado	
Aquí se incluyen los estándares de desempeño		Aquí se incluyen los estándares de desempeño		Aquí se incluyen los estándares de desempeño	
Evaluación de Resultados					
Logro 1 _____					
Bajo Impacto		Impacto Moderado		Alto Impacto	
La eficiencia o eficacia de los operadores se mantuvo sin cambios o mejoró de forma mínima. La calidad de los productos se mantuvo sin cambios o mejoró de forma mínima		La eficiencia o eficacia de los operadores mejoró mucho. En la calidad de los productos mejoró mucho.		La eficiencia o eficacia de los operadores mejoró enormemente. En la calidad de los productos mejoró enormemente.	
Logro 2 _____					
Bajo Impacto		Impacto Moderado		Alto Impacto	
La eficiencia o eficacia de los operadores se mantuvo sin cambios o mejoró de forma mínima. La calidad de los productos se mantuvo sin cambios o mejoró de forma mínima		La eficiencia o eficacia de los operadores mejoró mucho. En la calidad de los productos mejoró mucho.		La eficiencia o eficacia de los operadores mejoró enormemente. En la calidad de los productos mejoró enormemente.	
Narrativa					
Areas a Desarrollar		Acciones		Fecha de Evaluación	
Firma del Gerente _____				Fecha _____	
Firma del Colaborador _____				Fecha _____	

Fuente: Adaptado de (Mondy & Noe, 2005)

3.4.6. Retribución de los empleados

El equipo humano que se requiere para poner en marcha este plan de negocio es el siguiente:

Gerente General o socio principal de Hpalma, quien será el que aporte el mayor número de recursos financieros e infraestructura.

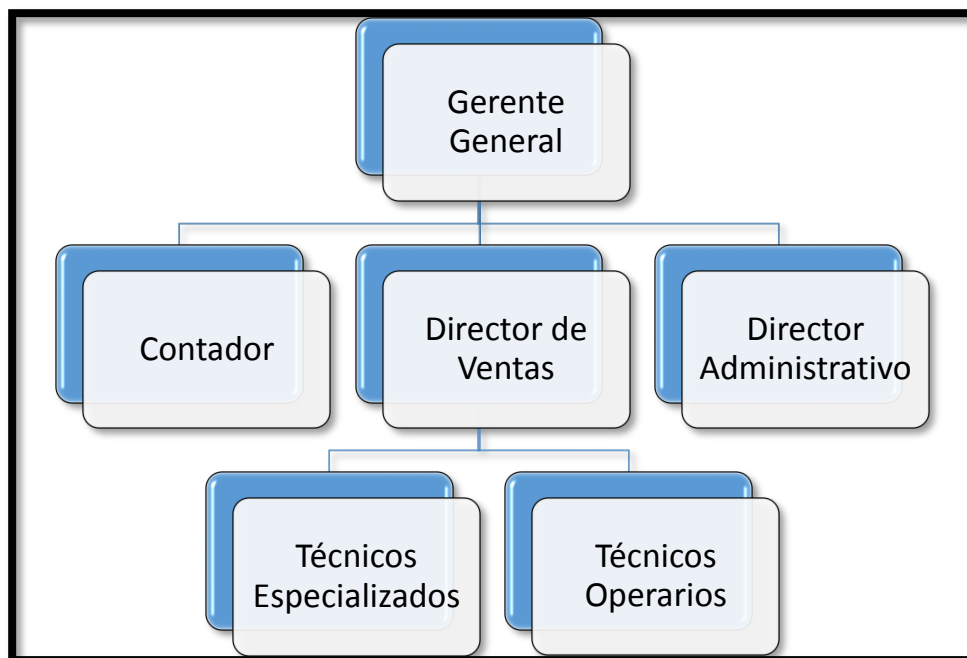
Contador: encargado de llevar toda la parte contable y tributaria de la empresa

Director de ventas: será quien consiga los clientes, organice, dirija y controle el trabajo realizados por los técnicos.

Director administrativo: manejará el talento humano, los recursos financieros y desarrollará estrategias para el buen funcionamiento de la empresa bajo la normatividad vigente.

Técnicos: quienes estarán encargados de la instalación de redes contratadas.

Ilustración 15 Estructura de Hpalma



Fuente: elaboración propia

La retribución a los colaboradores en la empresa Hpalma se regirá por lo establecido en el Código Sustantivo del Trabajo en lo relacionado con el salario, entendido como el pago a que tiene derecho todo trabajador en contraprestación por una labor que le fue asignada.

De igual forma, reconocerá horas extras diurnas y nocturnas y las prestaciones sociales a que tiene derecho, de acuerdo con la Ley y cumplirá su obligación de pagar los aportes parafiscales.

Para realizar la asignación salarial, Hpalma contará con una política que permita asignar sueldos de manera equitativa y justa, velando siempre por el bienestar de sus empleados y pensando en mejorar su calidad de vida y la de sus familias.

Entre otros aspectos, la política salarial de Hpalma tendrá en cuenta lo siguiente:

- a. Clasificación de los cargos, haciendo una descripción detallada de los perfiles
- b. Nivel académico
- c. Experiencia
- d. Nivel jerárquico del puesto dentro de la organización
- e. Habilidades y competencias
- f. Nivel de responsabilidad
- g. Estudio de la competencia
- h. Economía del país
- i. Situación económica del sector
- j. Disposiciones legales

Adicional, consiente de la importancia del recurso humano para una organización, Hpalma contará con retribuciones extralegales en dinero o en especie, dependiendo de la situación, como incentivo a sus trabajadores y en gratitud por creer en el proyecto de Hpalma.

Dentro de estas retribuciones se destacan los bonos por productividad y antigüedad, permisos remunerados en cumpleaños y aniversarios y los demás que estime la gerencia para generar motivación en los colaboradores e incentivar la autogestión y la innovación permanente, fomentando la creación de líderes capaces de realizar aportes valiosos en pro del crecimiento de la organización.

En conjunto con la persona encargada de manejar el talento humano, se crearán una serie de beneficios en recreación, deporte, salud y capacitación para los empleados y sus familias, a fin de lograr que Hpalma garantice un ambiente de trabajo óptimo, con el mejor capital humano, aportando con el desarrollo social del país.

3.5. Plan jurídico

3.5.1. *Constitución Empresas y Aspectos Legales*

El desarrollo del plan jurídico se regirá bajo la normatividad vigente para la creación de empresas. Tomado de la página web de la Cámara de Comercio de Bogotá. (Bogotá, s.f.)

Creación de una empresa S.A.S. en Bogotá.

a. Lo primero que se debe hacer es ingresar y consultar en el Registro Único Empresarial y Social, RUES, con el fin de confirmar que el nombre que se quiere registrar no lo esté usando otra empresa. Esta consulta se puede hacer a través de la página www.rues.org.co.

b. Los documentos que se exigen para la constitución de la empresa se relacionan a continuación:

El documento privado de constitución: hace referencia a los estatutos de la empresa, donde se evidencia claramente la estructura de la organización.

Luego, se debe ingresar a la página web de la DIAN, donde se diligencia el formulario para la solicitud del PRE-RUT.

Fotocopia de la cédula del Representante Legal.

En la CCB se adquiere el formulario único empresarial, el cual se debe diligenciar con todos los datos de la empresa.

c. Con los documentos descritos se debe acercarse a la CCB y realizar el registro. Allí se pagan los derechos de inscripción y otros relacionados con la constitución de la empresa.

La CCB le entrega una matrícula mercantil preliminar para poder abrir una cuenta de ahorros a nombre de la empresa y también un segundo PRE-RUT.

- d. Con la matrícula mercantil preliminar sede dirigirse a una entidad financiera a abrir una cuenta de ahorros a nombre de la empresa. La entidad le entrega una carta dirigida a la DIAN en la que certifica la apertura de la cuenta.
- e. Con la copia de la cédula del representante legal, la certificación de la cuenta bancaria y la matrícula mercantil preliminar, se debe dirigir a la DIAN para solicitar el RUT definitivo.
- f. Llevar a la CCB el RUT expedido por la DIAN para que entregue el Certificado de Existencia y Representación Legal de la empresa.
- g. Después se debe solicitar la resolución de facturación ante la DIAN, para lo cual se puede descargar el formulario en la página de la entidad y aportar la copia de la cédula del representante legal y la matrícula mercantil.
- h. Se deben imprimir las facturas, de acuerdo con la resolución expedida por la DIAN.
- i. Solicitar la inscripción de los libros de actas y accionistas en la CCB.
- j. Por último, se debe registrar la empresa en el sistema de seguridad social. (Bogotá, s.f.)

3.6. Plan de Finanzas

3.6.1. Recursos Financieros Esperados

La empresa Hpalma requiere inicialmente una inversión de 95 millones de pesos, la cual estará financiada el 42% con capital propio y el 58% con deuda a corto y largo plazo.

Tabla 6 Plan de Financiamiento

Forma de Financiamiento	Inversión Inicial	%Part.
Con capital propio	\$ 40.000.000,00	42%
Con deuda a corto plazo (1 año)	\$ 12.000.000,00	13%
Con deuda a largo plazo (6 años)	\$ 43.000.000,00	45%
Total de la inversión	\$ 95.000.000,00	100%

Fuente: Elaboración propia con análisis en proyecciones de ingresos y gastos

3.6.2. Estado de Resultados Proyectado

En la tabla No. 6 se presenta el estado de resultados de Hpalma proyectado a 5 años. Como se puede observar, desde el primer año generará utilidades con un crecimiento considerable cada año.

Tabla 7 Estado de Resultados Proyectado

Estado de Resultados Proyectado					
Grupo H Palma SAS					
(millones de pesos)					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos					
Ventas servicios	303.928.403	351.512.450	424.760.594	463.374.844	473.599.129
Egresos					
Gastos fijos	18.278.652	19.175.590	20.116.540	21.103.663	22.139.224
Sueldos y salarios	194.400.000	203.939.248	203.939.248	203.939.248	203.939.248
Gastos Variables	6.200.000	6.750.000	7.400.000	9.757.439	9.972.735
Otros (Gtos de Venta, etc.)	3.800.000	4.560.000	4.130.000	4.230.000	4.230.000
Total Egresos	222.678.652	234.424.838	235.585.788	239.030.350	240.281.207
Utilidad UAI	81.249.751	117.087.612	189.174.806	224.344.494	233.317.922
Depreciación y Amortización	-5.200.000	-5.325.000	-6.700.000	-6.800.000	-7.900.000
Utilidad (perdida) de Operación	86.449.751	122.412.612	195.874.806	231.144.494	241.217.922
Gastos financieros corto plazo	-12.868.301	0	0	0	0
Gastos financieros largo plazo	-16.534.808	-16.534.808	-16.534.808	-16.534.808	-16.534.808
Utilidad antes de impuestos	57.046.642	105.877.803	179.339.997	214.609.686	224.683.113
ISR (35%)	19.966.325	37.057.231	62.768.999	75.113.390	78.639.090
PTU (10%)	5.704.664	10.587.780	17.934.000	21.460.969	22.468.311
Utilidad (pérdida neta)	31.375.653	58.232.792	98.636.998	118.035.327	123.575.712
Margen de utilidades netas:	10,32%	16,57%	23,22%	25,47%	26,09%

Fuente: elaboración propia con análisis en proyecciones de ingresos y gastos

3.6.3. Punto de Equilibrio

Al realizar el análisis del punto de equilibrio para cinco años, se permite ver que del total de las ventas proyectadas para el primer año, el 72% será destinado al pago de los costos fijos y variables y el 28% restante sería la utilidad operacional que percibe la empresa, si las condiciones se mantienen como fueron proyectadas, es un negocio viable.

Tabla 8 Proyección Punto de Equilibrio en Ventas

Proyección Punto de Equilibrio en Ventas					
Variables	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos fijos	\$212.678.652	\$223.114.838	\$224.055.788	\$225.042.911	\$226.078.472
Costos Variables	\$10.000.000	\$11.310.000	\$11.530.000	\$13.987.439	\$14.202.735
Ventas totales	\$303.928.403	\$351.512.450	\$424.760.594	\$463.374.844	\$473.599.129
Punto de Equilibrio ventas	\$219.914.382	\$230.532.271	\$230.307.414	\$232.047.500	\$233.067.932
P.E %	72%	66%	54%	50%	49%

Fuente: elaboración propia con análisis en proyecciones de ingresos y gastos

3.6.4. Indicadores Financieros Proyectados

Dentro del plan de finanzas, se proyectaron algunos indicadores para determinar si el plan de negocio puede ser exitoso. Estos indicadores se realizan con base en el estado de resultados proyectados.

En la tabla No. 10 se presentan los indicadores de rentabilidad, donde se puede observar que desde el año 1 hasta el año 5 presentan resultados positivos y favorables para el plan de negocio.

Tabla 9 Indicadores Financieros de Rentabilidad Proyectados

Indicadores de Rentabilidad	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Margen Operacional	26,73%	33,31%	44,54%	48,42%	49,26%
Margen Neto	10,32%	16,57%	23,22%	25,47%	26,09%
Rendimiento del Patrimonio (ROE)	88,9%	77,3%	63,3%	46,2%	34,1%
Rendimiento del Activo (ROA)	49,5%	67,0%	63,2%	46,1%	34,1%

En cuanto los indicadores de liquidez, como se puede observar en la tabla 10, a partir del año 2 son favorables.

Tabla 10 Indicadores Financieros de Liquidez Proyectados

Liquidez	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Razón Corriente	0,59	101,04	352,55	666,42	1.047,14
Capital Neto de Trabajo	-11.511.445	18.858.057	106.006.767	200.653.805	315.456.918

En la tabla 11 se puede observar que la empresa estará endeuda durante los dos primeros años, y a partir del año 3 el endeudamiento será mínimo.

Tabla 11 Indicadores de Endeudamiento Proyectados

Indicadores de Endeudamiento	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Nivel de endeudamiento	44%	13%	0,2%	0,1%	0,1%
Endeudamiento Financiero	9,3%	3,3%	0,1%	0,1%	0,1%

3.7. Impactos

Se presentan con la herramienta de la Matriz PESTEL, donde se analizan factores externos que pueden impactar positiva o negativamente un plan de negocio. Estos factores hacen referencia a políticos, económicos, sociales, tecnológicos, legales y ecológicos, los cuales conforman el entorno en los que se desarrollan las organizaciones y no dependen directamente de las empresas.

3.7.1. *Impacto Político*

El poco nivel de aceptación que tiene el actual gobierno, sumado a las medidas que no incentivan el consumo o adquisición de servicios, (incremento del IVA al 19%), hacen un poco complicado la creación de empresa, sin embargo no se puede desconocer que ese mismo Gobierno ha tratado de incentivar el emprendimiento, a través del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el cual brinda a los empresarios asesorías y capacitaciones, con programas como: “la Semana del Empresario y el Exportador, el Plan Padrino y Jóvenes Emprendedores” (Ministerio de Comercio, s.f.)

Asimismo, Procolombia tiene programas para apoyar las exportaciones y la Cámara de Comercio de Bogotá, cuenta con uno de Gestión Financiera, cuyo objetivo es ayudar en la consecución de recursos económicos para las nuevas empresas y dispone de alianzas con bancos y entidades financieras. El Fondo Emprender del Sena, también tiene toda una infraestructura para apoyar a los jóvenes empresarios en la búsqueda de consolidar sus planes de negocio.

De esta forma, existen herramientas dispuestas por el Gobierno, que facilitan la creación de nuevas empresas, sobre todo PYMES, pues representan una parte importante de la economía nacional. (Emprender, s.f.) (Procolombia, s.f.)

3.7.2. *Impacto Económico*

A pesar de algunos inconvenientes en materia económica, como la desaceleración, las altas tasas de interés y la fluctuación del dólar, se puede observar que el sector de los servicios, en el año 2016, fue uno de los que incentivó el crecimiento de la economía, por tanto, existe un mercado potencial para que Hpalma aproveche el momento y oferte sus servicios.

3.7.3. *Impacto Social*

La necesidad de permanecer constantemente comunicados, asociados al nivel de vida y beneficios que conlleva estar a la vanguardia de la tecnología, ha logrado que las empresas se concienticen de la valor que tienen las comunicaciones para la organización como parte de su ventaja competitiva, al estar conectados permanentemente con el mundo. Adicional, su reputación y confidencialidad de la información de clientes, proveedores, empleados y demás, obligan a que cuenten con proveedores confiables y que resuelvan de manera oportuna sus requerimientos, para lo cual Hpalma está dispuesto y con la capacidad para hacerlo.

3.7.4. Impacto Tecnológico

La tecnología crece a pasos gigantes y las organizaciones no son esquivas a ellos, tanto que tienen que estar en continua actualización y renovación de su infraestructura tecnológica. También existe un mercado potencial de incursionar en la Red de WIFI para empresas con infraestructura muy pequeñas, sin embargo es necesario aclarar que esta red no ofrece garantías en temas de seguridad y rapidez de la información, pero se debe tomar en cuenta.

En cuanto a las inversiones de los equipos para las redes de cableado estructurado, se puede decir que se vuelven obsoletos con facilidad, al mismo tiempo que la tecnología avanza, lo que hace se deban realizar inversiones periódicas para ser competitivos, las cuales muchas veces pueden ser altas.

3.7.5. Impacto Ecológico

Es necesario que Hpalma, cumpla con las normas que protegen el medio ambiente y no sólo las que son de obligatorio cumplimiento, sino también algunas como el Sello Ambiental Colombiano, pues estamos en una época de concientización de la protección al medio ambiente y las empresas ambientalmente responsables pueden llevar a tener una ventaja en el mercado y abrirse un espacio con mayor facilidad. Sin desconocer que es realmente importante velar por un medio ambiente limpio y sano.

3.7.6. Impacto Legal

Existe una normatividad exclusiva para el tema de las telecomunicaciones en Colombia, así como las normas internacionales que rigen el cableado estructurado en cuanto a su diseño, administración e instalación. No obstante, estas normas suelen ser duraderas con unas cuantas actualizaciones, pero que no representan cambios

sustanciales, por lo que el impacto no es muy alto. Más bien es una ventaja cumplir a cabalidad las normas para brindar un servicio seguro y confiable. Aquí también es importante anotar que implementar el Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo, no sólo es una norma de obligatorio cumplimiento, sino que Hpalma ve la seguridad como un valor guía que direcciona toda la operación e involucra también el aspecto personal del equipo de trabajo.

Tabla 12 Análisis Matriz PESTEL

<p style="text-align: center;">Políticos</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Nuevas reformas políticas que afecten el sector. ▪ En Colombiano existen políticas de Estado, sino de Gobierno que van cambiando ▪ Poca credibilidad e incertidumbre que general el actual Gobierno. ▪ Política de innovación social del Fondo Emprender. ▪ Tratados de Libre Comercio con diferentes países. 	<p style="text-align: center;">Económicos</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ El crecimiento del PIB en fue del 2%, lo que indica que la economía del país no creció de forma acelerada, sin embargo dentro de los sectores de mayor crecimiento se encuentra el de los servicios, de acuerdo con cifras del DANE. ▪ Las tasas de interés son muy altas y no motivan el endeudamiento para renovar o adquirir nueva tecnología. ▪ El alza del precio del dólar afecta de forma negativa la adquisición de material, teniendo en cuenta que es importado. ▪ El IPC de las comunicaciones en 2016 fue de 4,7%, en comparación con el general de 5,8%, lo que favorece el consumo.
<p style="text-align: center;">Socioculturales</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ El uso de la tecnología ha permitido mejorar el nivel de vida de las personas, al permitir que estén comunicados y conectados. ▪ Las empresas ven en la tecnología una ventaja competitiva, por lo tanto deben estar a la altura de ella y obligados a cambiarla o actualizarlas. ▪ Importancia de las empresas de contar con proveedores de confianza, que presten servicios de calidad. ▪ Cambio de mentalidad de los directivos sobre la importancia del manejo de la tecnología, en cuento que ya no es un lujo, sino una necesidad. 	<p style="text-align: center;">Tecnológicos</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ La evolución acelerada de la tecnología, se puede analizar en dos dimensiones: una, las empresas necesitan renovarse; y dos, las empresas de cableado también necesitan adquirir equipos modernos, que muchas veces requiere de grandes inversiones. ▪ Tendencia a contratar redes de WIFI y no cableadas. ▪ La red WIFI también necesita de expertos para ser instalada, por lo que se puede abrir un nuevo mercado. ▪ La red WIFI genera pérdidas de la información y es poco segura, por lo que se hace necesario tener una red de cableado estructurado.
<p style="text-align: center;">Ecológicos</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ La ley 1672 de 2013 "establece los lineamientos para adoptar una política pública de gestión integral de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos." ▪ Resolución 1555 de 2005 de los Ministerios de Ambiente, Vivienda y Desarrollo territorial y de Comercio, Industria y Turismo "Por medio de la cual se reglamenta el uso del Sello Ambiental Colombiano." ▪ Mayor conciencia de las personas para proteger el medio ambiente. ▪ Fortalecimiento de la cultura de reciclaje. ▪ Preocupación de las autoridades para fomentar el cuidado del medio ambiente. 	<p style="text-align: center;">Legales</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Normatividad expedida por el Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. ▪ Plan Nacional de Tecnologías de la Información y Comunicaciones 2008-2019. ▪ Reglamento Técnicos de Instalaciones Eléctricas, RETIE, expedido por el Ministerio de Minas y Energía. ▪ Normatividad internacional sobre la instalación, diseño y administración del cableado estructurado sobre la cual Colombia se rige.

Fuente: elaboración propia

3.8. Plan de Informática

Es un proceso que debe ser conocido por todos los usuarios y que permite que la información esté centralizada, así como determinar las características tecnológicas de la empresa.

En este sentido, se destacan algunos componentes importantes para el buen funcionamiento de Hpalma.

Primero, los proyectos se van a trabajar en Trello, una herramienta de gestión de proyectos, que permite optimizar tiempo y trabaja bajo el esquema Kanban, donde existe un trabajo colaborativo mediante tableros y tarjetas.

Adicional, se decide trabajar con el software SIIGO, el cual es muy completo y ofrece los beneficios que se presentan a continuación:

- a. Envía cotizaciones en tiempo record. En la misma cotización se puede cargar fotografías, videos de tus productos y documentos adjuntos para tener descripciones más detalladas.
- b. Con tan sólo un clic la cotización se convierte en factura y desde ésta misma se puede hacer el envío al correo electrónico del cliente, saber en qué momento el cliente la abre, además existe comunicación directa con él por medio de una sección de comentarios, conocer cuánto te ha pagado y cuanto tiene pendiente por pagar. Todo esto desde el celular.
- c. Crea productos y codifica con códigos de barras. Permite tener un control de cuánto se ha comprado y cuanto se ha vendido, maneja los impuestos que se necesiten para ahorrar tiempo en cálculos de IVA. Se pueden crear con referencia y código de barras para después saber qué producto es el más rentable.
- d. Los productos se pueden agrupar por tipos o categorías para clasificarlos, y así saber exactamente la disponibilidad de cada uno de ellos.
- e. Crea y configura los centros de costo o áreas de la empresa, puesto que se pueden asociar a los comprobantes y a los contratos de los empleados, se puede definir qué comprobantes utilizarán centros de costo, y al momento de realizar uno, el sistema mostrará el centro de costo definido.
- f. Siigo nube te ofrece más seguridad y confianza con la información de la empresa.
- g. Registra todos los gastos de una forma rápida y sencilla, se puede hacer seguimiento en tiempo real a todos los gastos, administrarlos de una forma más eficiente para saber si el negocio o las diferentes áreas están siendo rentables.
- h. Al momento de ingresar los datos de las compras también está alimentando la información del inventario.
- i. El cliente podrá pagar inmediatamente desde la cotización. Agilidad y eficiencia en recaudos, procesos operativos y conciliación de transacciones.
- j. Se pueden hacer anticipos o pagos a través del botón "pagar en línea".

k. Saber el progreso de los pagos de los clientes, saber cuál es su saldo total, saldo vencido y por vencer. Tienes un historial donde quedan registradas todas las acciones que la empresa y el cliente realicen sobre la factura.

l. Envía notificaciones a tus clientes recordando el pago de la factura

m. Envía por correo electrónico los estados de cuenta recordando las fechas de pago de las facturas. Se pueden programar los envíos de correo electrónico o mensajes de texto a todos los clientes recordándoles el pago oportuno de sus facturas. (SIIGO, s.f.)

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La empresa Hpalma se encuentra dentro de un sector que está en constante cambio, teniendo en cuenta que la tecnología cada día avanza de manera acelerada y debe estar en condiciones de estar a la altura de ese desarrollo, pero también es una ventaja que debe aprovechar, porque las empresas están obligadas, si quieren ser competitivas, a hacer inversiones en sus redes de cableado, tanto como para actualizarlas como para hacerlas nuevas.

Es necesario que la empresa cuente con colaboradores idóneos, tanto en los ámbitos profesional tanto como personal, para que se comprometan en prestar un servicio de calidad y creen sentido de pertenencia con la empresa.

La matriz FODA permite crear estrategias encaminadas a aprovechar la oportunidad de negocio que se presenta, puesto que la empresa se mueve en un mercado que a diario tiene necesidades tecnológicas.

El análisis financiero nos da los lineamientos, que conviertan a Hpalma en una empresa rentable y perdurable, capaz de generar empleo, con capacidad de crecimiento a mediano plazo.

El plan de mercadeo es una herramienta importante que ayuda a definir el perfil del cliente potencial, para ofrecer proyectos a la medida, de acuerdo con las necesidades y requerimientos, asimismo, un acompañamiento y asesoramiento antes, durante y después de dicho proyecto.

Las estrategias van a permitir cumplir con los objetivos organizacionales y realizar un óptimo marketing para generar nuevas oportunidades de negocio.

Se recomienda destinar los recursos necesarios para poner en marcha el plan de mercadeo, con el fin de lograr un posicionamiento más rápido y adquirir clientes rentables.

Realizar una cuidadosa selección de personal, a fin de contar con personas alineadas con los objetivos organizacionales.

Tener en cuenta el análisis FODA como fuente de información y toma de decisiones.

Crear políticas de calidad y servicio, que conlleve a que se conviertan en valores guía de la empresa.

Bibliografía

- 24, O. d.-C. (2014). *Cámara de Comercio de Bogotá*. Recuperado el 9 de Abril de 2017, de www.ccb.org
- Bogotá, C. d. (s.f.). *Cámara de Comercio de Bogotá*. Recuperado el 21 de Marzo de 2017, de www.ccb.org.co
- Carvajal, M. (s.f.). *Blog Miguel Carvajal*. Recuperado el 2017 de Abril de 20 , de <http://miguelvacadisplan.blogspot.com.co/2015/02/retie-mapa-conceptual.html>
- Diaz, D. (21 de Mayo de 2014). *Monografías*. Recuperado el 10 de Abril de 2017, de www.monografias.com
- Emprender, F. (s.f.). *Fondo Emprender*. Recuperado el 21 de Abril de 2017, de www.fondoemprender.com
- Gerencie. (20 de Diciembre de 2010). *Gerencie*. Recuperado el 10 de Abril de 2017, de www.gerencie.com
- Gerencie. (23 de Enero de 2011). *Gerencie*. Recuperado el 10 de Abril de 2017, de www.gerencie.com
- Jiménez, J. (. (s.f.). *Industrial JEJM*. Recuperado el 10 de Abril de 2017, de <http://ingindustrialjejm.co.tripod.com/1.htm>
- Lozano, U. M. (Noviembre de 2008). *Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte*. Recuperado el 9 de Abril de 2017, de www.culturarecreacionydeporte.gov.co
- Ministerio de Comercio, I. y. (s.f.). *Ministerio de Comercio, Industria y Turismo*. Recuperado el 21 de Abril de 2017, de www.mincit.gov.co

Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. (Marzo de 2008). *SlideShare*.

Recuperado el 9 de Abril de 2017, de <https://es.slideshare.net/ikandlar/plan-nacional-de-tecnologias-de-la-informacin-y-telecomunicaciones>

Procolombia. (s.f.). *Procolombia*. Recuperado el 21 de Abril de 2017, de www.procolombia.co

Revista Dinero. (22 de Junio de 2016). *Revista Dinero*. Recuperado el 9 de Abril de 2017, de www.dinero.com

SIIGO. (s.f.). *SIIGO*. Recuperado el 9 de Abril de 2017, de www.siigo.com.co

Trabajo, M. d. (5 de Agosto de 1950). *Alcaldía Mayor de Bogotá D.C.* Recuperado el 10 de Abril de 2017, de www.alcaldiabogota.gov.co

Trabajo, M. d. (s.f.). *Ministerio de Trabajo*. Recuperado el 24 de Abril de 2017, de www.mintrabajo.gov.co

Vela, P. d. (26 de Junio de 2015). *Tecnología para Pymes*. Recuperado el 9 de Abril de 2017, de www.tecnologiaparapymes.es

Acerca del MinTIC - Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

(s/f). Recuperado el 24 de julio de 2017, a partir de

<http://www.mintic.gov.co/portal/604/w3-propertyvalue-540.html>

Bogotá está en auge de crecimiento empresarial. (s/f). Recuperado el 24 de julio de 2017, a partir de <http://www.dinero.com/empresas/articulo/cuantas-empresas-estan-registradas-en-bogota-a-2016/224854>

Cámara de Comercio de Bogotá. (2014). Observatorio económico - OBSERVATORIO DE LA REGIÓN BOGOTÁ - CUNDINAMARCA Edición 24. Recuperado el 24 de julio de 2017, a partir de <http://bibliotecadigital.ccb.org.co/handle/11520/8363>

Comunicaciones. (s/f). Resolución 00001409 del 23 de julio de 2012. Recuperado el 24 de julio de 2017, a partir de <http://www.mintrabajo.gov.co/normatividad-julio-resoluciones-2012/871-resolucion-00001409-del-23-de-julio-de-2012.html>

Díazgranados, C. R. M. (2005). *Panorama contextualizado del derecho laboral sustancial colombiano*. Universidad Cooperativa de Colombia, Facultad de Derecho.

Recuperado a partir de <https://books.google.com.co/books?id=kX3oSnsduCgC>

Microsoft PowerPoint - Cableado de un Centro de Datos v.22x.ppt - Diseño y Cableado de un Centro de Datos (TIA-942).pdf. (s/f). Recuperado el 24 de julio de 2017, a partir de [https://profesores.ing.unab.cl/~delaf/archivos/cursos/topicos-de-especialidad/datacenters/material-de-apoyo/TIA-942/Dise%C3%B1o%20y%20Cableado%20de%20un%20Centro%20de%20Datos%20\(TIA-942\).pdf](https://profesores.ing.unab.cl/~delaf/archivos/cursos/topicos-de-especialidad/datacenters/material-de-apoyo/TIA-942/Dise%C3%B1o%20y%20Cableado%20de%20un%20Centro%20de%20Datos%20(TIA-942).pdf)

Mondy, R. W., & Noe, R. M. (2005). *Administración de recursos humanos*. Pearson Educación. Recuperado a partir de <https://books.google.com.co/books?id=UkWaAvHmBswC>

Vela, P. del A. (2015, junio 26). ¿En qué consiste el cableado estructurado? Recuperado el 24 de julio de 2017, a partir de <http://tecnologiaparapymes.es/cableado-estructurado/>