

Bogotá, D.C., agosto 11 de 2009

Tesis ____ Trabajo de Grado X


Señores
BIBLIOTECA GENERAL
Cuidad

Estimados Señores:

Nosotras, CLAUDIA MILENA HERRERA RAMIREZ, MARIA ANGELICA VESGA ALVARADO, SILVIA PATRICIA ARIAS LEAL , identificadas como aparece al pie de nuestras firmas, autoras del trabajo de grado titulado «Plan de negocios “GPS intelligent”» presentado y aprobado en el año 2009 como requisito para optar al título de Especialistas en gerencia de mercadeo, autorizamos a la Biblioteca General para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

- Los usuarios puedan consultar el contenido de este trabajo de grado en la página Web de la Facultad, de la Biblioteca General y en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano.
- Permita la consulta, la reproducción, a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, ya sea en formato CDROM o digital desde Internet, Intranet, etc., y en general para cualquier formato conocido o por conocer.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, “Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores”, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.



CLAUDIA MILENA HERRERA RAMIREZ
C.C. 63.533.946 de Bucaramanga



MARIA ANGELICA VESGA ALVARADO
C.C. 52.973.627 de Bogotá D.C.



SILVIA PATRICIA ARIAS LEAL
C.C. 63.526.753 de Bucaramanga

PLAN DE NEGOCIOS
“GPS INTELLIGENT”



CLAUDIA MILENA HERRERA RAMIREZ
MARIA ANGELICA VESGA ALVARADO
SILVIA PATRICIA ARIAS LEAL

UNIVERSIDAD DE BOGOTÁ JORGE TADEO LOZANO
ESPECIALIZACIÓN GERENCIA DE MERCADEO
II SEMESTRE
BOGOTÁ D. C.
2009

PLAN DE NEGOCIOS
"GPS INTELLIGENT"



CLAUDIA MILENA HERRERA RAMIREZ
MARIA ANGELICA VESGA ALVARADO
SILVIA PATRICIA ARIAS LEAL

Presentado a:
FERNANDO BARRERO RIVERA
CAROLINA OCHOA CORREDOR

UNIVERSIDAD DE BOGOTÁ JORGE TADEO LOZANO
ESPECIALIZACIÓN GERENCIA DE MERCADEO
II SEMESTRE
BOGOTÁ D. C.
2009

CONTENIDO

	Pag.
1. GPS INTELLIGENT	6
1.1 DESCRIPCIÓN IDEA DE NEGOCIO.....	6
1.1.1 Funcionalidad del software.	7
1.1.2 Administración del software.	9
1.2 VENTAJAS	9
1.3 TARJETAS INTELIGENTES.....	9
2. EQUIPO DE TRABAJO.....	11
2.1 PERFIL ACADÉMICO.....	11
2.1.1 Angélica Vesga.....	11
2.1.2 Claudia Herrera.....	12
2.1.3 Silvia Arias.	13
2.2 FORTALEZAS Y DEBILIDADES	14
2.2.1 Fortalezas.	14
2.2.2 Debilidades.	14
3. PLAN MARKETING	15
3.1 MERCADO.....	15
3.1.1 Tamaño.....	15
3.1.2 Crecimiento.....	15
3.1.3 Competencia.....	16
3.1.4 Estrategias de Producto.....	17
3.1.5 Estrategias de Precio.....	18
3.1.6 Estrategias de Plaza.	19

3.1.7 Estrategia de Promoción.....	19
4. SISTEMA DE NEGOCIO	22
4.1 MISIÓN.....	22
4.2 VISIÓN.....	22
4.3 VALORES.....	22
4.4 OBJETIVOS.....	22
4.5 ORGANIGRAMA.....	23
4.5.1 Unidades de soporte.....	24
5. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN	25
5.1 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	25
5.2 PLAN DE INVERSIÓN.....	25
6. ANÁLISIS DE RIESGOS.....	27
7. VIABILIDAD FINANCIERA.....	29
7.1 ANÁLISIS:.....	33
CONCLUSIONES	34
BIBLIOGRAFIA.....	35

RESUMEN EJECUTIVO

Nuestro producto a vender es GPS INTELLIGENT que es un software que permite la operación y administración de parqueaderos. Permite controlar y agilizar los procesos de ingreso, parqueo, cancelación y salida de los usuarios. La utilización de tarjetas inteligentes para su operación se convierte en un medio que permite generar una auditoria constante, al mismo tiempo que potencializa los valores agregados que puede ofrecer el parqueadero a sus clientes.

En el momento de ingresar un automóvil, el sistema graba la placa, la imagen del conductor y la hora de entrada en la tarjeta inteligente y verifica con el sensor que sea un automóvil el que se encuentra en la entrada. Si el conductor ya tiene una tarjeta del parqueadero, el sistema verifica que esté vigente, que tenga saldo y que corresponda al vehículo para dejarlo ingresar.

El automóvil es guiado hacia un lugar desocupado gracias a los displays electrónicos, de manera que se vaya llenando organizadamente y el conductor dure menos tiempo buscando un sitio vacío.

Al contar con un sistema de GPS identifica los lugares libres para disminuir el tiempo desperdiciado dando vueltas para encontrar un espacio, además guarda la ubicación del vehículo dentro del parqueadero facilitando su búsqueda al momento de salir del mismo.

Al momento de pagar el ticket, el sistema liquida automáticamente los valores a cancelar, evitando errores humanos. De igual manera verifica la información del conductor y permite emitir alarmas y generar descuentos a clientes frecuentes entre otras promociones, así como generar tarjetas prepago que se van descontando de una única tarjeta en la medida que se van consumiendo.

El sistema también permite hacer convenios con almacenes que paguen parte del parqueadero del conductor. Este pago se realiza electrónicamente directo sobre la tarjeta, evitando fraudes. También permite generar una tarjeta para mensualidades que guarde toda la información, evitando que el conductor pase por el punto de pago cada vez y ahorrando costos de papelería.

A la salida se compara la placa del vehículo con la base de datos del sistema y la hora de pago con la hora de salida para autorizar el paso del vehículo. Si es una tarjeta prepago se verifica que tenga saldo y que este vigente y se autoriza la salida del carro.

El costo de este software incluido la asistencia técnica por un año es de \$100.000.000; teniendo el equipo requerido para trabajar en buenas condiciones, ya que tiene demasiada capacidad de almacenamiento y es muy rápido soportando los programas necesarios para llevar a cabo todas sus funciones.

1. GPS INTELLIGENT

1.1 DESCRIPCIÓN IDEA DE NEGOCIO

GPS INTELLIGENT es la herramienta perfecta para la operación y administración de parqueaderos. Permite controlar y agilizar los procesos de ingreso, parqueo, cancelación y salida de los usuarios. La utilización de tarjetas inteligentes para su operación se convierte en un medio que permite generar una auditoria constante, al mismo tiempo que potencializa los valores agregados que puede ofrecer el parqueadero a sus clientes, nuestro cliente esta dirigido principalmente a los centros comerciales ubicados en zonas de complicado acceso que estén interesados en agilizar el ingreso a sus parqueaderos y el mejoramiento del servicio al cliente

La necesidad de proveer un sistema de control de acceso vehicular que se adecue a las expectativas de los clientes nacionales, nos permitió detectar la oportunidad de crear un sistema que satisficiera las necesidades tanto Económicas como Técnicas de los clientes.

Nuestro entorno social determinado por un aumento constante de la inseguridad ha generado un crecimiento de la demanda de sistemas de controles para el ingreso de vehículos y personal a instalaciones, este crecimiento nos proporciona un mercado en aumento que requiere ser satisfecho con productos mas efectivos y confiables que permitan recuperar la credibilidad en los productos nacionales tales como GPS INTELLIGENT.

Nos enfocamos principalmente en analizar cuál era el DOFA para verificar si nuestra idea de negocio sería viable o no, a continuación todo el desarrollo:

– Debilidad. Actualmente los parqueaderos de los centros comerciales con los que cuenta Bogotá, son parqueaderos desorganizados, atención inadecuada por parte del personal y las maquinas, exceso de carros para el cupo con el que se cuenta, inconvenientes para encontrar el carro, discusiones entre clientes por los pocos cupos, poca educación por parte de los conductores en cuanto al no respeto de los cupos de las personas discapacitadas, pérdida de tiempo en esperas de disponibilidad.

– Oportunidad. Con respecto a los problemas mencionados anteriormente encontramos una muy buena oportunidad para crear soluciones con un sistema totalmente tecnológico y efectivo a través de las tarjetas inteligentes- GPS Intelligent.

Conseguir publicidad que nos patrocine teniendo en cuenta que el costo es muy elevado, además de contar con el apoyo del centro comercial haciéndolos entender que es una idea viable y les solucionara el inconveniente, de la misma forma acepten la idea.

– Fortaleza. Nuestro sistema es importante porque nos permite personalizar de acuerdo a las necesidades del parqueadero, aspectos como el grado de automatización que se quiere, la forma como se distribuye el parqueadero, los informes especiales que necesita y el grado de verificación deseado (Placa, Imagen, Sensor)

– Amenaza. Falta de credibilidad por parte de los inversionistas en la idea de negocio o por resistencia al cambio.

Encontramos que hay una oportunidad bastante viable en la cual enfocaremos todo nuestro proyecto; la idea de negocio consiste especialmente en desarrollar un sistema para la perfección en cuanto a la operación y administración de los parqueaderos de los centros comerciales satisfaciendo las necesidades tanto económicas y técnicas de los clientes

Este sistema permitirá controlar y agilizar de una forma mas ordenada todos los procesos de ingreso, parqueo, cancelación y salida de vehículos, todo a través de las tarjetas inteligentes, medio por el cual la operación se convierte en un método eficaz y capaz de generar una auditoria constante, Adicionalmente, el sistema disminuye los tiempos de ingreso y tráfico dentro del parqueadero, aplica para cualquier parqueadero independientemente de su tamaño, brinda mayor seguridad en la información, las formas de pago, el control del recaudo, y amplía el portafolio de servicios que ofrece el parqueadero generando soluciones prepago, por convenios, por clientes frecuentes, entre otras.

La idea principalmente es potencializar varios valores agregados los cuales hoy en día no se encuentran en ningún parqueadero de Colombia.

1.1.1 Funcionalidad del software. GPS INTELLIGENT es una solución integrada de control y gestión de parqueaderos que incluye la más avanzada tecnología de automatización, permite un escalonamiento modular y es altamente flexible frente a los cambios o nuevos requerimientos. Posee la gran ventaja de ser un sistema versátil y practico tanto para los usuarios como para los proveedores.

Este software a sido concedido con las mas avanzadas herramientas de desarrollo basado en una arquitectura cliente-servidor, junto a una red Ethernet intercomunicaran sus puntos de acceso, sus estaciones de trabajo o bien sus distintos predios de Parking, obteniendo una administración centralizada y un

control eficiente en el negocio, además garantiza la simple adaptación a los nuevos avances de un mercado tecnológico en continuo cambio.

Al momento de ingresar un automóvil, el sistema graba la placa, la imagen del conductor y la hora de entrada en la tarjeta inteligente, y verifica con el sensor que sea un automóvil el que se encuentra en la entrada, para dejarlo ingresar.

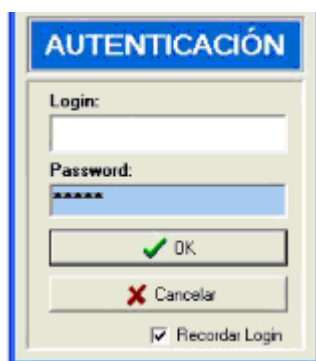
El parqueadero guía el automóvil gracias a los displays electrónicos hacia un lugar desocupado de manera que se vaya llenando organizadamente.

Al contar con un sistema de GPS identifica los lugares libres para disminuir el tiempo desperdiciado dando vueltas para encontrar un espacio, además guarda la ubicación del vehículo dentro del parqueadero facilitando su búsqueda al momento de salir del mismo.

Al momento de pagar el ticket, el sistema liquida automáticamente los valores a cancelar, evitando errores humanos. De igual manera permite generar descuentos a clientes frecuentes entre otras promociones.

El sistema también permite hacer convenios con almacenes que paguen parte del parqueadero del conductor. Este pago se realiza electrónicamente directo sobre la tarjeta, evitando fraudes. También permite generar una tarjeta para mensualidades que guarde toda la información, evitando que el conductor pase por el punto de pago cada vez, y ahorrando costos de papelería.

A la salida se compara la placa del carro con la placa del vehículo y la hora de pago con la hora de salida para autorizar el paso del vehículo y se autoriza la salida del carro.



1.1.2 Administración del software. Cada operario tiene una tarjeta para abrir y cerrar turno, estableciendo una responsabilidad mayor al momento de responder por los movimientos.

El sistema permite hacer arqueos instantáneos de movimientos del día, tener un control sobre la situación actual del parqueadero y hacer cierres instantáneos rápidamente, entre otras funciones. De igual manera emite informes como horas de mayor demanda, tiempos de uso del servicio, lugares más utilizados, transacciones realizadas y usuarios frecuentes, entre otros.



1.2 VENTAJAS

Al momento de implementar nuestra solución, se pueden personalizar de acuerdo a las necesidades del parqueadero, aspectos como el grado de automatización que se quiere, la forma como se distribuye el parqueadero, los informes especiales que necesita y el grado de verificación deseado (Placa, Imagen, Sensor)

Adicionalmente, el sistema disminuye los tiempos de ingreso y tráfico dentro del parqueadero, aplica para cualquier parqueadero independientemente de su tamaño, brinda mayor seguridad en la información, las formas de pago y el control del recaudo, y amplía el portafolio de servicios que ofrece el parqueadero generando soluciones prepago, por convenios, por clientes frecuentes, entre otras.

En caso de pérdida el usuario deberá acercarse al modulo de atención y reportarla la tarjeta será ubicada por medio del gps en el centro comercial, como opción para el centro comercial se contara con unos lectores de control en los ingresos y salidas del mismo para evitar que dichas tarjetas salgan del lugar sin ser detectadas.

1.3 TARJETAS INTELIGENTES

GPS INTELLIGENT principalmente está compuesto por lo siguiente:

1.3.1 Tarjetas Inteligentes. Todas las tarjetas del parqueadero están compuestas por un chip para almacenar la información y una antena para comunicarse con los lectores.

Las tarjetas pueden almacenar información hora de entrada y salida del vehículo del usuario, así como la información personal del mismo en el caso de tarjetas prepago, entre muchos otros datos.

- Talanqueras de entrada y salida, las cuales están programadas para abrir y cerrarse automáticamente al momento del ingreso o salida de los vehículos.
- Dispensadores y recolectores electrónicos de tarjetas inteligentes.
- Sensores de piso, ubicados a la entrada, salida y al interior del parqueadero, cuya función es verificar la masa metálica de los vehículos.
- Cámaras de fotos, para llevar un registro visual de las personas que ingresan y salen en los vehículos.
- Cámaras de placas, que permite verificar que la tarjeta inteligente corresponda al automóvil asignado.
- Talanquera de organización, que sirve para cerrar espacios dentro del parqueadero que ya están llenos (reemplazando a las personas que hacen esto)
- Display electrónico, que dirige al vehículo a los sitios del parqueadero donde existen cupos.
- Punto de pago, equipado con un Equipo de control, un Lector de tarjetas inteligentes y una Impresora



2. EQUIPO DE TRABAJO

Somos un equipo altamente comprometido con grandes habilidades, amplia experiencia laboral y fortalezas en diferentes campos, interesadas en construir un proyecto propio y exitoso, uniendo todas estas cualidades lograremos junto con el apoyo de nuestros proveedores un éxito en la propuesta de negocio.

PERFIL DE CUALIDADES DE LOS MIEMBROS DEL EQUIPO										
FACTORES FIJOS						FACTORES VARIABLES				
	TECNOLOGIA	FINANZAS	DIRECCION DE PROYECTOS	RELACIONES	VENTAS Y MARKETING	DESTREZAS DE PERSONAL	CAPACIDAD SOCIAL	INICIATIVA	COMUNICACIÓN	CAPACIDAD PARA VENTAS
ANGELICA VESGA	X		X		X		X	X		X
SILVIA ARIAS	X		X	X			X	X	X	
CLAUDIA HERRERA		X	X			X	X	X	X	

Para nuestro equipo es de mucha importancia este proyecto ya que nos permite conocer nuestro entorno profesional y de esta manera implementar nuevas ideas al proyecto e ir contribuyendo con su crecimiento.

Nos permite visualizar la empresa para darnos cuenta de lo positivo y negativo que sucede dentro de ella y el manejo que se le da a los sistemas de información, para poder brindarle apoyo y soluciones al respecto con el fin de satisfacer al usuario eficazmente, es interesante e importante ya que es un trabajo que nos pone al tanto de lo que se plantea un ingeniero electrónico o de sistemas cuando se enfrenta a brindarles apoyo a las empresas, y de esta forma es que vamos analizando cuales son los pasos a seguir para construir un buen sistema de información.

2.1 PERFIL ACADÉMICO

2.1.1 Angélica Vesga

– Estudios

- Universidad Central Publicidad Profesional con énfasis en Creatividad.
- Universidad Jorge Tadeo Lozano - Especialización en Gerencia de Mercadeo (actualmente)

– Experiencia

- STAGE BTL – Directora de Cuentas
2007 a la fecha

- KEYPEOPLE – Ejecutiva de cuentas
DDB WORLDWIDE
2006-2007

- GOMA BTL – Ejecutiva de cuentas
2005-2006

– Competencias

- Publicista con énfasis en creatividad, ejecutiva con amplio conocimiento en el desarrollo y ejecución de estrategias en el área BTL, manejo de presupuestos, producción y dirección logística en campo.

- Experiencia en trabajo con grupos de comunicación en las diferentes áreas de ATL, BTL y CRM, con los cuales he desarrollado estrategias conjuntas. Manejo del proceso administrativo con proveedores externos.

2.1.2 Claudia Herrera.

– Estudios

- Universidad Jorge Tadeo Lozano
Especialización en Gerencia de Mercadeo
Actualmente
Finaliza julio 2009

- Universidad Autónoma de Bucaramanga
Administradora de Empresas Hoteleras y Turísticas 2006

– Experiencia

- Restaurante Diner Unicentro
Febrero 2008 – febrero 2009 - Bogotá
Administradora

- Hamburguesas El Corral
Agosto a Diciembre de 2007 - Bucaramanga
Administradora de Punto

- Occidental de Colombia Inc.
Enero – Julio de 2006 – Distrito Caño Limón
Asistente de Campamento (practicante)

- Hotel Ciudad Bonita
Fecha: Julio – Diciembre 2005
Servicio al Cliente

– Competencias

- Administradora enfocada en mercadeo, con alto perfil comercial, conocimientos específicos en alimentos y bebidas, alojamiento, aerolíneas, agencias de viajes, restaurantes, servicio al cliente, eventos, control de costos, control de inventarios, manejo de personal, seguridad industrial, HACCP, BPM, ejecución de ideas y proyectos, mejoras de servicio, presupuestos, gestión humana, logística entre otras cosas.

- Habilidad para liderar y desarrollar trabajos en equipo con facilidades de asimilación de conocimientos y auto aprendizaje así como de comunicación eficaz. Responsable, emprendedor, dinámico y persistente. Desarrollo de excelentes comunicaciones y relaciones interpersonales empáticas.

2.1.3 Silvia Arias.

– Estudios.

- Universidad Jorge Tadeo Lozano
Especialista en gerencia de mercadeo
2009

- Universidad Autónoma de Bucaramanga
Administradora turística y hotelera
2006

- Alianza Francesa
Curso francés
2005

– Experiencia.

- Adidas Colombia-Bogota
Asistente Gerencia-Mercadeo
2007-Actualmente

- Adidas Colombia-Bogota
Asistente administrativa
2006-2007

- Hotel Relais Akena-Francia
Pasantia
2006

- Hotel Club Campestre-Bucaramanga
Apoyo Administrativo
2003

– Competencias.

- Administradora de empresas Turística y Hotelera de la Universidad Autónoma de Bucaramanga con experiencia en el área administrativa, de mercado y contable tanto a nivel nacional como internacional, gestión en la organización de eventos.

- Persona responsable, con alta capacidad analítica y de trabajo en equipo, creativa, con orientación al logro y excelentes relaciones interpersonales. Bilingüe; dominio de Frances, destreza en el manejo de programas como Excel.

- Interés por poner en marcha las competencias, habilidades y conocimientos adquiridos en las áreas administrativas y de mercadeo.

2.2 FORTALEZAS Y DEBILIDADES

2.2.1 Fortalezas.

- Servicio al cliente.
- Manejo de estrategias publicitarias y de PR.
- Manejo de idiomas
- Relaciones públicas
- Conocimiento del mercado a nivel internacional

2.2.2 Debilidades.

- Manejo del departamento administrativo de compras pagos y contable.
- Manejo de programación e ingeniería de sistemas.
- Medios de exportación

Estas debilidades las reforzaremos con personal capacitado en estos temas; habrá capacitaciones y supervisiones para reforzar cada día más.

3. PLAN MARKETING

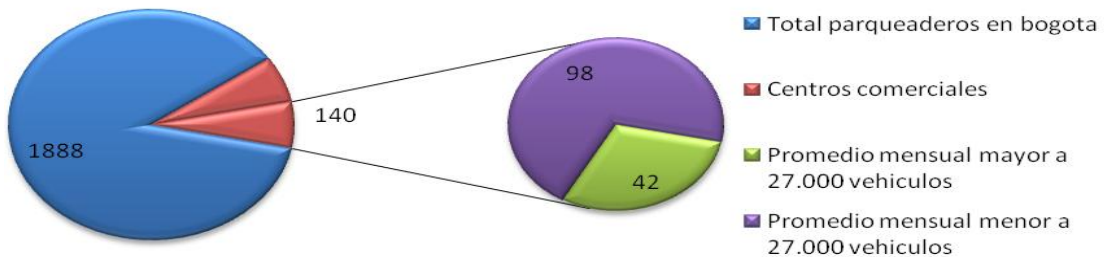
3.1 MERCADO

3.1.1 Tamaño. Para determinar el tamaño del mercado potencial tal como hemos comentado son la totalidad de los parqueaderos que se encuentran dentro de los centros comerciales en la ciudad de Bogotá, de ese total escogeremos solamente los que superen los ingresos/promedio >27'000.000 vehículos, no obstante en nuestras estimaciones incluiremos datos que variaran rápidamente en los próximos años:

- Total parqueaderos Bogotá: 1,888 (Personería de Bogotá)
- Total parqueaderos centros comerciales Bogotá: 140
- Total parqueaderos ingresos promedio /mes >27'000.000 vehículos: 42 (30%)
- Total parqueaderos ingresos promedio /mes <27'000.000 vehículos: 98 (70%)

De los vehículos particulares que transitan en Bogotá 260.000¹ son fuentes de trabajo para sus dueños 200.000 los necesitan para la movilización de sus familias a los colegios, universidades y puestos laborales. El 17.3% de la población tienen carro, de los cuales el 76% tienen solo 1 vehículo. Ese porcentaje manifiesta que el carro es una herramienta fundamental.

– Mercado potencial.



Fuente: Personería de Bogotá

3.1.2 Crecimiento. El 42% cumple con las necesidades de nuestro mercado potencial, determinando este porcentaje podemos analizar que tenemos un

¹ Datos obtenidos de la página: www.personeriabogota.gov.co/

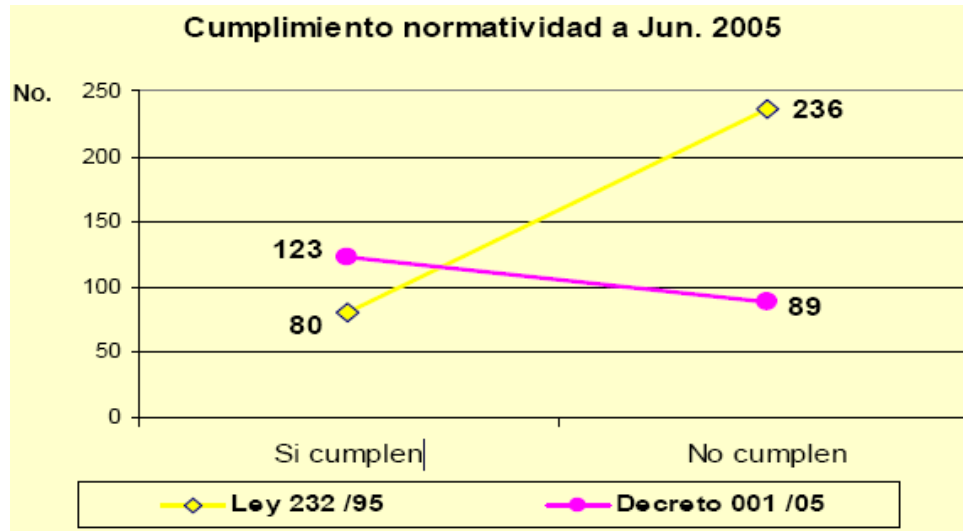
mercado bastante inexplorado en el cual tenemos una gran oportunidad de crecimiento.

GPS INTELLIGENT principalmente cuenta con la funcionalidad que genera el sistema y centra toda su atención en realizar estrategias para cumplir todos los objetivos propuestos tales como:

- Comodidad: El cliente encuentra un sistema agradable para todo el proceso en general del parqueo.
- Satisfacción: El cliente se siente satisfecho por el trato en el momento del ingreso, ya que el sistema graba la imagen del conductor y hora de entrada de la tarjeta inteligente.
- Facilidad: Por primera vez encontrara que las maquinas y la tecnología ha llegado a un gran avance en cuanto a desgaste de tiempo.
- Tiempo: El sistema disminuye los tiempos de ingreso y tráfico dentro del parqueadero independientemente de su tamaño.
- Seguridad: Brinda mayor seguridad en la información, las formas de pago y el control del recaudo.
- Publicidad: Ofrecer soluciones prepago, por convenios y por clientes frecuentes, el sistema también permite hacer convenios con almacenes que paguen parte del parqueadero del conductor.
- Coordinación, funcionalidad y logística: El sistema guía el automóvil gracias a los displays electrónicos hacia un lugar desocupado de manera que se vaya llenando organizadamente y el conductor dure menos tiempo buscando un sitio vacío.

3.1.3 Competencia. Actualmente en la ciudad de Bogotá se encuentran 1.888 parqueaderos registrados ante el Distrito2, de los cuales 272 incumplen con los requisitos de funcionamiento, como podemos observar en la grafica se ha podido detectar que la Administración adolece de una reglamentación específica que establezca mecanismos de control sobre las tarifas, así mismo, no todos los parqueaderos tienen registradas las tarifas ante la respectiva Alcaldía Local.

– Cumplimiento normatividad a junio de 2005.



Fuente: Datos obtenidos de la página: www.personeriabogota.gov.co/

Nuestra competencia directa serán todos los parqueaderos reconocidos en la ciudad de Bogotá, incluyendo el valet parking (City parking S.A-Park Elite-Aparcar Ltda-Sipark)

3.1.4 Estrategias de Producto. Nuestro target está dirigido principalmente a los centros comerciales de Bogotá ubicados en zonas de complicado acceso que estén interesados en agilizar el ingreso a sus parqueaderos y el mejoramiento del servicio al cliente, con ingresos promedio/ mes mayor de 27.000.000 vehículos. Dado el costo del producto el flujo de ingresos debe soportar la inversión inicial. Este es el target al que dirigiremos nuestros esfuerzos y naturalmente no rechazaremos ni perderemos ninguna oportunidad interesante.

– **Estrategia de Servicio.** “Método de pago sencillo significa clientes contentos y una alta tasa de ocupación”

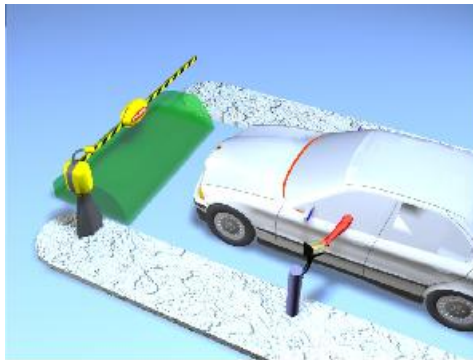
GPS INTELLIGENT tendrá como estrategia principal ofrecerles a sus clientes una solución en cuanto a los grandes problemas que se presentan a diario en un parqueadero tales como:

- Errores al ingresar datos de clientes
- Falta de agilidad para el flujo de vehículos.

Y para lograr este objetivo GPS INTELLIGENT solucionara todo esto a través de un software que cumpla con la sistematización de ingresos y egresos de la

empresa y otro software que sistematicé todos los datos de los clientes para facilitar el flujo vehicular.

- Cuando el conductor llega al parqueadero, el sistema graba la imagen del conductor, la placa, la hora de entrada en la tarjeta inteligente, y verifica con el sensor que sea un automóvil el que se encuentra en la entrada.
- Si es la segunda vez del conductor o cliente VIP, el sistema verifica que esté vigente, que tenga saldo y que corresponda al vehículo registrado para dejarlo ingresar.
- El parqueadero guía el automóvil gracias a los displays electrónicos hacia un lugar desocupado de manera que se vaya llenando organizadamente y el conductor dure menos tiempo buscando un sitio vacío.
- Al momento de pagar el ticket, el sistema liquida automáticamente los valores a cancelar, evitando errores humanos.
- Si el carro ha sido extraviado por el conductor, la tarjeta inteligente le permite ubicarlo.
- A la salida se compara la placa del carro con la placa del vehículo y la hora de pago con la hora de salida para autorizar el paso del vehículo.



3.1.5 Estrategias de Precio.

– Fijación de precios basada en el costo. Nuestra fijación de precios está basada en costo más margen, sumando un sobreprecio estándar al costo del producto.



Fuente: Los autores.

Al ser un producto nuevo en el mercado durante la introducción del mismo hemos decidido posicionar nuestro producto ante la competencia en términos de calidad y precio.

Para ello aplicaremos la estrategia de buen valor, introduciremos al mercado un producto de alta calidad a un precio accesible, de igual forma al ser un producto innovador nuestra estrategia para penetrar en el mercado será fijar un precio accesible, con el fin de atraer la mayor cantidad de compradores posibles y así lograr una importante participación en el mercado. Al tener, entonces, un elevado volumen de ventas, los costos, por ende, serán inferiores, lo que puede permitir bajar más aún el precio

Analizando nuestra competencia y precios de los mismos, hemos concluido el costo del software de GPS INTELLIGENT incluido la asistencia técnica es de \$80.000.000+ IVA; teniendo el equipo requerido para trabajar en buenas condiciones, ya que tiene demasiada capacidad de almacenamiento y es muy rápido soportando los programas necesarios para llevar a cabo todas sus funciones.

3.1.6 Estrategias de Plaza. No nos enfocaremos por un lugar específico en la ciudad de Bogotá, como habíamos dicho anteriormente ya que no rechazaremos ningún cliente el cual cuente con un poder adquisitivo alto y por lo tanto esté interesado en adquirir nuestro software para la satisfacción de sus clientes y una alta tasa de ocupación en su negocio.

3.1.7 Estrategia de Promoción. Utilizaremos el método del porcentaje de ventas, nuestro presupuesto de promoción será definido según un porcentaje del 2% las ventas previstas, creando una estabilidad competitiva este porcentaje variará según lo que pueda "permitirse" gastar la compañía

Las cuatro principales herramientas promocionales que usaremos serán:

- **Publicidad:** Nuestra inversión publicitaria se basara en la aplicación de estrategias de CRM conjuntas buscando generar un contacto con alta recordación de marca seguida por acciones de BTL como eventos de lanzamiento y foros.
- **Promoción de ventas:** Incentivos de corto plazo para alentar las ventas de nuestro producto con el fin de estimular a los vendedores de la propia compañía y mejorar sus esfuerzos por vender
- **Relaciones públicas:** La creación de buenas relaciones con los diversos públicos de una compañía, la creación de una buena "imagen de corporación" que implican una publicidad favorable y la creación de una imagen positiva, este es el instrumento para darnos a conocer.
- **Ventas personales:** Presentación oral en una conversación con uno o más compradores posibles con la finalidad de realizar una venta.

– **Lanzamiento.** Para el logro de los objetivos comerciales GPS INTELLIGENT se relacionara con grandes empresas a nivel nacional. Al ser un público muy reducido no es fácil encontrar vínculos de comunicación adecuados o diseñar tácticas que permitan una comunicación exitosa.

Por esto, constantemente estamos en la búsqueda de escenarios para la interacción con estas audiencias que nos permitan contacto directo con ellos y soporte el posicionamiento de GPS INTELLIGENT como experto en el negocio.

Entre las acciones identificadas está la realización de un evento para el lanzamiento al sector corporativo nacional.

– **Objetivos.**

- Reunir, en forma sistemática todos los años, a representantes de nuestras audiencias a fin de posicionar a GPS INTELLIGENT como “experto en el manejo integral de control de ingresos a parqueaderos y protagonista de su desarrollo en el país”.
- Consolidar la imagen corporativa de GPS INTELLIGENT para que soporte las iniciativas de búsqueda de nuevos negocios a nivel nacional e internacional.
- Lograr visibilidad y cobertura frente a los medios de comunicación nacional e internacional.

– **Estrategia.** Planear un evento de alto nivel que convoque a líderes de opinión del sector donde trataremos el tema de la innovación como la solución ante la crisis económica internacional de la mano de un conferencista reconocido que nos sirva como plataforma de noticia y colabore con la convocatoria del mismo.

- Lugar: Club el Nogal



- Conferencista:



Luigi Valdes

- Innovación. El Arte de Inventar el Futuro

- Presupuesto: \$40.000.000.

4. SISTEMA DE NEGOCIO

4.1 MISIÓN.

Ofrecer y garantizar el bienestar a todos nuestros clientes a través de la agilidad y asignación de cupos en un menor tiempo de ingreso.

4.2 VISIÓN.

Lograr posicionar en el año 2011 a GPS Intelligent en el mercado nacional como una empresa líder, seria y responsable en la prestación del servicio de parqueadero mediante el reconocimiento de un incontable número de usuarios satisfechos

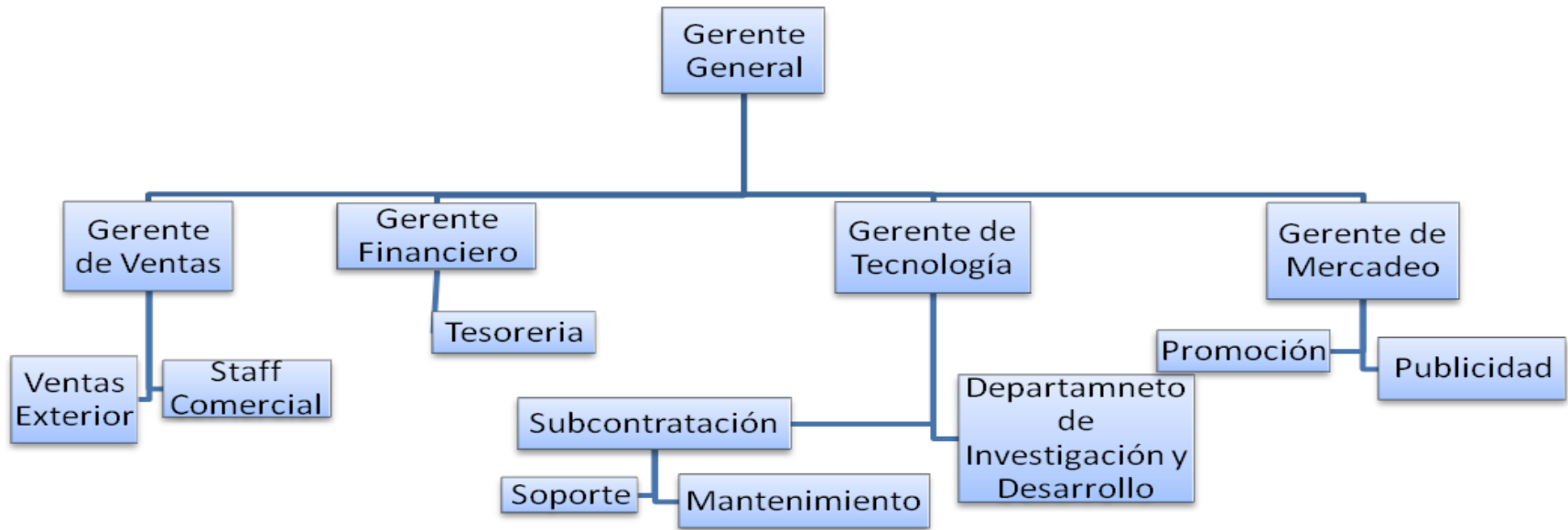
4.3 VALORES.

- Innovación
- Honestidad
- Ética
- Calidad
- Comunicación
- Compromiso

4.4 OBJETIVOS.

- GPS Intelligent tiene como objetivo implementar una solución, la cual se puede personalizar de acuerdo a las necesidades de cada parqueadero, aspectos como el grado de automatización que se quiere, forma como se distribuye el parqueadero, los informes especiales que necesita y el grado de verificación deseado (Placa, Imagen, Sensor)
- Brindar seguridad a todas las personas con vehículos particulares un espacio fijo y cómodo ofreciendo nuestra responsabilidad.
- Satisfacer plenamente a nuestros clientes con todos los servicios, planes de tarifas, seguridad y comodidad.

4.5 ORGANIGRAMA



4.5.1 Unidades de soporte.

– Contabilidad: Se encarga de registrar todas las transacciones económicas realizadas por la empresa tales como gastos, ingresos, contratos entre otros; con el fin de organizar y sistematizar toda la información y poder darse cuenta en materia contable de cómo funciona el ente.

La información contable es de vital importancia en una empresa puesto que además de dar resumen de funcionamiento de la empresa mediante los estados financieros, esta nos brinda confianza y seguridad a la hora de la toma de decisiones.

– Comercial: Se enfoca en las relaciones comerciales que pueden surgir en las diferentes empresas, es el encargado de generar estrategias de publicidad y mercadeo para poder llegar a los clientes y estar en contacto con ellos para poder atender a las nuevas necesidades que les vayan surgiendo y de tal manera complacerlos para que se sientan satisfechos con la atención prestada.

– Informática: Encargada de manejar y controlar todos los sistemas de información utilizados en la empresa; se enfoca en la sistematización de las actividades realizadas por la empresa, actualización del software para el manejo de la información tanto contable como administrativo, manejo de equipos de computo, el cual enfrentan el director técnico, director de proyectos, director de software, responsable de aplicaciones informativas, responsable proyectos y director de desarrollo.

5. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN

5.1 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

EVENTO	AÑO 1												AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5						
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12										
Presentación plan de negocio y presupuesto a inversionistas	■	■	■	■									■	■		■	■	■	■	■		
Consecucion de inversionistas				■	■	■																
CREACION DE EMPRESA																						
Recepcion de capital	■	■	■	■									■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Registro en camara y comercio	■	■	■	■																		
Registro de marca	■	■	■	■																		
Análisis de mercado	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
CONSTITUCION DE EMPRESA																						
Selección y contratacion de personal	■																					
Capacitacion personal	■	■											■	■								
Consecucion de oficinas y mobiliario				■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Compra de maquinaria y equipo de oficina	■	■	■	■																		
CONSTRUION DE HARDWARE Y SOFTWARE																						
Gestion de compra componentes produccion de hardware	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Creacion de software de plataforma	■	■	■	■																		
Produccion	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
GESTION COMERCIAL																						
Recoleccion de base de datos clientes potenciales	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■										
Contacto	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■										
Campaña de Marketing	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Ejecucion del plan de mercadeo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Lanzamiento al mercado	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■										

■ ACTIVIDADES CRITICAS
■ ACTIVIDADES RUTINARIAS

5.2 PLAN DE INVERSIÓN

RECURSOS TÉCNICOS		
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR
DIGITADOR	3	\$ 400.000
PLANTILLA ELECTRICA PARA EL REGISTRO DE LA INFORMACION	1	\$ 250.000
PAPELERIA		\$ 20.000
LLAMADAS		\$ 30.000
IMPRESIONES		\$ 30.000
TRANSPORTE		\$ 30.000
TOTALES		\$ 760.000

RECURSOS TECNOLÓGICOS		
DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR
COMPUTADOR	1	\$ 2.500.000
MEMORIA USB	1	\$ 30.000
IMPRESORA	1	\$ 100.000
GRABADORA	1	\$ 30.000
FILMADORA	1	\$ 300.000
INTERNET		\$ 60.000
TARJETAS INTELIGENTES	100	\$ 400.000
SOFTWARE	1	\$ 50.000.000
TOTALES		\$ 53.420.000
TOTAL FINAL	\$ 54.180.000	

6. ANÁLISIS DE RIESGOS

Identificación de riesgos y plan de contingencia

Riesgos Internos

- Un miembro clave del personal, como podría ser el jefe de desarrollo, abandonara el cargo
- Que el cliente interno no tenga claro los objetivos
- El servidor colapsara, por alguna razón.
- Riesgos Externos
- No vender el sistema
- Se quemara una fábrica de un proveedor clave
- Poco después del lanzamiento al mercado, un competidor presenta un producto alternativo más barato
- Nuestro socio de distribución da por finalizado el acuerdo con nuestra empresa
- Nuestros aliados estratégicos no vean viable la propuesta en cuanto al sistema, inversión y buen servicio (funcionalidad)
- El dinero que se tiene destinado para el proyecto por parte de los socios, no sea suficiente para el desarrollo de este.

Soluciones o plan de contingencia:

- El personal del área de tecnología debe tener claro los objetivos y desarrollo del sistema para tal caso en que se presente un problema de urgencia y cualquier persona pueda suplir el cargo
- Capacitaciones, asesorías, contrato a termino definido y clausula de permanencia por ambas partes
- Tendremos un proveedor que nos supla todas las necesidades en caso de colapso, de incapacidades y asesoría las 24HR.
- Tener variedad de clientes.

- Seguro contra todo riesgo.
- Tener claro nuestro valor agredo para así no ser comparados ni atacados por nuestra competencia.
- Antes de realizar un convenio con los distribuidores firmaremos una clausula de permanencia mínima de dos años.
- Si el dinero de los socios no es suficiente se recurrirá a la solicitud de un crédito con un banco
- Según nuestro cronograma de actividades, tenemos destinado 6 meses, para sacar adelante nuestro proyecto, dentro de este tiempo están destinados dos meses, como plan de contingencia para cubrir si no sale todo en 4 meses que seria lo ideal.

7. VIABILIDAD FINANCIERA

INVERSION INICIAL	VALOR
Registro de Marca	\$ 600.000,00
Registro de Empresa	\$ 500.000,00
Muebles y Equipos	\$ 20.000.000,00
Caja	\$ 10.000.000,00
TOTAL INVERSION INICIAL	\$ 31.100.000
COSTO DE VENTA	VALOR
Mano de obra	\$ 10.000.000
Software	\$ 40.000.000
Tarjetas gps	\$ 2.400.000
Inversión en Publicidad	\$ 10.000.000
Instalaciones físicas (arriendo+servicios)	\$ 5.000.000
TOTAL COSTO DE VENTA	\$ 67.400.000
PRECIO DE VENTA PROMEDIO	\$ 100.000.000
UTILIDAD	\$ 32.600.000
MARGEN %	33%

GASTOS	VALOR MES	VALOR AÑO
OPERATIVOS		
Salarios Fijos		
Asesor comercial	\$ 1.000.000	\$ 12.000.000
TOTAL GASTOS OPERATIVOS	\$ 216.000.000	\$ 12.000.000
ADMINISTRATIVOS		
Papelería	\$ 500.000	\$ 300.000
Asistente administrativa	\$ 1.000.000	\$ 12.000.000
Asesoría Contable	\$ 1.500.000	\$ 18.000.000
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 3.000.000	\$ 30.300.000
TOTAL GASTOS OPERATIVOS + ADMON	\$ 219.000.000	\$ 42.300.000

FLUJO DE CAJA INGRESOS

Numero de software vendidos	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5
2	\$ 200.000.000				
3		\$ 300.000.000			
4			\$ 400.000.000		
5				\$ 500.000.000	
6					\$ 600.000.000
7					
8					
9					
10					
9					
8					
7					
	\$ 200.000.000	\$ 300.000.000	\$ 400.000.000	\$ 500.000.000	\$ 600.000.000

MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
\$ 600.000.000						
	\$ 600.000.000					
		\$ 600.000.000				
			\$ 700.000.000			
				\$ 800.000.000		
					\$ 900.000.000	
						\$ 1.000.000.000
\$ 600.000.000	\$ 600.000.000	\$ 600.000.000	\$ 700.000.000	\$ 800.000.000	\$ 900.000.000	\$ 1.000.000.000

OTROS INGRESOS	\$\$ Valor mensual
Alquiler arriendo	\$ 1.000.000
Patrocinios y publicidad	\$ 1.000.000

no incluye IVA

FLUJO DE CAJA INGRESOS	Alquiler arriendo	Patrocinios y publicidad
MES 1		\$ 500.000
MES 2	\$ 1.000.000	\$ 500.000
MES 3	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
MES 4	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
MES 5	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
MES 6	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
MES 7	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
MES 8	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
MES 9	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
MES 10	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
MES 11	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
MES 12	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
TOTAL VENTAS PUBLICIDAD W	\$ 11.000.000	\$ 11.000.000

FLUJO DE CAJA PROYECTADO		Crecimiento 100% Año	Crecimiento 50% Año	Crecimiento 50% Año	Crecimiento 50% Año
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Saldo Inicial caja	\$ 0	\$ 2.638.151.250	\$ 8.025.967.688	\$ 18.809.142.913	\$ 39.306.370.653
Ventas	\$ 7.200.000.000	\$ 15.408.000.000	\$ 24.729.840.000	\$ 39.691.393.200	\$ 63.704.686.086
Ventas OTROS INGRESOS	\$ 22.000.000	\$ 47.080.000	\$ 75.563.400	\$ 121.279.257	\$ 194.653.207
Total Ingresos	\$ 7.222.000.000	\$ 18.093.231.250	\$ 32.831.371.088	\$ 58.621.815.370	\$ 103.205.709.947
Obligaciones Financieras (inversión)	\$ 50.000.000	\$ 59.250.000	\$ 59.250.000	\$ 59.250.000	\$ 59.250.000
Costos de Venta 70%	\$ 3.600.000.000	\$ 10.785.600.000	\$ 18.335.520.000	\$ 31.170.384.000	\$ 52.989.652.800
Costos de Venta OTROS INGRESOS	\$ 1.500.000	\$ 1.605.000	\$ 1.717.350	\$ 1.837.565	\$ 1.966.194
Gastos Operativos	\$ 12.000.000	\$ 12.840.000	\$ 13.738.800	\$ 14.700.516	\$ 15.729.552
Gastos No Operativos (intereses c)	\$ 10.665.000	\$ 17.760.000	\$ 8.887.500	\$ 8.887.500	\$ 8.887.500
Gastos Administrativos	\$ 30.300.000	\$ 32.421.000	\$ 34.690.470	\$ 37.118.803	\$ 39.717.119
Total Egresos	\$ 3.704.465.000	\$ 10.909.476.000	\$ 18.453.804.120	\$ 31.292.178.383	\$ 53.115.203.165
Utilidad	\$ 3.517.535.000	\$ 7.183.755.250	\$ 14.377.566.968	\$ 27.329.636.987	\$ 50.090.506.781
Pago de dividendos 25%	\$ 879.383.750	\$ 1.795.938.813	\$ 3.594.391.742	\$ 6.832.409.247	\$ 12.522.626.695
Saldo de Caja	\$ 2.638.151.250	\$ 8.025.967.688	\$ 18.809.142.913	\$ 39.306.370.653	\$ 76.874.250.739

Estado de resultados

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas netas	\$ 7.222.000.000	\$ 18.093.231.250	\$ 32.831.371.088	\$ 58.621.815.370	\$ 103.205.709.947
Costo de mercancía vendida (CM)	\$ 3.600.000.000	\$ 10.785.600.000	\$ 18.335.520.000	\$ 31.170.384.000	\$ 52.989.652.800
UTILIDAD BRUTA	\$ 3.622.000.000	\$ 7.307.631.250	\$ 14.495.851.088	\$ 27.451.431.370	\$ 50.216.057.147
Gastos de administración	\$ 30.300.000	\$ 32.421.000	\$ 34.690.470	\$ 37.118.803	\$ 39.717.119
Gastos de ventas	\$ 12.000.000	\$ 12.840.000	\$ 13.738.800	\$ 14.700.516	\$ 15.729.552
UTILIDAD OPERATIVA	\$ 3.579.700.000	\$ 7.262.370.250	\$ 14.447.421.818	\$ 27.399.612.051	\$ 50.160.610.475
Gastos financieros	\$ 10.000.000	\$ 10.700.000	\$ 11.500.000	\$ 12.500.000	\$ 13.200.000
Otros egresos	\$ 1.000.000	\$ 2.500.000	\$ 35.000.000	\$ 46.000.000	\$ 70.000.000
UTILIDAD ANTES DE IMPTOS.	\$ 3.568.700.000	\$ 7.249.170.250	\$ 14.400.921.818	\$ 27.341.112.051	\$ 50.077.410.475
Impuestos	\$ 1.249.045.000	\$ 2.537.209.588	\$ 5.040.322.636	\$ 9.569.389.218	\$ 17.527.093.666
UTILIDAD NETA	\$ 2.319.655.000	\$ 4.711.960.663	\$ 9.360.599.181	\$ 17.771.722.833	\$ 32.550.316.809

Balance General

Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVOS						
Caja y bancos	\$ 10.000.000	\$ 42.000.000	\$ 50.460.000	\$ 158.579.626	\$ 350.000.000	\$ 520.000.000
Cuentas por cobrar	\$ 0	\$ 2.000.000	\$ 12.000.000	\$ 12.840.000	\$ 13.738.800	\$ 22.000.000
Total activos Corrientes	\$ 10.000.000	\$ 44.000.000	\$ 62.460.000	\$ 171.419.626	\$ 363.738.800	\$ 542.000.000
Adecuación locales	\$ 20.000.000	\$ 50.000.000	\$ 20.000.000	\$ 100.000.000	\$ 80.000.000	\$ 100.000.000
Mobiliario	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 70.000.000	\$ 80.000.000	\$ 80.000.000	\$ 100.000.000
Depreciación acumulada	\$ 0	\$ 14.000.000	\$ 14.000.000	\$ 18.000.000	\$ 36.000.000	\$ 32.000.000
Total Activos Fijos	\$ 40.000.000	\$ 56.000.000	\$ 76.000.000	\$ 162.000.000	\$ 124.000.000	\$ 168.000.000
TOTAL ACTIVOS	\$ 50.000.000	\$ 100.000.000	\$ 138.460.000	\$ 333.419.626	\$ 487.738.800	\$ 710.000.000
PASIVOS						
Proveedores	\$ 0	\$ 38.000.000	\$ 81.320.000	\$ 130.518.600	\$ 181.551.373	\$ 242.824.961
Imptos. Por pagar	\$ 0	\$ 4.000.000	\$ 2.000.000	\$ 45.112.645	\$ 92.458.627	\$ 41.570.187
Préstamos a corto plazo	\$ 0	\$ 1.000.000	\$ 2.140.000	\$ 3.434.700	\$ 4.777.668	\$ 6.390.131
Total pasivos Corrientes	\$ 0	\$ 43.000.000	\$ 85.460.000	\$ 179.065.945	\$ 278.787.667	\$ 290.785.278
Préstamos a largo plazo	\$ 25.000.000	\$ 12.000.000	\$ 25.000.000	\$ 75.000.000	\$ 100.000.000	\$ 125.000.000
Total pasivos NO Corrientes	\$ 25.000.000	\$ 12.000.000	\$ 15.000.000	\$ 75.000.000	\$ 100.000.000	\$ 125.000.000
TOTAL PASIVOS	\$ 25.000.000	\$ 55.000.000	\$ 100.460.000	\$ 254.065.945	\$ 378.787.667	\$ 415.785.278
PATRIMONIO						
Capital	\$ 25.000.000	\$ 45.000.000	\$ 36.000.000	\$ 20.000.000	\$ 68.000.000	\$ 150.000.000
Utilidades retenidas	\$ 0	\$ 0	\$ 2.000.000	\$ 59.353.681	\$ 40.951.133	\$ 144.214.722
Total Patrimonio	\$ 25.000.000	\$ 45.000.000	\$ 38.000.000	\$ 79.353.681	\$ 108.951.133	\$ 294.214.722
TOTAL PASIVO MÁS PATRIMONIO	\$ 50.000.000	\$ 100.000.000	\$ 138.460.000	\$ 333.419.626	\$ 487.738.800	\$ 710.000.000

7.1 ANÁLISIS:

Al finalizar el quinto año, la compañía presenta un balance positivo que evidencia la viabilidad financiera del proyecto.

Durante los cinco años presento utilidad incluso desde el primer año aun cuando se estaba empezando sin que el mercado conociera el producto y se asumieron los gastos de puesta en marcha, la utilidad crece año a año entre un 83% y un 103%; viendo que la empresa ha elevado sus ventas.

El capital de trabajo tiene un aumento con respecto a los siguientes años, la empresa se torna liquida en el trascurso del tiempo calculado; el endeudamiento ha ido disminuyendo según las ventas que se hagan en cada año, adicionalmente la liquidez se da debido a las formas de pago que tenemos, son todas a corto plazo.

- Al finalizar el quinto año se nota el aumento del patrimonio en un 1077%.
- Hay una rotación de inventario notablemente
- Los gastos administrativos se han mantenido en un mismo nivel y las ganancias han aumentado

La empresa presenta confianza para sufragar sus gastos; llego a ser adecuada para respaldar sus pasivos corrientes siendo esto muy favorable para la empresa, dándole solidez.

Las compras y ventas promedio de mercancías van mejorando al finalizar el análisis del quinto año, alcanzando una muy buena Rotación del Inventario.

El negocio crecerá y se hará prospero según el aumento en el margen operativo de ganancia, el porcentaje neto de ganancia también muestra que tan satisfactorias fueron las actividades de los años en comparación

CONCLUSIONES

GPS INTELLIGENT-software perfecto que permite llevar a cabo todas las tareas importantes de control y administración en un parqueadero.

Sistema que permite optimizar permanentemente la gestión del aparcamiento y la tasa de ocupación.

Un método de pago sencillo significa clientes contentos.

Después de haber analizado todos los problemas que se presentan a diario encontramos que GPS INTELLIGENT es la herramienta perfecta en cuanto a solución que cumple con toda la sistematización de ingresos y egresos de la empresa, además teniendo un software especializado que sistematiza los datos de todos los clientes para facilitar el flujo de vehículos.

Las compras y ventas promedio de mercancías van mejorando al finalizar el análisis del quinto año, alcanzando una muy buena Rotación del Inventario.

BIBLIOGRAFIA

-SEVIPARK S.A

-www.siemens.com/traffic

-www.city-parking.com/v2/servicios/tecnologia

-www.scribd.com/doc/2182415/NORMAS-ICONTEC