



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS

**“REPARACIÓN DE LOS CAJEROS AUTOMÁTICOS (APS) Y
MEJORA DEL SISTEMA DE PAGO DE ESTACIONAMIENTO
EN EL CENTRO COMERCIAL MINKA, CALLAO, PERÚ 2021”**

Trabajo de investigación para optar el grado académico de
Bachiller en Administración de Empresas

Presentado por:

Manuel Junior Zevallos Baldeon (0000-0002-4884-3424)

Rossio del Pilar Vidal Alvarez (0000-0002-0045-282X)

Mario Fernando Tapia Quispe (0000-0002-0701-534X)

Keshia Ruth Orihuela Espinoza (0000-0001-6626-0161)

Lima – Perú

2021

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ANEXO 6

ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE BACHILLER POR JURADO

Fecha: 07/02/2022

El Jurado del trabajo de investigación de Bachiller:

Dr. Félix José Colina Ysea

Luego de evaluar el trabajo de investigación de Bachiller titulado:

"REPARACIÓN DE LOS CAJEROS AUTOMÁTICOS (APS) Y MEJORA DEL SISTEMA DE PAGO DE ESTACIONAMIENTO EN EL CENTRO COMERCIAL MINKA, CALLAO, PERÚ 2021"

Presentada por los estudiantes:

CÓDIGO	ALUMNO
100071099	Manuel Zevallos Baldeon
100071193	Rossio del Pilar Vidal Alvarez
100071173	Mario Fernando Tapia Quispe
100071155	Keshia Ruth Orihuela Espinoza

Para optar al grado de Bachiller en: **Administración de Empresas** en la carrera de **Administración de Empresas**, de la Facultad de Ciencias Empresariales.

Luego de haber evaluado el informe final del trabajo de investigación de Bachiller, concluye en calificar a:

CÓDIGO	ALUMNO	CALIFICACION	
100071099	Manuel Zevallos Baldeon	Aprobado (16)	Desaprobado (<i>nota</i>)
100071193	Rossio del Pilar Vidal Alvarez	Aprobado (16)	Desaprobado (<i>nota</i>)
100071173	Mario Fernando Tapia Quispe	Aprobado (16)	Desaprobado (<i>nota</i>)
100071155	Keshia Ruth Orihuela Espinoza	Aprobado (16)	Desaprobado (<i>nota</i>)

El jurado firma en señal de conformidad.



Dr. Félix José Colina Ysea

INDICE GENERAL

INDICE DE FIGURAS	V
INDICE DE TABLAS	VI
RESUMEN EJECUTIVO	7
ABSTRACT	8
INTRODUCCIÓN	9
I.DESCRIPCION DE LA EMPRESA	10
1.1.Análisis del entorno	10
1.1.1.Variable Político.....	10
1.1.2. Variable Económico	10
1.1.3. Variables Socioculturales.....	11
1.1.4. Variables Tecnológicas	11
1.1.5. Variables Ecológicos	11
1.1.6. Variables Legales	12
1.2. Sondeo de Mercado	12
1.2.1. Focus Group.....	14
1.2.2. Indagación del Mercado local.....	14
1.3. Análisis de la empresa.....	16
1.3.1. Análisis de Las 5 Fuerzas De Porter	16
1.3.2. Análisis FODA.....	18
1.3.3. Estrategias y Matriz FODA	19
1.4. Plan estratégico de la empresa	20
1.4.1. Visión	20
1.4.2. Misión.....	20
1.4.3. Objetivos estratégicos	20
1.4.4. Estrategias del negocio.....	21
1.4.5. Fuentes generales de la ventaja competitiva.....	22
1.4.6. Organigrama de la empresa	23
1.5.Plan de Marketing.....	24
1.5.1. Objetivos de marketing	24
1.5.2.Marketing mix	24
1.5.3.Descripción de producto o servicio	24
1.5.4.Estrategia del precio	25
1.5.6Estrategia de promoción	28

1.5.7	Estrategia del servicio al cliente y posventa.....	30
1.5.8	Estrategia del posicionamiento	31
1.6.	Plan de actividades	32
1.6.1.	Objetivo de plan de trabajo.....	32
1.6.2.	Acciones que se realizan al inicio de la producción	34
1.6.3.	Ruta realizada en la utilización del servicio.....	35
1.7.	Plan estructurado del recurso humano	37
1.7.1.	Estrategias de reclutamiento, selección y contratación del personal.....	37
1.7.2.	Acciones estratégicas para la capacitación del personal	38
1.7.3.	Actividades para la motivación y desarrollo en el personal.....	39
1.7.4.	Manejo de las remuneraciones del personal	40
1.8.	Plan financiero	41
1.8.1.	Historial financiero de la empresa.....	41
1.8.2.	Información adicional de la empresa	42
1.8.3.	Técnica de venta en la empresa	43
1.8.4.	Análisis de costos.....	43
1.8.5.	Fijación del punto de equilibrio.....	45
1.8.6.	Materiales e insumos necesarios para el servicio	46
1.8.7.	Inversión Inicial.....	47
1.8.8.	Capital de trabajo	47
1.8.9.	Socios Estratégicos	48
1.8.10.	Proyectado de flujo de caja	49
1.8.11.	Rentabilidad del proyecto	49
1.8.12.	Cuadro de ganancias y pérdidas obtenidas y un proyectado de la empresa	51
1.8.13.	Proyección del balance general.....	53
1.8.14.	Cuadro de medición del riesgo y sensibilidad.	54
1.9.	Equipo gerencial de la empresa	55
	RECOMENDACIONES	57
	REFERENCIAS BIBLIOGRAFIA	58

INDICE DE FIGURAS

Figura 1.	Encuesta al abonado	13
Figura 2.	Organigrama de la empresa	23
Figura 3.	aplicativo Apparka	25
Figura 4.	Precios de la competencia.....	26
Figura 5.	Precios de la empresa	27
Figura 6.	Aplicativo Apparka	28
Figura 7.	Proceso de uso de aplicativo Apparka	29
Figura 8.	Modelo de evaluación	30
Figura 9.	Mapa de posicionamiento.....	31
Figura 10.	Mapa de procesos	33
Figura 11.	Mapa de procesos	34
Figura 12.	Flujograma Minka.....	36
Figura 13.	Layout Minka	37
Figura 14.	Gastos de la empresa	44
Figura 15.	Gastos fijos y variables de la empresa	44
Figura 16.	Recaudación de los servicios estimados	45
Figura 17.	Calculo del punto del equilibrio	45
Figura 18.	Grafico del punto de equilibrio	46
Figura 19.	Grafico del capital de Capital de Trabajo de la empresa.....	48
Figura 20.	Flujo de caja proyectado	49
Figura 21.	Análisis de Rentabilidad	50
Figura 22.	Estado de ganancias y pérdidas hasta el año 2020	51
Figura 23.	Estado de ganancias y pérdidas hasta el año 2022	52
Figura 24.	Proyección del balance general al 2022	53
Figura 25.	Cuadro de sensualidad y riesgo.....	54

INDICE DE TABLAS

Tabla 1.	FODA.....	18
Tabla 2.	Matriz FODA	19
Tabla 3.	Matriz de evaluación	21
Tabla 4.	Matriz PC	22

RESUMEN EJECUTIVO

Los Portales es una empresa dedicada a cuatro rubros de negocios (hotel, vivienda, estacionamiento y renta). Nosotros hablaremos del rubro de estacionamiento, el cual brinda el servicio de administración y operación de estacionamientos a nivel nacional, ofreciendo a las empresas la optimización y rentabilidad de su servicio de estacionamiento, poniendo en manos de profesionales.

El presente trabajo propone mejorar el servicio de pago en los cajeros automáticos (APS), en el estacionamiento del centro comercial Minka en el Callao. De esta manera el centro comercial tendrá un sistema de pago más eficiente, con las mismas características de un cajero automático de última generación y con un menor costo en la inversión.

Los Portales planteo en un inicio al cliente comercial el cambio de los cajeros automáticos, por uno moderno con tecnología de punta, pero debido al alto precio que implica el cambio no se llegó a un acuerdo. Preocupado por los constantes reclamos y la insatisfacción de los clientes. Se iniciará una reparación de los cajeros automáticos (APS), implementando nuevos aditamentos y cambiando piezas por unas modernas que permitan un funcionamiento óptimo. De esta manera se evitarán largas colas en los días con flujo vehicular alto, reportes de averías de los cajeros automáticos (APS) por parte del centro comercial, reduciendo el tiempo que toma un cliente en cancelar su ticket de estacionamiento.

Finalmente analizaremos los resultados obtenidos por la reparación de los cajeros automáticos, la inversión que se realizó, la reducción de quejas y tiempo que toma el cliente en cancelar su ticket de estacionamiento.

ABSTRACT

Los Portales is a company dedicated to four business lines (hotel, housing, parking and rent). We will talk about the parking area, which provides the parking management and operation service nationwide, offering companies the optimization and profitability of their parking service, putting them in the hands of professionals.

The present work proposes to improve the payment service in the automatic teller machines (APS), in the parking lot of the Minka shopping center in Callao. In this way, the shopping center will have a more efficient payment system, with the same characteristics of a state-of-the-art ATM and with a lower investment cost.

Los Portales initially proposed to the commercial client the change of Atm, for a modern one with state-of-the-art technology, but due to the high price that the change implies, no agreement was reached. Concerned about the constant complaints and dissatisfaction of customers. A repair of the ATMs (APS) will begin, implementing new attachments and changing parts for modern ones that allow optimal operation.

In this way, long queues will be avoided on days with high traffic flow, reports of breakdowns from ATMs (APS) by the shopping center, reducing the time it takes a customer to cancel their parking ticket.

Finally, we will analyze the results obtained by repairing the ATMs, the investment that was made, the reduction in complaints and the time it takes the customer to cancel their parking ticket.

INTRODUCCIÓN

El siguiente trabajo tiene como objetivo encontrar un plan estratégico del Estacionamiento Portales Minka que está ubicado en el Callao, mediante análisis está plasmada la foda, también tomando; cuenta con los factores internos e externos de la empresa, así para realizar la implementación de otro modelo estratégico que nos permita el avance de un mejoramiento de la reparación de los cajeros automáticos (APS) y mejora del sistema de pago del estacionamiento, para que pueda seguir brindando un buen servicio y que tenga sostenibilidad en el tiempo.

Para detectar esta problemática hemos elaborado una encuesta para los clientes, donde ellos exponen sus molestias, reclamos y quejas. Por eso, a través de los análisis que hacemos en cada parte del trabajo debemos encontrar la solución a este constante problema.

I. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

1.1. Análisis del entorno

En lo general mencionar entorno se trata de analizar todos los hechos y ocurrencias que se presentan alrededor del lugar donde se encuentra ubicada la empresa

Sabiendo que la empresa Los Portales administra varios puntos en su red de estacionamientos el estudio es de manera constante.

1.1.1. Variable Político

En los últimos 3 años el Perú vive una inestabilidad política, que se acrecentó con la pandemia, esto origina que muchas de las empresas detengan su crecimiento o decidan no invertir. Las protestas que se originaron a raíz del gobierno de transición, mostraron a nivel internacional no tener garantías de mejora.

El nuevo gobierno que fue elegido, en elecciones cuestionadas por un sector de la población, no brinda luces de mejora, al contrario, con las designaciones cuestionadas de los ministros, las malas decisiones del presidente y una pugna en el congreso, crea más incertidumbre en la población y demás países.

1.1.2. Variable Económico

Las playas de estacionamiento, de los portales cerraron el 2017 con 11 de playas de estacionamiento, 16 menos que los años pasados. Mencionar que en los años 2015 la empresa contaba con 222 playas de estacionamiento. La recaudación de estacionamiento, los resultados no

les han sido desfavorables, dado que la utilidad bruta se subió en 2.8%, al registrarse s/ 27.4 millones.

1.1.3. Variables Socioculturales

Gran parte de la población ha incrementado su poder adquisitivo, debido a que en los últimos años el Perú atravesó un incremento económico. Dentro de Lima Metropolitana podemos encontrar distintos sectores y clases sociales, no es necesario transportarse a otros distritos de la capital, para buscar centros comerciales o lugares de diversión. En el ámbito cultural posemos una mixtura de tradiciones, que nos permite asimilar los cambios que puedan presentarse para el desarrollo profesional y labores de las personas.

1.1.4. Variables Tecnológicas

Los Portales Estacionamiento está comprometido con el desarrollo tecnológico, en cada una de sus operaciones, brindando distintas soluciones soportadas por el desarrollo de software y la gestión integral de post venta, control y monetización de flujos vehiculares de todo tipo de espacios de estacionamiento. Contamos con una aplicación para el pago del estacionamiento, con cajeros automáticos, lector de placa vehicular, cámaras perfilaras.

1.1.5. Variables Ecológicas

Si bien es cierto que aun contamos con un parque automotriz un tanto antiguo, en los últimos años se viene trabajando en la preservación del medio ambiente, contribuyendo con la reducción de CO₂ a nivel del

transporte, aumentando la flota de vehículos a gas natural, poniendo en funcionamiento medios de transporte como el tren eléctrico, corredores complementarios y el metropolitano, que ayudan a modificar los altos niveles de CO₂ en algunos puntos de la capital.

1.1.6. Variables Legales

Dentro del marco legal, contamos con una ley que regula el sistema de estacionamiento. La ley N° 29461 establece que todo estacionamiento está obligada a prestar el servicio de estacionamiento de vehículos a favor de un usuario, esto a cambio de una retribución económica o gratuita, como servicio complementario, a su vez está en la obligación de brindar vigilancia y seguridad de sus autopartes.

Según el código de protección al consumidor ley N° 29571 busca proteger al consumidor ante el servicio o producto que adquiere, siendo este un riesgo o peligro a su integridad o patrimonio.

1.2. Sondeo de Mercado

En el análisis de un estudio de mercado, la empresa Los Portales busca identificar los índices de satisfacción del servicio y comparación de capacidades con la competencia dentro de los establecimientos en la red de parqueo, consultados a través de una encuesta a los abonados, y así poder recopilar información mediante preguntas; para poder trazar estrategias que beneficien el servicio ofrecido por la empresa y suplir las necesidades de los usuarios. La encuesta es la siguiente y se podrá visualizar en el siguiente enlace:

<https://forms.gle/62Yn63bAMoo5NnWQA>

Figura 1. Encuesta al abonado

Formulario sin título

encuesta

[Iniciar sesión en Google](#) para guardar lo que llevas hecho. [Más información](#)

como es la atención de nuestro personal

buena

regular

mala

considera que la organización del espacio en el estacionamiento es importante

si considera

no considera

tal vez

cuando piensa en nuestro servicio resalta

seguridad del local

disponibilidad de espacio

implementos tecnológicos

cobertura contra incidentes

que opina sobre la calidad del servicio a diferencia de otros

excelente

buena

regular

mala

como califica la tecnología utilizada en nuestro local a diferencia de otros

excelente

buena

regular

pésima

recomendaría nuestro servicio de parque

si

no

tal vez

Enviar
Borrar formulario

Fuente: Elaboración propia

Se realizó la siguiente encuesta de apoyo para obtener una información cercana sobre la satisfacción de los abonados con el servicio que da la empresa.

1.2.1. Focus Group

Una vez obtenidos los resultados de las encuestas la empresa invitara a un Focus Group a 10 abonados que muestren interés en la mejora del servicio, lo cual se realizara de manera virtual por medio del aplicativo Zoom.

1.2.2. Indagación del Mercado local

a. Los clientes

Nuestros abonados cuentan con diferentes medios de información del servicio de estacionamientos que manejamos. Donde ellos se comunican y averiguan, por ejemplo, sobre el aplicativo que lanzo la

empresa para la disponibilidad de espacio, tiempo de ocupación y costo desde un celular.

Asimismo, se cuenta con suscripciones dirigidos a empresas que buscan fidelizar a sus colaboradores brindándoles el beneficio de un espacio seguro en nuestros estacionamientos.

b. Los competidores

Es un mercado competitivo y con alta demanda, pues se encuentran muchos establecimientos que ofrecen el servicio de estacionamientos como las pequeñas cocheras formales e informales como los parques y los estacionamientos municipales sin embargo nuestra buena administración en redes de estacionamiento nos hace la diferencia, puesto que contamos con trabajadores altamente capacitados.

c. Los proveedores

La empresa LOS PORTALES cuenta con negociaciones con empresas dedicadas al mantenimiento de cajeros automáticos (APS) ubicados dentro de red de estacionamiento que administra la empresa Se cuenta con el servicio de limpieza y mantenimiento de locales de forma tercerizada, y el buen manejo de manera especializada en protocolos de bioseguridad. Se mantiene una relación laboral con empresas encargados de surtir los insumos y materiales de bioseguridad para nuestros colaboradores como:

- a. Alcohol líquido para desinfección de manos

- b. Doble mascarillas quirúrgicas
- c. Termómetros digitales

1.3. Análisis de la empresa

A continuación, se informará algunos factores directos e indirectos de la empresa Los Portales en relación al servicio parqueo de vehículos.

1.3.1. Análisis de Las 5 Fuerzas De Porter

a. Rivalidad competitiva

El crecimiento del sistema vehicular da origen a la creación de nuevos espacios de estacionamientos que podrían brindar los servicios de parqueos seguros, como también la existencia de nuevos aplicativos para dar un servicio virtual. Nuestro diferencial está en un seguro de cobertura para cualquier incidente.

b. Poder de los clientes

Los abonados tienen varias quejas y críticas con respecto a los funcionamientos de los cajeros automáticos (APS) de los estacionamientos, pero la necesidad de encontrar un sitio de parqueo mientras realiza actividades personales les obliga a seguir utilizando el servicio del establecimiento que administra la empresa. Por tal motivo se dará la mayor preocupación para modernizar los implementos necesarios en dichos cajeros.

c. Poder de negociación con los proveedores

Actualmente las empresas de estacionamientos funcionan de manera independiente de acuerdo a los convenios realizados según sus

requerimientos. Lo cual, la empresa Los Portales mantiene y refuerza sus lazos comerciales con otras empresas y así poder seguir dando seguridad en el área de parqueo y actualización de tecnología para la comodidad de los abonados.

d. Amenazas de productos sustitutos

Se puede mencionar a los estacionamientos de los centros bancarios, puesto que los parqueos situados al frontis de los bancos no cuentan con pago alguno y es utilizado siempre que el visitante considere que el tiempo de permanencia es de corto tiempo como también sucede en los contornos de los parques ubicados cerca al punto de estacionamiento de la empresa, sin tener algún control de seguridad

e. Amenaza de nuevos competidores potenciales

Sabiendo que nuestros puntos de estacionamientos se encuentran en centros comerciales y a mayor demanda de usuarios de nuestros servicios nuestros competidores potenciales serian la apertura de nuevos locales de estacionamientos de mayor capacidad en los alrededores de nuestros puntos.

1.3.2. Análisis FODA

Tabla 1. FODA

FORTALEZAS		AMENAZAS	
F1	La primera red en estacionamiento	A1	Servicios iguales con alta modernización
F2	Buena administración en redes de estacionamiento	A2	Nuevos competidores
F3	Cuenta con aplicaciones para acceder al servicio	A3	Competidores con menor precio por el servicio
F4	Trabajadores altamente capacitados	A4	Inestabilidad política
F5	Cobertura ante cualquier incidente		
DEBILIDADES		OPORTUNIDADES	
D1	Tecnología para pagos del servicio ineficiente	O1	Expandirnos Internacionalmente
D2	Alto precio en el servicio	O2	Crecimiento del mercado
D3	Demora en solucionar las fallas del sistema	O3	Mejorar los servicios colaterales (taxi y lavado)
D4	Equipos de comunicación deteriorado	O4	Contar con un centro de vigilancia en las operaciones principales.

Fuente: Elaboración propia

En el presente cuadro se realiza el análisis Foda que presenta la empresa para la elaboración de las estrategias.

1.3.3. Estrategias y Matriz FODA

Tabla 2. Matriz FODA

1-Estrategias FO		2-Estrategias DO	
F1/O1	Siendo la primera red de estacionamiento podremos expandirnos intencionalmente	D4/O4	Con la mejora de los equipos con mayor alcance de comunicación se reforzará el centro de vigilancia de las operaciones principales
F3/O2	Con nuevas aplicaciones virtuales para acceder al servicio facilitara en el crecimiento del mercado	D3/O3	Al reducir el tiempo en la solución de fallas que presente el sistema ayudara a mejorar los servicios colaterales como taxis y lavados.
3-Estrategias FA		4-Estrategias DA	
F4/A1	Con trabajadores altamente capacitados se dará un servicio modernizado	D2/A4	El alto precio en algunos servicios es para contrarrestar la inestabilidad política del país
F2/A2	Manejando una buena administración de redes de estacionamiento estaremos preparados para el ingreso de nuevos competidores	D1/A2	Con la mejora de la tecnología para pagos de servicio en nuestros cajeros estaremos preparados para nuevos competidores

Fuente: Elaboración propia

En el presente cuadro se detalla las estrategias de reforzamiento para satisfacer los objetivos plasmado por la empresa.

a. Estrategias FO

Sabiendo de las fortalezas que posee la empresa se buscara organizar nuevas estrategias para lograr las oportunidades que se presenta.

b. Estrategia DO

Conociendo las debilidades presentes en la empresa se debe realizar algunos cambios en ejecución de estrategias para aprovechar las oportunidades.

c. Estrategia FA

En este escenario la empresa reforzara sus fortalezas para poder contrarrestar las amenazas que se tiene que enfrentar.

d. Estrategia DA

Para poder mantener la supremacía ante la competencia se tendrá que reforzar las debilidades presentadas en la empresa ante posibles amenazas.

1.4. Plan estratégico de la empresa

1.4.1. Visión

Queremos convertirnos en una empresa que caracterice por ser un referente de innovación y sostenibilidad en favor de sus clientes, accionistas, colaboradores y de la sociedad en general.

1.4.2. Misión

Desarrollamos nuestros negocios basados en un modelo de gestión empresarial comprometidos con el desarrollo sostenible y las relaciones de confianza con nuestros grupos

1.4.3. Objetivos estratégicos

- a. Direccionar con nuevos aplicativos
- b. Hacer de las operaciones como elemento básico para el control y gestión de los colaboradores en los siguientes 2 años.
- c. Mejorar los aplicativos virtuales en los cajeros automáticos para el cobro del servicio en el estacionamiento situado en Minka – Callao en los próximos 2 años.
- d. Brindar un servicio modernizado en toda la red de estacionamientos situados en Lima en los próximos 3 años.

1.4.4. Estrategias del negocio

La empresa Portales S.A.C, se mantiene en este sector porque sus clientes lo prefieren ya que lo encuentran en cualquier lugar de Lima. Este servicio es considerado como exclusivo para sus clientes, sus precios son competitivos, porque está al alcance de varios segmentos.

Tabla 3. Matriz de evaluación

Matriz de Evaluación de Factores Internos				
Factores internos clave		Importancia Ponderación	Clasificación Evaluación	Valor
Fortalezas				
F1	La primera red en estacionamiento	0.15	4	0.6
F2	Buena administración en redes de estacionamiento	0.10	4	0.4
F3	Cuenta con aplicaciones para acceder al servicio	0.10	3	0.3
F4	Trabajadores altamente capacitados	0.15	4	0.6
Debilidades				
D1	Tecnología para pagos del servicio ineficiente	0.10	1	0.1
D2	Alto precio en el servicio	0.15	1	0.15
D3	Demora en solucionar las fallas del sistema	0.15	2	0.3
D4	Equipos de comunicación deteriorado	0.10	2	0.2
Total		100%		2.65

Fuente: Elaboración propia

En el presente cuadro se informa que los factores internos presentan el ponderado total de 2.65 y se encuentra en una posición fuerte.

e. Matriz PC

Tabla 4. Matriz PC

MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO							
Factores clave	Peso	Los Portales estacionamiento		Central Parking System		Control parking	
		Rating	Puntaje	Rating	Puntaje	Rating	Puntaje
Publicidad	0.05	3	0.15	2	0.10	3	0.15
Atención al cliente	0.3	4	1.20	3	0.90	3	0.90
Administración	0.05	4	0.20	4	0.20	4	0.20
Tecnología	0.3	4	1.20	3	0.90	4	1.20
Innovación	0.2	3	0.60	3	0.60	4	0.80
Talento humano	0.1	4	0.40	3	0.30	3	0.30
Total	1		3.75		3.00		3.55

Fuente: Elaboración propia

Según los resultados de evaluación de indicadores podemos mencionar que la compañía de los portales en el sector de estacionamiento cuenta con un mayor puntaje.

1.4.5. Fuentes generales de la ventaja competitiva

a. Calidad

La empresa cuenta con certificaciones y reconocimientos en el tema de calidad ante los organismos autorizado de supervisar los estándares requeridos para mejorar cada vez más en nuestro servicio y la experiencia de nuestros clientes.

b. Experiencia

La empresa Los Portales se mantiene entre las primeras opciones de elección para el servicio de estacionamiento en Lima por su buena

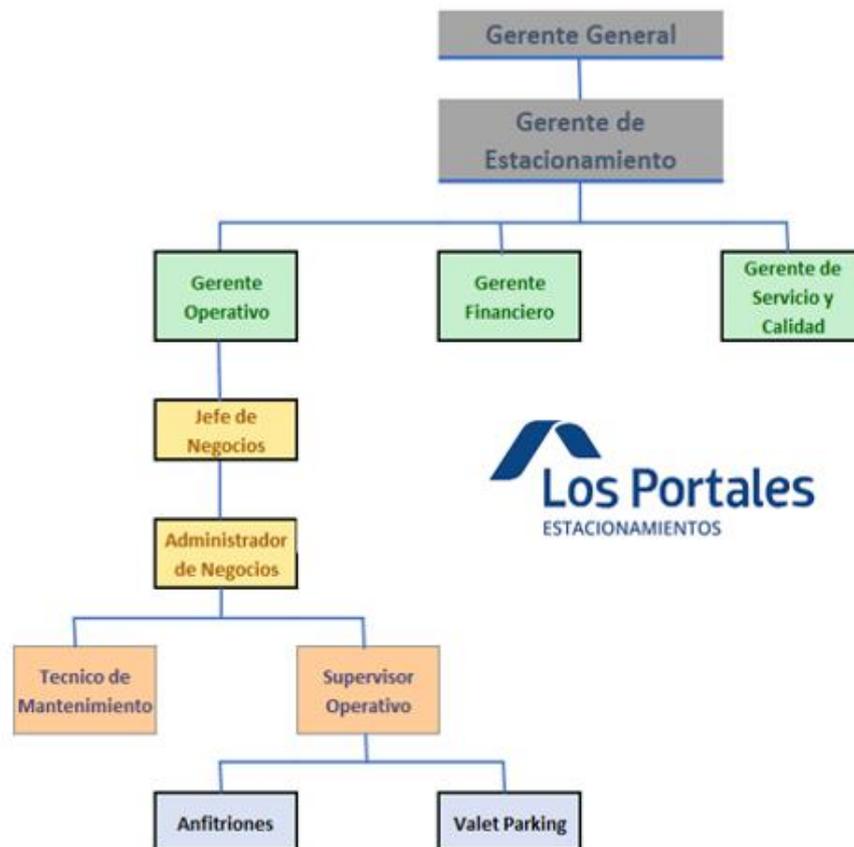
administración y experiencia adquirida durante el tiempo que se está en el mercado.

c. Servicio

Por una suscripción mensual podrás acceder al estacionamiento más cercano a tu lugar de trabajo en nuestros distintos puntos de nuestra red.

1.4.6. Organigrama de la empresa

Figura 2. Organigrama de la empresa



Fuente: Elaboración propia

1.5. Plan de Marketing

La importancia de tener un plan de marketing en una empresa ayuda a mantener un rumbo o dirección sobre las metas propuestas en un corto, mediano y largo plazo.

1.5.1. Objetivos de marketing

Para la empresa Los Portales, es muy importante tener en cuenta la alineación del servicio de parqueo con la tecnología, por tal motivo se creó el aplicativo con el nombre de Apparka para conductores particulares y abonados, en tal sentido que se puede verificar la facilidad, la practicidad y el ahorro de tiempo para encontrar un estacionamiento, que son vitales para los conductores en general con el conocimiento de un espacio seguro y la recordación espontánea del servicio. Esta aplicativo está muy vinculada con los objetivos planteados como:

- a. Incrementar la suscripción de nuevos clientes en un 0,2% anualmente.
- b. Alcanzar el grado de satisfacción de clientes en un 80% cada año.

1.5.2. Marketing mix

“Este concepto abarca todas las herramientas y variables de las que dispone el marketing y reúne los cuatro elementos esenciales de sus actividades” (Aramendia, 2020).

1.5.3. Descripción de producto o servicio

Los Portales Estacionamientos pone a su disposición el Área de Soluciones Tecnológicas para analizar, proponer y resolver diversas

casuísticas de identificación, control y monetización de flujos vehiculares de todo tipo en espacios de estacionamiento.

Apoyados con el servicio digital mediante su aplicativo de servicio donde se podrá ubicar los puntos de la red de estacionamientos, ver la disponibilidad, controlar el tiempo y pagar desde un celular.

Figura 3.aplicativo Apparka



Fuente: Los Portales Estacionamiento (@los portalesPeru), Abril 2018

1.5.4. Estrategia del precio

Con el fin determinar el precio se toma en cuenta los pagos realizados por los servicios ofrecidos en el mercado y la competencia, así como el posicionamiento obtenido por la empresa Los Portales en los espacios de los centros comerciales, supermercados, etc. Donde se garantiza la seguridad y facilidad para estacionar en toda la red de estacionamientos.

a. Cuadro de precios con la competencia

Figura 4. Precios de la competencia

			
TARIFARIO REGULAR		TARIFARIO REGULAR	
HASTA 4 HORAS	DESPUES DE LA 4TA HORA (cada hora o fracción)	HASTA 2 HORAS	DESPUES DE LA 2DA HORA (cada hora o fracción)
\$/ 2.50 (auto/mototaxi)	\$/ 2.50 (auto/mototaxi)	\$/ 2.00 (auto/mototaxi)	\$/ 2.00 (auto/mototaxi)
\$/ 1.50 (moto lineal)	\$/ 1.50 (moto lineal)	\$/ 2.00 (moto lineal)	\$/ 2.00 (moto lineal)
			

Fuente: Elaboración Propia

En la presente figura se informa los precios que manejan la competencia en el mercado actual del rubro de estacionamiento

b. Cuadro de precios de Los Portales

Figura 5.Precios de la empresa

	POR MINUTO	PRIMERA HORA	HORAS GRATIS
	0.10 CENTINOS	6 SOLES	4 HORAS
	NO APLICA	2 SOLES	2 HORAS
	0.05 CENTIMOS	3 SOLES	5 HORAS
	NO APLICA	5 SOLES	3 SOLES POR COMPRAS EN TIENDAS
	0.15 CENTIMOS	9 SOLES	3 HORAS

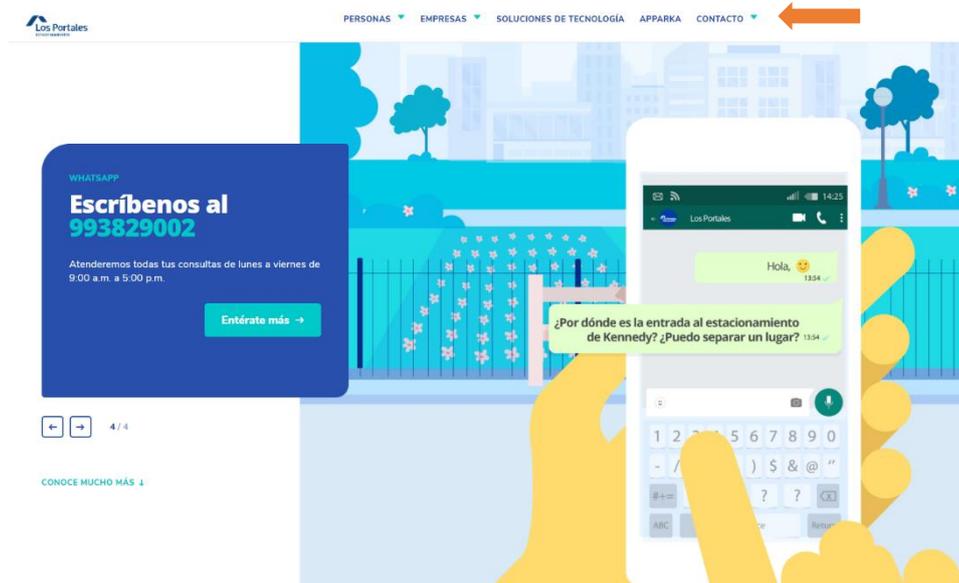
Fuente: Elaboración propia

En la presente figura se informa los precios que administra la empresa los portales en algunos puntos de la red de estacionamiento.

1.5.5 Estrategia de la plaza

Para lograr mantener el posicionamiento de los canales de distribución de los estacionamientos es de vital importancia tener la visibilidad es estos, para lo cual le empresa Los Portales utiliza herramientas de marketing digital como el aplicativo Apparka y la página web, donde los conductores en general disponen de la opción “CONTACTO” y puedan tener la información de los distintos puntos de estacionamientos administrada por la empresa.

Figura 6. Aplicativo Apparka

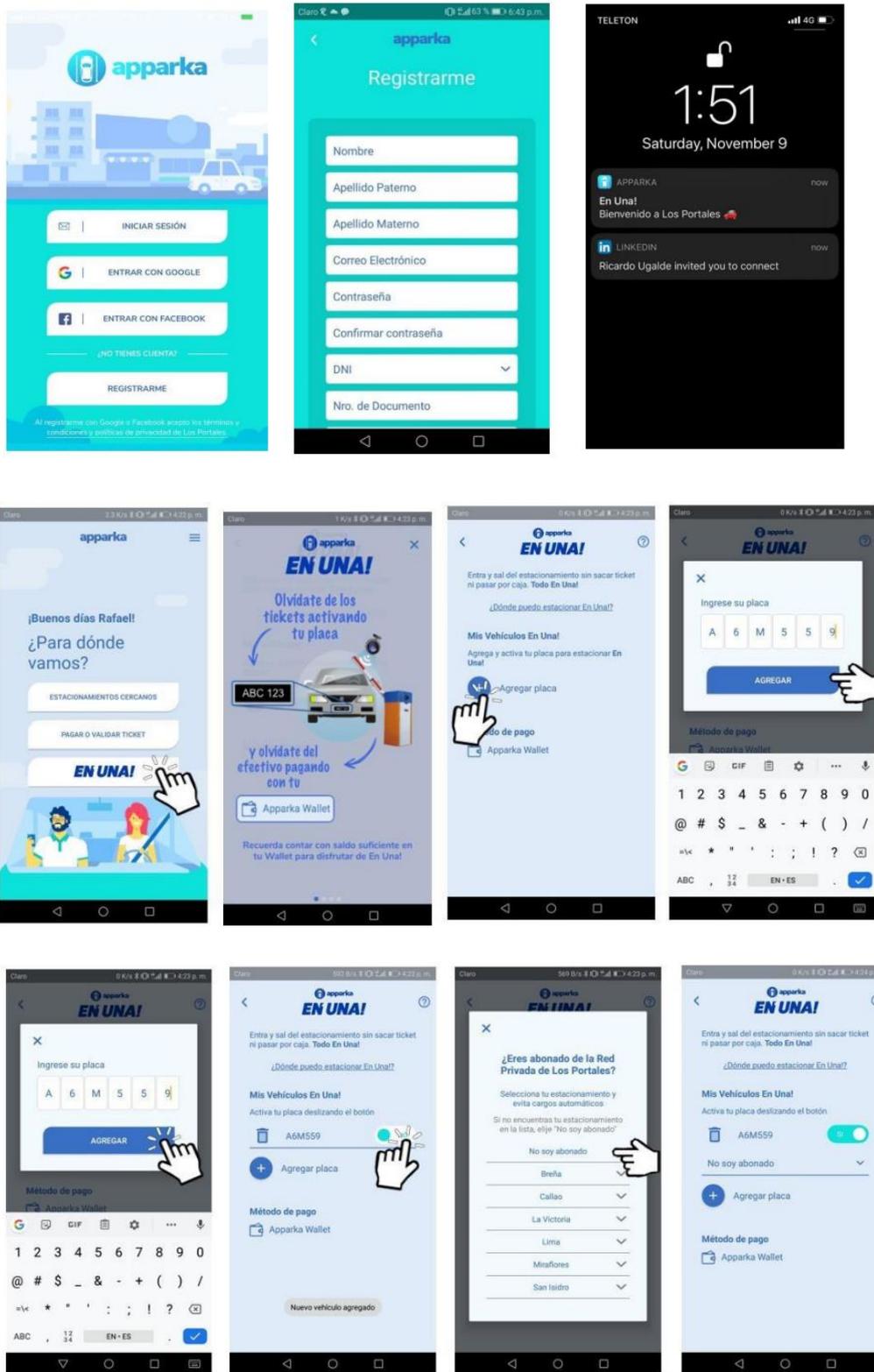


Fuente: Página web Los Portales

1.5.6 Estrategia de promoción

Con el aplicativo lanzado en el año 2018, le permite al usuario ubicar la playa de estacionamiento dentro de su recorrido, vinculando la ruta más cercana a través de Waze o Google Maps; y pagar el consumo realizado desde el celular a través de cualquier tarjeta de crédito y/o débito. Además, gracias a la funcionalidad En Una, el cliente puede registrar su placa y al salir el vehículo del estacionamiento el cobro se realizará de manera inmediata gracias a Apparka Wallet, el monedero electrónico del aplicativo como se detalla en la siguiente figura.

Figura 7. Proceso de uso de aplicativo Apparka



Fuente: APP Apparka, Los Portales Estacionamiento. 2022

1.5.7 Estrategia del servicio al cliente y posventa

En Los Portales Estacionamientos, construimos nuestras soluciones sobre la base de la tecnología, soportada por el desarrollo de software y la gestión integral de post venta, liderada por un equipo humano especializado en cada área y son evaluados de manera externa con escalas numéricas (simbolizadas en estrellas) la experiencia obtenida dentro del estacionamiento como detalla la siguiente figura:

Figura 8. Modelo de evaluación



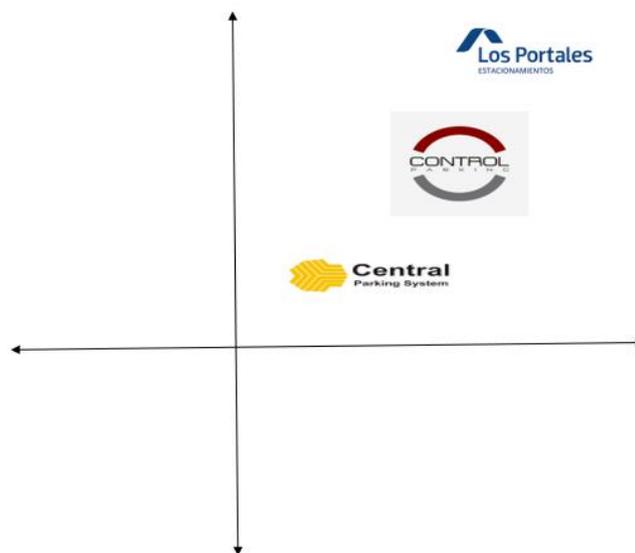
Fuente: APP Apparka, Los Portales Estacionamiento.

1.5.8 Estrategia del posicionamiento

Los Portales continúa trabajando en nuevas formas de seguir innovando, siempre pensando en la calidad la vida de los clientes, puesto que toda la red privada de estacionamientos cuenta con tecnología y algunas operaciones de la red comercial como centros comerciales, clínicas, el Aeropuerto Internacional Jorge Chávez, entre otros. De manera progresiva buscamos afiliar a todos nuestros socios estratégicos de manera virtual con el fin de evitar el contacto físico dentro de nuestras playas.

Como punto de apoyo para el posicionamiento adquirido se puede apreciar en los indicadores mencionados en la matriz PC.

Figura 9. Mapa de posicionamiento



Fuente: elaboración propia

1.6. Plan de actividades

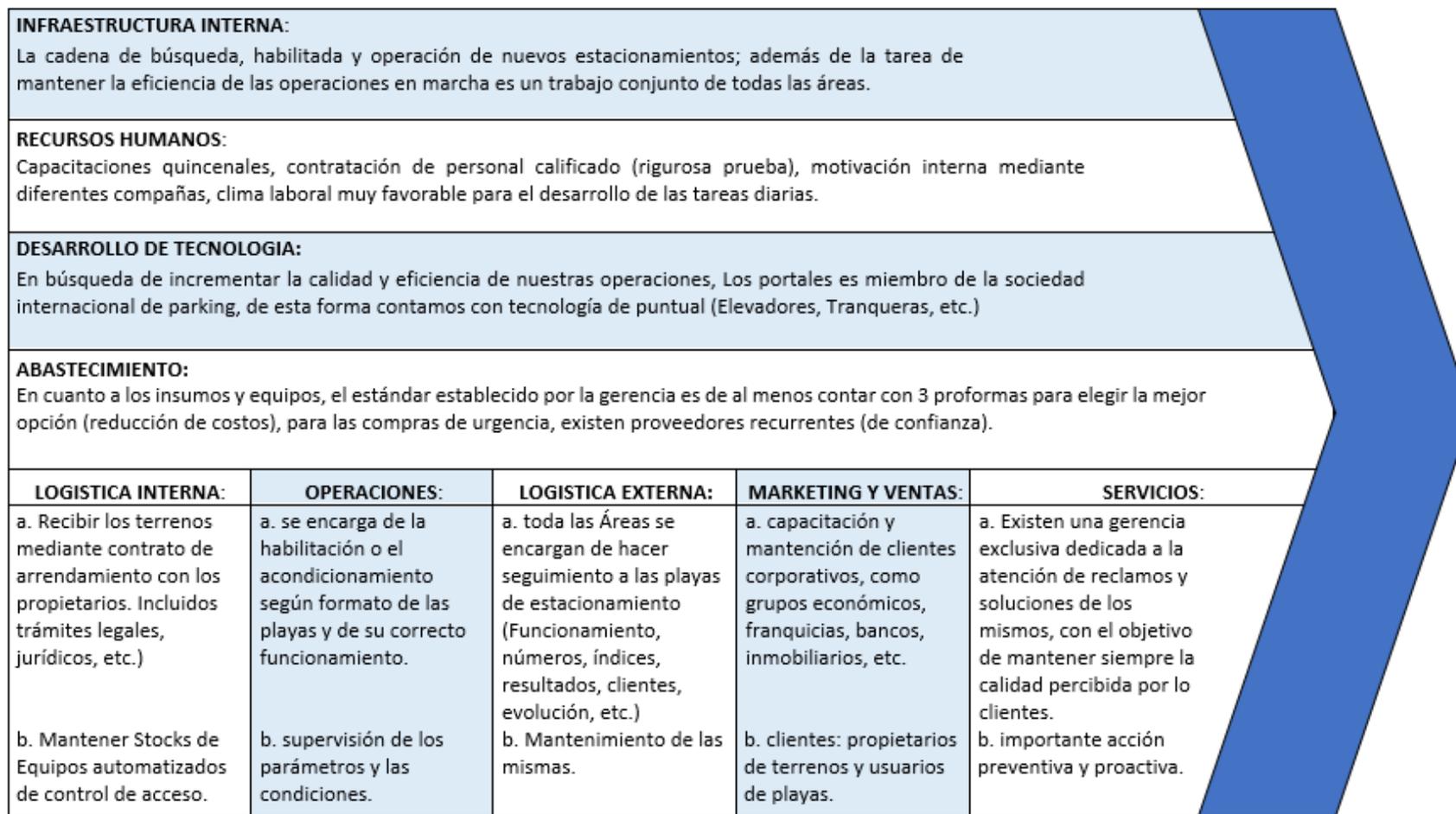
“Es un proceso formal diseñado para analizar periódicamente la demanda y su oferta, y coordinar las áreas de ventas, operaciones y finanzas, permitiendo a las empresas realizar revisiones estructuradas de sus cargas de trabajo” (Andrés, 2017).

1.6.1. Objetivo de plan de trabajo

La empresa de Portales tiene como finalidad automatizar y migrar el servicio de hoy análogo (pagos de manera manual), a manera digital la forma para el cobro y recaudación por el uso de espacios dentro del parqueo, puesto que los cajeros automáticos (APS) ubicados en el centro comercial Minka situado en el Callao, presentan deficiencias en el proceso de cobro de manera constante

a. Cadena de valor

Figura 10. Mapa de procesos



Fuente: repositorio. Uwiener, 2019

b. Mapa de procesos

Figura 11. Mapa de procesos



Fuente: Elaboración propia

1.6.2. Acciones que se realizan al inicio de la producción

Las actividades que se emplean en estacionamiento del centro comercial Minka en el Callao supervisadas por las áreas responsables de la empresa son las siguientes:

- a. Personal ingresa al centro comercial 6:30 am previa toma de temperatura y uso correcto de la doble mascarilla.
- b. Se registra el ingreso del personal mediante su huella dactilar.
- c. Se procede a repartir los implementos de EPPS (Alcohol, guantes, protector facial, bloqueador solar, etc.)
- d. Se realiza una charla previa a iniciar las labores, donde se capacita al personal en manejo mediático de reclamos, protocolos del

centro comercial, tipos de procedimientos de seguridad, primeros auxilios.

e. Luego de la charla el personal firma un formato de conformidad, que ayuda a tener registro de las diferentes charlas brindadas.

f. Se distribuye al personal en los diferentes puestos a ocupar (cajeros, anfitrión de ingreso y salida, anfitrión en toma de temperatura, anfitrión en campo)

g. Se verifica el estado de los termómetros, radios de comunicación, cantidad de la caja chica.

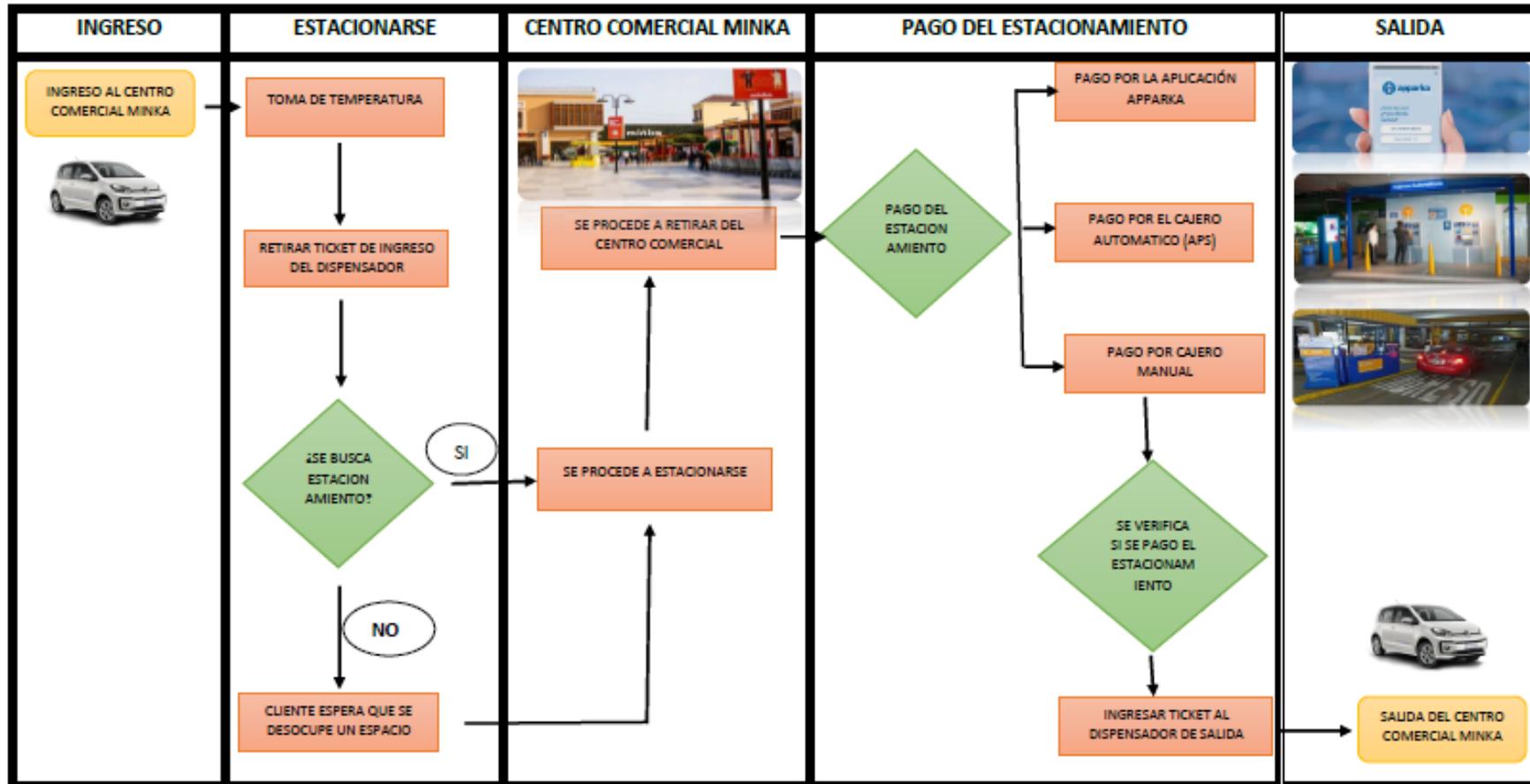
h. Se revisa el correcto funcionamiento de los cajeros automáticos (APS), máquinas de cómputo de las cajas, tranqueras de ingreso y salida al centro comercial, limpieza de los estacionamientos.

i. Se inician las operaciones en el centro comercial 7:00.

1.6.3. Ruta realizada en la utilización del servicio

a. Flujograma Minka

Figura 12. Flujograma Minka



Fuente: elaboración propia

a. Layout Minka

Figura 13. Layout Minka



Fuente: elaboración propia

1.7. Plan estructurado del recurso humano

1.7.1. Estrategias de reclutamiento, selección y contratación del personal

Dentro de los Portales, contamos con distintas formas de reclutar personal para cubrir puestos como: anfitrión, cajero, valet parking, limpieza. Entre las principales estrategias que cuenta la empresa tenemos.

Anuncio por internet. Cada vez que se cuenta con un puesto a cubrir se procede a publicarlo en la página web de CompuTrabajo, bumerán, entre otras. Dichas páginas permiten brindar información del perfil, requisitos, funciones y beneficios.

Anuncio por periódico. En cuanto a estos anuncios son menos detallados, pero más precisos en la información.

Referencias y recomendaciones. Esta forma de reclutar permite cubrir un puesto en el menor tiempo posible, aun así, tiene que pasar todas las evaluaciones de rigor.

Candidatos espontáneos. En las oficinas de la empresa se reciben curriculum vitae, tanto como presencial o mediante la página web de la empresa.

Luego de las distintas formas de reclutar, se procede a seleccionar al personal que cubrirá los puestos ya antes mencionados. Durante el proceso de selección los postulantes pasan por exámenes que permitirán determinar si son aptos para el puesto requerido. Finalmente se realiza la contratación del personal por un tiempo determinado, en principio por tres meses que podrá ser ampliado según el desempeño del empleado.

1.7.2. Acciones estratégicas para la capacitación del personal

Antes de iniciar labores en la compañía brinda al personal contratado una inducción, donde podrá conocer las labores a desempeñar dentro de la operación designada.

- a. El colaborador recorre la operación o playa de estacionamiento.
- b. Conoce los distintos puestos y actividades a desempeñar.

c. Se le explica el uso de los dispositivos y equipos que se utilizan como: radios de comunicación, equipos de cobro (POS, aplicaciones de Apparka), tranqueras automatizadas, cajeros automáticos.

La empresa brinda al personal una serie de capacitaciones como: Atención de reclamos leves y graves, como generar confianza en el cliente, entre otros. Permitiendo afianzar y consolidar los conocimientos adquiridos durante el tiempo de trabajo.

Luego de la inducción y capacitación que recibe el personal, son evaluados mensualmente por el supervisor de servicio y calidad, quien determina mediante una nota si el colaborador cumple con las políticas que pide la empresa o necesita una retroalimentación.

1.7.3. Actividades para la motivación y desarrollo en el personal

Cabe resaltar que los Portales estacionamiento, sigue una política de reconocimiento y motivación para los colaboradores que ocupan deferentes cargos en la empresa. Mensualmente se elige al colaborador del mes quien es premiado por seguir los valores y consignas que la empresa lo determina, reconocimiento por la puntualidad, resaltando las buenas prácticas laborales, honradez, trabajo en equipo, celebración de los cumpleaños, entrega de vales de consumo. Se realizan eventos deportivos generando la competencia entre operaciones.

De la misma forma los Portales brinda la oportunidad al personal de seguir un límite trayectoria dentro de la compañía. Cuentan un programa llamado “Expertos” que dura 6 meses, donde el personal lleva

una serie de cursos como: Operaciones, seguridad en el trabajo, Atención de reclamos, entre otros. Luego de concluir dichos cursos se gradúan y reciben un certificado por haber concluido con éxito el programa. Dicho personal ya se encuentra acto para ocupar otros cargos superiores, según la habilidad o algún estudio que cuenten.

1.7.4. Manejo de las remuneraciones del personal

Los Portales tiene una política remunerativa de acorde al mercado, respetando los beneficios de ley como:

- a. Ingreso a planilla desde el primer día de trabajo.
- b. Remuneración no menor al mínimo vital.
- c. Remuneración por trabajo en sobretiempo
- d. Descansos programados
- e. Pago doble o triple por trabajo en feriados
- f. Seguro de salud ESSALUD
- g. Indemnización por despido

Así mismo la empresa no solo brinda la remuneración mínima vital, sino también una serie de compensaciones e incentivos como:

- a. Anfitrión, cajero y valet parking 930 soles
- b. 100 soles en vales de consumo en los principales supermercados
- c. 100 soles de riesgo de caja (solo para cajeros)
- d. 150 soles de movilidad (solo para supervisores)
- e. 100 soles de bono (solo operaciones emblemáticas, Larcomar, Jockey plaza, entre otros)

- f. 100 soles de retribución (solo por obtener nota aprobatoria en la visita de servicio y calidad)

1.8. Plan financiero

“Las finanzas se ocupan del financiamiento e inversión necesarios para incrementar el valor en las empresas” (Castro, 2014).

1.8.1. Historial financiero de la empresa

Durante el tiempo que los Portales fueron creciendo en el mercado, tuvo que modificar algunos aspectos como empresa y esto significo detener su crecimiento. A lo largo de los años el Grupo Raffo tuvo distintas actividades de negocio en el país. Siendo su empresa emblemática Textiles San Cristóbal, pero dieron un giro de 90 grados, puesto que pasaron por diversas crisis que llevaron a la disolución de la empresa Textil.

Luego de supera la crisis y entre otros problemas, una quinta generación comandado por, Ernesto Raffo Paine y Guillermo Velaochaga Raffo, supieron construir y fortalecer la empresa Los Portales que ya no solo era una empresa familiar sino una corporación que reúne socios, acreedores entre otros más. Hoy en día Los Portales es una empresa líder en viviendas, hoteles, locales comerciales y estacionamiento, acabe resaltar que también tiene inversión en la minería, para ser más exactos la empresa KOLPA.

1.8.2. Información adicional de la empresa

Dentro de Lima metropolitana el parqueo automotriz ha visto un incremento considerable en la última década, la demanda por lugares donde estacionarse creció en todos los distritos de la capital, perjudicando el libre tránsito o generando tráfico vehicular por el uso indiscriminado de algunas calles o espacios públicos que son utilizadas como estacionamiento. Para Los Portales estacionamiento su principal competencia es la calle, para ello busca apostar por la tecnología y seguridad. En algunos estacionamientos centro comerciales de (Jockey plaza, Larcomar, plaza San Miguel, Mega Plaza, Minka) las importantes clínicas como: Clínica Delgado, Clínica Ricardo Palma, Clínica San Felipe tienen administrando sus playas de estacionamiento. A nivel nacional Los Portales administra los principales aeropuertos.

Las municipalidades tienen como consigna el reordenamiento de su sistema automotriz, gestionando mediante la inversión privada la construcción de playas de estacionamiento subterráneas, que ya tienen buenos resultados en distritos como Miraflores (Parque Kennedy), San Isidro (Playa Cáceres). En los próximos años ya se cuenta con proyectos similares en otros distritos de la capital, sin duda esto permitirá combatir la informalidad y aplacar en un tanto el caótico sistema vehicular.

1.8.3. Técnica de venta en la empresa

La junta general de los socios en los portales planteo que, en el 1 de octubre del 2018, la empresa de estacionamiento sea tramitada mediante de los dos recientes empresas subsidiarias. Los portales de estacionamiento y los portales estacionamiento operadora.

Mediante de una elaboración de estimación, los portales informaron a la (SMV) para la organización de las recientes empresas, transmitir un el patrimonial neto un valor en libros hasta por s/ 95, 152,000.00 a los portales de estacionamiento, manifestado en esta última de acciones de los portales, serán incluidos en su activo.

Los portales de estacionamiento transferirán fracción de un bloque de los portales de estacionamiento operadora, siendo que los portales realizarán constante los controles de ambas empresas.

1.8.4. Análisis de costos

A continuación, se detalla mediante un cuadro los gastos que realizo la empresa para la operatividad del servicio de estacionamiento de vehículos y el cobro del mismo mediante cajeros automáticos (APS), como también los gastos fijos y variables que se emplean para el buen funcionamiento del flujograma que se emplea.

Asu vez se informa los montos de recaudación que adquiere la empresa Los Portales por los servicios brindados de manera semanal, mensual y anual.

Figura 14. Gastos de la empresa

GASTOS		
LICENCIA	S/.	1,800.00
PERMISOS	S/.	720.00
DOCUMENTACION	S/.	940.00
ACONDICIONAMIENTO DEL ESTACIONAMIENTO	S/.	2,750.00
CAJEROS AUTOMATICOS (APS)	S/.	59,700.00
TRANQUERAS	S/.	101,888.00
EQUIPOS DE COMPUTO	S/.	9,600.00
RADIOS DE COMUNICACIÓN	S/.	19,104.00
EQUIPO DE AUXILIO MECANICO	S/.	820.00
PLANA(32)	S/.	49,370.00
ACONDICIONAMIENTO DE OFICINA	S/.	4,200.00
TOTAL DE GASTOS	S/.	250,892.00

Fuente: Elaboración propia

Figura 15. Gastos fijos y variables de la empresa

GASTOS FIJOS Y VARIABLES				
GASTOS	MES		AÑO	
Luz	S/.	2,850.00	S/.	34,200.00
Agua	S/.	1,420.00	S/.	17,040.00
Internet	S/.	480.00	S/.	5,760.00
Reparacion	S/.	1,820.00	S/.	21,840.00

Fuente: Elaboración propia

Figura 16. Recaudación de los servicios estimados

RECAUDACION POR SERVICIO			
SERVICIO	SEMANA	MES	AÑO
APS CINE	S/. 6,278.00	S/. 25,112.00	S/. 301,344.00
CAJA ARGENTINA	S/. 4,359.00	S/. 17,436.00	S/. 209,232.00
APS METRO	S/. 2,018.00	S/. 8,072.00	S/. 96,864.00
CAJA MEIGGS	S/. 1,070.00	S/. 4,280.00	S/. 51,360.00
APS ALAMEDA	S/. 911.00	S/. 3,644.00	S/. 43,728.00
CAJA SOL	S/. 14,447.00	S/. 57,788.00	S/. 693,456.00
CAJA BALNZA	S/. 19,662.00	S/. 78,648.00	S/. 943,776.00
TOTAL	S/. 48,745.00	S/. 194,980.00	S/. 2,339,760.00

Fuente: Elaboración propia

1.8.5. Fijación del punto de equilibrio

Para obtener el punto de equilibrio en el estacionamiento ubicado en el estacionamiento Minka – callao nos apoyamos con los datos reales de ganancias y pérdidas obtenidos hasta el año 2020.

Figura 17.

Figura 18. Calculo del punto del equilibrio

TOTAL COSTOS FIJOS	S/ 750,532.00
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	35.89%
PUNTO DE EQUILIBRIO (UM)	S/ 2,091,150.75
PUNTO DE EQUILIBRIO (UF)	123,008.87

CVu=	2.08
CFu=	1.04
CTu=	3.12

Fuente: elaboración propia

Figura 19. Grafico del punto de equilibrio

PRECIO UNITARIO	CANTIDAD	VENTAS TOTALES	COSTOS TOTALES	COSTOS FIJOS
17.00	10,000.00	170,000.00	31,222.70	750,532.00
17.00	20,000.00	340,000.00	62,445.39	750,532.00
17.00	30,000.00	510,000.00	93,668.09	750,532.00
17.00	40,000.00	680,000.00	124,890.79	750,532.00
17.00	50,000.00	850,000.00	156,113.49	750,532.00
17.00	60,000.00	1,020,000.00	187,336.18	750,532.00
17.00	70,000.00	1,190,000.00	218,558.88	750,532.00
17.00	80,000.00	1,360,000.00	249,781.58	750,532.00
17.00	90,000.00	1,530,000.00	281,004.27	750,532.00
17.00	100,000.00	1,700,000.00	312,226.97	750,532.00
17.00	110,000.00	1,870,000.00	343,449.67	750,532.00
17.00	120,000.00	2,040,000.00	374,672.36	750,532.00
17.00	123,008.87	2,091,150.75	384,066.86	750,532.00
17.00	130,000.00	2,210,000.00	405,895.06	750,532.00
17.00	140,000.00	2,380,000.00	437,117.76	750,532.00
17.00	150,000.00	2,550,000.00	468,340.46	750,532.00
17.00	160,000.00	2,720,000.00	499,563.15	750,532.00
17.00	170,000.00	2,890,000.00	530,785.85	750,532.00
17.00	180,000.00	3,060,000.00	562,008.55	750,532.00
17.00	190,000.00	3,230,000.00	593,231.24	750,532.00
17.00	200,000.00	3,400,000.00	624,453.94	750,532.00
17.00	210,000.00	3,570,000.00	655,676.64	750,532.00
17.00	220,000.00	3,740,000.00	686,899.33	750,532.00
17.00	230,000.00	3,910,000.00	718,122.03	750,532.00

Punto de Equilibrio

Fuente: elaboración propia

1.8.6. Materiales e insumos necesarios para el servicio

Componentes:

- a. Validador de tickets
- b. Pantalla o display
- c. Selector de monedas
- d. Compartimientos de monedas (tubos y Hopper)
- e. Aceptador de billetes
- f. Emisor de billetes
- g. Impresora

1.8.7. Inversión Inicial

La empresa los portales cuenta con una inversión inicial de s/58,600,000.00 para la realización del proyecto reparación de los cajeros auto automáticos (APS) y su mejora en el sistema de pago, ubicados en el estacionamiento Minka – callao.

1.8.8. Capital de trabajo

Cuando una empresa inicia un nuevo proyecto, los recursos deben estar disponibles en el corto plazo para satisfacer las necesidades emergentes. Esta es una medida de qué tan bien una empresa es inmune a los problemas de liquidez. Sin embargo, desde una perspectiva de gestión, no tiene sentido hablar de intentar gestionar activamente la diferencia neta entre los activos corrientes y los pasivos corrientes, especialmente cuando esa diferencia cambia constantemente

Figura 20. Grafico del capital de Capital de Trabajo de la empresa

Efectivo y equivalente de efectivo
Cuenta por cobrar comerciales
Inventarios
Propiedades de inversión
Otras cuentas del activo
Total Activo
Obligaciones financieras
Cuentas por pagar comerciales
Anticipos de clientes
Otras cuentas del pasivo
Total Pasivo
Total Patrimonio
Total Pasivo + Patrimonio
Cuentas de Orden

Fuente: Memorial 2020

1.8.9. Socios Estratégicos

Las actividades de la empresa Los Portales en el rubro de estacionamiento se manejan por medio de objetivos a través de aportes de sus socios estratégicos y financieros como:

- a. Los portales de estacionamiento S.A.
- b. Consorcio estacionamiento gamarra S.A
- c. Consorcio estacionamientos de Miraflores S.A
- d. Inversiones real once S.A.

1.8.10. *Proyectado de flujo de caja*

A continuación, se informa el flujo de caja de Los Portales proyectado a 5 años en relación al proyecto de reparación de los cajeros automáticos (APS) y mejora del sistema de pago

Figura 21. Flujo de caja proyectado

RUBRO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
A. INGRESOS						
VENTAS NETAS (P * Q)		4679520	7141933.5	8305794	10183815	11204624
Cantidad de Unidades (Q)		779920	1098759	1186542	1357842	1400578
Precio Unitario (P)		6	6.5	7	7.5	8
TOTAL DE INGRESOS		4679520	7141933.5	8305794	10183815	11204624
B. EGRESOS						
COSTOS DE OPERACIÓN						
Alquiler local		3000	3100	3100	3100	3200
Pago servicios básicos		78840	78840	78840	78840	78840
Planilla sueldos administrativa		49370	50645	51205	51823	52340
Depreciación		5970	11940	17910	23880	29850
Publicidad		840	840	840	840	840
Costos de producción		18400	18500	18600	18700	18800
INVERSION (Activos Fijos	238800					
(Equipos y herramientas)						
TOTAL DE EGRESOS	238800	156420	163865	170495	177183	183870
SALDO DE EFECTIVO	-238800	4523100	6978068.5	8135299	10006632	11020754
SALDO DE EFECTIVO ACUMULADO						

Fuente Elaboración propia

1.8.11. *Rentabilidad del proyecto*

Contando con el proyectado del flujo de caja a 5 años podemos definir que con el total de los valores obtenidos y una tasa del 10 % el proyecto nos da el resultado de viable como se detalla a continuación.

Figura 22. Análisis de Rentabilidad

A. INGRESOS		B. EGRESOS	
AÑO	VALOR	AÑO	VALOR
0	0	0	-238800
1	4679520	1	156420
2	7141933.5	2	163865
3	8305794	3	170495
4	10183815	4	177183
5	11204624	5	183870
TOTAL	41515686.5	TOTAL	851833

FLUJO DE EFECTIVO NETO (A - B)	
AÑO	VALOR
0	-238800
1	4523100
2	6978068.5
3	8135299
4	10006632
5	11020754

TASA	0.10
------	------

VAN	S/26,754,512.59
-----	-----------------

TIR	19.46
-----	-------

Fuente: Elaboración propia

1.8.12. Cuadro de ganancias y pérdidas obtenidas y un proyectado de la empresa

Figura 23. Estado de ganancias obtenidas y pérdidas hasta el año 2020

VENTAS NETAS (Q * PU)	S/ 2,339,760.00	100.00%
CANTIDAD (Q)	720,800.00	
PRECIO VENTA UNITARIO (PU)	S/ 17.00	
COSTO DE VENTAS (MOD+MPD+CIF)	S/ 1,500,000.00	64.11%
COSTO DE PRODUCTOS VENDIDOS	S/ 1,500,000.00	64.11%
UTILIDAD BRUTA	S/ 839,760.00	35.89%
COSTOS OPERATIVOS	S/ 637,532.00	27.25%
GASTOS ADMINISTRATIVOS	S/ 250,892.00	10.72%
GASTOS DE VENTAS	S/ 386,640.00	16.52%
UTILIDAD OPERATIVA	S/ 202,228.00	8.64%
OTROS GASTOS GENERALES	S/ 113,000.00	4.83%
GASTOS FINANCIEROS	S/ 71,000.00	3.03%
DEPRECIACION	S/ 42,000.00	1.80%
UTILIDAD ANTES DE PARTICIP. E IMPUESTOS	S/ 89,228.00	3.81%
PARTICIPACION DE UTILIDAD 10%	S/ 8,922.80	0.38%
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	S/ 80,305.20	3.43%
IMPUESTO A LA RENTA 29%	S/ 23,288.51	1.00%
UTILIDAD NETA	S/ 57,016.69	2.44%

Fuente Elaboración propia

La empresa Los Portales realiza la reunión de junta de accionistas de manera anual para dar información de todos los procesos de operatividad y la información financiera detallando las cifras en la moneda de soles y en porcentajes obtenidos al cierre del año.

Figura 24. Estado de ganancias y pérdidas hasta el año 2022

ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS PROYECTADO	
Al 31 del año 2022	
Expresado en Soles	
VENTAS	S/ 2,339,760.00
(-) Costo de Ventas	S/ 1,500,000.00
Utilidad Bruta	S/ 839,760.00
Gastos Administrativos	S/ 250,892.00
Gastos de Ventas	S/ 386,640.00
Utilidad Operativa	S/ 202,228.00
Utilidad Antes <u>Particip</u> y <u>Util</u>	S/ 202,228.00
Impuestos a la renta 29%	S/ 58,646.12
Utilidad Neta	S/ 143,581.88

Fuente: elaboración propia

Pese a la gestión actual del gobierno, la empresa Los Portales maneja mediante futuros proyectos en el sector de estacionamientos un proyectado de estado ganancias que se pueden lograr como también pérdidas.

1.8.13. Proyección del balance general

Figura 25. Proyección del balance general al 2022

BALANCE GENERAL PROYECTADO			
Al 31 del año 2022			
Expresado en Soles			
ACTIVO		PASIVO	
Caja y Bancos	110,616.00	Impuestos	3,460.00
		Cuentas por pagar comerciales	8,630.00
<u>Mercaderia</u>	7,250.00		
		Total Pasivo	12,090.00
		PATRIMONIO	
<u>Inm.Magy Equipo</u>	85,404.00	Capital	50,000.00
<u>Depreci.</u>	-1,990.00	Resultados acumulados	93,800.00
		Resultados del ejercicio	49,370.00
		Total Patrimonio	193,170.00
TOTAL ACTIVO	205,260.00	Total Pasivo y Patrimonio	205,260.00

Fuente: elaboración propia

El balance general nos da conocer los resultados, total de activo y total pasivo. Es por este motivo la importancia de tener un balance proyectado a una cantidad de años siguientes para lograr objetivos propuestos.

1.8.14. Cuadro de medición del riesgo y sensibilidad.

Figura 26. Cuadro de medición riesgo y sensibilidad

	S/26,754,512.59	774,920.00	775,920.00	776,920.00	777,920.00	778,920.00	779,920.00	780,920.00	781,920.00	782,920.00	783,920.00	784,920.00
	8.5	28,330,793.59	28,337,818.38	28,344,843.17	28,351,867.97	28,358,892.76	28,365,917.55	28,372,942.35	28,379,967.14	28,386,991.93	28,394,016.73	28,401,041.52
	8.0	28,010,578.71	28,017,190.28	28,023,801.85	28,030,413.42	28,037,024.99	28,043,636.56	28,050,248.13	28,056,859.70	28,063,471.27	28,070,082.84	28,076,694.41
	7.5	27,690,363.83	27,696,562.18	27,702,760.53	27,708,958.87	27,715,157.22	27,721,355.57	27,727,553.92	27,733,752.26	27,739,950.61	27,746,148.96	27,752,347.30
	7.0	27,370,148.96	27,375,934.08	27,381,719.21	27,387,504.33	27,393,289.45	27,399,074.58	27,404,859.70	27,410,644.83	27,416,429.95	27,422,215.07	27,428,000.20
	6.5	27,049,934.08	27,055,305.98	27,060,677.88	27,066,049.78	27,071,421.68	27,076,793.59	27,082,165.49	27,087,537.39	27,092,909.29	27,098,281.19	27,103,653.09
	6.0	26,729,719.21	26,734,677.88	26,739,636.56	26,744,595.24	26,749,553.92	26,754,512.59	26,759,471.27	26,764,429.95	26,769,388.63	26,774,347.30	26,779,305.98
	5.5	26,409,504.33	26,414,049.78	26,418,595.24	26,423,140.69	26,427,686.15	26,432,231.60	26,436,777.06	26,441,322.51	26,445,867.97	26,450,413.42	26,454,958.87
	5.0	26,089,289.45	26,093,421.68	26,097,553.92	26,101,686.15	26,105,818.38	26,109,950.61	26,114,082.84	26,118,215.07	26,122,347.30	26,126,479.54	26,130,611.77
	4.5	25,769,074.58	25,772,793.59	25,776,512.59	25,780,231.60	25,783,950.61	25,787,669.62	25,791,388.63	25,795,107.64	25,798,826.64	25,802,545.65	25,806,264.66
	4.0	25,448,859.70	25,452,165.49	25,455,471.27	25,458,777.06	25,462,082.84	25,465,388.63	25,468,694.41	25,472,000.20	25,475,305.98	25,478,611.77	25,481,917.55
	3.5	25,128,644.83	25,131,537.39	25,134,429.95	25,137,322.51	25,140,215.07	25,143,107.64	25,146,000.20	25,148,892.76	25,151,785.32	25,154,677.88	25,157,570.45

Fuente: Elaboración propia

ANÁLISIS DE RENTABILIDAD R

BENEFICIO / COSTO INVERSIÓN TOTAL / UTILIDAD MENSUAL

INVERSIÓN S/ 58,600,000.00

UTILIDAD MENSUAL S/ 5,500,000.00

B/C S/ 10.65 MESES
(Tiempo de recuperación de la inversión)

A partir del 11vo mes la ganancia es neta

Fuente: elaboración propia

1.9. Equipo gerencial de la empresa

Las personas que integran en la gerencia de la empresa Los Portales son las siguientes:

Ernesto Raffo Paine: Presidente del Directorio y Miembro de los Comités Ejecutivo y de Auditoría, Director de la Empresa Ernesto R., Portal Directorio que cerró la empresa en 1996 y tiene una Maestría en Gerencia Empresarial de la Universidad de Piura, Perú .

Bernardo Quintana Isaac: Jefe de Portales desde 2005, es el Presidente del Grupo ICA en México y es miembro del Consejo de Administración de importantes empresas del país como CEMEX, TELMEX y Grupo Carso. Se graduó de la Universidad Autónoma de México con mención en ingeniería civil y obtuvo una maestría en administración de empresas de la Universidad de California, Los Ángeles (UCLA).

Diego Quintana Kawage: Consejero y miembro titular de la Comisión Ejecutiva y del Comité de Auditoría. Es Presidente de la Compañía ICA, S.A.B. CV Miembro del Comité Ejecutivo de la Cámara Nacional de la Vivienda de México. Administración de Empresas de la Universidad de Stanford.

CONCLUSIONES

El análisis realizado en este trabajo del Estacionamiento Portales en Minka, Callao nos permite repotenciar los cajeros automáticos y el sistema (APS), ya que con solides de este trabajo nos dimos cuenta que los clientes no están satisfechos totalmente de este servicio digital. Las mejoras que proponemos harán que el cliente pueda realizar sus pagos en la brevedad del tiempo que antes lo hacía.

Se realizó una propuesta, con un plan financiero óptimo para la mejora del sistema de los cajeros automáticos, para el pago de la salida de un vehículo del estacionamiento. Aunque estamos muy bien posicionados, no debemos subestimar a nuestros competidores con el uso de la tecnología en sus sedes.

En la actualidad, cada día los consumidores exigen el servicio de pago del estacionamiento que sea más rápido y fácil, esto hace que a pesar de que estamos pasando por la pandemia, los obliga que el cuidado se realizara de forma presencial como también de forma virtual. La inversión que se tiene que hacer en esta sede Minka, es una de las estrategias principales en este trabajo de investigación, para mantener el buen servicio hacia los clientes. Los Portales no solo quiere agilizar la gestión a los clientes sino también a sus colaboradores de esa manera puedan atender con más rapidez utilizando nuevas herramientas tecnológicas y la rotación de los clientes será efectiva.

RECOMENDACIONES

Los Portales de Estacionamiento Minka, debe buscar nuevos mercados a relación de la compra de equipos, tranqueras, dispensadores de tiquetes y cajeros automáticos, que permita reemplazar las piezas deterioradas en un menor costo.

Cada vez que se realice un contrato con los futuros clientes comerciales, se debe poner énfasis en el recambio de piezas o reemplazo de equipos en un determinado tiempo, que el costo sea asumido por ambas partes teniendo en cuenta el ingreso de las playas de estacionamientos.

Realizar alianzas estratégicas con empresas de anuncios publicitarios que permitan cubrir costos dentro la playa de estacionamiento generando rentabilidad para la empresa.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFIA

Andres, C. P. (2017). Planificación de ventas y operaciones en 14 claves. España: Marge Books.

Aramendia, G. Z. (2020). Marketing y ventas. España: EARNING S.L.

Castro, A. M. (2014). Planeación financiera. Mexico: Patria.