



idat

**INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO IDAT
PROGRAMA DE ESTUDIOS EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS Y ADMINISTRACION DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

PARKING VERTICAL

**Trabajo de aplicación profesional para obtener el título de profesional técnico en administración de
empresas y Administración de Negocios Internacionales**

ESGARDO ESMITH CALLE MARTINEZ

(0000-0002-3086-5561)

FRESSIA ANTUANET BONILLA LAVALLE

(0000-0002-7677-880X)

Lima – Perú

(2022)

Dedicatoria

Queremos dedicar este trabajo a nuestros familiares
que están en todo momento de nuestras vidas
apoyándonos, siendo pilares para el crecimiento
personal y profesional, generando motivación a
crear un mundo mejor desde la educación

INDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO	15
INTRODUCCIÓN	16
CAPÍTULO I: Definicion del Negocio.....	18
IDEA DE NEGOCIO	18
DIAGNÓSTICO DE LA IDEA DE NEGOCIO.....	19
JUSTIFICACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIO (ANÁLISIS DE LA OPORTUNIDAD).....	20
CAPÍTULO II: Diagnostico del plan de negocio	22
ANÁLISIS DE MICROENTORNO	22
CLIENTES	22
COMPETIDORES	23
COMPETENCIA INDIRECTA	25
PROVEEDORES	26
PODER DE NEGOCIACIÓN	31
PRODUCTOS SUSTITUTOS.....	31
NUEVOS ENTRANTES.....	32
ANÁLISIS DEL MACRO ENTORNO	33
FACTOR ECONÓMICO	33
FACTOR POLÍTICO.....	37
FACTOR CULTURAL Y SOCIAL	40
FACTOR GEOGRÁFICO Y DEMOGRÁFICO	41
FACTOR TECNOLÓGICO	43
CAPÍTULO III: Planeamiento Estrategico	45
PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO	45
MISIÓN	45
VISIÓN	45
VALORES	45
MATRIZ FODA	47
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS GENERALES.....	50
CORTO PLAZO.....	50
MEDIANO PLAZO	51
LARGO PLAZO	51
ESTRATEGIA GENÉRICA DE PORTER	52
ESTRATEGIA DE DIFERENCIACIÓN.....	52
ESTRATEGIA DE ENFOQUE	53
CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES (DIAGRAMA DE GANTT)	54
CAPÍTULO IV: Estudio de mercado.....	60
OFERTA	60
COMPETENCIA DIRECTA	60

COMPETIDORES POTENCIALES	75
DEMANDA.....	79
OBJETIVO GENERAL	79
OBJETIVO ESPECÍFICO	79
METODOLOGÍA	82
RESULTADOS E INTERPRETACIÓN.....	83
CAPITULO V: Plan de comercialiación	107
MERCADO.....	107
MERCADO OBJETIVO	107
SEGMENTACIÓN.....	107
MARKETING MIX (PRODUCTO, PRECIO, PLAZA Y PROMOCIÓN).....	109
PRODUCTO (SERVICIO).....	109
PRECIO.....	112
PLAZA.....	114
PROMOCIÓN.....	115
FORMULACIÓN ESTRATÉGICA.....	119
FLUJOGRAMA ATENCIÓN AL CLIENTE SERVICIO DE ESTACIONAMIENTO DE AUTOS	119
FLUJOGRAMA DE ATENCIÓN AL CLIENTE LAVADO DE CARROS	120
ESTRATEGIAS ESPECÍFICAS	121
CAPITULO VI: Plan Técnico	124
PLAN TÉCNICO	124
LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA.....	124
TAMAÑO DEL NEGOCIO (CAPACIDAD INSTALADA).....	132
CAPACIDAD INSTALADA (LAYOUT.....	134
NECESIDADES (MAQUINARIAS Y EQUIPOS, MANO DE OBRA Y MATERIA PRIMA).....	135
COSTOS (DIRECTOS E INDIRECTOS)	140
PROCESOS DEL SERVICIO U OPERACIÓN (DIAGRAMA DE FLUJO)	141
CERTIFICACIONES NECESARIAS	145
CAPÍTULO VII: Plan Organiacional, personal y legal	155
CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA (PROCESO, TRÁMITES, PERMISOS Y COSTOS).....	155
PROCESO PARA CONSTITUIR UNA EMPRESA	155
FLUJOGRAMA CONSTITUCIONAL DE LA EMPRESA.....	162
OBLIGACIONES TRIBUTARIAS	163
OBLIGACIONES LABORALES	164
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	165
MANUAL ORGANIZACIONAL DE FUNCIONES (MOF)	167
CAPITULO VIII: Planeacion Financiera.....	190
INVERSION	190
COSTOS TANGIBLES.....	190
COSTOS MUEBLES.....	190
COSTOS DE MATERIALES.....	191
COSTOS DE IMPORTACIÓN Y OTROS	191

COSTOS MANO DE OBRA.....	192
COSTOS FIJOS	192
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN.....	192
DEPRECIACIÓN.....	193
INVERSIÓN TOTAL.....	193
INGRESOS Y EGRESOS	194
PRESUPUESTO DE VENTAS	194
PRESUPUESTO DE EGRESOS Y COSTOS	195
AMORTIACION.....	196
FLUJO DE CAJA	196
VAN - TIR	197
PUNTO DE EQUILIBRIO	198
ESTADOS FINANCIEROS.....	198
BALANCE GENERAL	199
CONCLUSIONES	199
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	204
ANEXOS	207

ÍNDICE DE TABLA

<i>TABLA 1.</i> Listado de proveedores.....	31
<i>TABLA 2.</i> Matriz Foda	49
<i>TABLA 3.</i> Diagrama de Gantt.....	55
<i>TABLA 4.</i> Diagrama de Gantt para obtener la licencia de funcionamiento.....	57
<i>TABLA 5.</i> Diagrama de Gantt de selección del personal.....	59
<i>TABLA 6.</i> Fortalezas y debilidades de Los Portales estacionamientos	63
<i>TABLA 7.</i> Fortalezas y debilidades de Control Parking	66
<i>TABLA 8.</i> Fortalezas y debilidades de Rivera Navarrete	69
<i>TABLA 9.</i> Fortalezas y debilidades de Central Parking.....	72
<i>TABLA 10.</i> Cuadro comparativo de la competencia directa.....	74
<i>TABLA 11.</i> Fortalezas y debilidades del Mall Gamarra	76
<i>TABLA 12.</i> Fortalezas y debilidades de Plaza Santa Catalina.....	78
<i>TABLA 13.</i> Ficha técnica encuesta	83
<i>TABLA 14.</i> Numero de edades de los encuestados.....	83
<i>TABLA 15.</i> Tabla del sexo de los encuestados	84
<i>TABLA 16.</i> Tabla de residencia de encuestados	85
<i>TABLA 17.</i> Cantidad de usuarios de autos	87
<i>TABLA 18.</i> Personas que utilizan estacionamientos.....	88
<i>TABLA 19.</i> Tipo de estacionamientos de los encuestados.....	89
<i>TABLA 20.</i> Tiempo en busca de estacionamientos	90
<i>TABLA 21.</i> Malas experiencias en estacionamientos	91

<i>TABLA 22.</i>	Dificultades de los usuarios.....	93
<i>TABLA 23.</i>	Opiniones sobre el servicio	96
<i>TABLA 24.</i>	Características del servicio	98
<i>TABLA 25.</i>	Horas utilizadas por el servicio	99
<i>TABLA 26.</i>	Precio a pagar por el servicio	100
<i>TABLA 27.</i>	Frecuencia del servicio	101
<i>TABLA 28.</i>	Variables importantes a considerar	102
<i>TABLA 29.</i>	Servicios complementarios.....	103
<i>TABLA 30.</i>	Nivel de aceptación al reservar un lugar en el estacionamiento.....	104
<i>TABLA 31.</i>	Estilo de vida	108
<i>TABLA 32.</i>	Estrategias específicas	123
<i>TABLA 33.</i>	Datos comparativos de los locales.....	130
<i>TABLA 34.</i>	Tamaño del negocio	133
<i>TABLA 35.</i>	Descripción de precios de materiales	135
<i>TABLA 36.</i>	Tabla de descripción de los productos a utilizar	137
<i>TABLA 37.</i>	Descripción de precios de herramientas para el servicio.....	137
<i>TABLA 38.</i>	Descripción de salarios de los colaboradores de Smarp Parking	138
<i>TABLA 39.</i>	Descripción de materiales y equipos para el servicio Smarp Parking..	140
<i>TABLA 40.</i>	Perfil de puestos Gerencia General	174
<i>TABLA 41.</i>	Perfil de puestos jefe de logística	178
<i>TABLA 42.</i>	Perfil de puesto jefe de operaciones	182

<i>TABLA 43.</i> Perfil de puesto habilitador 1.....	185
<i>TABLA 44.</i> Perfil de puesto del cajero	189

Índice de Figuras

FIGURA 1.	Modelo de estacionamiento vertical rotativo (imagen referencial).....	18
FIGURA 2.	Reporte de informe venta de vehículos livianos AAP.....	20
FIGURA 3.	Estacionamiento informal en Gamarra foto propia	22
FIGURA 4.	Logo de los portales	23
FIGURA 5.	Logo de control parking	24
FIGURA 6.	Logo de Rivera Navarrete	24
FIGURA 7.	Publicidad de RIDERS	26
FIGURA 8.	Publicidad de PARKING SOLUCTIONS	27
FIGURA 9.	Publicidad PERFECT PARKING	27
FIGURA 10.	Publicidad SMART PARKING	28
FIGURA 11.	Publicidad QINGDAO HYDRO PARK MACHINERY	29
FIGURA 12.	Publicidad de AFG PARKING	29
FIGURA 13.	Proyección 2022-2025.....	34
FIGURA 14.	Economía anual	34
FIGURA 15.	Gráfico de incremento de empleo.....	36
FIGURA 16.	Gráfico Créditos Hipotecarios.....	38
FIGURA 17.	Estacionamientos informales.....	40
FIGURA 18.	Lugar donde se establecerá las plataformas de SMARP PARKING ..	41
FIGURA 19.	Población mayor de 18 años distrito la victoria según IPSOS	42
FIGURA 20.	Logo de Por Portales Estacionamiento.....	60
FIGURA 21.	Sede la RAMBLA Los portales.....	61

FIGURA 22.	Tarifario de los Los portales estacionamientos	62
FIGURA 23.	App de Los Portales Estacionamientos	62
FIGURA 24.	Promociones por BLACK FRIDAY	63
FIGURA 25.	Logo de control parking	64
FIGURA 26.	Elevadores	65
FIGURA 27.	Logo se Estacionamientos Rivera Navarrete.....	67
FIGURA 28.	Modelo de estacionamiento de 2 niveles Rivera Navarrete	68
FIGURA 29.	Promociones de Rivera Navarrete.....	69
FIGURA 30.	Logo de Central Parking.....	70
FIGURA 31.	Estacionamiento horizontes central parking san Isidro.....	71
FIGURA 32.	Precios de Central Parking 2016	71
FIGURA 33.	Mall Gamarra moda plaza	75
FIGURA 34.	Ubicación del Mall Gamarra moda Plaza.....	75
FIGURA 35.	Precios de Mall Gamarra Moda Plaza.....	76
FIGURA 36.	Plaza Santa Catalina	77
FIGURA 37.	Ubicación de Plaza Santa Catalina.....	77
FIGURA 38.	Horario de Plaza Santa Catalina.....	78
FIGURA 39.	Rango de edades de los encuestados	83
FIGURA 40.	Genero de los encuestados	84
FIGURA 41.	Distrito de residencia.....	86
FIGURA 42.	Tipo de estacionamientos	89

FIGURA 43.	Tiempo en buscar un estacionamiento	90
FIGURA 44.	Malas experiencia en estacionamientos	92
FIGURA 45.	Dificultades de los usuarios.....	93
FIGURA 46.	Opiniones sobre el servicio	97
FIGURA 47.	Características del servicio.....	98
FIGURA 48.	Horas utilizadas por el servicio	99
FIGURA 49.	Precio a pagar por el servicio	100
FIGURA 50.	Frecuencias del servicio	101
FIGURA 51.	Variables más importantes a considerar	102
FIGURA 52.	Servicios complementarios.....	103
FIGURA 53.	Estudio del mercado	105
FIGURA 54.	Mercado disponible	106
FIGURA 55.	Referencial modelo de estacionamiento vertical.....	109
FIGURA 56.	Referencial de Tv wall controller Banner digital	111
FIGURA 57.	Referencial del acceso de control vehicular	111
FIGURA 58.	Modelo de tickets Smarp Parking	113
FIGURA 59.	Imagen referencial de banners publicitarios.....	114
FIGURA 60.	Ubicación de Smarp Parking.....	115
FIGURA 61.	Showroom del servicio Smarp Parking	116
FIGURA 62.	Ejemplo de publicidad de guerrilla	116
FIGURA 63.	Publicidad de guerrilla.....	117

FIGURA 64.	Muestra de publicidad en Fb	117
FIGURA 65.	Ejemplo 3 de publicidad de guerrilla	118
FIGURA 66.	Flujograma de atención al cliente en estacionamientos de autos	119
FIGURA 67.	Flujograma de atención al cliente servicio de lavado de carros	120
FIGURA 68.	Proyecciones el servicio principal a nivel de poblacion.....	123
FIGURA 69.	Establecimiento donde iría Smarp Parking	126
FIGURA 70.	Establecimiento jr. Francia.....	127
FIGURA 71.	Establecimiento prolongación Parinacochas	128
FIGURA 72.	Posicionamiento estratégico.....	131
FIGURA 73.	Layout Smarp Parking.....	134
FIGURA 74.	Descripción de costos directos e indirectos.....	140
FIGURA 75.	Presentación grafica del servicio al cliente	142
FIGURA 76.	Flujograma de atención al cliente de lavado de autos	144
FIGURA 77.	Solicitud de inspección técnica	145
FIGURA 78.	Nivel de riesgo.....	146
FIGURA 79.	Referencia de google de un aparcamiento horizontal bajo árboles N ^a 1	
	152	
FIGURA 80.	Referencial de google un aparcamiento bajo árboles N ^a 2.....	152
FIGURA 81.	Referencial de tachos de basura por tipo de residuo	153
FIGURA 82.	Referencial de servicio de lavado de autos	153
FIGURA 83.	Tráfico vehicular en Gamarra.....	154
FIGURA 84.	Reserva del nombre (razón social)	155

FIGURA 85.	Flujograma de constitución de la empresa	162
FIGURA 86.	Características del Régimen MYPE Tributario.....	163
FIGURA 87.	Costo de obligaciones tributarias mensuales y anuales.....	164
FIGURA 88.	Estructura organizacional	165
FIGURA 89.	Organigrama vertical a futuro	166
FIGURA 90.	Modelo de estacionamiento vertical.....	167
FIGURA 91.	Organigrama Actual	171
FIGURA 92.	Organigrama puesto Gerente general	172
FIGURA 93.	Organigrama puesto jefe de logística	176
FIGURA 94.	Organigrama puesto jefe de operaciones.....	180
FIGURA 95.	Organigrama del puesto habilitador	183
FIGURA 96.	Organigrama puesto cajera.....	187
FIGURA 97.	Costos tangibles.....	190
FIGURA 98.	Costos muebles.....	190
FIGURA 99.	Costo de Materiales.....	191
FIGURA 100.	Costos de importación y otros	191
FIGURA 101.	Costos de importación y otros	191
FIGURA 102.	Costos de mano de obra.....	192
FIGURA 103.	Costos fijos	192
FIGURA 104.	Gastos administrativos	192
FIGURA 105.	Gastos de depreciación	193

FIGURA 106.	Inversión Total del proyecto Smarp Parking.....	193
FIGURA 107.	Presupuesto de ventas por mensual y semestre	194
FIGURA 108.	Presupuesto de ventas por mensual y semestre	194
FIGURA 109.	Presupuesto de egresos y costos	195
FIGURA 110.	Costos de mantenimiento del parking y banner	195
FIGURA 111.	Cuadro de amortización.....	196
FIGURA 112.	Flujo de caja	196
FIGURA 113.	Base de datos VAN - TIR.....	197
FIGURA 114.	Descripción del punto de equilibrio	198
FIGURA 115.	Estado Financieros	198
FIGURA 116.	Balance General	199

RESUMEN EJECUTIVO

El proyecto se resume en constituir una empresa de servicio de estacionamientos para autos de forma vertical cuyo nombre es Smarp Parking y estará dirigido a los niveles socioeconómico B y C en el distrito La Victoria - Lima, donde existe un déficit de parking en lo cual optan por dejar sus autos en estacionamientos informales exponiéndolos a diferentes riesgos. Por otro lado, permite satisfacer sus necesidades que presentan los usuarios al buscar un estacionamiento formal.

La cantidad de encuestas que se desarrolló para el proyecto es de 384 personas por toda Lima metropolitana y otros distritos que acuden constantemente a Gamarra, donde se determinó la aceptación que tiene Smarp Parking ante los usuarios de carros.

Se determinó mediante un seguimiento y la presencia de publicaciones en redes sociales (whatsapp, Facebook, Instagram), se tendrá comunicación con los usuarios diariamente para mantenerlos informados sobre los beneficios a brindar en plataforma verticales y servicios complementarios.

Finalmente se evalúa financieramente y económicamente el proyecto; donde iniciar con la idea de negocio se necesita una inversión de S/.149.619,00 los accionistas cuentan con un capital de S/.112.214,25 representando el 75% de toda la inversión, donde cada accionista para cada uno equivale a S/.61.107,13, el 25% será financiado por el banco BBVA contando con una tasa de 25% anual procediendo con una tasa mensual de 2.446836%. Se verifica que el proyecto es viable con un TIR de 39.57% y un VAN de S/.194.801,22.