

**UNIVERSIDAD ACCIÓN PRO-EDUCACIÓN Y CULTURA
UNAPEC**



**DECANATO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN**

**"DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE
PARQUEOS PARA LOS ESTUDIANTES DE UNAPEC"**

Sustentantes:

*Jonathan Tejada Brea
2004-1632*

*Jennifer Natalia Jorge Zaiter
2006-2164*

*Leticia Rosario Duran
2009-0385*

Asesor Titular:

Ing. Juan E. Rosales

Asesor Auxiliar:

Lic. Miguel Puente

**Monografía para optar por el título de:
Licenciatura en Administración de Empresas**

Santo Domingo, D.N., República Dominicana

2012

**“DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS DE UNA
EMPRESA DE SERVICIOS DE PARQUEOS PARA
LOS ESTUDIANTES DE UNAPEC”**

ÍNDICE

AGRADECIMIENTOS	ii
DEDICATORIAS	xi
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I: MARCO GENERAL.....	3
1.1 Resumen Ejecutivo.	4
1.2 Definición del Negocio.	5
1.3 Definición del Equipo Emprendedor.	6
1.4 Misión.	7
1.5 Visión.....	7
1.6 Filosofía-Valores y Cultura.....	8
CAPITULO II: ANÁLISIS DEL ENTORNO	9
2.1 Regulaciones Gubernamentales y Jurídicas.....	10
2.2 Macro Entorno Social, Político, Económico y Tecnológico.....	12
2.3 Tendencias.	15
2.4 Mercado.	16
2.5 Usuarios.	18
2.6 Competencia.	18
2.7 Grupos Objetivos.....	19
2.8 Perfil de Consumidores.	19
2.9 Perfil de Clientes.....	19
2.10 Proveedores.....	20

CAPITULO III: ANÁLISIS COMPARATIVO	23
3.1 Análisis FODA.....	24
3.2 Recursos y Capacidades.	25
3.3 Factores Críticos de Éxito.	25
 CAPITULO IV: OBJETIVOS CUANTITATIVOS Y CUALITATIVOS.....	 26
4.1 Cuantitativos.....	27
4.2 Cualitativos.	27
 CAPITULO V: ESTRATEGIAS GENERALES	 28
5.1 Productos y Servicios.	29
5.2 Segmento de Mercado.	29
5.3 Clientes.	29
5.4 Mercado Geográfico.....	30
5.5 Nivel de Integración.	30
5.6 Recursos y Capacidades Internas.....	30
5.7 Políticas de la Organización.	31
 CAPITULO VI: PLANES OPERATIVOS.....	 32
6.1 Plan de Mercado.....	33
6.1.1 Mercado Objetivo.....	33
6.1.2 Estrategia Competitiva.....	34
6.1.3 Ventaja Competitiva.	34
6.1.4 Estrategia de Posicionamiento.	34
6.1.5 Estrategia de Precio.....	34
6.1.6 Estrategia de Información del Mercado.	35
6.1.7 Estrategia de Comunicación.	35
6.1.8 Estrategia de Marca.	35
6.1.9 Estrategia de Promoción.	36
6.2 Plan de Ventas.....	36

6.2.2 Proyección de Ventas.....	37
6.3 Plan Organizacional	37
6.3.1 Estrategia de Organización.....	38
6.3.2 Organigrama.....	39
6.3.3 Perfil de los Empleados.	40
6.4 Plan de Investigación y Desarrollo.	42
6.5 Plan de Operación y Logística.	43
6.6 Plan Administración y Finanzas.	44
6.6.1 Riesgo y Acciones Preventivas.....	44
 CAPITULO VII: EVALUACIÓN FINANCIERA.....	 45
7.1 Flujo de Efectivo (Ingresos, costos, egresos).....	46
7.2 Inversiones.	47
7.3 Sensibilizaciones.	47
7.4 Calculo de VAN, TIR y otros Indicadores Financieros.	48
7.5 Requerimientos de Fondos de Inversión.	48
7.6 Estrategias de Búsqueda de Financiamiento.	48
 CONCLUSIÓN.....	 49
RECOMENDACIONES	51
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	52
 CAPITULO VIII: ANEXOS.....	 53
8.1 ANEXO I: Anteproyecto de la Monografía.	53
8.2 ANEXO II. “Organigrama”	63
8.3 ANEXO III. “Modelo de Negocios”	63
8.4 ANEXO IV. “Diagrama de Flujo”	64
8.4 ANEXO V. “Cuadros Financieros”	65

AGRADECIMIENTOS

AGRADECIMIENTOS

Mi primer y más grande agradecimiento es a mis padres **Juan Tejada** y **Glennys Brea**, por creer en mí aun en los momentos cuando yo mismo dudaba, siempre vigilantes de mi bienestar, apoyando mis decisiones a veces aun sin comprenderlas, por toda su comprensión, confianza y apoyo incondicional, por amarme con mis defectos y virtudes: Gracias.

A mis amigos: Paola, Indiana, Jorge, Heidy, sus consejos y ayuda en mi ámbito académico han sido vitales para mi desarrollo, gracias por su amistad incondicional y por ser parte de mi familia.

A mis tíos: Aquiles, Felipe, Tomas y Rodolfo y mi padrino José Agustín, los que ya sea a través de un consejo amistoso, laboral o de vida, me han formado como un hombre de valores. Por sus enseñanzas los considero como mis padres.

Mis tías: Fátima, Wendy, Milady, Nurys, de pequeño me enseñaron el valor del amor y el cariño, gracias por hacer de mi infancia algo tan bonito, llenos de recuerdos felices y en la actualidad seguir brindándome el mismo afecto.

A mi abuela Milady, la cual sin importar mi edad, sigue cuidando de mí como si fuese su pequeño.

A mis hermanos Johan y Johel, gracias a su ayuda diligente, fue posible realizar este trabajo a tiempo.

A mis compañeros del curso monográfico.

Emil: Con tu sabiduría y sensatez guiaste al equipo a una meta, la cual alcanzamos con éxito, eres un excelente amigo y ejemplo para muchos.

Robert: Con tu creatividad y espíritu le diste vida al grupo, siempre alentándonos a hacerlo mejor y diferente. Nunca cambies.

Mara: Con tu dedicación y empeño hiciste de nosotros el mejor equipo posible, gracias por tener la paciencia cuando nosotros no la tuvimos.

Siempre valorare su amistad.

A **Jennifer Jorge**, hace un tiempo cuando necesite tu ayuda para poner mi carrera en curso, estuviste ahí, gracias

A nuestros asesores.

Juan Enriques Rosales, la manera tan pasional en la cual entrega lo mejor de sí en cada encuentro, exigiendo lo mejor de nosotros y consiguiéndolo a través de

su método de enseñanza, hace de usted un ejemplo de cómo un maestro debe compartir sus conocimientos e incentivar el aprendizaje.

Miguel Puente, siempre sabes cómo hacer la pregunta correcta en cada situación, provocando un impulso creativo y lógico dentro de cada uno de nosotros lo cual nos da la respuesta que necesitamos. Por ser un gran maestro en muchos aspectos de la vida y un buen amigo, gracias.

Por último pero igual o más importantes: **Coni García** y **Mara Collado**, me brindaron una ayuda más allá de lo imaginable, brindándome todo su apoyo, poniendo muchas veces este proyecto antes que el suyo, muchas veces perdiendo horas de sueño y compartiendo mi preocupación como si fuese suya, todo esto desinteresadamente, solo con el propósito de que fuese triunfante de este proceso.

Todos tienen mi eterna gratitud.

Jonathan Tejada

AGRADECIMIENTOS

Gracias a Dios: por ser mi guía y darme sabiduría para recorrer este largo camino hacia el éxito en cada una de las áreas de mi vida, dotando de significado la elección y culminación de mi carrera.

Al equipo de profesores de UNAPEC: gracias por ser grandes facilitadores de sus conocimientos y experiencias siendo los responsables de mi formación profesional.

A mis padres: Luis José Antonio Jorge y Liana María Zaiter por ser los responsables de traerme al mundo con la bendición de Dios, enseñarme la importancia de tener valores y hacerme una mujer de bien para la sociedad.

A mis hermanos: Geancarlos Jorge zaiter y Geanluis Jorge Zaiter por su gran apoyo en cada una de mis asignaciones a realizar para culminar este ciclo.

A mi abuela: Lidia Dolores Carvajal por haberme abierto las puertas de su hogar durante varios años y financiar una parte de mis estudios.

A mi tía: Anny Geannina Zaiter por ser como una madre para mí durante los años que estuve cursando mi carrera, acogerme en su hogar brindándome protección, apoyo y bienestar.

A mis amigos: María Fernanda Díaz y Sandy Polanco por representar gran apoyo y motivación para cada uno de mis logros.

A mi compañero Jonathan Tejada: Por su exigencia, motivación y ayudarme a ser mejor en todas las áreas de mi vida contribuyendo con éxito este trabajo final.

A mi equipo de encargados de la empresa: Por su apoyo en cada uno de los permisos fuera de mis horas de trabajo.

Al profesor Juan Enrique Rosales: Por toda su dedicación y empeño en el desarrollo de esta monografía, al contribuir en mi formación como profesional a base de exigencia y ética.

Al profesor Lic. Miguel Puente Leonor por ser una de las piezas claves en el desarrollo del anteproyecto y durante el desempeño como facilitador de esta monografía.

Jennifer Jorge

AGRADECIMIENTOS

¿Cómo puede alguien decir “gracias” cuando hay tantas personas a quienes agradecer?

Empezare dándole las gracias:

A Dios:

Por haberme dado la capacidad para poder llegar hasta el final de esta carrera de una manera exitosa. También, por haberme prestado este bello tiempo en este planeta y darme así la oportunidad de decidir que quiero lograr en la vida.

A Mi Madre, María Magdalena Duran Romero:

Por ser la persona más directamente responsable de que este libro se haya vuelto realidad es mi madre, que hace que mi vida sea completa. Sin ella yo estaría perdida. Ella me enseñó el amor y la amabilidad. Es la persona más tierna y sana que conozco. Me llena de consejos y me ayuda a luchar por lo que quiero, a comprender que en la vida hay momentos difíciles pero debo de ser fuerte y saberlo sobrellevar. Te agradezco especialmente a ti porque has estado conmigo todos los momentos de mi vida. A ti te debo todas las cosas buenas que obtenga hoy y siempre. TE AMO Muchísimo.

A mi Padre, Francisco Rosario Delgadillo:

Por ser un ejemplo de lo que es luchar para lograr tener algo en la vida. Por haber hecho de mí una persona luchadora y que quiere llegar bien lejos en la vida.

A mi Hermanita, Lysa María Rosario Duran:

Porque ella forma parte de mi vida. Con ella he vivido momentos de tristeza, alegría, conflictos, etc. Ella es súper especial para mí.

A mis Tías Gilman Duran, María Duran, Francisca Rosario, Sagrario Liriano:

Por su apoyo incondicional.

Mi Madrina, Rafaela Bosque:

Por el cariño y apoyo que me ha brindado siempre. También por ser un ejemplo a seguir que me inspira a ser una mujer fuerte y luchadora.

A mis Amigos y Primos:

Porque siempre han estado ahí y a aquellos amigos que llegaron cuando más necesitaba un buen apoyo para aconsejarme y hacerme sonreír: Perla Paola Álvarez Ferreira, Darwin Sánchez, Fidelcany Montero, Edaury Reinoso, Juan Miguel Namnún Ramos, Elizabeth Zarzuela Duran, Yolanda Beatriz Read Peña, Anthony Ferreira Milanés, Geisha Duran, Adalmiris Abad, Andreisis Valentina

Rodríguez, Laury Díaz Soler, Henderson Manuel Díaz Castillo. Los Quiero mucho a todos.

A la profesora Ivelisse Zorob: Por su vocación de servicio. Además, por demostrarnos que en UNAPEC existen personas que están dispuestos a ayudarnos y apoyarnos a lograr nuestros objetivos.

Leticia Rosario

DEDICATORIAS

DEDICATORIAS

Dedico este logro a mis padres, los cuales con tanto anhelo esperaron este momento en mi vida profesional. A ustedes que siempre estuvieron ahí, esto es para ustedes.

Jonathan Tejada

DEDICATORIAS

Este logro se lo dedico a mis padres, por motivarme a seguir adelante inculcándome valores, poniendo en manos de Dios mis sueños en un nuevo reto como profesional.

Jennifer Jorge

DEDICATORIAS

Quiero aprovechar estas breves líneas para dedicarle este trabajo de grado, a todas aquellas personas que de una u otra forma han formado parte de mi vida, dándome su apoyo y su buena vibra a lo largo de mi estadía en este mundo. Es por esto que lo dedico:

A Mi Madre, María Magdalena Duran Romero:

Por haberme llevado en su vientre 9 meses, por darme el don de la vida, porque gracias a ti soy la mujer que soy hoy día, una persona honesta, sencilla, responsable. Por todo tu apoyo y dedicación para conmigo, por aconsejarme en los momentos cruciales de mi vida, por darme aliento y fuerzas para seguir adelante en todo momento, a ti principalmente te dedico este logro, porque desde el momento en que nací hasta el día de hoy has estado ahí siempre, Gracias mami.

Leticia Rosario

INTRODUCCIÓN

En los últimos años en las universidades de nuestro país se presenta la necesidad de abastecer con mayores áreas de estacionamiento los vehículos que integran los cuerpos profesoral y estudiantil. Las salidas y los retornos presenciados dentro de los campus universitarios son una parte influyente en el manejo del tránsito vehicular.

En la Universidad Apec las áreas de estacionamiento representan un gran esfuerzo en logística con altos niveles de seguridad dentro del campus universitario. Una situación preocupante supone ser la cantidad requerida de parqueos para abarcar los vehículos de los estudiantes y profesores.

El impacto que ocasiona la constante matriculación de estudiantes de nuevo ingreso en adición a los estudiantes registrados que utilizan su medio de transporte se ve reflejado en la congestión de las áreas de estacionamiento y posteriormente la pérdida de control en el tránsito vehicular. Por otra parte, la situación que se ocasiona en encontrar áreas de estacionamiento disponible haciendo filas de espera limita a los estudiantes a las llegadas puntuales a clases dando lugar a embotellamientos y como opción a parqueo las calles aledañas al campus.

En aporte a la problemática de estacionamiento solución implica la inversión en una mayor área de parqueo para abarcar todos los vehículos que ingresan al campus universitario.

En consecuencia ParquExpress propone a disposición de Unapec el concepto de servicio de parqueo, ofreciendo un lote con grandes cantidades de parqueo en las proximidades del recinto, transporte para los estudiantes mediante rutas programadas, vigilancia y seguridad a los estudiantes.

CAPITULO I

MARCO GENERAL

1.1 Resumen Ejecutivo.

ParqueXpress, surge como opción a la problemática de parqueo de la Universidad Apec, identificando como necesidad la importancia de abastecer la demanda de estacionamiento de su cuerpo estudiantil registrado y la matriculación de estudiantes de nuevo ingreso que se integran en los periodos de admisiones de oferta académica.

Por otra parte, dicha problemática siempre se ha relacionado con los temas de inasistencias, filas de espera y embotellamientos dentro del campus al ingresar a las áreas de estacionamiento.

En su situación actual, el campus universitario ha suplido solo hasta el 17% de la demanda de abastecimiento de vehículos en los turnos nocturno y vespertino, equivalente a menos de 550 parqueos en resultado la preferencia por parqueadores informales.

Por último, el desarrollo del servicio de parqueo como propuesta comercial, se pretende poner a disposición de Unapec como solución al problema de parqueos antes descrito, el cual afecta a sus estudiantes.

1.2 Definición del Negocio.

Naturaleza del negocio:

El servicio de parqueos de Unapec, consiste en brindar un lote para parqueos vigilado e iluminado, en la avenida Máximo Gómez frente al centro olímpico a menos de 500 metros de la universidad Apec.

Adicional a esto habrá una línea de autobuses que saldrá periódicamente de la universidad al parqueo y viceversa de modo que el trayecto sea rápido, cómodo y seguro para los estudiantes.

El servicio será dirigido a los estudiantes, docentes y personal administrativo de la universidad Apec para que esta lo ponga al servicio de sus estudiantes y de todo el plantel educativo.

Los autobuses, al no pertenecer a la universidad, se prestan para publicidad, ya que delimita un segmento muy específico de personas.

1.3 Definición del Equipo Emprendedor.

En vía de buscar una solución a la problemática de estacionamiento en Unapec como aporte a nuestra formación académica como profesionales y sensibles a las situaciones que afectan a cuerpo estudiantil el cual conformamos.

Entendemos como propuesta viable a este monográfica la innovación y servicio único en modalidad de estacionamiento en la zona aledaña a nuestra institución.

La importancia de llevar a cabo la idea de ParquExpress va en relación a las situaciones que como estudiantes presenciamos durante el tiempo que cursamos nuestra carrera en relación al poco espacio de estacionamiento del recinto, larga espera en filas y la inasistencia a clases.

Nuestro equipo de trabajo se encuentra integrado por las siguientes personas:

✚ **Jonathan Tejada**

Edad: 26 años

Ocupación: Encargado cuentas por cobrar Federal Express desde el año 2005.

Competencias: Dominio de los idiomas inglés y español, capacidad de negociación, Buen manejo de servicio al cliente, trabajo en equipo, adaptación a los cambios.

✚ **Jennifer Jorge**

Edad: 23 años

Ocupación: Coordinadora imagen Grupo Celso Pérez CxA, desde el año 2007 hasta la fecha.

Competencias: Manejo de los idiomas inglés y español, Capacidad de trabajo bajo presión, Buen manejo de las relaciones interpersonales, Trabajo en equipo.

✚ **Leticia Rosario**

Edad: 20 años

Competencias: Conocimiento de los idiomas inglés y español, buenas relaciones interpersonales, capacidad de comunicación oral, trabajo en equipo.

1.4 Misión.

Ser la opción a la solución de la problemática de estacionamiento para los estudiantes de UNAPEC por medio de la oferta de nuestro servicio de parqueos, contribuyendo a las mejoras de filas de espera de vehículos, embotellamientos y asistencia a clases.

1.5 Visión.

Lograr abastecer mediante nuestro lote de parqueo a todos los vehículos correspondientes a los estudiantes UNAPEC activos y de nuevo ingreso cada cuatrimestre.

1.6 **Filosofía-Valores y Cultura.**

- **Puntualidad.** Sabemos que el tiempo es vital para los estudiantes, por eso trabajaremos para ser siempre con el tiempo en mente para brindar un servicio puntual.
- **Responsabilidad.** Estamos comprometidos con la seguridad de los usuarios, tanto como de sus vehículos como de su integridad personal.
- **Servicio.** Dar lo mejor de nosotros cuando se trata de brindar un buen servicio y atención.
- **Trabajo en equipo.** Entendemos que es importante la coordinación de todo nuestro equipo de colaboradores para hacer más eficientes nuestras operaciones.

CAPITULO II

ANÁLISIS DEL ENTORNO

2.1 Regulaciones Gubernamentales y Jurídicas.

Las regulaciones gubernamentales y jurídicas que afectara el servicio de parqueos de Unapec son los siguientes:

- **Ley 241 del 28 de diciembre de 1967, sobre Tránsito de Vehículos.**

Conforme a que se tiene que recurrir al uso de autobuses para transportar a los estudiantes desde el parqueo hacia el recinto de Unapec es fundamental contratar conductores con licencia en vehículos pesados, como lo establece la ley 241 en su primera categoría:

“Para conducir vehículos pesados de motor, destinados al transporte de hasta treinta (30) pasajeros y camiones de dos (2) ejes”

Según el art. 29 sobre quienes podrán conducir vehículos de motor:

Para la obtención de licencia de vehículos pesados, primera (1ra) categoría, será necesario poseer una licencia de vehículo de motor con por lo menos un mes de expedida. Segunda (2da) categoría, será necesario por lo menos durante un año la licencia de vehículo pesado de primera categoría.

Los autobuses deben de tener sus placas y el número de matrícula que los exhibe. El impuesto sobre marbete se pagara anualmente a la dirección general de impuestos internos de acuerdo al año del modelo.

Es responsabilidad de los conductores de los autobuses respetar las señales de tránsito de la vía pública y zona donde transita sin ocupar espacios que no corresponden a estacionamiento de autobuses cerca del recinto de UNAPEC. Por lo tanto, la autoridad metropolitana de transporte puede alegar el otorgamiento de multas.

Los conductores de los autobuses deben tener certificado de buena conducta y certificado de licencia de conducir.

Cada conductor debe de llevar los documentos de propiedad correspondientes sobre el vehículo pesado de motor.

- **Ley No. 3-02 sobre Registro Mercantil.**

El Registro Mercantil es el sistema conformado por la matrícula, renovación e inscripción de los libros, actos y documentos relacionados con las actividades industriales, comerciales y de servicios, que realizan las personas físicas o morales que se dedican de manera habitual al comercio de las cuales son depositarias y dan fe pública las Cámaras de Comercio y Producción, facultadas por la presente ley.

2.2 Macro Entorno Social, Político, Económico y Tecnológico.

El macro entorno social, político, económico y tecnológico en el que se desenvuelve el servicio de parqueos para Unapec, se analiza en las siguientes ventajas y desventajas de los siguientes factores:

<u>Factores Políticos</u>	<u>Ventajas</u>	<u>Desventajas</u>
Asuntos ecológicos/ambientales	Vehículos con Biocombustible.	
Legislación actual en el mercado local		No hay leyes que den facilidades a este tipo de empresas.
Procesos y entidades regulatorias	AMET podría asistirlos e el tránsito de los autobuses.	

<u>Factores Económicos</u>	<u>Ventajas</u>	<u>Desventajas</u>
Situación de la economía local	Crisis económica impulsa a economizar recursos.	
Tendencias de la economía local	Crecimiento de usuarios de vehículos en Unapec.	
Asuntos generales de impuestos		Altas tarifas tributarias.
Estacionalidad y asuntos climáticos		Lluvias podrían entorpecer las actividades del servicio.
Motivadores de los clientes/usuarios	Ofrecerles una solución permanente rápida y segura frente a la problemática del estacionamiento.	

<u>Factores Sociales</u>	<u>Ventajas</u>	<u>Desventajas</u>
Opinión y actitud del consumidor	Aceptabilidad a la idea de una solución de estacionamientos.	
Imagen de la marca la tecnología y la empresa	La empresa estará respaldada por la universidad para los estudiantes.	
Patrones de compra/uso del consumidor/usuario	Alto uso debido a la carencia de estacionamientos.	
Acceso y tendencias de compra/uso	Satisfacer la necesidad de los usuarios.	
Publicidad y relaciones publicas	Imagen de la universidad respaldara la empresa.	

<u>Factores Tecnológicos</u>	<u>Ventajas</u>	<u>Desventajas</u>
Desarrollo tecnológicos de competidores	Servicio exclusivo con Unapec	
Tecnologías asociadas/dependientes	Tecnologías amigables al medio ambiente	
Tecnología/soluciones sustitutas	Metro o vehículos de transporte público	
Información y comunicación	Medios de incentivo de ahorro de combustible y tiempo	
Potencial de innovación	Expansión hacia otros puntos o rutas.	

2.3 Tendencias.

Hace 15 años los estacionamientos era una parte secundaria de un negocio y poseían poca importancia para el desarrollo del mismo; Hoy en día es una de las principales razones de un cliente elegir entre un establecimiento y otro.

En el caso de Unapec, causa muchos contratiempos el hecho de que no puedan satisfacer la demanda actual de parqueos en la tarde, ya que la gran mayoría de los estudiantes que asisten luego de las 5:00 de la tarde, lo hacen en un vehículo privado, causando esto largas filas y embotellamientos en los alrededores del recinto.

Con el aumento constante en los precios de los hidrocarburos estos embotellamientos causan pérdidas de miles de pesos al mes a los estudiantes en combustibles. Sin mencionar las horas de clases a las que no asisten, ya sea por una cola o por el hecho de no encontrar un parqueo en los alrededores.

Otro factor a tomar en cuenta es el factor seguridad, los usuarios desean sentir que su propiedad está segura y libre del riesgo de: vandalismo, maltratos o hurtos. También seguridad hacia su integridad, que a la hora de abordar su vehículo a altas horas de la noche lo hagan con toda confianza y hacerlo en un ambiente vigilado e iluminado.

2.4 Mercado.

La matrícula actual de Unapec la integran 9,052 estudiantes de grado, 1,278 de postgrado y 11,000 de la Escuela de Idiomas. Su cuerpo profesoral lo integran 540 profesores.

La población de estudiantes de nuevo ingreso representa el 14.65% de los estudiantes de postgrado y un 85.35% de los estudiantes de grado de la matrícula actual de Unapec.

En relación a la población que compone la matrícula de Unapec, el estacionamiento representa la disponibilidad de un espacio para guardar o almacenar vehículos a los profesores o estudiantes mientras se encuentren realizando las labores correspondientes a la docencia y asistencia a clases.

Actualmente, el estacionamiento de Unapec se encuentra clasificado por áreas que corresponden a los profesores y estudiantes (Grado y postgrado). Por un lado, los profesores cuentan con parqueo asignados y disponibilidad de horario para estacionar sus vehículos.

Por otra parte, los estudiantes ocupan diariamente sus áreas asignadas conforme a los horarios de clase provocando que el estacionamiento permanezca ocupado y los demás estudiantes recurren a estacionar sus vehículos en las calles aledañas al recinto de Unapec.

Los parqueos informales en las calles a los que recurren los estudiantes se encuentran entre los RD\$30 a RD\$50 pesos. Estos parqueos son asociados a personas que buscan lugar para ofrecer a los estudiantes estacionar cerca del recinto de Unapec una vez el área de estacionamiento del recinto este abastecida.

Sin embargo, la vigilancia y la responsabilidad a danos sobre el vehículo que no tiene carácter de reclamación hacia los parqueadores informales destacando que violan la ley 241 de tránsito vehicular.

2.5 Usuarios.

En el caso particular de la empresa, los usuarios serán los estudiantes, docentes y personal administrativo de la universidad Apec.

2.6 Competencia.

El campus de Unapec cuenta actualmente con 630 parqueos entre estos asignados a los estudiantes de postgrado, estudiantes de grado y el cuerpo profesoral. De esta cantidad de parqueos se utilizan para profesores y estudiantes de postgrado las áreas del edificio cinco y el segundo nivel del parqueo techado del edificio cuatro, lo que deja establecido que menos de 500 parqueos se utilizan para los estudiantes de grado.

A raíz de esta situación, los estudiantes de grado y demás de postgrado que no logran conseguir espacio para estacionarse en su área asignada se inclinan por hacer uso de los servicios de los parqueadores informales, los cuales, se valen de las calles aledañas a Unapec, Cesar Dargam y la avenida México, para estacionar vehículos a un coste sin establecer vigilancia ni garantía sobre daños.

2.7 Grupos Objetivos.

- Consumidores individuales
 - ✓ Estudiantes de grado
 - ✓ Estudiantes de postgrado
- Clientes individuales
 - ✓ Universidad Apec (UNAPEC)

2.8 Perfil de Consumidores.

- Estudiantes de UNAPEC conscientes de la importancia de habilitar un mayor espacio de estacionamiento para preservar la seguridad de sus vehículos.
- Estudiantes de UNAPEC preocupados por hacer largas filas de espera en busca de parqueo para estacionar sus vehículos y asistir a clases.

2.9 Perfil de Clientes.

Institución Unapec preocupada por abastecer con un mayor espacio de estacionamiento la cantidad de vehículos de todo su cuerpo estudiantil.

2.10 Proveedores.



Distribuidora Corripio

Se encargara de proveernos los equipos electrónicos que se utilizarán para la transmisión de publicidad visual a través de pantallas LCD que se instalarán en los autobuses. Así también como de los electrodomésticos a usar en la oficina, acondicionadores de aire, bebederos entre otros.



Delta Comercial

Importador de vehículos y representante exclusivo de las marcas Toyota Y Lexus, nos proporcionara los autobuses a utilizar en el transporte de los estudiantes del lote de parqueos hacia la universidad. Así mismo, proveerá de mantenimiento a los autobuses.



G4S

La empresa de seguridad G4S proporcionará los servicios de vigilancia dentro del parqueo, velando así por la integridad de los vehículos en el lote y también, por el acceso al mismo.



Hylsa Distribuidora de Gomas y Tubos

Es una empresa importadora de neumáticos, reconocida en el ámbito nacional como una de las empresas líderes en el mercado, esta suplirá los autobuses con gomas de alta calidad.



Office Depot

Es una compañía de origen norteamericana, tendrá la contrata de material gastable y de oficina.



Muebles Omar

Suplirá la oficina administrativa con modernos sillones y escritorios.



Cecomsa

Estará a cargo de proporcionar los ordenadores y maquinaria informática como la impresora multifuncional.

CAPITULO III
ANÁLISIS COMPARATIVO

3.1 Análisis FODA.

Fortalezas

- Se cuenta con el apoyo directo de Unapec.
- Servicio innovador y único en la zona.
- Vigilancia constante de vehículos.
- Estacionamiento con gran número de parqueos.

Oportunidades

- Utilización de combustibles amigables al ambiente, dando así una mejor imagen de la empresa.
- Ampliar la solución de estacionamiento a otras universidades del país con problemáticas de parqueo.
- Dar servicios de asistencia vehicular para vehículos con problemas.
- Posibilidad de utilizar próximamente el biodiesel como combustible.

Debilidades

- Alto flujo de vehículos en la ruta de autobuses, propensos a embotellamientos.
- Dificultad para cumplir los horarios por retrasos debido al tráfico.
- Falta de aceptación por parte de estudiantes.

Amenazas

- Aumento en los precios de los combustibles.
- Desencanto de los usuarios por retrasos.
- Revoque del contrato del lote de estacionamientos.

3.2 Recursos y Capacidades.

	Alto	Medio	Bajo
Cercanía con el consumidor	X		
Calidad del Servicio	X		
Innovación	X		
Marca			X
Precio conveniente	X		
Gestión		X	
Capital de trabajo			X
Cobranza	X		
Logística	X		
Marketing		X	

3.3 Factores Críticos de Éxito.

-  Adecuado mantenimiento de la flotta de autobuses.
-  Cumplimiento de los horarios.

CAPITULO IV
OBJETIVOS CUANTITATIVOS Y
CUALITATIVOS

4.1 Cuantitativos.

- Obtener ventas de RD\$ 8,900,000.00 en el primer año de operación.
- Vendiendo 49,330 servicios de parqueos anuales.
- Con un margen operacional de un 40% para el 5to. Año.
- Con una rentabilidad de 29.2%.

4.2 Cualitativos.

- Aliviar las congestiones vehiculares en los alrededores de Unapec.
- Reducir las filas para parqueos.
- Promover el uso del transporte colectivo.

CAPITULO V
ESTRATEGIAS GENERALES

5.1 Productos y Servicios.

En adición al servicio de parqueos que brindaremos a la universidad Apec, se pretende habilitar los autobuses con 2 pantallas LCD cada uno, con el fin de vender espacios publicitarios para un mercado ya delimitado como son los estudiantes universitarios de 17 a 25 años.

Además de las pantallas, se les colocará a los autobuses espacios para colocar publicidad adicional, ya que el trayecto de los autobuses posee un recorrido a través de dos de las principales arterias de la ciudad, la Av. Máximo Gómez y la Av. 27 de Febrero.

5.2 Segmento de Mercado.

Nuestro segmento de mercado está concentrado en dos grupos:

- Segmento estudiantil de Unapec (estudiantes de grado y postgrado).
- Segmento del cuerpo administrativo y docente de Unapec.

5.3 Clientes.

El público objetivo que ParqueXpress desea captar para idealizar sus servicios de parqueo va referido a:

- *La universidad Apec (Unapec) como institución con problemáticas de espacio de estacionamiento en sus instalaciones.*

5.4 Mercado Geográfico.

La implementación de este proyecto se llevara a cabo en las áreas aledañas del recinto de Unapec de la avenida Máximo Gómez en la ciudad de Santo Domingo, República Dominicana.

5.5 Nivel de Integración.

El nivel que contemplara la empresa es vertical, ya que pretende realizar alianzas estratégicas y brindar publicidad por intercambio.

5.6 Recursos y Capacidades Internas.

- Innovación.
- Calidad en el servicio.
- Servicio.

5.7 Políticas de la Organización.

- Mantener la actualización en los procesos claves de la empresa para llevar a cabo el cumplimiento de la misión que define la organización.
- El establecimiento de los protocolos de seguridad que dan lugar a las operaciones de la empresa.
- invertir periódicamente en el mantenimiento de las instalaciones del lote de parqueo y recursos tecnológicos de vigilancia.
- El establecimiento y cobro de tarifas se ejecutara mediante la relación directa con Unapec procurando que solo el cuerpo estudiantil de Unapec tenga acceso al lote de parqueo.
- Las sugerencias y reclamaciones serán tomadas en cuenta para fines de evaluación del servicio de parqueo y el personal de vigilancia en vista de ser más competitivos satisfaciendo las necesidades del cliente.
- La creación y actualización de un manual sobre los parámetros de señalización, ambientación y gestión del lote de parqueo.

CAPITULO VI

PLANES OPERATIVOS

6.1.- Plan de Mercado.

6.1.1 Mercado Objetivo.

Nuestra investigación demostró que la universidad Apec está muy interesada en resolver la problemática que aqueja los estudiantes con relación a la falta de estacionamientos dentro del recinto.

Aproximadamente el 40% del total de la población de Unapec utiliza vehículos privados, de dicho mercado total y descontando el total de espacios para parqueo habilitados por la universidad, nos lleva a contar con un mercado potencial de 6,111 posibles clientes, de los cuales pretendemos abarcar un 60% de participación, permitiéndonos obtener un mercado objetivo de 3,667 usuarios.

<u>Mercado Objetivo</u>	
<u>ParqueXpress</u>	
	Cantidad Demanda
Estudiantes Grado	3,620.80
Estudiantes Postgrado	1,150.20
Estudiantes Idiomas	1,870.00
Mercado Total	6,641.00
Parqueos Habilitados APEC	(530.00)
Mercado Potencial	<u>6,111.00</u>
60% Participación	<u>3,667.21</u>

6.1.2 Estrategia Competitiva.

La estrategia competitiva será Brindar un servicio de calidad, a tiempo y ofrecer una seguridad real, de este modo asegurando la satisfacción plena de los estudiantes.

6.1.3 Ventaja Competitiva.

Nuestra ventaja competitiva más destacada, es la alianza que tendremos con la universidad Apec, la cual dará fuerza y añadirá confianza a la empresa, así también como el mismo fin de la empresa, que pretende resolver una problemática que permitirá a los estudiantes el ahorro de tiempo y dinero.

6.1.4 Estrategia de Posicionamiento.

Nuestro servicio al ser complementario a la cartera que ofrece Apec, contará con el mismo grado de calidad en sus actividades como la universidad misma. Esta supervisará y trazará pautas de calidad para la empresa.

6.1.5 Estrategia de Precio.

La estrategia de la fijación de precio tiene varias vertientes, puede ser un servicio subsidiado parcial o total por la universidad, puede ser un cargo adicional a la matrícula del estudiante, tomando en cuenta la población general o

puede, además de cargar el monto completo del servicio más un adicional que quisiese cobrar por la gestión del cobro.

6.1.6 Estrategia de Información del Mercado.

Para mantenernos informados acerca de las necesidades de los usuarios y de cómo estemos operando, tendremos inspecciones periódicas de las instalaciones y los autobuses y contaremos con buzones de sugerencia que se transformaran en potenciales servicios adicionales que se podrían brindar en un futuro próximo, dependiendo de la complejidad de los mismos.

6.1.7 Estrategia de Comunicación.

La estrategia de comunicación la manejará la universidad ya que será un servicio para los estudiantes, acomodada a las necesidades de Unapec.

6.1.8 Estrategia de Marca.

The logo for 'ParqueXpress' features the word 'Parque' in a bold, blue, sans-serif font. The letter 'X' is a large, stylized red 'X' with a slight 3D effect. The word 'press' is in a lighter blue, sans-serif font, appearing to be part of the same word as 'Parque'.

Nuestro logo consiste en el nombre de la empresa utilizando los colores de Unapec, azul, rojo y blanco.

Posee un diseño simple y moderno por la tipografía y el diseño de la letra x en el centro del logo, funge como identificador de la marca.

Representa confiabilidad, rapidez y modernidad, ya que estaremos muy ligados a Unapec, un logo elaborado no sería adecuado, ya que causaría un desbalance en la percepción del usuario.

6.1.9 Estrategia de Promoción.

Los anuncios publicitarios en los autobuses serán promocionados por un representante de ventas, que se encargara de la cartera de clientes y maneja la promoción de dicho servicio, ya que por el momento la publicidad se limita a los laterales, parte trasera del autobús y a la ventana de aproximadamente 15 minutos que tiene el autobús entre el lote de parqueo y la universidad (y viceversa), para colocar anuncios televisivos.

6.2 Plan de Ventas.

En cuanto a su actividad primaria la cual es ofrecer el servicio de parqueos para la universidad Apec, se ha sugerido un precio de 400 pesos por estudiante por cuatrimestre el cual permitirá que los costos se balanceen equitativamente y la caga no se desplace solo a un grupo de estudiantes.

Así mismo Unapec se reservaría el derecho de subsidiar una parte de la tarifa o proceder a aumentarla en caso de que considere cobrar un cargo adicional al que ParqueXpress le ofrecería por manejar la cobranza de dicho monto.

6.2.2 Proyección de Ventas.

Proyecciones de Ventas ParqueXpress

DEMANDA ESPERADA		Año 1	Proyección de Ventas Anuales				
Totales por Año	Base	Tasa Anual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Parqueos	3,667	5.0%	49,330	62,562	64,439	66,372	68,363
Publicidad Impresa	8	5.0%	108	136	141	145	149
Publicidad Anuncios	35	5.0%	471	597	615	633	652
Totales			49,908	63,296	65,194	67,150	69,165

6.3 Plan Organizacional

ParqueXpress contara con una organización estructural relativamente simple, se conformara por un administrador general el cual tendrá a su cargo velar por el buen funcionamiento de las operaciones de transporte y el buen estado del lote de parqueos así como las negociaciones y toma de decisión en reuniones que se tendrán con el personal administrativo de Unapec.

Tendrá bajo su mando el cuerpo de ventas conformado por un ejecutivo de ventas el cual se encargara de presentar formalmente los servicios de publicidad que ofreceremos y manejar la cartera de clientes.

Los conductores tendrán a su cargo el manejo de los autobuses y supervisarán el funcionamiento de los mismos.

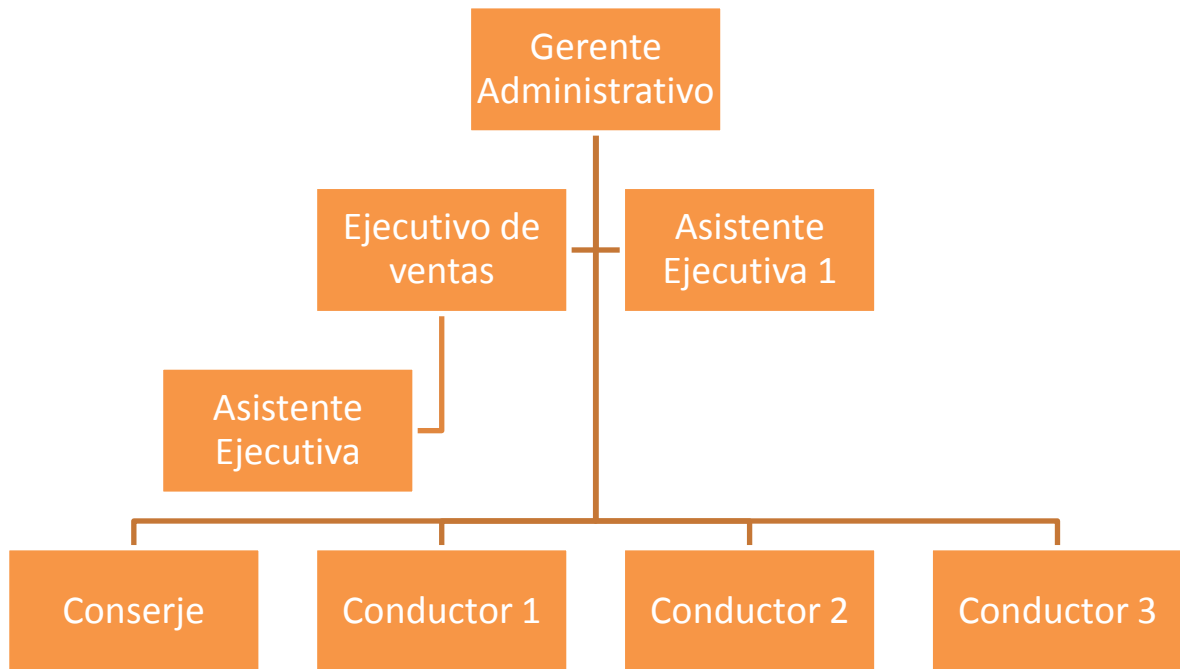
Las asistentes administrativas tendrán la tarea de apoyar en sus funciones al ejecutivo de ventas y al administrador general.

El conserje será el encargado del buen funcionamiento, mantenimiento y limpieza del área de parqueos.

6.3.1 Estrategia de Organización.

Dentro del nivel más alto de la empresa se necesitara la posición del gerente administrativo, quien tendrá a cargo líneas de apoyo tales como el ejecutivo de ventas y dos asistentes administrativas. De forma directa dependerán las posiciones de un conserje y tres conductores que realizaran las operaciones propias del lote de parqueo.

6.3.2 Organigrama.



6.3.3 Perfil de los Empleados.

Posición	Preparación	Experiencia	Funciones
	Licenciado en Administración de Empresas	1 año de experiencia en manejo de personal	Coordinar los esfuerzos de los conductores y trazar rutas alternas en caso de ser necesario
Gerente Administrativo		5 años de experiencia en área de servicios	Ser el enlace entre Unapec y ParqueXpress Y mantener la coordinación entre ambos
	Amplios conocimientos en materia de coordinación y logística		Supervisar a los demás empleados de tal forma que ayude a su desempeño en la empresa

Posición	Preparación	Experiencia	Funciones
	Bachiller	Mínimo 4 años en manejo de vehículos pesados	Conducir los autobuses que transportaran a los usuarios al recinto universitario
Conductor	Licencia al día de vehículos pesados		Realizar chequeos mecánicos generales a los autobuses diariamente

Posición	Preparación	Experiencia	Funciones
	Estudiantes de administración, mercadeo o carreras	2 años de experiencia en servicio al cliente	Dar apoyo a la labor del ejecutivo de ventas y el gerente administrativo
Asistentes Administrativos	Afines (preferiblemente 3er cuatrimestre en adelante)		Atender llamadas entrantes
			Recibir clientes en las oficinas administrativas

Posición	Preparación	Experiencia	Funciones
		Ninguna requerida	Velar por el buen mantenimiento de las instalaciones de parqueo
Conserje	8vo curso	Papel de buena conducta. Buenas relaciones personales	Realizar recorridos de rutina en el parqueo

6.4 Plan de Investigación y Desarrollo.

La empresa constantemente realizara revisiones de las rutas utilizadas, siempre buscando rutas alternas dependiendo de los imprevistos que se puedan presentar, ej. Conciertos en el estadio olímpico, obras con asistencia masiva en el teatro nacional, clausura de túnel de la J.F. Kennedy con Máximo Gómez, etc. También la empresa está a la espera de una inversión anunciada de empresarios Dominicanos a cerca de instalar un proyecto que produciría Biodiesel localmente a partir del año 2015 en la región este.

Por último, se están estudiando nuevos métodos para la implementación de servicios adicionales como un car wash móvil, el cual por una tarifa lavaría el auto de los estudiantes, en el tiempo que les toma recibir clases.

6.5 Plan de Operación y Logística.

El proceso del servicio de parqueos se desarrolla de la siguiente manera:

El estudiante, luego de las 5:10 P.M. tendrá acceso al lote de parqueos, siempre y cuando su vehículo esté debidamente identificado. A las 5:40 P.M. saldrá el primer autobús con los estudiantes que se encuentren a bordo en el momento, los estudiantes que arriben luego de dicha hora, abordaran el segundo autobús que partirá a las 6:00 P.M. del estacionamiento, en caso de que en cualquiera de las dos momentos de partida, el autobús designado este completamente lleno, se procederá con un 2do. Autobús que llevara a los estudiantes restantes. Está previsto que si ocurre que 2 autobuses partieron a las 5:40 P.M. y el autobús previsto para partir a las 6:00 P.M. se encuentre lleno, para entonces uno de los autobuses que partió anteriormente habrá regresado.

Luego se procederá un autobús cada veinte minutos que aparcara en Unapec hasta que otro autobús ocupe su lugar, esta operación se realizara hasta las 10:00 P.M. en la última fase de la jornada (9:00 P.M. a 10:00 P.M.), el tiempo entre viajes se reducirá y los autobuses irán sin parar debido a la concurrencia de estudiantes a dicha hora.

6.6 Plan Administración y Finanzas.

- Inversión en autobuses.
- Entrenamientos en conducción defensiva.
- Acondicionamiento de área de parqueos.
- Coordinación con equipo de seguridad Unapec.

6.6.1 Riesgo y Acciones Preventivas.

✚ Escasez de combustible.

- a. Tener el tanque de los autobuses siempre con más de 50% de su capacidad
- b. Contactos con suplidores independientes y a domicilio

✚ Accidentes.

- a. Póliza de seguro contra accidentes y daños a terceros.
- b. Servicio de asistencia vial.

✚ Embotellamientos.

- a. Vigías, detectando el flujo de vehículos para hacer cambios en el horario de partida.

CAPITULO VII

EVALUACIÓN FINANCIERA

7.1 Flujo de Efectivo (Ingresos, costos, egresos).

La evaluación económica del Proyecto ParqueXpress, analizado en un periodo de 5 años, permite obtener una TIR del 52% y un VAN de RD\$7,491,220.59, con una tasa de descuento de un 15%. Lo que indica que el proyecto es viable y rentable en el mediano y largo plazo.

Estado de Resultados ParqueXpress (Miles de RD\$)

Ítem de Resultados	Periodo Anual						Total
	0	1	2	3	4	5	
Ingresos por Ventas		8,901	11,289	11,628	11,977	12,336	56,131
Costos Materias Primas		-	-	-	-	-	-
Otros Costos Directos		(648)	(667)	(684)	(701)	(719)	(3,420)
Margen de Explotación		8,253	10,622	10,944	11,275	11,617	52,711
Gasto General		(5,682)	(6,137)	(6,290)	(6,447)	(6,608)	(31,164)
Gasto de Venta Variable		-	-	-	-	-	-
Marketing		-	-	-	-	-	-
Gasto de venta Fijo		-	-	-	-	-	-
Resultado Operacional		2,571	4,485	4,654	4,828	5,009	21,188
Otros Ingresos No Operacionales		-	-	-	-	-	-
Gastos Financieros		-	-	-	-	-	-
Amortización Intangibles		-	-	-	-	-	-
Otros Gastos No Operacionales		-	-	-	-	-	-
Resultado No Operacional		-	-	-	-	-	-
Utilidad antes de impuestos		2,571	4,485	4,654	4,828	5,009	21,188
Impuesto a la Utilidad (17%)	-	437	762	791	821	851	3,663
Utilidad después Impuestos	-	2,134	3,723	3,863	4,007	4,157	17,525
EBITDA		2,571	4,485	4,654	4,828	5,009	21,547
% Ebitda		29%	40%	40%	40%	41%	38%

7.2 Inversiones.

La inversión inicial requerida es de RD\$8,534,105.62 pesos, dentro de los cuales se considera el capital de trabajo, mobiliario y equipos, tecnología, entre otros.

PARQUEXPRESS Inversión del Proyecto RD\$	
Descripción	Monto
Mobiliario y Equipo de Oficina	163,398.64
Tecnología	120,000.00
Infraestructura (Iluminación)	435,500.00
Capital de Trabajo	4,900,000.00
Total de Inversión	5,618,898.64

7.3 Sensibilizaciones.

Estado de Resultados (Miles de RD \$)

Item de Resultados	Periodo Anual						Total
	0	1	2	3	4	5	
Ingresos por Ventas		8,901	11,289	11,628	11,977	12,336	56,131
Factor de Sensibilización		80%	80%	80%	80%	80%	80%
Ingresos Corregidos		7,121	9,031	9,302	9,581	9,869	44,905
Costos Materias Primas		-	-	-	-	-	-
Otros Costos Directos		(648)	(667)	(684)	(701)	(719)	(3,420)
Margen de Explotacion		6,473	8,364	8,618	8,880	9,150	41,485
Gasto General		(5,682)	(6,137)	(6,290)	(6,447)	(6,608)	(31,164)
		(72)	(72)	(72)	(72)	(72)	(719)
Resultado Operacional		719	2,155	2,256	2,361	2,470	9,602
Resultado No Operacional		-	-	-	-	-	-
Utilidad antes de impuestos		719	2,155	2,256	2,361	2,470	9,602
Impuesto a la Utilidad (17%)	-	122	366	384	401	420	1,693
Utilidad despues impuestos	-	597	1,789	1,873	1,960	2,050	7,909
EBITDA		791	2,227	2,328	2,433	2,542	10,321
% Ebitda		11%	25%	25%	25%	26%	23%

Aun sensibilizado a un 80% las actividades son sostenibles y rentables, lo que demuestra lo resistente que es el proyecto a un decrecimiento de un 20% en las ventas.

7.4 Cálculo de VAN, TIR y otros Indicadores Financieros.

Luego de aplicar el análisis financiero correspondiente afloran los siguientes resultados financieros:

7,491	VAN
52%	TIR

Con un periodo de recuperación de la inversión inicial de:

PRI= 2 AÑOS Y 11 DÍAS

7.5. Requerimientos de Fondos de Inversión.

Para llevar a cabo el proyecto necesitamos una inversión de RD\$5,618,898.64 pesos, para inicial la operatividad de la empresa.

7.6. Estrategias de Búsqueda de Financiamiento.

- ❖ Fondos personales.
- ❖ Préstamos bancarios.
- ❖ Alianzas estratégicas.
- ❖ Asistencia por parte de la universidad.

CONCLUSIÓN

Al concluir el presente proyecto de Servicios de Parqueo para los Estudiantes de Unapec, estamos seguros de representar una opción muy atractiva enfocada a contribuir al desarrollo de una mejor gestión y logística en el tránsito vehicular dentro del campus universitario. Entendemos que la iniciativa emprendida va conectada a las necesidades de los alumnos visualizando la oportunidad de innovación en el marco de servicio de un concepto de parqueo expreso en búsqueda de solucionar dicha problemática, que desde varios años comprende una gran realidad a tratar por parte de las autoridades de Unapec.

Impulsados por promover el cambio en base a la actual y única opción de parqueo que ofrece el campus de Unapec, se pretende captar la atención de los estudiantes conscientes de la importancia de mantenerse confiados con un nuevo sistema de estacionamiento con altos niveles de calidad, seguridad y vigilancia.

Esta iniciativa innovadora supone que a los (5) cinco años el servicio de parqueo tendrá la acogida de más del 31 % del mercado de estudiantes de Unapec entre ellos destacando grado, postgrado y escuela de idioma que integran la matrícula actual de la Universidad con un total de 21,330 personas.

La propuesta se muestra muy interesante ante la situación actual de la problemática de estacionamiento de Unapec en vista de proporcionar mejoras en el desahogo de las calles aledañas al campus, comprometida como institución a respetar la ley 241 de tránsito vehicular, el logro de la reducción a las tardanzas a clases en un 15% y en vista de reducir las ausencias en un 5%.

RECOMENDACIONES

Luego de concluir nuestro proyecto recomendamos que sea una prioridad para la universidad la implementación de este importante plan de negocios, a razón de ofrecer este tipo de servicios permitirá a la institución enfocar su atención al beneficio de los estudiantes, personal docente y empleados de la misma.

Sin duda, este proyecto busca indeteniblemente proveerle un sin número de facilidades, de las cuales podríamos citar su distinguida contribución al medio ambiente incluyendo el uso de biodiesel en los vehículos, lo que evita la producción de dióxido de carbono en exceso y disminuye la contaminación ambiental, la reducción de las ausencias en los estudiantes, el desahogo de las calles aledañas al campus beneficiando en gran medida a la comunidad, y el logro de la reducción a las tardanzas en las clases.

Cabe destacar que es de vital importancia para la educación dominicana facilitar el desplazamiento de los estudiantes dentro de los campus universitarios, además de que es un compromiso con cada uno de los futuros profesionales en distintas carreras, es un compromiso con el país y su desarrollo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Libros

Mateo dueñas, R., Sagarra, R. y Mateo, R (2004). CREACION DE EMPRESAS: TEORÍA Y PRACTICA. **España:** McGraw-Hill / Interamericana de España, S.A.

Páginas web

Unapec.edu.do

Degerencia.com

www.dggtt.gov.do/Descargas/Ley241.pdf

CAPITULO VIII

ANEXOS

UNIVERSIDAD APEC

(UNAPEC)



DECANATO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

**“Diseño de un Plan de Negocios de una empresa de servicios de parqueo
para los estudiantes de UNAPEC”**

Sustentantes:

Jonathan Tejada Brea

2004-1632

Jennifer Natalia Jorge Zaiter

2006-2164

Leticia Rosario Duran

2009-0385

Asesor Titular

Ing. Juan Enrique Rosales

Asesor auxiliar

Lic. Miguel Puente Leonor

**Anteproyecto De La Monografía Para Optar Por El Título De Licenciado En
Administración De Empresas**

Distrito Nacional, República Dominicana.

2012

“Diseño de un Plan de Negocios de una empresa de servicio de parqueo para los estudiantes de UNAPEC”

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

Debido a que los estudiantes de la Universidad APEC comparten el descontento en los temas de tránsito vehicular y transporte público, cada vez más se vuelve tendencia la adquisición masiva de vehículos, en su mayoría estudiantes empleados que se encuentran limitados por el tiempo para desplazarse hacia el centro docente, una realidad actual en cuanto a los estacionamientos o parqueos es la carencia de espacio físico para abarcar grandes cantidades de vehículos que surge por la matriculación cuatrimestral de estudiantes activos y nuevos estudiantes admitidos .

Conscientes de esta situación, se pretende brindar una solución segura y confiable sobre el concepto de empresa de servicios de parqueo, basada en el arriendo de un amplio terreno de parqueos cercano a la universidad donde los estudiantes estacionen su vehículo y cuenten con un flotilla de autobuses que los transporte desde el lugar de parqueo hacia el centro docente, teniendo en cuenta que las salidas y retornos de los autobuses serán programadas según un calendario que coincida con los horarios de clase de los estudiantes. Además, estos autobuses podrán ser utilizados por la empresa para publicitar marcas y eventos como modo de ingreso secundario. Esta empresa de servicios de

parqueo mediante un contrato con la Universidad APEC establecerá un sistema de pago para este servicio con cargo a matrícula.

De esta forma, podemos destacar que los estudiantes se resisten a estacionar sus vehículos en las calles para evitar robo o daño, lo que provoca largas colas de espera en el parqueo de la Universidad, embotellamientos y contribuye a la inasistencia en clases.

2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.

a) Objetivo general

El objetivo general es el diseño de un plan de negocios para una empresa de servicios de parqueo para los estudiantes de Unapec.

b) Objetivos específicos

- 1.** Evaluar la viabilidad comercial de la empresa de servicios de parqueo para los estudiantes de Unapec, identificando el mercado, competencia, consumidores potenciales, ventajas competitivas.
- 2.** Evaluar la viabilidad técnica de la empresa de servicios de parqueo para los estudiantes de Unapec, identificando las posibilidades materiales, físicas de producir el bien o servicio, analizando los costos directos e indirectos de fabricación.
- 3.** Evaluar la viabilidad de Gestión de la empresa de servicios de parqueo para los estudiantes de Unapec, identificando las capacidades administrativas y de gestión para el emprendimiento del proyecto, identificando las condiciones necesarias para el buen funcionamiento del

proyecto de orden funcional y estructural (organigrama, manual de funciones y procedimientos, estrategias operativas).

4. Evaluar la viabilidad Jurídica de la empresa de servicios de parqueo para los estudiantes de Unapec, considerando las regulaciones jurídicas existentes que hacen viable el proyecto.
5. Evaluar la factibilidad financiera de la empresa de servicios de parqueos para los estudiantes de Unapec, estimando la rentabilidad de la inversión, considerando el flujo de recursos financieros (ingresos, costos, egresos) las inversiones y fuentes de financiamiento.

3. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.

3.1 Justificación práctica.

El Objetivo principal de nuestro proyecto es la creación de una empresa de servicios de parqueo que ofrezca a los estudiantes de Unapec una solución al problema que enfrentan a la hora de asistir a recibir docencia en hora pico, además ofreciendo seguridad, confiabilidad y puntualidad al momento de desplazarse desde y hacia el centro docente.

Además, entendemos que la problemática del espacio físico en los parqueos representa un gran desperdicio en combustibles, pérdida de clases por parte de los estudiantes y congestión del tránsito vehicular en las calles de acceso a la universidad.

Para el desarrollo de este plan de negocios vamos a aplicar todos los conceptos del pensum de administración de empresas que hemos venido cursando a lo largo de la carrera.

De la misma forma, nuestro tema está enfocado a solucionar la problemática de parqueo de Unapec, aportando una ventaja competitiva en cuanto la seguridad y puntualidad en nuestro servicio por medio de nuestra propia flotilla de autobuses a los estudiantes del centro docente.

El resultado de este plan de negocios promete ser un buen material para los estudios de temas afines dentro de las asignaturas del pensum.

4. TIPO(S) DE INVESTIGACIÓN.

Utilizaremos el tipo de investigación descriptiva, ya que esta consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables.

5. MARCOS DE REFERENCIA

5.1 Marco teórico

Antecedentes

Actualmente existe un enfoque similar a los servicios de parqueo para estudiantes implementado por la Universidad INTEC, sin embargo no visto como oportunidad comercial desde el punto de vista de creación de empresa. Esta

propuesta se ha llevado a cabo gracias a donaciones de los autobuses por parte del gobierno Japonés y solicitud al ministerio de educación superior, ciencia y tecnología (MESCYT) de otorgarle una parte del parqueo del jardín botánico cercano a la universidad, su naturaleza es brindar una solución a su problemática de espacio físico sin fines de lucro.

5.2 Marco conceptual

5.3 Marco espacial

Este plan de negocio se desarrollara para ser aplicado en Santo Domingo Republica Dominicana, en terrenos aledaños a los recintos de UNAPEC.

5.4 Marco temporal

El periodo de ejecución del proyecto es desde febrero hasta abril de 2012.

6. MÉTODOS, PROCEDIMIENTOS Y TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN

6.1 Métodos

Para el desarrollo de esta investigación vamos a utilizar el método inductivo, mediante el cual se obtienen conclusiones generales a partir de fenómenos particulares.

6.2 Procedimientos y técnicas

Para la obtención de la información práctica y operativa utilizaremos formularios en forma de encuesta, los cuales, permitirán conocer el conocimiento de las motivaciones, actitudes y opiniones de las personas investigadas. De esta forma, de la encuesta parte el cuestionario que se realizara con preguntas cerradas dirigido a los estudiantes.

7. Contenido

I.- Marco General

1. Resumen ejecutivo
2. Definición del Negocio
3. Definición del Equipo Emprendedor
4. Visión
5. Misión
6. Naturaleza del Negocio
7. Filosofía- Valores y Cultura

II.- Análisis de Entorno

- 1.- Regulaciones Gubernamentales y Jurídicas
- 2.- Macro Entorno, social, político, económico y tecnológico
- 3.- Tendencias
- 4.- El Mercado
- 5.- Consumidores
- 6.- Competencia
- 7.- Grupos Objetivos
- 8.- Perfil de Consumidores

9.- Perfil de Clientes

10.-Proveedores

III.- Análisis Comparativo

1.- Análisis FODA

2.-Recursos y Capacidades

3.- Factores Críticos de Éxito

IV.- Objetivos cuantitativos y cualitativos

V.- Estrategias Generales

VI.- Planes Operativos

1.- Mercadeo

2.- Ventas

3.- Organizacional

4.- Investigación y desarrollo

5.- Operación y Logística

6.- Administración y Finanzas

VII.- Evaluación Financiera

1.- Flujo de Efectivo (Ingresos, costos, egresos)

2.- Inversiones

3.- Sensibilizaciones

4.- Calculo de Van, Tir y otros Indicadores Financieros

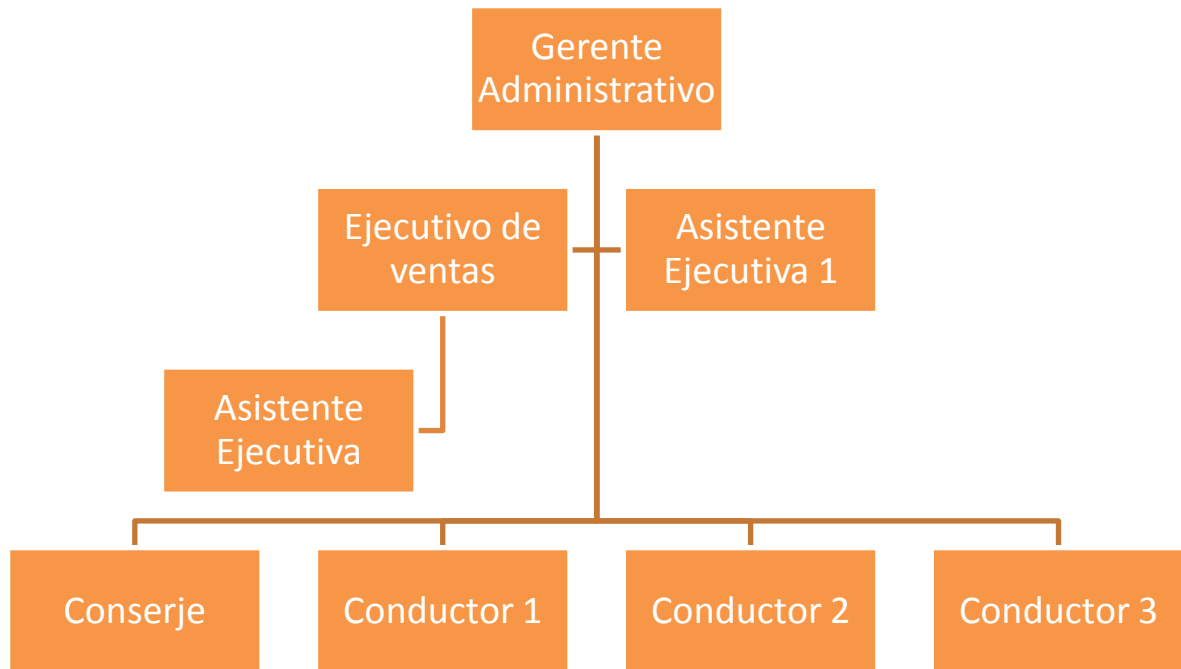
5.- Requerimientos de Fondos de Inversión

6.- Estrategias de Búsqueda de Financiamiento

VIII. Anexos

- 1.- Organigrama
- 2.- Modelo de Negocios
- 3.- Flujo
- 4.- Otros anexos

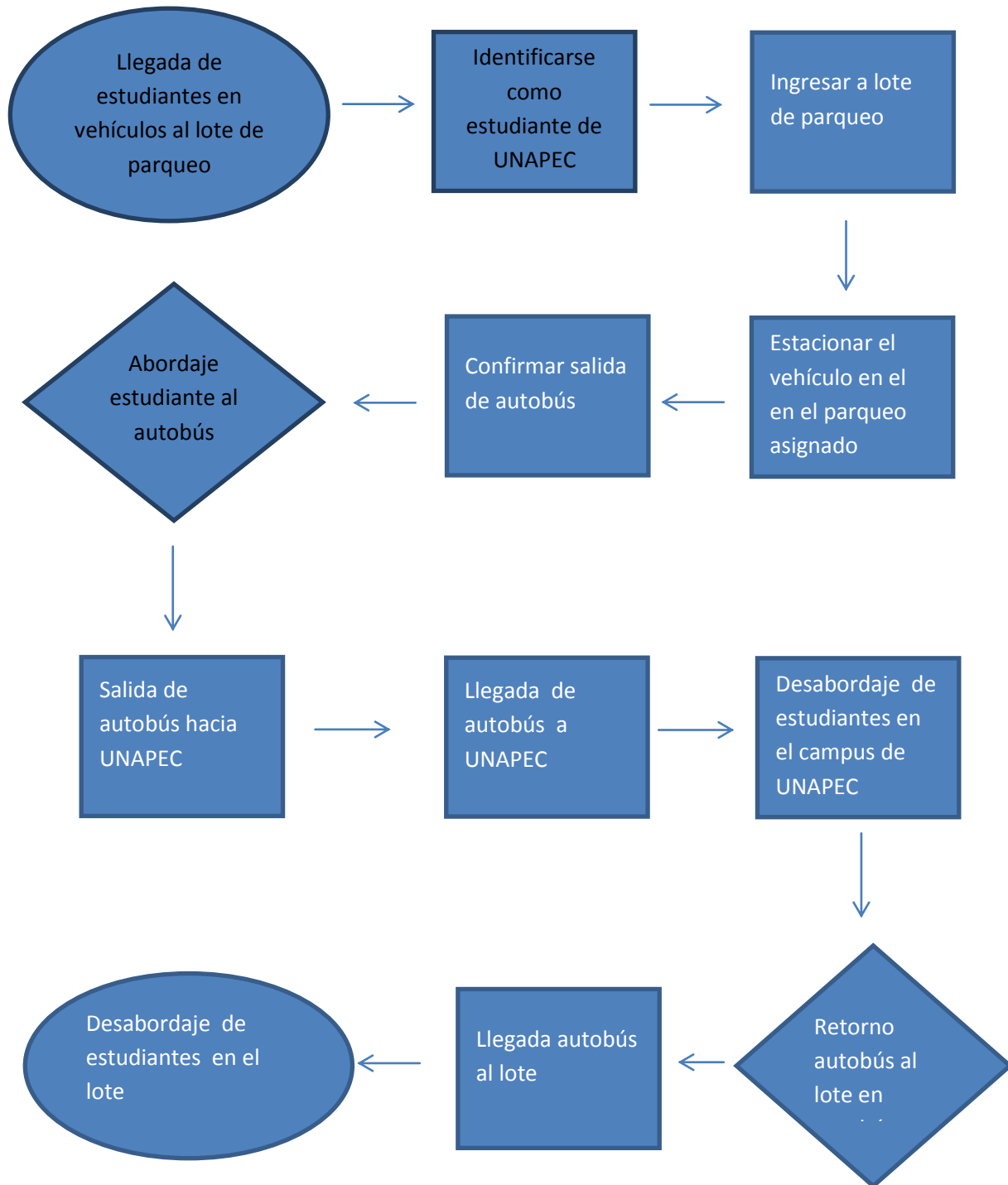
8.2. ANEXO II. “Organigrama”



8.3. ANEXO III. “Modelo de Negocios”

Un servicio de parqueos vigilados con transporte hacia el recinto estudiantil Unapec.

8.4. ANEXO IV. “Diagrama de Flujo”



8.4. ANEXO V. “Cuadros Financieros”

✓ Flujo de Caja:

Evaluacion Flujo de Caja (Miles de RD \$)

	Periodo Anual						
	0	1	2	3	4	5	Total
Ingresos	-	8,901	11,289	11,628	11,977	12,336	56,131
	-	4,933	6,256	6,444	6,637	6,836	31,107
	-	1,614	2,047	2,109	2,172	2,237	10,179
	-	2,354	2,986	3,075	3,167	3,262	14,845
Egresos	-	6,330	6,804	6,974	7,148	7,327	34,584
Costos Fijos de Produccion	-	648	667	684	701	719	3,420
Gastos Generales	-	5,682	6,137	6,290	6,447	6,608	31,164
Utilidad antes de impuestos	-	2,571	4,485	4,654	4,828	5,009	21,547
Impuesto a la Utilidad (25%)	-	437	1,121	1,163	1,207	1,252	5,181
Utilidad despues Impuestos	-	2,134	3,364	3,490	3,621	3,757	16,366
(+) Depreciación , amortización e intereses	-	2,134	3,364	3,490	3,621	3,757	16,366
							-
Inversiones							-
Equipos e Infraestructura	(769)	-	-	-	-	-	-
Capital de Trabajo	(4,900)	-	-	-	-	4,900	4,900
Flujo de Caja Neto	(5,669)	2,168	3,398	3,490	3,655	8,691	21,402
Flujo de Caja Neto Acumulado		(3,501)	(103)	3,387	7,043	15,733	22,559

✓ **Estado de Resultados:**

Estado de Resultados

(Miles de RD \$)

Item de Resultados	Periodo Anual						Total
	0	1	2	3	4	5	
Ingresos por Ventas		8,901	11,289	11,628	11,977	12,336	56,131
Factor de Sensibilización		80%	80%	80%	80%	80%	80%
Ingresos Corregidos		7,121	9,031	9,302	9,581	9,869	44,905
Costos Materias Primas		-	-	-	-	-	-
Otros Costos Directos		(648)	(667)	(684)	(701)	(719)	(3,420)
Margen de Explotacion		6,473	8,364	8,618	8,880	9,150	41,485
Gasto General		(5,682)	(6,137)	(6,290)	(6,447)	(6,608)	(31,164)
		(72)	(72)	(72)	(72)	(72)	(719)
Resultado Operacional		719	2,155	2,256	2,361	2,470	9,602
Resultado No Operacional		-	-	-	-	-	-
Utilidad antes de impuestos		719	2,155	2,256	2,361	2,470	9,602
Impuesto a la Utilidad (17%)	-	122	366	384	401	420	1,693
Utilidad despues Impuestos	-	597	1,789	1,873	1,960	2,050	7,909
EBITDA		791	2,227	2,328	2,433	2,542	10,321
% Ebitda		11%	25%	25%	25%	26%	23%

✓ **Inversiones:**

PARQUEXPRESS Inversión del Proyecto RD\$	
Descripción	Monto
Mobiliario y Equipo de Oficina	163,398.64
Tecnología	120,000.00
Infraestructura (Iluminación)	435,500.00
Capital de Trabajo	4,900,000.00
Total de Inversión	<u>5,618,898.64</u>

Mobiliarios y Equipos de Oficina			
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Total a pagar
Computadoras	3	18,500.00	55,500.00
Teléfono	3	2,500.00	7,500.00
Impresora Multifuncional	1	8,000.00	8,000.00
Sillón Secretarial	2	4,250.00	8,500.00
Sillón Ejecutivo	1	5,800.00	5,800.00
Sillas Visitas	2	1,200.00	2,400.00
Escritorio Ejecutivo	1	19,500.00	19,500.00
Escritorio Secretarial	2	8,800.00	17,600.00
Aire Acondicionado	1	20,995.04	20,995.04
bebedero	1	3,500.00	3,500.00
Cafetera	1	2,000.00	2,000.00
Subtotal			151,295.04
Margen de Error		8%	12,103.60
Total			163,398.64

Tecnología			
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Total a pagar
Pantallas LED	3	20,000.00	60,000.00
Instalación Electrónica Pantallas	3	8,000.00	24,000.00
Lectores Carnet	3	12,000.00	36,000.00
Total			120,000.00

Previsión 6 Meses			
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Total a pagar
Autobuses	6	120,000.00	720,000.00
Electricidad Terreno Parques	6	20,000.00	120,000.00
Electricidad Oficina	6	3,500.00	21,000.00
Teléfono/Internet	6	3,500.00	21,000.00
Material Gastable	6	3,000.00	18,000.00
Alquiler Terreno Parques	6	75,000.00	450,000.00
Alquiler Oficina	6	30,000.00	180,000.00
Sueldos Empleados	6	112,000.00	672,000.00
Iguala de Contabilidad	6	10,000.00	60,000.00
Servicio de Vigilancia	6	28,800.00	172,800.00
Otros Gastos	6	80,067.83	480,406.98
Total			2,915,206.98

Infraestructura			
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Total a pagar
Postes de Luz	20	15,000.00	300,000.00
Grúa (instalación postes x día)	3	8,000.00	24,000.00
Lámparas	20	1,500.00	30,000.00
Cable (pie)	1,000	75.00	75,000.00
Mano de Obra (instalación)	4	1,625.00	6,500.00
Total			435,500.00

✓ **Base del cálculo del análisis económico y financiero**

<u>Conceptos</u>	<u>Criterios</u>	<u>Indicadores</u>
Ingresos	- Se proyectaran a 5 años. - La proyección será reflejada en miles de pesos.	<u>Año 1</u> RD\$ 8,901,000.00 <u>Año 5</u> RD\$ 12,336,000.00
Gastos Generales	<u>SUELDOS BRUTO:</u> ✓ Administrador General ✓ Asistente Ejecutiva ✓ Asistente Administrativa ✓ Choferes ✓ Ejecutivo de Ventas ✓ Encargado de	RD\$5,685,000.00

	Conserjería <u>IGUALAS:</u> ✓ Sistemas ✓ Asesorías Tributarias ✓ Asesorías Legales ✓ Asesorías Técnicas ✓ Seguridad <u>SERVICIOS GENERALES:</u> ✓ Luz ✓ Agua ✓ Telefonía Fija + Internet ✓ Útiles de Impresión ✓ Arriendo de Oficina y Estacionamiento ✓ Seguros ✓ Gastos Varios ✓ Vehículos ✓ Gastos Varios	
Inversiones	ACTIVO FIJO	

• Mobiliario y Equipo	
de Oficina	RD\$3,604,000.00
• Tecnología	
• Infraestructura	
(Iluminación)	
• Previsión 6 Meses	RD\$50,000.00
GASTO PUBLICITABLE	
• Publicidad	

✓ **Resultados del análisis económico y financiero**

<u>Concepto</u>	<u>Indicadores</u>
Ventas	1er año RD\$ 8,901,000.00 5to año RD\$12,336,000.00
Margen operacional	40.6%
Margen Neto	28.2%
Punto de equilibrio	$\frac{\text{Total de gastos generales}}{\text{Precio de venta} - \%(costo)}$ RD\$6,693 PE
Periodo de recuperación	Dos años y 11 días.

La tasa de descuento utilizada como descuento es de un 15%