

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



PARKING MÁS

Trabajo de Grado

Autores:

Ana Teresa Velandia Vargas

Víctor Fernando Palacio

Bogotá

2019

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



PARKING MÁS

Trabajo de Grado

Autores:

Ana Teresa Velandia Vargas

Víctor Fernando Palacio

Tutor:

Cesar Trujillo

Maestría en Emprendimiento e Innovación

Bogotá

2019

Declaración de originalidad y autonomía

Declaro(amos) bajo gravedad de juramento, que he(mos) escrito el presente Proyecto Aplicado Empresarial por mi(nuestra) propia cuenta, y que, por lo tanto, su contenido es original.

Declaro(amos) que he(mos) indicado clara y precisamente todas las fuentes directas e indirectas de información y que este Proyecto Aplicado Empresarial no ha sido entregado a ninguna otra institución con fines de calificación o publicación.

Ana Teresa Velandia Vargas.

Firma

Nombre: Ana Teresa Velandia Vargas

Fecha: 14/08/2019



Firma

Nombre: Victor Fernando Palacio

Fecha: 14/08/2019

Declaración de exoneración de responsabilidad

Declaro(amos) que la responsabilidad intelectual del presente trabajo es exclusivamente de su(s) autor(es). La Universidad del Rosario no se hace responsable de contenidos, opiniones o ideologías expresadas total o parcialmente en él.

Ana Teresa Velandia Vargas.

Firma

Nombre: Ana Teresa Velandia Vargas

Fecha: 14/08/2019



Firma

Nombre: Victor Fernando Palacio

Fecha: 14/08/2019

Abstract

The Enterprise PARKING MÁS Project is focused on the integral solution to supply the necessity from most of the parking stations in Colombia to modern the management system. This interesting project was thought about the main daily difficulties from leaders of parking service and the final users. This way, PARKING MÁS is based on an iCloud platform and an ecosystem adapted to the necessities of customers, in order to get a co-creation and a Software as a Service business model. This Project applies innovative methodologies such as Design thinking and the methodology SIT.

Keywords: Entrepreneurship, Innovation, Business Model, Software as a service, Modernization, Technology, Parking.

Resumen

El proyecto aplicado empresarial PARKING MÁS consiste en una solución integral para la necesidad que tienen la mayoría de los parqueaderos en Colombia, con el fin de modernizar su sistema de gestión de parqueaderos, esto evidenciado en las principales problemáticas que experimentan los líderes del servicio de parqueadero y el usuario final; de esta manera PARKING MAS se fundamenta en una plataforma iCloud y un ecosistema adaptable a las necesidades de los clientes logrando una cocreación y su modelo de negocio se establece en una plataforma Software as a service. El presente trabajo aplica metodologías de innovación tales como Design Thinking y la Metodología SIT.

Palabras clave:

Emprendimiento, Innovación, Modelo de Negocio, Software as a service, Modernización, Tecnología, Sistemas de parqueadero.

Tabla de contenidos

Capítulo 1.....	9
Resumen Ejecutivo	9
Capítulo 2.....	11
Descripción General del Proyecto	11
Capítulo 3.....	15
Validación de la oportunidad - Descubrimiento de la oportunidad	15
Customer development	16
Capítulo 4.....	18
Construcción y validación del mínimo producto viable	18
Validación del mercado	18
Capítulo 5.....	21
Producto / Servicio.....	21
Capítulo 6.....	24
Estrategia de mercado – Plan de Marketing	24
Capítulo 7.....	25
Plan Operacional.....	25
Capítulo 8.....	27
Gestión y organización	27
Capítulo 9.....	29
Plan Financiero	29
Capítulo 10.....	31
Riesgos y supuestos críticos.....	31
Capítulo 11.....	32
Beneficios a la comunidad.....	32

Lista de Referencias	33
----------------------------	----

Capítulo 1

Resumen Ejecutivo

El presente proyecto empresarial, se desarrolla en el contexto del enfoque de soluciones tecnológicas que ofrece la compañía Ideamos Más, una organización con tres años de trayectoria, cuya misión es su compromiso con la innovación y la creación de nuevas soluciones que logren un servicio confiable, ágil y eficiente.

En la ejecución del proyecto se utiliza como herramienta una mezcla entre *Design Thinking* y SIT, para efectuar una fase inicial fundamentada en el conocimiento del usuario, para identificar su principal dolor, y posibles beneficios a ofrecer con la propuesta de valor; de esta manera se crea PARKING MÁS que busca ofrecer una solución integrada para todos los actores que intervienen en la prestación del servicio de parqueadero, a fin de mejorar la experiencia de servicio, eficiencia en la operación y promover el potencial de uso de la gestión de información resultante del control y seguimiento al servicio de parqueadero, para la toma de decisiones y estrategias en el ámbito de mercadeo, seguridad, análisis de comportamiento de consumidor entre otras.

La solución PARKING MÁS brinda funcionalidades para realizar un control vehicular de forma fácil, versátil, económica y con grandes resultados en la gestión, se fundamenta en usar una plataforma *icloud* y así por medio de un sistema centralizado se maximiza los servicios, en consecuencia PARKING MÁS no solo es un sistema automático de ingreso, dado que va mas allá, logra procesos ágiles, gestión de información en tiempo real, medios de pago digitales, y todo dentro de un ecosistema adaptable con el uso de diferentes dispositivos como equipos móviles y *Apps* que conecten con los clientes.

Se tiene proyectado a futuro una segunda etapa del proyecto que consiste en la creación de un *App* para los usuarios que permite conectar con la oferta de parqueaderos, ingresos, salidas, disponibilidad y pagos digitales, lo cual será una gran herramienta para interactuar con los usuarios al conectar oferta con demanda.

El estado actual del proyecto está en la etapa de producto mínimo viable, validado en el mercado y con proyección de mejoras en sus funcionalidades, se espera poder tener una expansión a nivel regional en Colombia en los próximos años, teniendo en cuenta que actualmente el producto tiene 41 clientes recurrentes y ha demostrado sus grandes beneficios.

Los recursos para la gestión del proyecto provienen de las otras líneas de negocio con las que cuenta Ideamos Más, las cuales brindan un impulso financiero para su gestión.

Finalmente, dadas las anteriores consideraciones se detallará a continuación el proceso de emprendimiento en sus diferentes etapas, se demuestra su viabilidad y se describen todos los aspectos relevantes.

Capítulo 2

Descripción General del Proyecto

El presente proyecto desarrolla iniciativas que promueven la ampliación de productos ofertados en la compañía Ideamos Más, se toma como base las fortalezas en habilidades tecnológicas con las que cuenta la organización y su talento humano, así como las potencialidades en desarrollo de productos innovadores, de esta manera en el Anexo R se adjunta una tabla para relacionar los objetivos del Proyecto Aplicado Empresarial, los beneficios y logros adquiridos en los clientes al implementar la solución.

En relación al desarrollo del producto PARKING MÁS, la iniciativa surge de las deficiencias de los sistemas empleados en los parqueaderos, y la necesidad tangible que tienen casi todos los parqueaderos de modernizar la gestión del servicio de parqueadero, de esta manera la misión de PARKING MÁS es ofrecer una solución de bajo costo y alto impacto en términos de eficiencia, agilidad y aplicación de tecnologías inteligentes, que generen empleo, dinamicen las operaciones económicas relacionadas y aporten en la creación de ciudades de calidad.

Las metas y objetivos se establecen de acuerdo con los pilares de gestión de la organización, a saber, los clientes directos e indirectos, el producto y el talento humano, se adjunta Anexo A.

El mercado objetivo está determinado por las organizaciones que ofrezcan el servicio de parqueadero, se analiza la herramienta fishbone (ver Anexo B) para ver el potencial del producto con lo cual se concluye que la orientación inicial se realizará con los parqueaderos de mediana superficie.

La industria de Ideamos Más corresponde a la de tecnología la cual está en pleno auge a nivel nacional y mundial, y concretando nuestro proyecto, realmente se enfoca a brindar aplicaciones tecnológicas, que permitan mejorar ostensiblemente la eficiencia de las operaciones de las empresas, en este caso concreto a las empresas dedicadas al servicio del parqueadero.

Esto se ve reflejado en la actual cuarta revolución industrial que está generando nuevas aplicaciones con el objetivo de brindar nuevas soluciones que aporten en la transformación digital del país, el cual ha sido seleccionado por el *World Economic Forum* como centro para el desarrollo de la cuarta revolución industrial en Latino America, priorizando los siguientes pilares: Inteligencia Artificial y *Machine Learning*; Internet de las cosas y dispositivos conectados; y *Blockchain*.

“Los centros de la cuarta revolución industrial están enfocados en ser un servicio global de cooperación entre diferentes actores especializados en campos específicos para desarrollar políticas colaborativas que aceleren el beneficio de la ciencia y la tecnología.” World Economic Forum (2019)

Los cambios a nivel tecnológico están sucediendo a diario, de forma vertiginosa, lo cual nos permite afirmar que es necesario estar en un proceso permanente de actualización de conocimientos para estar a la vanguardia del cambio tecnológico

La empresa Ideamos Más, está estructurada de tal forma que los colaboradores están en permanente actualización de conocimientos, con el fin de ajustarnos oportunamente a los cambios que se presenten y lograr situarnos a lugar destacado en el sector de la tecnología.

Puntualmente la industria automotriz tiene una oportunidad y un llamado a renovar los sistemas de gestión de parqueadero para hacerlos mas eficientes dado el volumen de vehículos en el país, situación que no se está dando actualmente.

El proyecto tiene una gran probabilidad de éxito debido a la necesidad de las empresas que prestan el servicio de parqueadero de mejorar sus procedimientos de tal forma que mejoren el servicio en sí, y cuenten con las herramientas e información necesaria para analizar permanentemente sus resultados y perspectivas.

Adicionalmente el producto cuenta con características de innovación en sus características propias y el modelo de negocio para entregar, capturar y crear valor.

El proyecto está respaldado por la empresa Ideamos Más, la cual tiene una excelente trayectoria, y un equipo humano compuesto por profesionales con altas calidades personales e intelectuales, complementado con su filosofía de prioridad en el servicio al cliente que permite en muchos casos lograr su participación y sean cocreadores de la solución.

Adicionalmente las soluciones tecnológicas que se desarrollan son de alto impacto y bajo costo, lo cual permite que sea accesible al mercado; por otro lado, Ideamos Más se caracteriza por su dinamismo y su permanente búsqueda de oportunidades para innovar lo cual es esencial para crecer, competir y lograr los objetivos de la organización, siempre con enfoque de una óptima utilización de los recursos disponibles y entrega de excelente servicio al cliente.

El proyecto constituye un intraemprendimiento dentro de la organización Ideamos Más, empresa constituida por una Sociedad por Acciones Simplificadas (descrita en la ley 1258 de 2008), con un propietario único.

En materia de normatividad es importante que el proyecto aplique políticas de términos y condiciones, política de privacidad y en el momento de proyectar el producto hacia nuevos mercados en Latinoamérica, aplicar la normatividad vigente en materia de facturas con apoyo de profesionales especialistas en esta temática.

Capítulo 3

Validación de la oportunidad - Descubrimiento de la oportunidad

Las primeras hipótesis del proyecto surgen a partir del estudio aplicado con la metodología Design Thinking, aplicando inicialmente la ampliación de la respuesta a la pregunta ¿qué problemas tienen actualmente los actores que intervienen en la operación del servicio de parqueadero?, de esta manera se realiza un trabajo de campo para identificar los actores que intervienen en el servicio del parqueadero y sus principales problemáticas, en consecuencia, las primeras hipótesis son las siguientes:

- La mayoría de parqueaderos tienen una necesidad de modernizar su sistema de control vehicular.
- Los parqueaderos que no cuentan con un sistema moderno de gestión se perciben como un servicio poco confiable y seguro.
- La información resultante del servicio del parqueadero no se considera importante al momento de tomar decisiones y elaborar estrategias comerciales, al no conocer su potencial.
- No existe una plataforma de control vehicular que se caracterice por su variedad de funcionalidades a un bajo costo.

Se define el marco de estudio en el estado actual del servicio de parqueadero impactado en tres actores: el líder del servicio de parqueadero, el operario y el usuario final; las herramientas de ampliación aplicadas son herramienta de observación (dirigido a todo el sistema de parqueadero) en una cantidad de 10 parqueaderos, herramienta de entrevistas (dirigido a los

gerentes de 5 centros comerciales) y herramienta storyboard (dirigido a 10 usuarios del servicio de parqueadero) los resultados de esta fase se adjuntan en el Anexo C.

Customer development

Es una metodología que implica el estudio y la identificación de los clientes iniciales que pueden adoptar el producto de manera inmediata; los early adopters tienen un perfil que está identificado con los parqueaderos de mediana superficie que tienen la necesidad de modernizar su Sistema de gestión de parqueadero a fin de ser más eficientes, lograr control de la operación e integrar los actores que participan en el proceso, lo anteriormente dicho soportado por las búsquedas que realizan los líderes que gestionan el servicio de parqueadero en Google, con palabras claves como automatización de parqueaderos, modernización de servicios de parqueaderos, parqueaderos inteligentes.

El cliente requiere una solución que sea fácil de implementar, y le permita contar con un servicio eficiente que aumenta la usabilidad de su capacidad instalada y propenda por la buena operación de los operarios para que no caigan en malas prácticas que resulten en pérdidas de dinero.

El cliente potencial se identifica realizando una priorización del diagrama *Fishbone* expresado en el Anexo B, y se analiza a profundidad en el diagrama hombre de arena adjunto en el Anexo D.

Adicionalmente se efectúa el análisis de mapa de empatía (Anexo E), perfil de cliente (Anexo F), mapa de valor (Anexo G), *customer journey map* (Anexo H) y finalmente se elabora el *Business Model* de PARKING MÁS (Anexo I) resultado de un proceso de co-creación con el

cliente directo en el cual se establece un proceso de empatía al escuchar realmente sus necesidades y proponer iniciativas de solución que se identifican con el producto desarrollado PARKING MÁS.

Dicho lo anterior la problemática u oportunidad encontrada se define en la siguiente pregunta:

¿Cómo se podría ofrecer un producto para el servicio de parqueadero que mejore la operación en tiempos de atención al cliente y a su vez permita recolectar y brindar informes para potencializar este servicio como un servicio estratégico en la organización?, esta pregunta esta expresada en términos del mayor dolor identificado que es el que presenta el líder del servicio del parqueadero y el cual al tener una solución va influenciar la solución de las problemáticas que presentan los otros dos actores identificados tanto para el rol del operario y el usuario final; los insights identificados se relacionan en el anexo (Anexo J).

Capítulo 4

Construcción y validación del mínimo producto viable

Validación del mercado

Después de validar la oportunidad se procede a desarrollar el prototipo que sirva para validar con los clientes sus funcionalidades y de acuerdo al feedback recibido se proceda a mejorar continuamente el producto; el prototipo se diseñó inicialmente con un video mostrando la posible solución y las características diferenciales pertinentes, posteriormente se desarrolló un modelo de visualización del prototipo de manera digital, basado en el flujo de actividades que constituyen el servicio de parqueadero y su relación con la plataforma tecnológica e infraestructura que tiene la compañía Ideamos Más, la cual se constituye en una de sus principales fortalezas.

Adicionalmente el prototipo se valida haciendo testeos de su funcionamiento en varios Centros Comerciales de gran superficie recibiendo *feedback* por parte de ellos.

La solución consiste en la integración de una plataforma digital con la totalidad del *hardware* requerido para la operación, de tal forma que se logre la mayor eficiencia en el proceso, permita hacer la captación de información y generar los diferentes reportes a disposición de los directivos de los Centros Comerciales, dentro de los cuales se pueden resaltar los siguientes análisis que son valor agregado al servicio del parqueadero por generarse en tiempo real y su funcionalidad en la toma de decisiones:

- Resumen de ventas por trabajador.
- Gestión de convenios

- Estadísticas de vehículos parqueados, ingresos realizados desde el inicio de la operación, dinero por trabajador en horario requerido y mensualidades, cada una con el comparativo del mismo día en la semana anterior a fin de descubrir tendencias de comportamiento del consumidor.
- Grafica de gestión del servicio de parqueadero de la última semana.
- Reportes financieros y operativos.

Es importante resaltar que la validación del mercado se realizó una vez validada la oportunidad descrita en el capítulo anterior con una evolución progresiva del prototipo en su primera versión, soportando la solución como un producto clave que genera y aporta valor a la gestión del servicio de parqueadero, brindando un permanente acompañamiento a los clientes en materia de capacitaciones, soporte y mantenimiento; incluir nuevas funcionalidades en el producto dentro de una labor conjunta con Ideamos Más y los líderes del parqueadero.

El mínimo producto viable de este proyecto consiste en un sistema de gestión de parqueadero, con los siguientes elementos básicos: barrera de entrada y salida, estación de entrada, equipo móvil, sistema de reconocimiento de placa y plataforma de gestión en la nube; dentro de este contexto está plenamente definida la transacción como la entrada, pago del servicio, y finalmente la salida (Ver Anexo Q)

La validación del mercado ya se encuentra en ejecución, y es así como a varios clientes potenciales detectados, se les ha entregado el producto por un periodo mínimo para que lo pongan en funcionamiento, lo conozcan, les permita comprobar sus bondades, y así tomen la decisión de adquirir el producto.

Como resultado del anterior proceso el producto ha dado sus primeros frutos y ha demostrado sus grandes beneficios, actualmente cuenta con 41 clientes (parqueaderos) recurrentes con una alta satisfacción del producto mínimo viable, otra métrica es el desarrollo y ejecución de la estrategia comercial que ha permitido captar clientes a través de medios publicitarios principalmente a través de Google, y el proceso de gestión de compra inicia en un periodo máximo de 2 meses donde al cliente se le brinda 15 días para probar el producto y posteriormente ser implementado en su operación.

Capítulo 5

Producto / Servicio

El producto PARKING MÁS se desarrolla teniendo en cuenta los *drivers* de éxito para el desarrollo de producto definidos por Robert Cooper teniendo como fundamento tres categorías, la primera enfocada en las características intrínsecas del producto relacionado con la propuesta de valor, en segunda instancia se estudia los factores estratégicos y organizacionales que promueve el NPD (*New-Product Development*), y finalmente el último factor resalta los sistemas y métodos aplicados para gestionar el NPD. (Cooper, R. 2019)

A continuación, se muestra las especificaciones técnicas:

El producto PARKING MÁS consistente en una plataforma de control vehicular está fundamentado en la aplicación de la tecnología *Icloud*, que permite tener un alto desempeño, conectar múltiples herramientas, flexibilidad y agilidad en su operación, todo enmarcado en un ecosistema adaptable a las necesidades del cliente con equipos móviles, *apps*, web, estaciones y kiosko de pagos, con el propósito de caracterizarse por ser una solución versátil que permita la cocreación con los clientes que lideran el servicio de parqueadero; el diagrama de mapa de categoría adjunto en el Anexo K permite visualizar como comunica valor el producto, en el cual se destacan dos impulsores que tienen un alto nivel de desarrollo y son la aplicación de nuevas tecnologías de la computación y un alto nivel de flexibilidad y adaptabilidad de la solución.

La innovación en el producto PARKING MÁS consiste en reinventar y reimaginar la herramienta de control vehicular, actualmente gestionada en los parqueaderos, concentrando la innovación en el análisis del comportamiento del consumidor, la mejora de su experiencia en el servicio de parqueadero y el proceso organizacional operativo; todo lo anterior concuerda por lo

afirmado por el gran economista Joseph Shumpeter quien indica que la innovación es la nueva combinación entre factores de producción y su implementación, lo cual dentro de los resultados esperados se destacan los siguientes:

1. Crear un producto desconocido para el cliente, 2. Crear un nuevo método de producción o proceso, 3. Expandirse hacia nuevos mercados, 4. Crear una nueva organización o estructura de industria.

En el Anexo L se detallan las características, las ventajas y beneficios que ofrece el producto. Finalmente se resalta las ventajas competitivas del producto en los siguientes puntos:

- Una solución de alto impacto y bajo costo.
- En permanente innovación para brindar mayores funcionalidades, que se actualizan inmediatamente para todos los clientes.
- Personalización del producto.
- Versatilidad de la solución y fácil implementación de la solución toma menos de 10 minutos.
- Posibilidad de incluir nuevas tecnologías que se actualizan de inmediato para todos los clientes.

El éxito de esta plataforma esta medido en las validaciones realizadas en el mercado donde ha tenido gran aceptación y ya se cuenta con clientes recurrentes.

Dadas las anteriores consideraciones se puede realizar un análisis comparativo de un antes y un después de la implementación del producto en la gestión del servicio del parqueadero resaltando los siguientes aspectos:

- Proporcionar información en tiempo real con exactitud de la gestión de los procesos de parqueadero.
- Optimizar tiempos de respuesta por transacción pasando de 4 segundos por transacción a 2 transacciones por segundo.
- La tecnología implementada permite tener una vida mayor a un millón de ingresos y salidas, adoptando continuamente las mejoras que se desarrollen en el producto PARKING MÁS.
- Gestión del servicio de parqueadero con alto rendimiento, confiabilidad y un panel administrativo moderno y de fácil uso.
- Permanente acompañamiento al cliente en capacitaciones y/o servicio remoto requerido.
- Eficiente gestión de grandes volúmenes de registro y múltiples registros al mismo tiempo.
- Conocimiento del comportamiento del parqueadero en términos de días de mayor uso, capacidad disponible, transacciones promedio y demás información.
- Aumento de seguridad en la gestión del servicio del parqueadero al tener un sistema eficaz de control vehicular.

Capítulo 6

Estrategia de mercado – Plan de Marketing

El plan de marketing se desarrolla teniendo en cuenta los siguientes puntos (ver Anexo M):

1. Análisis de las 5 C's (Compañía, Competencia, Colaboradores, Contexto y Clientes)
2. Planteamiento estratégico DOFA
3. Estrategias SAP (Segmentación, Audiencias y Posicionamiento)
4. Definición propuesta de valor
5. Elaboración de la postura de marca – Ideamos Más
6. Estrategias de Marketing
7. Ejecución del Plan de Marketing

De lo anterior se destaca su estrategia de precios de bajo costo y mercado amplio, adicionalmente en relación con la competencia PARKING MÁS se destaca por su ahorro en tiempo pasando de 4 segundos por transacción a 2 transacciones por segundo, en segunda instancia el potencial de la información resultante de la operación para la toma de decisiones estratégicas en materia comercial y operativa y finalmente la posibilidad de implementar reconocimiento facial en la solución.

La disponibilidad de mercado se expresa geográficamente, a nivel Latinoamérica 6.00.00 de bahías, a nivel Colombia 500.000 bahías e Ideamos Más con sus canales de distribución llega a 1.500 bahías.

Capítulo 7

Plan Operacional

El plan operacional del proyecto se describe teniendo como hoja ruta el *business model* establecido, definido por tres grandes procesos que se relacionan, el primero es la creación de valor, en segunda medida la entrega de valor al segmento de mercado identificado y en última instancia el proceso de capturar valor.

En contexto para el desarrollo de la propuesta de valor definida, se opera desde la sede central ubicada en la ciudad de Cali, donde se encuentran los ingenieros de desarrollo, el personal administrativo y de producción; gracias a las herramientas tecnológicas se puede promocionar el producto de tal forma que abarque a nivel nacional, de esta manera el servicio de *Google adwords* ha jugado un papel fundamental en la captación de clientes, al igual que la página web en la que se encuentra la trayectoria de la organización, su misión y las características de su producto PARKING MÁS.

Los proveedores del *hardware* son extranjeros y brindan facilidad en cuanto a tiempos de entrega de los insumos, por otro lado, se cuenta con fabricantes de equipos móviles, barreras, entre otros elementos que componen la solución, para ser implementada oportunamente.

Los costos de la operación se distinguen en costos fijos y costos variables, los primeros se refieren a aquellos que son intrínsecos a la operación e independientes de la adquisición de nuevos clientes y sus necesidades específicas; los costos variables están relacionados con el diseño de la solución que a pesar de ser estándar de acuerdo con las dimensiones del parqueadero y la cocreación con el cliente cambian proporcionalmente.

Los empleados de la organización tienen en su mayoría contrato de tiempo completo con la organización, sin embargo, los roles encargados de implementación del servicio y producción de *hardware* se contratan por labor realizada.

La organización trabaja por resultados, de esta manera tiene cierto grado de flexibilidad en permitir variación de horarios según necesidad de los empleados, esto con el fin de promover su calidad de vida y progreso en el ámbito educativo para su desarrollo integral.

Las políticas de evaluación de los empleados están determinadas de acuerdo con la planeación de objetivos personales y de negocio para la compañía, en este sentido se busca cerrar brechas de competencias requeridas para el cargo y para proyecciones futuras, así como se evalúan los resultados de su desempeño en términos de calidad, cumplimiento de tiempo de ejecución y gestión de recursos.

Capítulo 8

Gestión y organización

El factor humano de la empresa Ideamos Más es el centro de la organización, un equipo comprometido, dinámico y en permanente búsqueda de oportunidades para el desarrollo de iniciativas empresariales; y de esta manera su gestión, capacitación, bienestar y desarrollo es un eje fundamental como organización que aporta a la cadena de valor de la compañía. (Ver anexo N)

Así como lo expresa el BCG para crear una empresa de tecnología lo cual es diferente a adoptar tecnología en una compañía, se requiere los siguientes principales pasos:

Identificar el *core* del negocio en función de los clientes y sus necesidades; seleccionar de dos a tres proyectos que aporten a las oportunidades encontradas en los clientes; contar con un equipo de trabajo relevante para el propósito de la organización; desarrollar proyectos pilotos y promover alianzas para su planeación y ejecución; entrenar constantemente los empleados para asumir nuevos desafíos, enfrentarse a nuevos ambientes de trabajo y estar en permanente búsqueda de personas talentosas para vincularse con la organización. (Bürkner, H. et al., 2018)

Adicionalmente los líderes de la organización en sus diferentes dependencias se deben caracterizar por impulsar la creatividad en una actitud dispuesta a recibir nuevas fuentes de ideas provenientes de todos los niveles de la organización, promover la colaboración y el trabajo en equipos interdisciplinarios, establecer la idea de fracaso como un recurso para obtener lecciones aprendidas y estar en permanente motivación. (Amabile, T. y Khair, M., 2008)

Este último factor de motivación está alineado con el enfoque de brindar a los colaboradores tres características en su labor, la primera es estar en disposición y apoyar la

continua preparación y aprendizaje en las temáticas establecidas; por otra parte resaltar el propósito de sus actividades en un sentido más amplio que el alcance de proceso y resultado; y finalmente brindar autonomía en el desarrollo de sus funciones generando responsabilidad y confianza en su actuar. (Pink, D., 2009)

La estructura organizacional y los skills del personal se adjuntan en el anexo O.

Capítulo 9

Plan Financiero

La gestión financiera tiene dos principales focos para su estudio, el primero es el control de los costos y gastos generados en la operación, de tal forma que se encuentren bajo los lineamientos y presupuesto establecido; por otro lado, es importante gestionar los ingresos de la organización de tal forma que se garantice la captación de valor según proyecciones establecidas.

A continuación, se describen los supuestos establecidos para efectuar el modelo financiero del producto PARKING MÁS:

- El 50% de la operación está dedicada al producto PARKING MÁS, por tanto, se toma esta base para el cálculo de costos fijos.
- Se tiene en cuenta la proyección de ingresos de acuerdo con presupuesto de ventas y esfuerzos que tiene proyectado la compañía en estrategias de marketing que repercutan en esta gestión de ingresos.
- El modelo de negocio para el producto PARKING MÁS se considera del tipo SaaS, sin embargo, tiene la particularidad que cada cliente genera diferentes cantidades de transacciones promedio lo cual implica realizar una proyección por gestión de transacciones según el aumento de participación en el mercado en bahías suscritas.
- El crecimiento mínimo de ingreso mensual por transacciones anualmente es equivalente a una constante con una ecuación lineal.
- El valor promedio de la transacción es de 17 pesos.
- El costo asociado al modelo de negocio tiene las siguientes características:

Costo operativo: hace referencia al administrativo y de gestión de mantenimiento de la solución PARKING MÁS.

Costo de marketing y ventas: enfocados a aumentar las ventas, fortalecer relacionamiento con clientes y posicionamiento de la compañía.

Costos fijos de oficina

- Se proyecta un crecimiento en los costos distribuido de la siguiente manera respecto al año anterior:

Costo de marketing equivalente a un 10%

Costos fijos de oficina equivalente a un 5%

- Se proyecta un decrecimiento del costo asociado a la operación en un 10% teniendo en cuenta que el costo del primer año es el que implica mayores recursos por ser el desarrollo de la solución inicial.
- Se proyecta que el costo de ventas disminuye conforme pasa el tiempo por economías de escala.
- El costo de ventas se asocia al costo operativo

En el Anexo P se encuentra el modelo financiero establecido para ver en detalle las proyecciones realizadas.

Capítulo 10

Riesgos y supuestos críticos

Dentro de los riesgos y supuestos críticos contemplados en la ejecución del emprendimiento PARKING MÁS se encuentran:

- Riesgo de que se cope el mercado, entonces se requieren planes de expansión a otros países y una constante innovación en el producto.
- Riesgo de que se presente escasez de personal en el área de tecnología, en consecuencia se requieren planes de retención de los actuales empleados por medio de incentivos y mejoras en el ambiente laboral; y por otra parte estar en permanente captación del mejor recurso humano y lo que es más importante garantizar su compromiso y permanencia a través de planes de bienestar y desarrollo.
- Riesgo de falta o deficiencia de suministro de *hardware* requerido por parte de los proveedores, en consecuencia se están estableciendo planes y estrategias a fin de incrementar el número de proveedores y no tener dependencia de algunos pocos.
- Riesgo de que se incrementen los competidores de nuestro producto, el cual se afronta mediante la mejora permanente de los productos de la compañía Ideamos Más.

Capítulo 11

Beneficios a la comunidad

El proyecto está contribuyendo al desarrollo económico del país, mediante la generación de empleos de calidad, con grandes incentivos y garantía de estabilidad laboral, además al implementar estos avances tecnológicos en los servicios de parqueaderos, se logra un gran impacto y beneficios en los clientes, los cuales son de gran variedad, puesto que comprende empresas desde centros comerciales, hoteles y todo tipo de empresas que tengan servicios de grande gestión de parqueadero.

Actualmente la oficina principal se encuentra en la ciudad de Cali, y ya la empresa forma parte importante de la comunidad puesto que varios de los empleados residen en esta ciudad, y hemos participado en actividades para hacer obras comunitarias y aplicar las políticas de empresas familiarmente responsables.

El desarrollo humano está amparado por ser un proceso estratégico en la organización en el cual se concretan acciones concretas para procurar el bienestar de los empleados y sus familias, ofreciendo programas educativos, apoyo a estudios, promoviendo un buen ambiente laboral en cuanto a relaciones interpersonales y cultura organizacional.

Lista de Referencias

Amabile, T y Khaire, M. (2008). *Creativity and the role of the leader*.

Bürkner, H., Tripathi, S., Utama, E., y Zhou, Y. (2018). *It takes more than technology to be like a tech company*. Recuperado de <https://www.bcg.com/publications/2018/takes-more-than-technology-to-be-like-tech-company.aspx>

Cooper, R. (2019). The drivers of success in new-product development. *Industrial Marketing Management*, 76, 36–47. Recuperado de <http://10.0.3.248/j.indmarman.2018.07.005>

EConcept AEI. (2016). *El sector de vehículos en Colombia: características y propuestas de mejora a su régimen impositivo*.

Gerbert, P., Lorenz, M., Rübmann, M., Waldner, M., Justus, J., Engel, P., y Harnisch, M. (2015). *Industry 4.0: the future of productivity and growth in manufacturing industries*. Recuperado de https://www.bcg.com/publications/2015/engineered_products_project_business_industry_4_future_productivity_growth_manufacturing_industries.aspx

El espectador (2018). *Así funcionará el Ministerio de Ciencia y Tecnología*. Recuperado de <https://www.elespectador.com/noticias/ciencia/asi-funcionara-el-ministerio-de-ciencia-y-tecnologia-articulo-829718>

Osterwalder, A., y Pigneur, Y. (2010). *Generación de modelos de negocio*.

Pink, D. (2009). *The puzzle of motivation*. Recuperado de https://www.ted.com/talks/dan_pink_on_motivation

Quintero, J. (2018). *Duque, emprendimiento e innovación*. Recuperado de <http://www.elcolombiano.com/opinion/columnistas/duque-emprendimiento-e-innovacion-JJ9193685>

Ringel, M., Taylor, A., y Zablitz, H. (2015). *Enabling technology-enabled innovation*. Recuperado de <https://www.bcg.com/publications/2015/growth-lean-manufacturing-enabling-technology-enabled-innovation.aspx>

World Economic Forum (2019) *Centre for the fourth industrial revolution*. Recuperado de <https://www.weforum.org/centre-for-the-fourth-industrial-revolution/about>