



**PLAN DE NEGOCIO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE
ESTACIONAMIENTOS VERTICALES EN LA CIUDAD DE
AREQUIPA**

**Tesis presentada en satisfacción parcial de los requerimientos para obtener
el grado de Magister en Administración**

por:

Franz Espinoza Rodríguez

Willy Meza Villacorta

Rosmi Montero Gómez

Henry Mario Rodríguez Rodríguez

Programa de Maestría en Administración a tiempo parcial Arequipa 14-1

Lima, 17 de febrero de 2017

Maestría en:	Magíster en Administración de Empresas
Título de la tesis:	Plan de negocio para la implementación de estacionamientos verticales en la ciudad de Arequipa
Autores:	Espinoza Rodríguez, Franz Meza Villacorta, Willy Montero Gómez, Rosmi Rodríguez Rodríguez, Henry Mario

RESUMEN:

Dado el crecimiento significativo del parque automotor en Arequipa y la escasez de espacios públicos y privados donde se pueda estacionar cerca de los centros de mayor concurrencia, se ha generado un nivel de tugurización de los espacios públicos a los lados de las principales vías en dichos centros que contribuye a la congestión y caos vehicular en la ciudad. Sumado a esto, el plan Director para la conservación del centro histórico, considera la peatonalización de las vías y esto ha contribuido la disminución de estacionamientos. Es así que se proponen alternativas que permitan elevar la oferta al nivel de crecimiento de la demanda, adaptándose a la normativa vigente y las futuras restricciones. Los objetivos propuestos son los siguientes:

- Evaluar la viabilidad del proyecto de implementación de estacionamientos verticales como alternativa de solución a la falta de espacios de parqueo en el centro histórico de la ciudad de Arequipa.
- Identificar el nivel de atractivo del sector de estacionamientos públicos.
- Elaborar los planes de marketing, operaciones y financiero del proyecto.
- Determinar la viabilidad económica y financiera de la inversión del proyecto en ubicaciones estratégicas.

Para poder identificar los niveles de oferta y demanda, al no existir estudios locales ni estadísticas, se realizó un censo de los estacionamientos y diferentes tipos de locales comerciales y turísticos en el centro histórico. Además, se recolectó información de primera mano a través de entrevistas a expertos, focus group y una encuesta. Esta información permitió conocer el porcentaje de mercado no atendido (30%) y las necesidades de los clientes potenciales para poder diseñar un producto que se adapte a las mismas. También permitió conocer la posición del público con respecto al tipo de tecnología propuesta.

El producto final consiste en un servicio que comprende tanto estacionamientos convencionales como un sistema de estacionamientos verticales (que convierte 13 espacios convencionales en 50 espacios verticales). Además, cuenta con una aplicación móvil que permite tanto verificar disponibilidad de espacios como realizar reservas. Como soporte se tienen canales de comunicación virtuales (Facebook, página web). Existen tres tipos de puestos en las operaciones del negocio: administrador, cajero y operario.

La ubicación del negocio se determinó en base a evaluación de locales ya existentes, de los cuales, el que se adaptara más a las exigencias y limitaciones del tipo de tecnología, sería arrendado. Es así que se elige la cochera de la segunda cuadra de la calle Moral.

El tipo de estacionamiento es elegido de acuerdo al nivel de adaptación a las limitaciones de construcción del centro histórico. Este será importado desde China, ya que es el proveedor que mejores precios y soporte otorga. Los proveedores nacionales se utilizarán para mantenimientos correctivos del sistema.

El proyecto es financiado parcialmente por capital propio y además la maquinaria es adquirida a través de Leasing, para una inversión total de S/628,537 y un financiamiento de 5 años, que es el horizonte de evaluación del proyecto.

Se realiza una evaluación económica del proyecto para determinar su factibilidad, a lo que se agrega una evaluación de sensibilidad, creando tres escenarios basados en la variación de ventas:

- Escenario 1: el esperado, donde las ventas se mantienen en el nivel proyectado.
- Escenario 2: disminución de ventas en un 15% durante todo el período de evaluación.
- Escenario 3: disminución de ventas en un 30% durante todo el período de evaluación.

Finalmente, tras realizar las evaluaciones correspondientes, se concluye lo siguiente con respecto a la factibilidad del proyecto:

- El proyecto es una alternativa viable para solucionar la falta de espacios en el centro histórico de la ciudad de Arequipa.
- El servicio es aceptado por el cliente potencial como sus primeras opciones de consumo. Además, tiene un desfase en la oferta del 30%.
- El sistema se adapta a las limitaciones reglamentarias y también es altamente eficiente, brindando 50 espacios verticales en 13 convencionales.
- El proyecto es viable económicamente, dado que tiene un VAN positivo, una tasa interna de retorno que alcanza el 47% y el valor de la empresa traído al presente es de S/ 604 503. Además, posee un período de recuperación de 3 años.
- El proyecto es viable aún con variaciones de ventas por menos del 30%.