

HIDRO NICODA S.A.S.



Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN

Idea de Negocio

HIDRO NICODA SAS

Opción de Grado II (Grupo 40108)

Alumnas

Johanna Yised Ahumada Briñez

Luz Esther Fonseca Reina

Docente

Carolina Otálora Guerrero

Administradora de Empresas

Bogotá

Capítulo 1

Matriz Estratégica

Tabla de Contenido

Introducción

Justificación

- 1. Descripción General del Negocio**
- 2. Objetivo General**
- 3. Objetivos Específicos**
- 4. Identidad Estratégica MISIÓN**
- 5. Futuro Preferido VISIÓN**
- 6. Valores**
- 7. Marco Legal**
- 8. Análisis PESTEL**
- 9. Fuerzas PORTER**
- 10. Fuerzas Inductoras**
- 11. Fuerzas Opositoras**
- 12. Matriz de despliegue Estratégico Generativa**
- 13. Cadena de Valor**
- 14. Estrategia de Competitividad**

Conclusión

Bibliografía – Web grafía

INTRODUCCIÓN

Con el propósito principal de dar desarrollo a la idea de negocio, **HIDRO NICODA SAS** dedicada a servicios de instalaciones Hidráulicas, de Gas y Red Contra Incendio, se inicia el paso a paso dados en las tutorías recibidas en Opción de grado II, para dar alcance al desarrollo de proyecto de vida, al crear empresa a nivel independiente, en busca de mejor calidad de vida, con actitud de cuidado del ambiente y cumplir con la responsabilidad social que el crear empresa genera.

JUSTIFICACIÓN

La idea de negocio se da partiendo de la necesidad de cubrir un mercado de solución a nivel industrial del regado de redes e instalaciones Hidráulicas, de Gas y Red Contra Incendio, y también a nivel hogar de soluciones caseras de reparaciones, instalaciones y actualizaciones en los sistemas de redes Hidrosanitarias en la Ciudad de Bogotá y su Sabana, con la visión de extendernos en otras ciudades de Colombia.

Como es sabido estamos ubicados en la ciudad capitalina, lo que la hace ser una ciudad cosmopolita, que le exige estar en constante cambio, donde lo industrial prevalece convirtiéndose en pionero y ejemplo de las demás ciudades, a esto sumemos que Bogotá cada vez es más grande, se extiende sobre su sabana por medio de las construcciones urbanas, respaldada por un concepto de progreso, de proyecto social, de plan de gobierno y muchos otras teorías que intervienen en esta extensión de lo urbano, todo esto intentando su desarrollo por medio del cuidado ambiental, esto genera una gran demanda donde **HIDRO NICODA SAS**, en su desarrollo de idea de negocio considera tener la experiencia necesaria para ser parte activa de esta clase de industria, debido a que se encuentra en marcha compitiendo con experiencia, calidad, personal capacitado, certificado y comprometido con la responsabilidad social, que es una de las motivaciones de organizar empresa y procurar su expansión.

El desarrollo de esta idea de negocio se da por la experiencia ya tenida en obras de construcción civil, donde refieren nuestro trabajo como de gran valor, este concepto ha comenzado abrir otras puertas de nuevos proyectos urbanísticos, lo que se conoce de “voz a voz”. Esta demanda nos exige organizarnos a nivel administrativo, para ser una empresa con identidad comercial, visionaria que de marcha a su motivación inicial de mejorar calidad de vida, ser independiente y tener compromiso con lo social por medio de la generación de empleo y cuidado del ambiente.

1. Descripción General del Negocio

HIDRO NICODA S.A.S.: Empresa de instalaciones Hidrosanitarias, de Gas y Red Contra Incendio, esta idea de negocio nace por el conocimiento técnico en el campo de la construcción y en vista de que las empresas que conocemos prestadoras de este servicio demuestran su falta de experiencia tanto técnica como administrativa, propongo esta idea con el fin de entrar a competir con las empresas que en este momento se encontraban prestando servicio a algunos de los clientes que hoy en día tenemos. En este desarrollo de negocio consideramos tener la experiencia necesaria para ser parte activa de esta clase de industria, debido a que nos encontramos en marcha compitiendo con experiencia, calidad, personal capacitado, certificado y comprometido con la responsabilidad social, que es una de las motivaciones de organizar empresa y procurar su expansión.

2. Objetivo General

Cubrir un mercado de solución a nivel industrial del regado de redes e instalaciones Hidrosanitarias, de Gas y Red Contra Incendio, y también a nivel hogar de soluciones caseras de reparaciones, instalaciones y actualizaciones en los sistemas de redes Hidrosanitarias en la Ciudad de Bogotá y su Sabana, con la visión de extendernos en otras ciudades de Colombia.

3. Objetivos Específicos

1. Conocer el mercado del sector de las empresas Hidrosanitarias que podrían ser competencia, con el fin de identificar fortalezas y debilidades para poder potencializar nuestra organización.
2. Tener certeza del tamaño real del mercado que vamos a enfocarnos en la ciudad de Bogotá.
3. Incentivar a nuestros colaboradores a que crezcan profesionalmente, con el fin de brindar un mejor servicio técnico y especializado.
4. Posicionar a Hidro Nicoda S.A.S. como la mejor empresa en instalaciones hidráulicas, sanitarias de gas y red contra incendio, con nuestro excelente servicio y gran talento humano.

4. Identidad Estratégica

MISIÓN

Somos una Empresa dedicada a la Construcción de instalaciones Hidrosanitarias de gas y red de incendio, en grandes y pequeñas infraestructura, trabajamos en la satisfacción de todos nuestros clientes prestando el mejor servicio, garantizando altos estándares de calidad, seguridad y responsabilidad.

5. Futuro Preferido

VISIÓN

Para el año 2020 estaremos consolidados como la mejor empresa en el sector de la construcción capaz de satisfacer las necesidades de clientes locales y nacionales, ofreciendo eficiencia gracias al cumplimiento de los requisitos de nuestros clientes y gestión de la sostenibilidad bajo el uso responsable de los recursos naturales.

6. Valores

HIDRO NICODA S.A.S.

Ha determinado como valores para esta empresa:

Fomentar el trabajo en equipo lo que permite realizar nuestra labor con mayor calidad, responsabilidad, compromiso, entrega. Esto nos permite ser una compañía amigable y sociable, que promulga a sus trabajadores el respeto y la tolerancia, con el objetivo de dar cada día un mejor servicio a nuestros clientes.

HIDRO NICODA S.A.S.

Objetivos Específicos	
1. Conocer el mercado del sector de las empresas hidrosanitarias que podrían ser competencia, con el fin de identificar fortalezas y debilidades para poder potencializar nuestra organización	CONOCER
2. Tener certeza del tamaño real del mercado que vamos a enfocarnos en la ciudad de Bogotá.	TENER
3. Incentivar a nuestros colaboradores a que crezcan profesionalmente, con el fin de brindar un mejor servicio técnico y especializado.	INCENTIVAR
4. Posicionar a Hidro Nicoda S.A.S. como la mejor empresa en instalaciones hidráulicas, sanitarias de gas y red contra incendio, con nuestro excelente servicio y gran talento humano.	POSICIONAR

7. Marco Legal

Descripción de las normas regulatorias generales que delimitan la actividad integral del negocio.

Objetivos del Estudio Legal	
1	Marco Legal
	Concepto de empresa
	* Se clasifica como, entidad de servicio de instalaciones hidrosanitarias, gas y red contra incendio. Código de construcción 50024, 50025, 50033 (instalaciones hidráulicas, construcciones de obras sanitarias, instalaciones de desagües y artículos sanitarios)
	Clasificación de las My Pymes
	* Su clasificación es de pequeña empresa, porque no cuenta con más de 10 empleados.
	Clasificación internacional de actividades económicas(ciiu)
	* Régimen común, Actividad económica 4322 - 4329

HIDRO NICODA S.A.S.

	* Instalaciones de fontanería, calefacción y aire acondicionado.
	Clasificación de las sociedades
	* S.A.S. = Se define por su tipo societario autónomo, naturaleza comercial, sociedad de capitales, estructura de gobierno flexible, simplificación de los trámites de constitución.
2	Constitución legal
	Registro Único Tributario (RUT)
	Se constituyó mediante acta ante la Cámara de Comercio de Bogotá, con el nombre de HIDRO NICODA S.A.S
	Requisitos del registro mercantil
	* Se tramita ante la Cámara de Comercio de Bogotá, con el NIT 900934218-1
	Resolución de facturación DIAN
	Resolución N° 320001369219, de fecha 2016-02-25, Numeración Autorizada 1 a 100
3	Obligaciones de registro
	Revisión técnica de seguridad (bomberos)
	*Se tramita en la Sede de Bomberos de la Localidad de Kennedy
	Contratación personal
	* Se contrata directamente por obra o labor terminada, con competencias en plomería o de acuerdo con el cargo a contratar directamente.
	Contratación de clientes y proveedores
	* Se negocia con proveedores de materiales y suministros directamente.

8. Análisis PESTEL

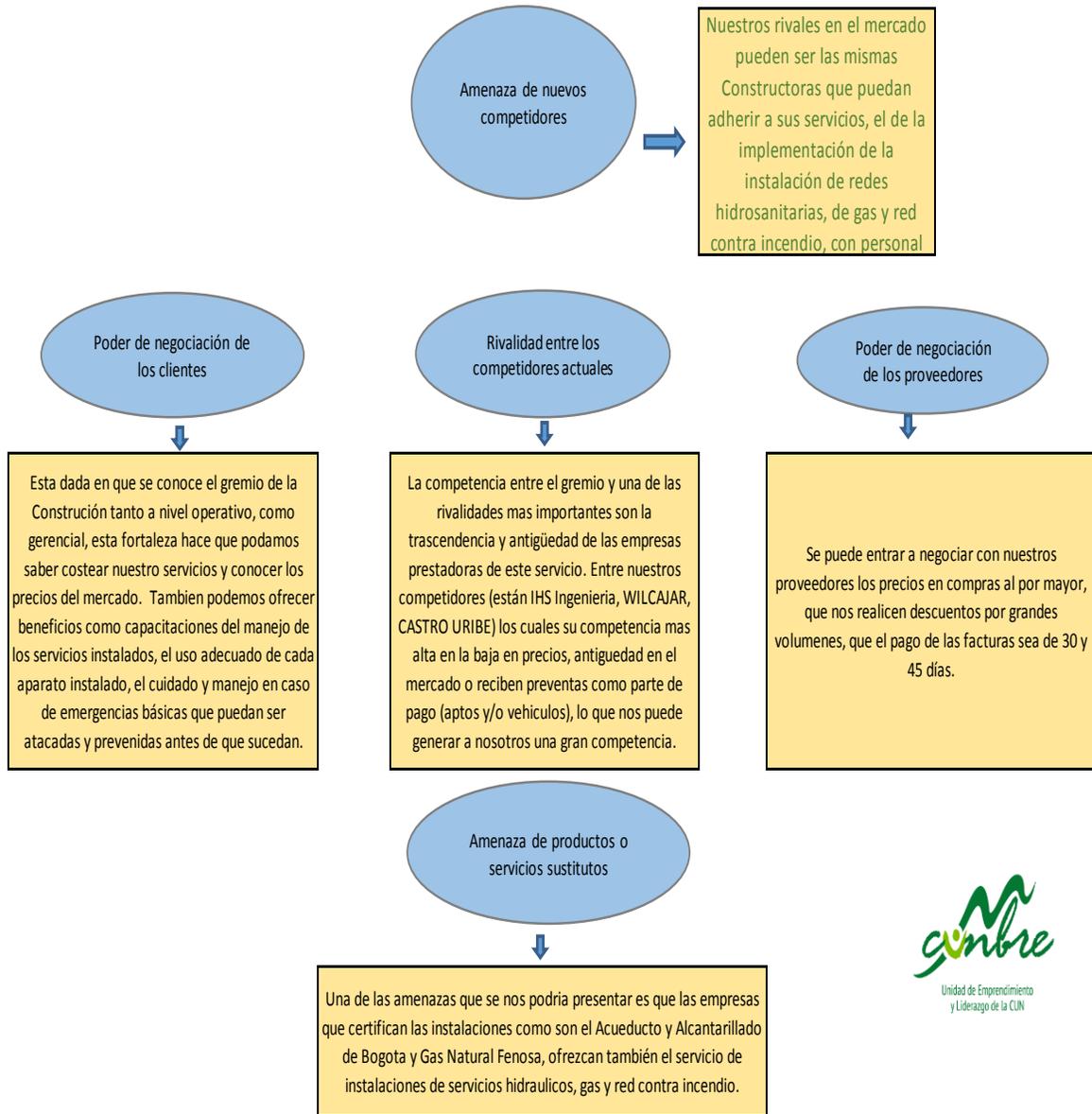
ANÁLISIS PESTEL

INFLUENCIA DEL MACROENTORNO (PESTEL)

P	E	S
POLÍTICAS	ECONOMÍA	SOCIO-CULTURALES
<p>RESOLUCIÓN NÚMERO 1023 (25 MAYO 2004)</p> <p>* Por la cual se expide el Reglamento Técnico para gasodomésticos que funcionan con combustibles gaseosos, que se fabriquen o importen para ser utilizados en Colombia. EL MINISTRO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO en ejercicio de sus facultades legales, en especial de las que le confiere el Decreto 210 del 3 febrero de 2003.</p> <p>* LEY 170/94 – NORMA NTC2505 – RESOLUCION 680/2015</p>	<p>* De acuerdo a la clasificación se pagan los impuestos de:</p> <p style="text-align: center;">Rete fuente Impuesto de renta Rete IVA Rete ICA Impuesto del Crec</p> <p style="text-align: center;">4 x 1000</p>	<p>* Dentro de las negociaciones que se realizan con las constructoras, conjuntos residenciales y de mas clientes, se encuentran los siguientes aspectos.</p> <ul style="list-style-type: none"> * Ofrecer calidad de los productos * Garantía de los servicios y materiales ofrecidos * Servicio postventa de las actividades realizadas, dentro de los periodos establecidos en el contrato. <p>* El servicio que adquieren nuestros clientes es la garantía de un servicio de calidad, puntualidad, personal calificado y con alto grado de responsabilidad y respeto.</p>
T	L	E
TECNOLOGÍA	LEGISLACIÓN	ECOLOGÍA
<p>Estamos apoyados en las siguientes herramientas para el crecimiento, fortalecimiento y reconocimiento de nuestra empresa.</p> <p>* Pagina WEB http://johannaahumada2.wixsite.com/hidronicoda</p> <p>* Correo electrónico: hidronicoda@gmail.com</p> <p>* Facebook (en preparación)</p> <p>* Instagram (en preparación)</p> <p>* Programa contable (Elisa)</p> <p>Herramientas y maquinaria</p> <p>* Ranuradora, taladro percutor (marca HILTI)</p> <p>* Roscadora, llave tubo 36" y 48" (materiales pavco, grival, gerfor)</p>	<p>* La empresa HIDRO NICODA S.A.S. cuenta con todos los registros, revisiones, autorizaciones y todo lo concerniente al funcionamiento legal de una empresa prestadora de este servicio.</p> <p>* Registro Mercantil Camara de Comercio de Bogotá</p> <p>* Registro Unico Tributario RUT tramitado en camara de Comercio de Bogotá</p> <p>* Pagos de seguridad social para los empleados, afiliados con todos los parafiscales legales tales como EPS, ARL, AFP, Caja de compensación</p>	<p>* Los desperdicios generados en las obras por la ejecución de nuestros trabajos se disponen asi:</p> <p style="text-align: center;">* Se realiza un acopio de los materiales clasificados como contaminantes y reutilizables.</p> <p style="text-align: center;">* Los contaminantes (frascos de soldadura,limpiador, selladores, octite, viruta galvanizada con aceite quemado), son desechados en recipientes cerrados y marcados, los cuales son entregados a una empresa particular que realiza la disposición final.</p>

9. Fuerzas de PORTER

Análisis de las cinco fuerzas - Influencia del Macroentorno



10. Fuerzas Inductoras

Fuerzas Inductoras								
	Servicio al cliente		Recursos humanos		Técnico - Operativo		Publicidad	
O p o r t u n i d a d e s	1	Por medio del voz a voz se ha dado a conocer nuestro servicio, lo que ha permitido tener algunos clientes estables.	2	Se tiene una base de datos de personas que tienen el conocimiento que se requiere y las cuales se contratan según la demanda.	3	Se hace un rutero de prestación de los servicios, según los compromisos adquiridos semanalmente, para cumplir de manera responsable y puntual.	4	Como estamos estableciendonos como organización, estamos creando portafolio de servicios y pagina de internet para publicitar el servicio.
	5	Dado el buen servicio, la calidad y las garantías ofrecidas, somos recomendados en el gremio.	6	Contamos con personal calificado y certificado por entes como el SENA y PAVCO, lo que nos permite mayor credibilidad y confiabilidad.	7	Se cuenta con personal con vehiculo, lo que permite que se transporte facilmente, con herramientas siempre a mano para ejecutar cualquier actividad.	8	Se ha puesto en marcha una cuenta en instagram con el ofrecimiento de los servicios y nuestros clientes satisfechos.
	Servicio al cliente		Recursos humanos		Técnico - Operativo		Publicidad	
F o r t a l e z a s	1	Prestamos un servicio de calidad, lo que nos da un buen reconocimiento en el mercado.	2	Al tomar el liderazgo de querer organizarnos como empresa, nos permite integrar como personal de apoyo a personas que tambien saben y han trabajado prestando el servicio.	3	Se tiene gran compromiso de prestar el servicio de manera responsable, lo que nos motiva a siempre tener una planeación de las diferentes actividades.	4	Conocemos el gremio y los clientes potenciales lo que facilita dar a conocer el servicio.
	5	Ya que el conocimiento con que se cuenta no es solo empirico, si no tecnico y certificado, nos permite ser mas competitivos y asertivos en el tema.		Todo nuestro personal esta certificado y cuentan con los cursos avanzados de trabajo seguro en alturas (este ya es un requisito indispensable para trabajar en obras de construcción)		Siempre se realiza una revisión para diagnosticar los trabajos a ejecutar, lo que nos permite establecer los tiempos de trabajo, materiales y herramientas a utilizar.		Estamos vinculados con grandes constructoras, lo que nos permite que cuando algún profesional cambia de empresa, nos remite como recomendación, con buenas referencias genera el voz a voz.

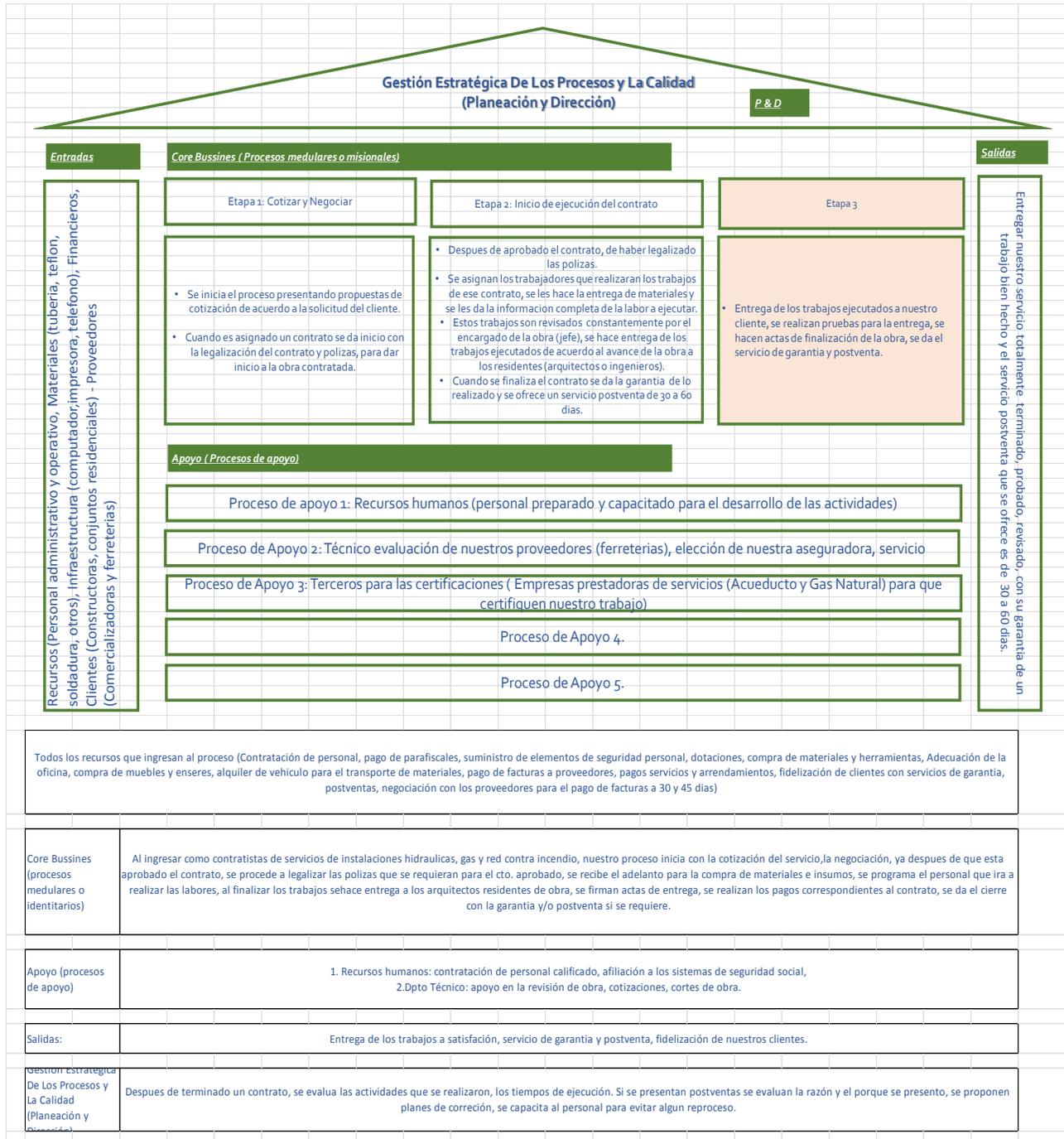
11. Fuerzas Opositoras

Fuerzas Opositoras								
		Servicio al cliente	Recursos humanos	Técnico - Operativo	Publicidad			
A m e n a z a s	1	En el sector de la Construcción, surgen varios servicios, es probable que algunos los comiencen a ofrecer de manera integral, lo que haria que Hidro Nicoda se debilitara en su extensión.	2	El perfil del personal que se debe contratar es específico, son operativos pero no siempre se cuenta con que coincidan en su calidad calidez, como nuestra organización quiere darse a conocer, ni con la capacidad de una contratación a largo termino.	3	Se hace una planeación de tiempos de donde y que servicio prestar, en ocasiones circunstancias como acceso al sitio, disponibilidad de herramientas, impiden este cumplimiento.	4	El factor económico, aplaza el desarrollo de la publicidad de los servicios.
	5	Tambien se puede presentar el estancamiento del plan de ordenamiento territorial, dado que en Bogotá cada vez se encuentran menos terrenos para construir.	6	Que el personal que hallamos contratado, en realidad no tenga la experiencia ni la capacitación que nos informo, y realice mal sus trabajos asignados.	7	Se puede presentar inconvenientes como la demora en el despacho de materiales que nos afecten un servicio, o que el trabajador que este asignado se le presente algún inconveniente para llegar a su puesto de trabajo.	8	No tener buenos canales de salida de la presentación de nuestro servicio.
		Servicio al cliente	Recursos humanos	Técnico - Operativo	Publicidad			
D e b i l i d a d e s	1	Estamos capacitados y dotados básicamente con la prestación de los servicios de hidrosanitarias, pero no con la posibilidad de integrarnos con otros servicios del sector de la Construcción.	2	No se cuenta aun con la capacidad de contratación a largo termino, lo que hace no tener un poder total sobre el personal que ejerce el servicio.	3	Se crea un ruterio de la planeación de la prestación del servicio, como el personal es contratado por actividad, no siempre se somenten a los tiempos establecidos.	4	Debemos contratar un tercero, para que nos diseñe un proceso de divulgación del producto.
	5	Que las constructoras contraten los servicios sin entregar adelantos economicos, hasta que no se entregue adelantado un porcentaje alto de la obra.		No poder contratar con sueldos mas altos, lo que puede hacer que la competencia ofrezca un mejor salario y mas estabilidad laboral.		Que el personal contratado, no realice las actividades de acuerdo a los lineamientos y normas establecidas.		No poder pagar un buen servicio de publicidad, lo que nos hace tener como unica alternativa las redes sociales, y puede que no llegue al cliente que estamos buscando.

12. Matriz de despliegue Estratégico Generativa

Matriz de Despliegue Estratégico Generativa			
No Estrategia	Opositoras	Inductoras	Estrategia
1	O1-F1	A1-D1	Debemos potencializar nuestro servicio, enfatizando en la calidad, responsabilidad, extendiendo nuestro buen nombre con el voz a voz, estar en crecimiento continuo por medio de las actualizaciones técnicas y prestaciones asertivas.
2	O2-F2	A2-D2	La base de datos del personal a contratar, se debe estar depurando y actualizando constantemente, para a mediano plazo hacer una selección y poder contratar a termino indefinido, buscando estabilidad del recurso humano con que se cuenta.
3	O3-F3	A3-D3	La planeación del rutero se debe seguir como está establecido, esto mejora a partir de que se inicie la contratación de personal de manera indefinida lo que hace tener mayor control del rastreo de las actividades, también dotarnos de mas herramienta requerida para cumplir los requerimientos.
4	O4-F4	A4-D4	Es necesario darle prioridad a la publicidad de nuestros servicios, entonces buscaremos apoyo por medio de los conocidos que manejen con habilidad las alternativas del internet para crear nuestra página Web, y también ir haciendo un borrador de lo que podría ser nuestro portafolio de servicios físicos.

13. Cadena de Valor



14. Estrategia de Competitividad

		Estrategia De Competitividad
		Se da por el conocimiento técnico de todos los procesos, normas y reglas que aplican para las instalaciones de las redes de agua, gas y red contra incendio. También se cuenta con personal altamente calificado y preparado por las entidades (PAVCO, SENA) que suministran los materiales para tener un mejor manejo y control de todos los insumos. Esto nos permite ofrecer un servicio de calidad garantizada, estableciendo tiempos exacto de atención y ejecución.
Identificación o construcción de la ventaja competitiva	1.	Establecemos la mejora del servicio con personal calificado por las entes que competen, esto nos permite ser altamente competitivos, ya que aunque hay varias empresas prestadoras del servicio, muchas solo cuentan con personal empirico.
	2.	Buscar capacitaciones y cursos donde nuestro personal pueda estar capacitado, actualizado en las normas que lo rigen y que esten cambiando.
	3	Tener un personal calificado y que este en constante evolución y actualización de los servicios que prestamos, nos permite dar más beneficios para nuestros clientes.
	4	Nos enfocamos en que el dpto de recursos humanos tenga la posibilidad de contratar al personal calificado, validando su experiencia, obteniendo el mejor personal para realizar nuestra labor.
	5	Ofrecer un servicio de calidad, nos permite ser mas competitivos, nos permite ofrecer buenos precios a nuestros clientes, evitando reprocesos que aumenten nestros gastos, evitando perdida tanto de tiempo como de materiales, enfocados a cumplir las metas propuestas en cada actividad.

CONCLUSIONES

En ocasiones se cree que desarrollar una idea de negocio, es solo dar acción al objeto social de la creación, pero no es solo esto lo que da la creación de empresa, también es necesario dar identidad organizacional; entonces al establecer una plataforma de identidad corporativa, en el trabajo que se desarrolló creando la Matriz Estratégica, permite aterrizar con mayor objetividad el alcance de la idea de negocio.

Adicionalmente se evidencia que en el análisis del (MDE) debemos potencializar nuestro servicio con una gran responsabilidad con el fin de extender el nombre de nuestra compañía por grandes ciudades y alcanzar las metas de exportar nuestro servicio. Esto lo lograremos manteniéndonos actualizados en normas y técnicas, que nuestro personal este en constante capacitación y entrenamiento de nuevas tendencias. Esto nos permitirá posicionar a HIDRO NICODA S.A.S como una de las mejores empresas prestadoras de servicios de instalaciones hidráulicas.

Bibliografía - Web grafía

Tutorías de la docente Profesional educación superior Carolina Otálora Guerrero
Unidad de emprendimiento y liderazgo CUN
Edmodo Guía de presentación plan de Marketing

Capítulo 2
Investigación de Mercados

Tabla de Contenido

Introducción

Justificación

15. Objetivo

16. Entrevista

17. Ficha técnica

18. Resultados

Conclusiones

Bibliografía – Web grafía

INTRODUCCIÓN

A continuación se desarrolla como herramienta de estudio de mercado para **HIDRO NICODA S.A.S.**, entrevistas a organizaciones que se le aplica directamente el uso de nuestro servicio propuesto como idea de negocio.

1. Objetivo

Identificar por medio de este estudio de mercado a través de entrevistas, si la idea de negocio **HIDRO NICODA S.A.S.**, es viable o no, luego del análisis de resultados de la información que nos dará el desarrollo de esta herramienta.

2. Entrevista

Para validar el mercado decidimos desarrollar entrevistas a compañías Constructoras de vivienda - oficinas y a la administración de conjuntos residenciales, que requieren instalaciones nuevas, actualización o renovación en sus redes de instalación hidráulicas, de gas y redes contra incendio, estos son nuestro nicho de mercado, pues requieren contratar a terceros que se encarguen de estas instalaciones.

Estas organizaciones hacen licitaciones para contratar el servicio, es donde se da la oportunidad para **HIDRO NICODA S.A.S.**, de competir para ganar estos contratos, estas empresas conocen de nuestro servicio por el método de voz a voz y por las referencias que han dado otros contratantes.

Las empresas entrevistadas fueron AR CONSTRUCCIONES S.A.S. Representada por el Ingeniero Jorge Gutiérrez Residente de obra, Constructora MARQUIS S.A. representada por el Arquitecto German González Director de Construcciones, la Administradora Sra. Deysi Figueredo del Conjunto Jardines del Cabo, Conjunto Residencial Cedros de Nueva Castilla Representada por el Administrador Sr. Luis Fernando Ordoñez García, entre otros Arquitectos e Ingenieros que han requerido de nuestros servicios.

Ficha Técnica

TITULO	
Estudio para la creación de una empresa de instalaciones hidráulicas, gas y red contra incendios	
OBJETIVO	Identificar los posibles nuevos clientes
	Conocer los inconvenientes que se han presentado con contratistas del ramo
FECHA	28/01/2017
UNIVERSO	Bogotá
SEGMENTO	Constructoras
	Conjuntos residenciales
	Persona natural
METODO DE MUESTREO	Estratificado: 1 al 6
LOCALIDAD	Ciudad Bolívar, Suba, Usaquén, Chapinero
SELECCIÓN DEL ENTREVISTADO	Profesionales en el campo de la construcción (ingenieros y/o Arquitectos)
PERSONAS ENTREVISTADAS	Hombres y mujeres de 35 a 55 años
POBLACIÓN OBJETIVO	Constructores, Administradores, Familias
TIPO DE ENTREVISTA	Cualitativa
METODO DE RECOLECCIÓN	Entrevista personal (con duración promedio de 30 minutos)
TIPO DE PREGUNTA	Mixtas

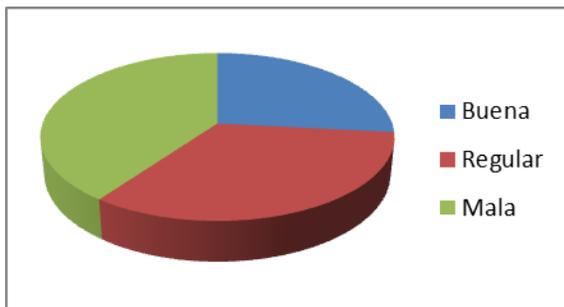
Entrevistas con preguntas abiertas.

Entrevistas realizadas a Ingenieros(as), Arquitectos(as), Administradores de conjuntos residenciales y persona natural, entre los estratos 1 al 6, con relación a las siguientes preguntas.

3. Resultados

1. Experiencia que ha tenido con los contratistas de instalaciones de servicios hidráulicos de gas y redes contra incendio.

1. Experiencia con los contratistas Hidraulicos	
Buena	4
Regular	5
Mala	6

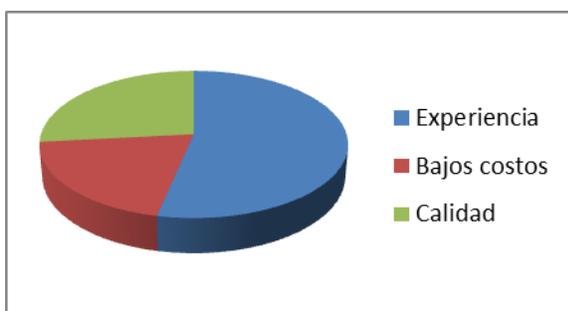


Conclusión:

De acuerdo a las respuestas dadas por nuestros entrevistados, podemos ver que prevalecen las malas experiencias, debido a que se realizan contratos con personas naturales, que no cuentan con mucha experiencia, algunos son empíricos, no tienen conformada una empresa por lo que no ofrece una garantía ni calidad del trabajo.

2. Qué es lo que busca o le gustaría que le ofreciera una nueva empresa de instalaciones hidráulicas de gas y redes contra incendio.

2. Que le gustaria que le ofreciera un nuevo contratista Hidraulicos	
Experiencia	8
Bajos costos	3
Calidad	4

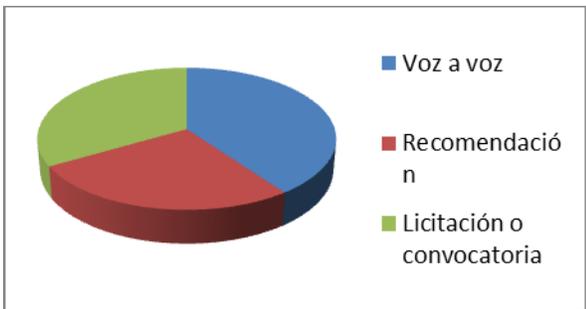


Conclusión:

Lo que estas personas buscan es experiencia en el campo, que les genere tranquilidad en los trabajos relacionados, para lograr trabajos de calidad, confianza y seguridad.

3. Como y porque medio aplican el ingreso de una nueva empresa de instalaciones de servicios hidráulicos de gas y redes contra incendio.

3. Como es el proceso de ingreso de una nueva empresa de instalaciones hidraulicas en su Constructora			
Voz a voz	6		
Recomendación	4		
Licitación o convocatoria	5		



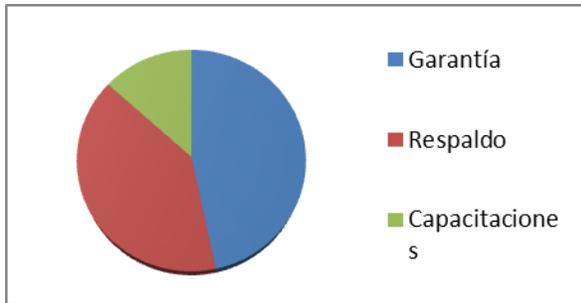
Conclusión:

Vemos que en el gremio de la construcción se maneja mucho el voz a voz y esto se debe a que los arquitectos o ingenieros residentes de las obras, recomiendan a las empresas con las que ellos han trabajado y les ha ido bien. Este puede ser un punto a favor, ya que HIDRO NICODA ha desarrollado trabajos con varios profesionales que permiten abrir más nuestro campo de trabajo.

4. Qué beneficios le gustaría que le ofreciera la nueva empresa de instalaciones de servicios hidráulicos de gas y redes contra incendios.

4. Qué beneficios le gustaria que le ofreciera, la nueva empresa de instalaciones hidraulicas			
Garantía	7		
Respaldo	6		
Capacitaciones	2		

HIDRO NICODA S.A.S.

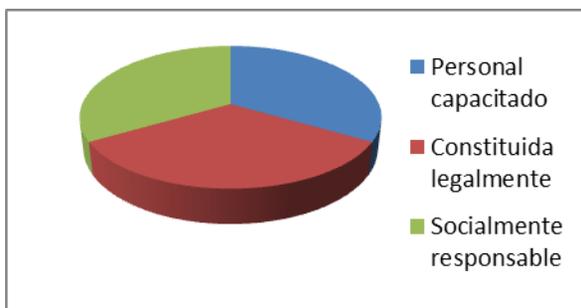


Conclusión:

Lo que buscan estas personas son garantía y respaldo de los trabajos realizados, lo que para HIDRO NICODA es clave ya que al crear empresa legalmente constituida, da un símbolo de garantía responsabilidad y confianza.

4. Qué evalúan a la hora de negociar con una nueva empresa de instalaciones de servicios hidráulicos de gas y redes contra incendio.

5. Que evaluan a la hora de negociar con una nueva compañía que ingrese a su mercado				
Personal capacitado	5			
Constituida legalmente	5			
Socialmente responsable	5			



Conclusión:

Lo que todos buscan a la hora de asignar un contrato es que cuente con personal capacitado, que sea una empresa legal y que cumpla con todos los requisitos solicitados por las empresas contratantes.

CONCLUSIONES

El resultado que no arroja este estudio del mercado es que podemos ser altamente competitivos, ya que contamos con una empresa legalmente constituida, que tenemos por base nuestra experiencia, nuestro recurso humano calificado y tecnología actual para dar confiabilidad, credibilidad y garantía al momento de contratar.

Estas empresas ya nos dan un reconocimiento de prioridad por nuestros excelentes antecedentes en la labor ejercida en otros proyectos, esto nos da toda la capacidad de entrar a licitar o por convocatoria para la obtención de contratos.

INFORME FINAL

De acuerdo con las conclusiones anteriormente mencionadas podemos enfocar nuestro plan de marketing en la plaza ya que contamos con experiencia, reconocimiento, recurso humano, un trabajo de calidad y garantía, el cual podemos reforzar nuestros conocimientos para poder ser más competitivos y lograr escalafonar a HIDRO NICODA S.A.S. como una de las mejores empresas prestadoras del servicio de instalaciones hidráulicas.

Bibliografía - Web grafía

Tutorías de la docente Profesional educación superior Carolina Otálora Guerrero

Unidad de emprendimiento y liderazgo CUN

<https://www.edmodo.com/file/view-office-online>

Capítulo 3
Plan de Marketing

Tabla de Contenido

19. ¿Qué es un Plan de Marketing?

- a. ¿Por qué es importante contar con un Plan de Marketing para empresas pequeñas y medianas?
- b. Premisas para realizar un Plan de Marketing para empresas.

20. Pasos para crear Planes de Marketing

- 20.1. Análisis de la situación interna de la empresa.
- 20.2. Análisis de la situación del mercado en el que se inserta nuestro negocio.
- 20.3. Resumen de las oportunidades y amenazas que rodean la actividad de nuestra empresa (DAFO).
- 20.4. Establecer objetivos
- 20.5. Elaboración del plan de acción desarrollo de las 4P: Producto, Plaza, Precio, Promoción.
- 20.6. Evaluación
- 20.7. Que es lo que no puede faltar en los planes de Marketing para PYMES?

21. ¿Qué se puede conseguir con la puesta en marcha de un Plan de Marketing?

Conclusiones Finales

Bibliografía – Web-grafía

19. ¿Qué es un Plan de Marketing?

Partiendo del concepto que un plan de marketing ubica a la empresa en su contexto diremos que estamos ubicados en la ciudad capitalina, lo que la hace ser una ciudad cosmopolita, que le exige estar en constante cambio, donde lo industrial prevalece convirtiéndose en pionero y ejemplo de las demás ciudades, a esto sumemos que Bogotá cada vez es más grande, se extiende sobre su sabana por medio de las construcciones urbanas, respaldada por un concepto de progreso, de proyecto social, de plan de gobierno y muchos otros actores que intervienen en esta extensión de lo urbano, a esto sumemos que la legislación actual en Colombia en lo ambiental exige la modernización de las instalaciones hidráulicas en todos sus campos, esto genera una gran demanda donde HIDRONICODA SAS, en su desarrollo de idea de negocio considera tener la experiencia necesaria para ser parte activa de esta clase de industria, debido a que se encuentra en marcha compitiendo con experiencia, calidad, personal capacitado, certificado y comprometido con la responsabilidad social, que es una de las motivaciones de organizar empresa y procurar su expansión.

19.1. ¿Por qué es importante contar con un Plan de Marketing para empresas pequeñas y medianas?

Sin un Plan de Marketing la actividad de nuestra empresa puede verse seriamente comprometida por falta de previsión y de planes de actuación HIDRONICODA SAS, en su desarrollo de idea de negocio considera necesario realizar un plan de marketing, con el objetivo principal de posesionarse en el mercado de manera sólida, para lo cual debe establecerse como organización en su plataforma de identidad, conociendo todos sus pro y contras para de esta manera poder apuntar al progreso constante como empresa, al prever situaciones de riesgo y oportunidad por medio de su plan de marketing.

19.2. Premisas para realizar un Plan de Marketing para empresas.

Cuál es el estado de mi negocio en cuanto a su posición en sector, tanto en el presente como en el futuro (teniendo en cuenta los clientes, los distribuidores...).

Actualmente HIDRONICODA SAS debe darle identidad empresarial al servicio de regado de redes e instalaciones Hidráulicas, de Gas y Red contra Incendio, ya que este produce beneficios tanto a sus creadores como a sus clientes.

19.3. Cuáles son mis puntos fuertes y cómo potenciarlos.

- Para El que desarrolla la idea de negocio, es la oportunidad de independizarse poniendo en práctica sus conceptos administrativos adquiridos desde la academia y conocimientos propios del actuar, la razón social de la empresa.
- El desarrollo de esta idea de negocio es viable por el auge actual de la construcción de vivienda produciendo alta demanda.
- Es la oportunidad de HIDRONICODA SAS, de generar empleo cumpliendo así con su responsabilidad social.
- Se cumple con los requisitos básicos de competencia para poder, licitar en diferentes proyectos de construcción.
- Los clientes que pueden ser personas jurídicas o naturales, pueden tener confianza en adquirir el servicio con HIDRONICODA SAS por la experiencia y referencia que se tiene de calidad y cumplimiento.

Cuáles son mis puntos débiles y cómo eliminarlos. Dentro de nuestras limitaciones nos podremos encontrar con;

- Ante la posibilidad de adquirir nuevos contratos con diferentes obras de construcción, que se den en el mismo tiempo es decir de manera simultánea, la falta de recurso humano idóneo para cumplir las diferentes plazas sería insuficiente.
- Se tiene experiencia en la razón social de la idea de negocio, pero no en la administración de empresa.
- En el momento se cuenta con herramienta básica e indispensable para la realización de la actividad propia de HIDRAULICAS, pero es necesario dotarse de más de estas para poder cumplir simultáneamente con los diferentes contratos.
- Como hemos expuesto es un mercado en aumento, que hace que surja competencia que nos lleve la delantera en tener mayor experiencia en lo administrativo y operativo.
- Muchas de las grandes empresas a nivel industrial como las constructoras, están creando este servicio como valor agregado dentro de su portafolio de servicios.

19.4. De qué presupuesto dispongo para el Plan de Marketing.

Respecto a presupuesto para marketing no podemos en este momento fijar un rubro o disponer de un efectivo directo para este plan, entonces echaremos mano de algunas alternativas que nos permitirán dar divulgación a nuestra idea de negocio, por ejemplo;

- Por medio de los conocimientos adquiridos en la academia al estar estudiando la carrera de administración de empresas, poder plasmar el documento nosotros mismos en el plan de marketing.

HIDRO NICODA S.A.S.

- La creación de una página web, por medio de software gratuito que nos ofrece los exploradores de la red.
- Crear un perfil en redes sociales de HIDRONICODA SAS, para compartirlo en Facebook, twitter e Instagram.

20. Pasos para crear Planes de Marketing para PYMES

20.1. Análisis de la situación interna de la empresa

Somos una Empresa dedicada a la Construcción de instalaciones Hidráulicas de gas red de incendio, en grandes y pequeñas infraestructura, trabajamos en la satisfacción de todos nuestros clientes prestando el mejor servicio, garantizando altos estándares de calidad, seguridad y responsabilidad.

20.2. Análisis de la situación del mercado en el que se inserta nuestro negocio

Para validar el mercado decidimos desarrollar entrevistas a compañías constructoras de vivienda- oficinas y a la administración de conjuntos residenciales, que requieren actualización en sus redes de instalación hidráulicas, de gas y red contra incendios, estos son nuestro nicho de mercado, pues requieren contratar a terceros que se encarguen de estas instalaciones. Estas organizaciones hacen licitaciones para contratar el servicio, es donde se da la oportunidad para HIDRO NICODA S.A.S., de competir para ganar estos contratos, estas empresas conocen de nuestro servicio por el método de voz a voz y por las referencias que han dado otros contratantes.

Las empresas entrevistadas fueron AR CONSTRUCCIONES S.A.S. Representada por el Ingeniero Jorge Gutiérrez residente de obra, Constructora MARQUIS S.A. representada por el Arquitecto German González director de construcciones, la Administradora Sra. Deysi Figueredo del Conjunto Jardines del Cabo, Conjunto Residencial Cedros de Nueva Castilla Representada por el Administrador Sr. Luis Fernando Ordoñez García, entre otros Arquitectos e Ingenieros que han requerido de nuestros servicios

El resultado que nos arroja estas entrevistas es que somos altamente competitivos, que tenemos por base nuestra experiencia, nuestro recurso humano calificado y tecnología actual para dar confiabilidad, credibilidad al momento de contratar, estas empresas ya nos dan un reconocimiento de prioridad por nuestros excelentes antecedentes en la labor ejercida en otros proyectos, esto nos da toda la capacidad de licitar para la obtención de estos contratos.

20.3. Resumen de las oportunidades y amenazas que rodean la actividad de nuestra empresa (DAFO)

HIDRO NICODA S.A.S.

Resumen de las oportunidades

- Bogotá y su sabana está en una época de urbanismos lo que hace que la demanda en la prestación de este servicio aumente.
- Las nuevas normas de seguridad en instalaciones hidráulicas exigen a nivel hogar de soluciones caseras de reparaciones, instalaciones y actualizaciones en los sistemas de redes, lo que hace crecer la demanda de este servicio.
- Se está adquiriendo capacitación profesional en conceptos administrativos, para hacer una proyección acertada del negocio, en busca de su mejora continua y expansión.

Resumen de las amenazas

- Como hemos expuesto es un mercado en aumento, que hace que surja competencia que nos lleve la delantera en tener mayor experiencia en lo administrativo, muchas de las grandes empresas a nivel industrial como las constructoras, están creando este servicio como valor agregado dentro de su portafolio de servicios.
- La falta de terrenos para nuevas obras de construcción, la no aprobación de licencias de construcción o la no aprobación del plan de ordenamiento territorial.

20.4. Establecer objetivos

Partiendo de que queremos cubrir un mercado de solución a nivel industrial del regado de redes e instalaciones Hidráulicas, de Gas y Red Contra Incendio, y también a nivel hogar de soluciones caseras de reparaciones, instalaciones y actualizaciones en los sistemas de redes Hidrosanitarias en la Ciudad de Bogotá y su Sabana, con la visión de extendernos en otras ciudades de Colombia, estableceremos objetivos definidos por; producto, plaza, precio y promoción.

- Conocer el mercado del sector de las empresas Hidráulicas que podrían ser competencia, con el fin de identificar fortalezas y debilidades para poder potencializar nuestra organización.
- Tener certeza del tamaño real del mercado que vamos a enfocarnos en la ciudad de Bogotá.
- Incentivar a nuestros colaboradores a que crezcan profesionalmente, con el fin de brindar un mejor servicio-producto técnico y especializado.
- Vender a Hidro Nicoda S.A.S. como la mejor empresa en instalaciones hidráulicas, sanitarias de gas y red contra incendio, con nuestro excelente servicio y gran talento humano.
- Nuestra promoción y valor agregado es la capacitación para nuestros clientes en el manejo y mantenimiento del servicio.

20.5. Elaboración del plan de acción desarrollo de las 4P: Producto, Plaza, Precio,

Promoción.

Dirigido a un solo segmento de mercado que es el de las empresas constructoras de vivienda, oficinas, centros comerciales y estamos incursionando con los colegios; de igual manera damos el

HIDRO NICODA S.A.S.

servicio de atención de emergencias por tubería rota, daños en tuberías de gas y redes contra incendio y actualización de los sistemas de redes a conjuntos residenciales. Para llevar a cabo el desarrollo de esta idea de negocio es necesario con las herramientas que tenemos y que no nos generen mayor inversión económica, diseñar un plan de divulgación de nuestro servicio, entonces;

- Por medio de los conocimientos adquiridos en la academia al estar estudiando la carrera de administración de empresas, poder plasmar el documento de plan de marketing, en el que se define características de del producto, plaza, precio y promoción.
- La creación de una página web, por medio de software gratuito que nos ofrece los exploradores de la red.
- Crear un perfil en redes sociales de HIDRONICODA SAS, para compartirlo en Facebook, twitter e Instagram.
- Diseñar tarjetas de presentación, para dar a conocer nuestros servicios con los datos más puntuales como teléfonos y cuál es nuestro servicio.
- Diseñar un folleto que contenga la generalidad de nuestra empresa, con datos claros y sencillos de ubicación y descripción de nuestros servicios, para llevarlos y repartirlos en conjuntos residenciales.

PRODUCTO

Es un servicio, dirigido a pequeñas y grandes Constructoras, Conjuntos Residenciales con el ánimo de actualizar, modificar o renovar algún servicio que tenga que ver con Instalaciones Hidráulicas, de Gas y Red Contra Incendio.



SANITARIAS

INSTALACIONES HIDRÁULICAS Y

HIDRO NICODA S.A.S.

INSTALACIÓN EQUIPO RED CONTRA INCENDIO



Empaque: para este servicio nos regimos por la Norma Técnica Colombia NTC-ISO 9001, y algunos códigos que certifican las instalaciones de redes, suministro, aparatos, equipos entre otros.

Algunos códigos de certificación son:

- Código 180301017 V-2. Instalación de Redes de Agua Potable, Desagües Y Contra Incendio.
- 280301046 V-2 Construir red de desagües con base en normas, planos y especificaciones.
- 280301047 V-2 Instalar redes de suministro de agua con base en las normas, planos y especificaciones.
- 280301048 V-2 Instalar aparatos de acueducto a normas planos y especificaciones.
- 280301071 V-2 Construir instalaciones especiales según normas, planos y especificaciones.
- 280301146 Instalar equipos con base en las normas, planos y especificaciones.

<https://pavco.com.co/4/capacitacion/12/i/12#sthash.cLXEdaT4.dpuf>

Algunos empaques de nuestras instalaciones



JUEGOS DE GRIFERIAS LAVAMANOS

REPUESTOS VARIOS

Opción de Grado II

HIDRO NICODA S.A.S.



Utilidad: por ser un servicio, esta debe ser oportuna ya que al presentarse una situación de emergencia con una tubería rota o fugas de gas, nuestra empresa está en la capacidad de actuar inmediatamente y en el momento que el cliente lo requiera, ya que contamos con personal capacitado y disponible, sin afectar nuestras de más actividades.

Especificaciones: Nuestros materiales básicos y herramientas de trabajo son: Materiales: soldadura, teflón, accesorios y tubería (pvcp, cpvc, pvcs, hg, acero negro, ranurado). Herramientas: puntero, maceta, pinzas, flexo metro, marco segueta, nivel, llave expansiva, llave de tubo, taladro, pulidora, roscadora, ranuradora, bombas y cabezales de prueba.



ALGUNAS HERRAMIENTAS UTILIZADAS

Garantía: cuando ofrecemos un servicio o cotizamos un contrato se informa cómo será la garantía que va de acuerdo a la actividad que se vaya a realizar. Ya que estas pueden variar si son por instalación, por defectos del material o producto que estemos utilizando. Las cuales se atenderán en cualquiera de los casos, siempre y cuando estén dentro de los periodos antes establecidos en el contrato y damos un informe de la situación que se haya presentado para evitar posibles daños iguales o similares. De igual manera se dan indicaciones de los respectivos mantenimientos que se deben realizar, ya que por uso algunos periodos de garantía pueden ser cortos.

HIDRO NICODA S.A.S.



Imagen: Se toma como imagen un LOGOTIPO, con el nombre de la Empresa, y el servicio que ofrece.



Se decide crear este logo con los colores:

- Azul:** Integridad - profesionalismo, es utilizado para productos relacionados con vivienda, tecnología y finanzas.
- Negro:** Trasmite poder- prestigio, es utilizado por lo general para productos relacionados con vivienda o estructuras fuertes.
- Rojo:** Dinamismo – energía, es utilizado para productos relacionados con vivienda, tecnología, estructuras fuertes.

Esta mezcla de colores, con fuente de letra arial calibri da a entender que se es una empresa que presta un servicio serio, actualizado, fuerte y responsable.

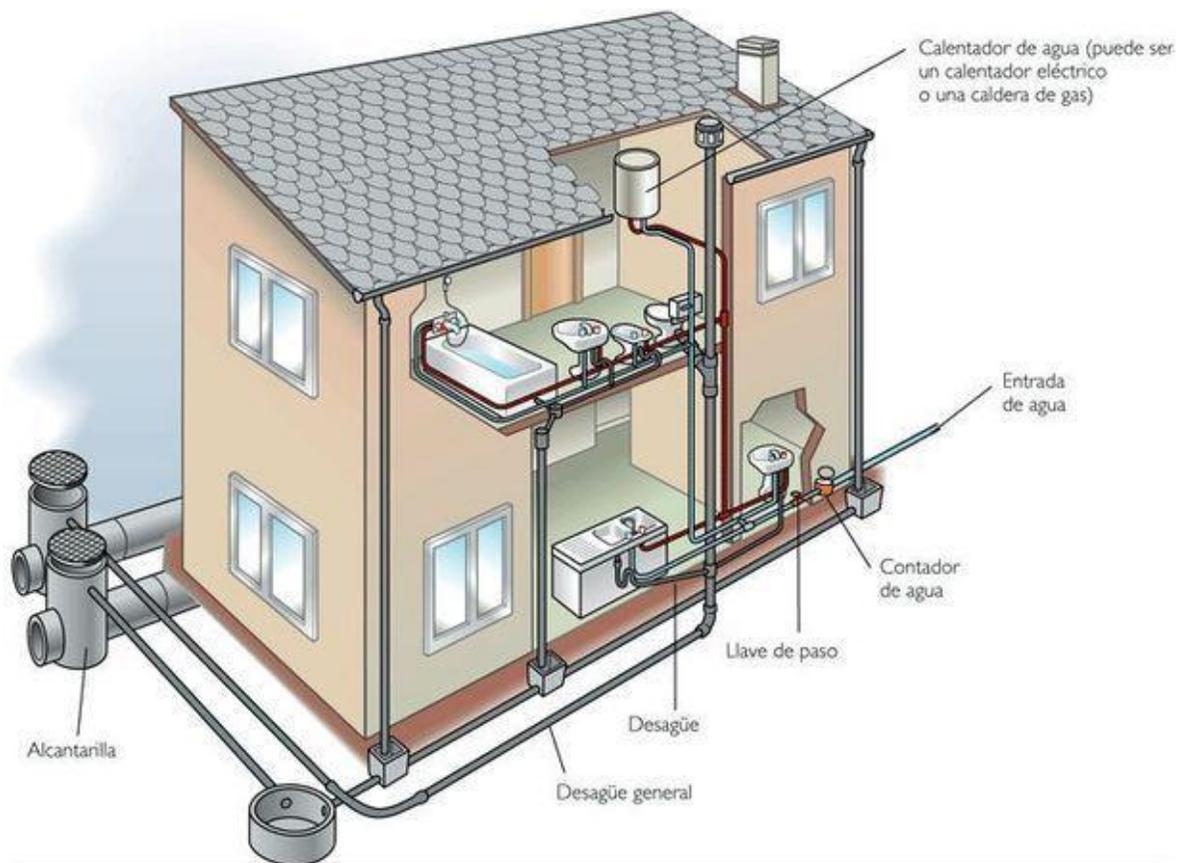
Posventa: como servicio postventa ofrecemos a nuestros clientes unos periodos de atención al usuario, con el fin de informar los mantenimientos correctivos o preventivos que se deben realizar y se atienden servicios que estén cubiertos dentro de las garantías antes ofrecidas.

PRECIO

Dentro del mercado cotizamos bajo los precios que nos dan nuestros proveedores, a ello le sumamos una utilidad (en la que se incluye el AIU; Administración, IVA, Utilidad y/o ganancia) y el descuento que podemos hacer para la cotización del contrato a realizar. Adicional ofrecemos las cotizaciones sin costo alguno.

PLAZA

Nuestra plaza se encuentra especializada por ser un servicio y está dirigida a constructoras, conjuntos Residenciales y a nivel hogar o persona natural que requieran este servicio de mantenimiento o instalación.



PROMOCIÓN

Como valor agregado podemos ofrecer a nuestros clientes capacitaciones para el manejo y buen funcionamiento de los equipos y redes instaladas y capacitarles (para tener una reacción inmediata) cuando se presente un servicio de una urgencia.



PUBLICIDAD

Nuestra publicidad está dirigida básicamente por el Voz a Voz, contamos con nuestra página web la cual la estamos incursionando en el mercado, donde se relaciona nuestros servicios, datos de ubicación y contacto, con la principal idea de atender y cotizar los servicios cotizados.

Estamos poniendo en marcha la creación del perfil por Facebook e Instagram para poder llegar también por estos medios que en el momento se encuentran en auge.

<http://johannaahumada2.wixsite.com/hidronicoda>



20.6. Evaluación

Consideramos que nuestro plan de marketing es viable, lo podemos desarrollar por que para este primer momento de verdad la inversión económica es mínima y el resultado puede ser favorable. A mediano plazo podríamos renovar nuestro plan de marketing elaborándolo de mejor manera refiriéndonos a determinar un rubro económico que nos permitirá ampliarlo con otras alternativas como realizar un portafolio de servicios que podamos llevar a las diferentes constructoras y a largo plazo tener dentro del organigrama un personal idóneo dedicado solo al área de mercadeo y publicidad.

21 ¿Qué se puede conseguir con la puesta en marcha de un Plan de Marketing?

Para **HIDRO NICODA SAS**, es favorable el desarrollo del plan de marketing, apuntamos al éxito total, lo que le dará a la organización; identidad, solides y experiencia, será un primer gran paso para dar estabilidad y mayor forma organizacional a la idea de negocio, también nos permite ampliar nuestra misión empresarial, porque nos da confiabilidad al progreso.

De igual manera nos permite hacer una medición del alcance de emprendimiento que se tiene y que podemos desarrollar, ampliando nuestra plaza geográfica de servicio hacia los municipios cercanos a Bogotá e identificar valores agregados que podemos ofrecer y así mejorar nuestra competencia.

Conclusiones

En ocasiones se cree que desarrollar una idea de negocio, es solo dar acción al objeto social de la creación, pero no es solo esto lo que da la creación de empresa, también es necesario dar identidad organizacional; entonces al establecer una plataforma de identidad corporativa, en el trabajo que se desarrolló creando la Matriz Estratégica, permite aterrizar con mayor objetividad el alcance de la idea de negocio.

HIDRO NICODA S.A.S.

Bibliografía – Web-grafía

Tutorías de la docente Profesional educación superior Carolina Otálora Guerrero

Unidad de emprendimiento y liderazgo CUN

https://e.edim.co/121722649/CARTILLA_MARKETING ESTRATEGICO.pdf?response

https://www.edmodo.com/home#/group?id=23865772&sub_view=folders

Material fotográfico propiedad de **HIDRO NICODA SAS**