



**UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS  
INTERNACIONALES**

**“PLAN DE NEGOCIO AUTO LAVADO “LOS RÁPIDOS” E.I.R.L -  
DISTRITO DE CHILCA - HUANCAYO - JUNIN”**

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL PARA OPTAR EL  
TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

**PRESENTADO POR**

Bach. MALDONADO CAMPOS, CRISTIAN RAUL  
<https://orcid.org/0000-0001-9092-2479>

**ASESOR**

Dr. CASTILLO PALACIOS, FREDDY WILLIAM  
<https://orcid.org/0000-0001-5815-6559>

**HUANCAYO - PERÚ  
2023**

# MALDONADO CAMPOS

## INFORME DE ORIGINALIDAD

20%

INDICE DE SIMILITUD

16%

FUENTES DE INTERNET

1%

PUBLICACIONES

13%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

## FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Alas Peruanas Trabajo del estudiante	6%
2	repositorio.usil.edu.pe Fuente de Internet	3%
3	www.coursehero.com Fuente de Internet	1%
4	Submitted to Universidad San Ignacio de Loyola Trabajo del estudiante	1%
5	Submitted to Universidad Tecnológica Indoamerica Trabajo del estudiante	1%
6	Submitted to Universidad Internacional de la Rioja Trabajo del estudiante	<1%
7	hdl.handle.net Fuente de Internet	<1%
8	Submitted to Universidad Católica San Pablo Trabajo del estudiante	<1%

9	<a href="http://www.concur.pe">www.concur.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
10	<a href="http://www.yumpu.com">www.yumpu.com</a> Fuente de Internet	<1 %
11	<a href="http://www.slideshare.net">www.slideshare.net</a> Fuente de Internet	<1 %
12	<a href="http://es.scribd.com">es.scribd.com</a> Fuente de Internet	<1 %
13	<a href="http://gestion.pe">gestion.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
14	Submitted to Universidad de Lima Trabajo del estudiante	<1 %
15	Submitted to IPChile Trabajo del estudiante	<1 %
16	<a href="http://helenskestudije.me">helenskestudije.me</a> Fuente de Internet	<1 %
17	<a href="http://repositorio.uisrael.edu.ec">repositorio.uisrael.edu.ec</a> Fuente de Internet	<1 %
18	<a href="http://vsip.info">vsip.info</a> Fuente de Internet	<1 %
19	<a href="http://economis.com.ar">economis.com.ar</a> Fuente de Internet	<1 %
20	<a href="http://docplayer.es">docplayer.es</a> Fuente de Internet	<1 %

21	<a href="http://idoc.pub">idoc.pub</a> Fuente de Internet	<1 %
22	<a href="http://repositorio.unemi.edu.ec">repositorio.unemi.edu.ec</a> Fuente de Internet	<1 %
23	Pedro Pablo Poveda Orjuela. "Configuración de un modelo conceptual para los sistemas de gestión "qhse3+", con perspectiva de rendimiento energético y administración integral de riesgos", Universitat Politecnica de Valencia, 2021 Publicación	<1 %
24	Submitted to Universidad Continental Trabajo del estudiante	<1 %
25	<a href="http://beonworldwide.com">beonworldwide.com</a> Fuente de Internet	<1 %
26	<a href="http://teses.eps.ufsc.br">teses.eps.ufsc.br</a> Fuente de Internet	<1 %
27	<a href="http://www.researchgate.net">www.researchgate.net</a> Fuente de Internet	<1 %
28	<a href="http://visorsig.oefa.gob.pe">visorsig.oefa.gob.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
29	<a href="http://issuu.com">issuu.com</a> Fuente de Internet	<1 %
30	<a href="http://repositorio.unsch.edu.pe">repositorio.unsch.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %

31	<a href="http://www.dspace.espol.edu.ec">www.dspace.espol.edu.ec</a> Fuente de Internet	<1 %
32	Submitted to Universidad de San Martín de Porres Trabajo del estudiante	<1 %
33	<a href="http://prezi.com">prezi.com</a> Fuente de Internet	<1 %
34	<a href="http://repositorio.ute.edu.ec">repositorio.ute.edu.ec</a> Fuente de Internet	<1 %
35	<a href="http://repositorio.continental.edu.pe">repositorio.continental.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
36	<a href="http://repositorio.upn.edu.pe">repositorio.upn.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
37	<a href="http://tesis.pucp.edu.pe">tesis.pucp.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
38	<a href="http://www.bibvirtual.ucb.edu.bo">www.bibvirtual.ucb.edu.bo</a> Fuente de Internet	<1 %
39	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	<1 %
40	Submitted to Fundación Universitaria CEIPA Trabajo del estudiante	<1 %
41	Submitted to Universidad Andina del Cusco Trabajo del estudiante	<1 %
42	Submitted to Universidad Carlos III de Madrid	

<1 %

43

[www.doc4net.es](http://www.doc4net.es)

Fuente de Internet

<1 %

44

Submitted to Universidad Tecnologica de Honduras

Trabajo del estudiante

<1 %

45

[media2.fcbarcelona.com](http://media2.fcbarcelona.com)

Fuente de Internet

<1 %

46

[repositorio.usmp.edu.pe](http://repositorio.usmp.edu.pe)

Fuente de Internet

<1 %

47

[slideplayer.es](http://slideplayer.es)

Fuente de Internet

<1 %

48

[biorrefineria.blogspot.in](http://biorrefineria.blogspot.in)

Fuente de Internet

<1 %

49

[sbs-spe.feddevontario.canada.ca](http://sbs-spe.feddevontario.canada.ca)

Fuente de Internet

<1 %

50

[upc.aws.openrepository.com](http://upc.aws.openrepository.com)

Fuente de Internet

<1 %

51

[constitucion.rediris.es](http://constitucion.rediris.es)

Fuente de Internet

<1 %

52

[es.wikihow.com](http://es.wikihow.com)

Fuente de Internet

<1 %

53

[iabse-bd.org](http://iabse-bd.org)

Fuente de Internet

<1 %

54

[jalayo.blogspot.com](http://jalayo.blogspot.com)

Fuente de Internet

<1 %

55

[link.springer.com](http://link.springer.com)

Fuente de Internet

<1 %

56

[luzardobulkers.wordpress.com](http://luzardobulkers.wordpress.com)

Fuente de Internet

<1 %

57

[patents.google.com](http://patents.google.com)

Fuente de Internet

<1 %

58

[repositorio.uap.edu.pe](http://repositorio.uap.edu.pe)

Fuente de Internet

<1 %

59

[repositorio.ulima.edu.pe](http://repositorio.ulima.edu.pe)

Fuente de Internet

<1 %

60

[royitec.20m.com](http://royitec.20m.com)

Fuente de Internet

<1 %

61

[www.aquaesolutions.com](http://www.aquaesolutions.com)

Fuente de Internet

<1 %

62

[www.gmexico.com.mx](http://www.gmexico.com.mx)

Fuente de Internet

<1 %

63

[www.smile-europe.org](http://www.smile-europe.org)

Fuente de Internet

<1 %

64

[archive.org](http://archive.org)

Fuente de Internet

<1 %

65	<a href="https://es.wikipedia.org">es.wikipedia.org</a> Fuente de Internet	<1 %
66	<a href="https://moam.info">moam.info</a> Fuente de Internet	<1 %
67	<a href="https://repositorio.puce.edu.ec">repositorio.puce.edu.ec</a> Fuente de Internet	<1 %
68	<a href="https://repositorio.upse.edu.ec">repositorio.upse.edu.ec</a> Fuente de Internet	<1 %
69	<a href="https://repositorioapi.neumann.edu.pe">repositorioapi.neumann.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
70	<a href="https://ria.utn.edu.ar">ria.utn.edu.ar</a> Fuente de Internet	<1 %
71	<a href="https://www.buscavoz.com">www.buscavoz.com</a> Fuente de Internet	<1 %
72	<a href="https://www.esan.edu.pe">www.esan.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
73	<a href="https://www.euroresidentes.com">www.euroresidentes.com</a> Fuente de Internet	<1 %
74	<a href="https://www.fao.org">www.fao.org</a> Fuente de Internet	<1 %
75	<a href="https://www.iturri.com">www.iturri.com</a> Fuente de Internet	<1 %
76	<a href="https://incoreperu.pe">incoreperu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %



77

[www.perucontable.com](http://www.perucontable.com)

Fuente de Internet

<1 %

---

78

[www.unniun.com](http://www.unniun.com)

Fuente de Internet

<1 %

---

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias

Apagado

Excluir bibliografía

Activo

# **CAPÍTULO I**

## **PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO**

### **1.1. Formulación de idea de negocio**

A nivel internacional el segmento automovilístico y el crecimiento de las ciudades han desarrollado una mayor incursión de todo tipo de automotriz en el cual se ha generado un incremento exponencial en ello. Esto ha generado una industria paralela de empresas que atienden las necesidades postventa de los vehículos tanto a nivel funcional (venta de repuestos) así como a nivel estético (lavado y personalización de autos).

El crecimiento del parque automotor no ha sido ajeno al Perú, esto se generó básicamente por la importación y venta de vehículos nuevos, así como

usados en los últimos años, cuyo incremento se ve reflejado en las calles de las principales ciudades de nuestro país, lo que trae consigo una mayor demanda de negocios del rubro de lavado de carros.

La Asociación Automotriz del Perú, informó que, en el mes de Julio del 2022, la actividad económica local reportó un aumento de 1.41%, comparado a julio del año 2021, lo que configura la variación más baja del año y muy por debajo de lo esperado por el mercado (2.7%), dicho crecimiento fue impulsado por los sectores Alojamiento y Restaurantes, Transporte y Almacenamiento, Comercio, Manufactura y Construcción.

La importación de vehículos en los últimos años, a aumento enormemente la flota vehicular en la ciudad de Huancayo, lo que ha generado la aparición de nuevos negocios paralelos del rubro comercial y de servicios, entre ellos tenemos los negocios de lavado de carros y venta de autopartes.

El negocio de lavado de vehículos es uno de los rubros que mayor crecimiento ha tenido en el Distrito de Chilca y en toda la Provincia de Huancayo; si bien es cierto que la informalidad aumenta constantemente, se debe destacar que, en los dos últimos años, muchos lavaderos de carros se han formalizado y modernizado, por lo que actualmente existen empresas más innovadoras y equipadas que brindan este tipo de servicios.

La ciudad de Huancayo - Perú, tiene como característica el crecimiento horizontal y disperso, teniendo su población como medio de transporte los vehículos pequeños, entre formales e informales, como los mototaxis de tres pasajeros, autos colectivos de cuatro pasajeros, vehículos privados y combis, siendo los únicos medios de transporte con la cual se desplaza la población desde el centro de la ciudad hacia los distritos aledaños y viceversa.

Por ello la implementación y ejecución de un plan de negocios (auto lavado “Los Rápidos” E.I.RL.) resulta viable en un local que será ubicado estratégicamente en el Distrito de Chilca, Provincia de Huancayo, ciudad de gran desarrollo económico, del mismo modo podemos tomar en cuenta como una decisión del proyecto es el aumento de la población en los últimos años. Según los índices de crecimiento del INEI, el departamento de Junín en los últimos años tuvo un crecimiento exponencial, habiendo crecido la población a nivel departamental en 0.2% y la provincia de Huancayo tiene la mayor tasa de crecimiento con 1.6% anualmente, en base a dicha información recogida, la opción de emprender este rubro de negocio es muy interesante ya que las expectativas económicas nos ayudan a tomar una decisión más acertada en apostar por dicho negocio.

## **1.2. Descripción de la empresa**

El auto lavado de carros “Los Rápidos” tiene como razón social ser una empresa Individual de Responsabilidad Limitada, de personería jurídica la cual

tendrá como una ventaja dentro de la administración con un solo dueño y ante algunas responsabilidades va declarar de forma solidaria con el patrimonio de la empresa y no con el patrimonio del propietario. La empresa se dedicará básicamente al servicio de lavado de vehículos medianos, livianos y menores, así como pulido de autos, con proyección a dar servicios a vehículos de mayor tamaño.

Se crea esta idea de negocio por la necesidad de contar con una empresa formal, con un enfoque profesional, que brinde un servicio de calidad, para diferenciarse de los negocios tradicionales e informales de lavado de carros.

Si bien el servicio primordial es el lavado de vehículos, se tendrá un negocio colateral como la venta de café y meriendas al paso (galletas, golosinas, sándwiches, bebidas frías y calientes).

Los servicios complementarios serán los siguientes:

- **Recepción:** personal con cualidades amicales, empáticos y servicial, en un inicio será el administrador o el lavador (operario) para la recibir al cliente.
- **Registro:** toma de datos, invitación a la sala de espera (ambientado con asientos confortables, revistas, diarios, wi-fi, facilidad para conexión de cargadores de celulares y otros) que coincidirá con el ambiente de dispensación de merienda y otros.
- **Verificación de servicio:** el administrador verificará el servicio realizado, dándole el visto de calidad correspondiente.

- **Facturación y pago:** culminado el servicio a satisfacción del cliente se procederá al cobro por el servicio en efectivo o tarjeta, entregándose al cliente el comprobante correspondiente.

### **1.3. Perfil de la empresa**

Car wash “Los Rápidos” se origina como una idea de negocio, teniendo como razón social Auto Lavado “Los Rápidos” E.I.R.L., para lo cual se tramitará el Registro Único de Contribuyente (RUC) ante la SUNAT, del mismo modo se acogerá en el régimen tributario Mype en el cual se emitirá boletas de venta, así como facturas. Empresa con un enfoque profesional, formal, creativo e innovador, utilizando elementos técnicos y científicos, con un servicio personalizado y expectativa de crecimiento constante.

### **1.4. Misión**

Ser una empresa de servicio de lavado de vehículos con un enfoque profesional, brindando un servicio de calidad, personalizado y en el menor tiempo posible para vehículos motorizados, manteniendo acorde la responsabilidad ambiental con la conservación de manejo adecuado del insumo vital el agua.

## 1.5. Visión

En el año 2025 seremos una empresa líder en la región que brinde confianza total al cliente, con un servicio de calidad hasta lograr ser una cadena de auto lavado a nivel regional y nacional.

## 1.6. Valores

- **Profesionalismo:** darle un enfoque técnico-humanístico para un buen desarrollo de las actividades de la empresa.
- **Calidad:** ofrecer un servicio de calidad, utilizando materiales e insumos de reconocida marca.
- **Compromiso:** velar por la mejor atención al cliente sin perjudicar a la empresa.
- **Responsabilidad:** realizar el lavado de los carros, cumpliendo estrictamente con el servicio ofrecido, brindando confianza al cliente.
- **Integridad:** actuar siempre con ética y moral.
- **Trabajo en equipo:** el espíritu de equipo entre los integrantes es fundamental para el crecimiento de la empresa.

## 1.7. El producto

No vendemos el servicio de lavado de vehículos, vendemos una experiencia nueva y diferente de la competencia:

- **Servicio personalizado:** la atención al cliente desde que ingresa al establecimiento será individualizada, es decir trataremos personas no simples clientes.
- **Calidad de servicio:** brindaremos calidad de servicio, con buen trato al cliente y con insumos de calidad.
- **Postventa:** tendremos registrados a los clientes para hacer seguimientos, enviarles invitaciones y otros atractivos, hacer sentir al cliente que nos importa.



## 1.8. Matriz FODA

**Tabla 1**

*Matriz FODA*

FORTALEZAS		DEBILIDADES	
F1	Administrado por personal profesional y capacitado.	D1	Carencia de personal operativo estable
F2	Utilización de estrategias de marketing.	D2	Contar con un local alquilado, sujeto a disposición del dueño.
F3	Personal identificado con la empresa y motivado (sistema de comisiones).	D3	Falta de servicio a vehículos de mayores dimensiones.
F4	Cuenta con equipos modernos para el lavado de los vehículos.	D4	Pocos ingresos al inicio de operaciones por tener tarifas promocionales de introducción.
F5	Localización geográfica del establecimiento óptima (lugar estratégico).	D5	Insuficiente capacidad de atención en horarios determinados.
F6	Cuenta con pozo propio para agua.	D6	Inexperiencia previa con los proveedores.
OPORTUNIDADES		AMENAZAS	
O1	Gran cantidad de clientes potenciales circulando cerca del establecimiento.	A1	Alta competencia descarnada que utiliza publicidad engañosa.
O2	Posibilidad de crecimiento del negocio.	A2	Clientes tienen lugares de servicio de preferencia.
O3	Acceso al financiamiento a tasas competitivas del mercado para llevar a cabo inversiones.	A3	Deslealtad de los clientes.
O4	Alto nivel de posicionamiento en el mercado local ante el alto crecimiento del parque automotriz.	A4	Competidores emergentes.
O5	Posibilidad de alianzas estratégicas con otros negocios similares para atender vehículos de mayor tonelaje.	A5	El modelo es fácilmente copiable.
O6	Auge de las redes sociales que potencian las estrategias de marketing.	A6	Inseguridad ciudadana (delincuencia).

**Tabla 2***Matriz de Evaluación de Factores Internos (MEFI)*

Matriz de Evaluación de Factores Internos (MEFI)				
N.º	Fortalezas	Peso	Calificación	Ponderación
F1	Administrado por personal profesional y capacitado.	0.11	4	0.44
F2	Utilización de estrategias de marketing.	0.11	3	0.33
F3	Personal identificado con la empresa y motivado (Sistema de comisiones).	0.09	3	0.27
F4	Cuenta con equipos modernos para el lavado de los vehículos	0.09	2	0.18
F5	Localización geográfica del establecimiento optima (lugar estratégico).	0.11	3	0.33
F6	Cuenta con pozo propio para agua.	0.04	3	0.12
Debilidades				
D1	Carencia de personal operativo estable.	0.05	3	0.15
D2	Contar con un local alquilado, sujeto a disposición del dueño.	0.08	3	0.24
D3	Falta de servicio a vehículos de mayores dimensiones.	0.07	3	0.21
D4	Pocos ingresos al inicio de operaciones por tener tarifas promocionales de introducción.	0.11	3	0.33
D5	Insuficiente capacidad de atención en horarios determinados.	0.07	2	0.14
D6	Inexperiencia previa con los proveedores.	0.07	2	0.14
Total		1.00		2.88

**Comentario:** La matriz EFI es una de las herramientas que se utiliza para el análisis situacional de la empresa en cuanto a las características internas en las cuales se encuentra actualmente, de tal modo de podemos apreciar las debilidades y fortalezas de la empresa.

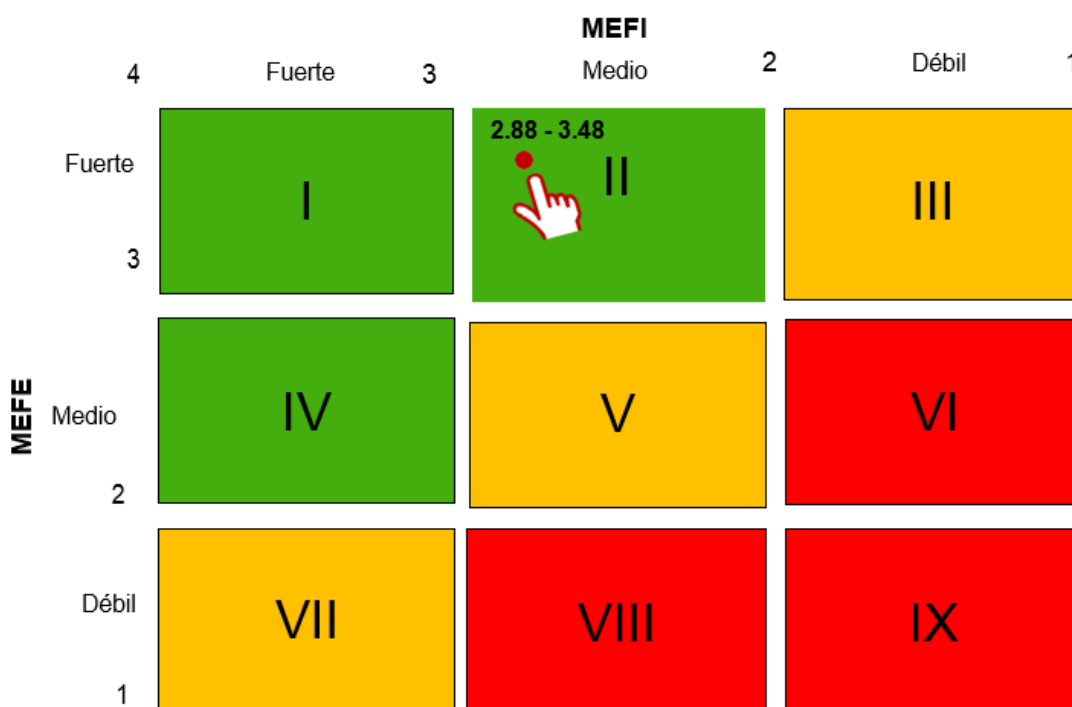
**Tabla 3***Matriz de Evaluación de Factores Externos (MEFE)*

Matriz de Evaluación de Factores Externos (MEFE)				
N.º	Oportunidades	Peso	Calificación	Ponderación
O1	Gran cantidad de clientes potenciales circulando cerca del establecimiento.	0.11	4	0.44
O2	Posibilidad de crecimiento del negocio.	0.09	4	0.36
O3	Acceso al financiamiento a tasas competitivas del mercado para llevar a cabo inversiones.	0.11	4	0.44
O4	Alto nivel de posicionamiento en el mercado local ante el alto crecimiento del parque automotriz.	0.07	3	0.21
O5	Posibilidad de alianzas estratégicas con otros negocios similares para atender vehículos de mayor tonelaje.	0.09	2	0.18
O6	Auge de las redes sociales que potencian las estrategias de Marketing	0.07	3	0.21
<hr/>				
Amenazas				
A1	Alta competencia descarnada que utiliza publicidad engañosa.	0.09	4	0.36
A2	Clientes tienen lugares de servicio de preferencia.	0.08	4	0.32
A3	Deslealtad de los clientes.	0.09	4	0.36
A4	Competidores emergentes.	0.07	3	0.21
A5	El modelo es fácilmente copiable.	0.06	3	0.18
A6	Inseguridad ciudadana (delincuencia).	0.07	3	0.21
Total		1.00		3.48

**Comentario:** La matriz EFE es una de las herramientas que se utiliza para el análisis situacional de la empresa en cuanto a las características externas en las se puede adaptar la empresa, de tal modo de podemos apreciar las oportunidades y amenazas de la empresa.

**Figura 1**


*Matriz Interna – Externa (MIE)*



**Comentario:** Como se observa en el análisis MEFI y MEFE, la empresa cuenta con fortalezas las cuales harán frente a las debilidades, del mismo modo se observó que la empresa cuenta con oportunidades las cuales podrían ser aprovechadas por la empresa con la finalidad de alcanzar sus objetivos estratégicos; asimismo, las debilidades tiene que ser combatidas con la finalidad de que se conviertan en una fortaleza más beneficiosa para la empresa, de este modo se sitúa una posición de equilibrio entre la las debilidades y las fortalezas de la empresa.

**Tabla 4**

*Análisis FODA de la empresa auto lavado “Los Rápidos” E.I.R.L.*

	<p style="text-align: center;"><b>FORTALEZAS</b></p> <p><b>F1.</b> Administrado por personal profesional y capacitado.  <b>F2.</b> Utilización de estrategias de marketing.  <b>F3.</b> Personal identificado con la empresa y motivado (Sistema de comisiones).  <b>F4.</b> Cuenta con equipos modernos para el lavado de los vehículos.  <b>F5.</b> Localización geográfica del establecimiento óptima (lugar estratégico).  <b>F6.</b> Cuenta con pozo propio para agua.</p>	<p style="text-align: center;"><b>DEBILIDADES</b></p> <p><b>D1.</b> Carencia de personal operativo estable.  <b>D2.</b> Contar con un local alquilado, sujeto a disposición del dueño.  <b>D3.</b> Falta de servicio a vehículos de mayores dimensiones.  <b>D4.</b> Pocos ingresos al inicio de operaciones por tener tarifas promocionales de introducción.  <b>D5.</b> Insuficiente capacidad de atención en horarios determinados.  <b>D6.</b> Inexperiencia previa con los proveedores.</p>
<p style="text-align: center;"><b>OPORTUNIDADES</b></p> <p><b>O1.</b> Gran cantidad de clientes potenciales circulando cerca del establecimiento.  <b>O2.</b> Posibilidad de crecimiento del negocio.  <b>O3.</b> Acceso al financiamiento a tasas competitivas del mercado para llevar a cabo inversiones.  <b>O4.</b> Alto nivel de posicionamiento en el mercado local ante el alto crecimiento del parque automotriz.  <b>O5.</b> Posibilidad de alianzas estratégicas con otros negocios similares para atender vehículos de mayor tonelaje.  <b>O6.</b> Auge de las redes sociales que potencian las estrategias de marketing.</p>	<p style="text-align: center;"><b>ESTRATEGIA FO</b></p> <p><b>F1.O1.</b> Desarrollar un programa CRM de fidelización de clientes.  <b>F1.O2.</b> Considerar estrategias de crecimiento, nuevos locales en lugares estratégicos.  <b>F2.O1.</b> ofrecer promociones atractivas de lavado de autos.</p>	<p style="text-align: center;"><b>ESTRATEGIA DO</b></p> <p><b>D2.O1.</b> A mediano plazo buscar financiamiento de entidades bancarias para la compra del local.  <b>D1.O2.</b> Desarrollar capacitaciones a los colaboradores.  <b>D4.O3.</b> Desarrollo de estrategias de marketing para incrementar la frecuencia del servicio.</p>
<p style="text-align: center;"><b>AMENAZAS</b></p> <p><b>A1.</b> Alta competencia descarnada que utiliza publicidad engañosa.  <b>A2.</b> Clientes tienen lugares de servicio de preferencia.  <b>A3.</b> Deslealtad de los clientes.  <b>A4.</b> Competidores emergentes.  <b>A5.</b> El modelo es fácilmente copiable.  <b>A6.</b> Inseguridad ciudadana (delincuencia).</p>	<p style="text-align: center;"><b>ESTRATEGIA FA</b></p> <p><b>F2.A2.</b> Desarrollo de estrategias de retención de clientes mediante merchandising.  <b>F4.A1.</b> Diversificar nuevos procesos de lavado mediante nueva tecnología más eficaz.  <b>F3.A4.</b> Desarrollo de estrategias de marketing para incrementar la frecuencia del servicio.</p>	<p style="text-align: center;"><b>ESTRATEGIA DA</b></p> <p><b>D2.A2.</b> Evaluar una forma de alquileres u otras formas de alquiler para un largo plazo.  <b>D4.A1.</b> Evaluar la diversificación y aprovechamiento del local.  <b>D3.A4.</b> Evaluar alianzas con competidores ya establecidos.</p>

**Comentario:** En la tabla 4 se muestra la matriz FODA, la cual es una herramienta vital para poder diseñar las estrategias, así como para elaborar medidas de contingencia ante los entornos cambiantes de un contexto empresarial.

## **1.9. Objetivos estratégicos generales**

### **Objetivos estratégicos de marketing**

- Aplicar un plan de marketing para incrementar los ingresos en 20% durante los próximos 5 años.
- Obtener las preferencias en un 50% de los clientes potenciales mediante un estudio de mercado, en un lapso de 3 años.
- Incrementar las ventas en un 15% mediante publicidad y merchandising en el lapso de 3 años.

### **Objetivos estratégicos de finanzas**

- Lograr un crecimiento del 20% anual en la rentabilidad de la empresa durante los próximos 5 años.
- Lograr un ahorro del 20% anual en los 5 primeros años de vida del negocio.

## **Objetivos estratégicos operacionales**

- Crear un mecanismo adecuado para conservar el agua por ser un insumo primordial, lo cual nos dará un ahorro del 30% anual.
- Crear procesos técnicos y organizativos que nos ayudarán a ser más eficiente en un 20% en relación a la competencia, durante los próximos 5 años.

### **1.10. Modelo Canvas**

El modelo Canvas es una herramienta de gestión muy eficiente con el cual podemos analizar y conocer los aspectos claves de un negocio, la cual nos ayudará a tener una visualización global de la empresa, pudiendo apreciar mejor la propuesta de valor que se brindará.

En la Figura 2, se describe el modelo Canvas, que tendría la empresa Auto Lavado “Los Rápidos” E.I.R.L.

**Figura 2**

*Modelo Canvas*





## **CAPÍTULO II**

### **DIAGNÓSTICO DEL PLAN DE NEGOCIO**

#### **2.1. Análisis del micro entorno**

Este rubro se viene desarrollando en su gran mayoría de manera informal en nuestro país, en por ello que para realizar el análisis del micro entorno se utilizará el modelo de las cinco fuerzas de Porter (2004) consistente en: rivalidad entre los competidores existentes, amenaza de productos sustitutos, amenaza de entrada de nuevos competidores, poder de negociación de los proveedores y de los clientes.

### **2.1.1. Rivalidad entre los competidores existentes**

Para poder determinar la rivalidad entre los competidores que existen en el mercado, se utilizará la siguiente regla: una mayor rivalidad resultará ser poco atractiva para la empresa, mientras que una menor rivalidad será de mayor atracción; por tal motivo, para una correcta evaluación se utilizará como criterios el crecimiento relativo de la empresa, el número de competidores iguales, la diferenciación del servicio, los precios de los servicios y la rentabilidad de los competidores.

#### **a. Crecimiento relativo de la industria**

El crecimiento del rubro de lavado de vehículos en el distrito de Chilca - Provincia de Huancayo - Junín, es creciente y decreciente a la vez, dado que sobresalen y se mantienen los locales de lavado de carros que tienen mejor atención, pero otros que no tienen la experiencia para manejar este tipo de negocios declinan y cierran, lo cual quedó evidenciado durante la pandemia por el COVID-19.

#### **b. Número de competidores iguales**

El número de competidores iguales es mínimo, si bien es cierto que existe una cantidad considerable de locales dedicados al rubro de lavado de carros, la gran mayoría son informales, solo algunos cuentan con autorización municipal y pocos se encuentran debidamente

registrados en la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria  
- SUNAT.

### **c. Diferenciación del servicio**

En cuanto a la diferenciación del servicio que se brindará es notoria en comparación de nuestros competidores, toda vez que nosotros tendremos un esquema muy diferente de servicio, basado en realizar un servicio profesional y completo, ya que el cliente encontrará en nuestro establecimiento todo lo requerido para que su vehículo quede en óptimas condiciones de limpieza, lo cual hará que el cliente retorne al local de auto lavados “Los Rápidos” E.I.R.L, por la calidad del servicio que brindaremos.

### **d. Los precios de los servicios**

Con referencia a los precios de los servicios, existirá una diferencia con nuestros competidores, ello nos permitirá realizar una segmentación en categorías de servicios, a fin de ofrecer un buen servicio de auto lavado a precios accesibles y promocionales.

### **e. Rentabilidad de los competidores**

En cuanto a la rentabilidad de este tipo de negocios, es óptima tanto para los competidores como para nosotros, dado que en los últimos años el parque automotor en nuestro país ha ido creciendo, si bien es

cierto que durante los tiempos de pandemia la importación de vehículos tuvo una disminución, ahora en la actualidad dicho rubro ha recobrado su crecimiento, lo que implica que, a mayores vehículos, se necesitará más servicios de auto lavados.

### **2.1.2. Amenaza de productos sustitutos**

Para determinar la amenaza de servicios sustitutos, se utilizará la siguiente regla: una mayor amenaza de los servicios sustitutos representa una atracción menor, mientras que una menor amenaza conduce a una mayor atracción en la empresa; por tal motivo, para una correcta evaluación se utilizará como criterios la disponibilidad de sustitutos cercanos, los costos de cambio de servicio junto al valor y precio de sustituto, la propensión del comprador frente al sustituto.

#### **a. Disponibilidad de sustitutos cercanos**

Las disponibilidades de sustitutos cercanos están cerca al lugar donde funcionará la empresa, si bien en cierto éstas no son iguales, pero son similares (mismo rubro).

#### **b. Costo de cambio de servicio y valor y precio de sustituto**

El costo de cambio de servicio por lo general resulta engorroso

para el cliente por el valor y precio del sustituto. Es decir, como dice el dicho muchas veces lo barato sale caro. Es una razón por la cual los clientes asisten a una empresa que les garantice un buen servicio y no a una que ofrezca menor precio.

### **c. Propensión del comprador frente al sustituto**

La preferencia del cliente frente al sustituto es relativa, pero en la empresa auto lavados “Los Rápidos” E.I.R.L, se brindará un buen servicio de calidad profesional, lo cual hará que el cliente regrese a nuestro establecimiento por la diferenciación de servicio existente, entonces podemos decir esta propensión frente al sustituto será baja.

### **2.1.3. Amenaza de entrada de nuevos competidores**

Para determinar la amenaza de nuevos competidores, se utilizará la siguiente regla: una mayor amenaza de nuevos competidores refleja poca atracción para la empresa, y una menor amenaza de nuevos competidores será más atractivo; por tal motivo, para una correcta evaluación se utilizará como criterios el efecto de la experiencia, la diferenciación del servicio e identificación de la marca, los costos de cambio de tecnología, necesidades de capital.

**a. Efecto de la experiencia**

La experiencia del administrador y de su equipo tiene que ponerse de manifiesto ante esta amenaza para hacer sólida a la empresa, desarrollando estrategias de servicios.

**b. Diferenciación del servicio e identificación de la marca**

La preponderancia de la diferenciación de servicio con relación a la competencia es importante, ello determinará la fidelidad de nuestros clientes, a la vez se establecerá la marca con una identificación propia con un respaldo de garantía de calidad de servicio.

**c. Costos de cambio de tecnología**

El cambio de tecnología de los equipos, diseños administrativos y otros cambios que se requiere para mejorar el servicio es una limitante para las amenazas de nuevos competidores, porque estos muchas veces no entienden el valor ni la importancia de estos cambios.

**d. Necesidades de capital**

La necesidad de contar con capital suficiente, limita muchas veces a la competencia o posible competencia, no solamente por ser un tanto escaso, sino por el temor que las personas tienen de arriesgarlo y perderlo todo.

#### **2.1.4. Poder negociador de los proveedores**

Para determinar el poder de negociación de los proveedores, se utilizará la siguiente regla: un mayor poder de negociación de los proveedores conducirá a que la empresa sea menos atractiva, mientras que un poder menor de negociación de los proveedores la convertirá en más atractiva; por tal motivo, para una correcta evaluación se utilizará como criterios al personal administrativo y operativo, mantenimiento de equipos y proveedores de insumos.

##### **a. Personal administrativo**

El personal administrativo es esencial para el funcionamiento de la empresa, tiene cierto poder de negociación, pero también se considera reemplazable.

##### **b. Personal operativo**

El personal operativo son los operarios de mano de obra no calificada que se encargarán de las actividades del lavado de vehículos, en razón que el negocio de auto lavado no requiere de amplia experiencia y/o conocimientos.

### **c. Personal de mantenimiento de equipos**

Es el personal técnico, por lo general personal externo que brinda servicios de mantenimiento de equipos y maquinarias (hidrolavadoras, pulidoras, compresoras de aire, aspiradoras y otros), su capacidad de negociación es neutra.

### **d. Proveedores de insumos**

Son los proveedores de insumos y materiales que abastecerán a la empresa para el desarrollo de sus actividades, estos tienen poco poder de negociación.

## **2.1.5. Poder negociador de los clientes**

Para poder determinar el poder de negociación de los clientes, se utilizará la siguiente regla: a mayor poder de negociación menor atractivo será la empresa, y a menor poder de negociación mayor atractiva resultará; por tal motivo, para una correcta evaluación se utilizará como criterios la cantidad de clientes eventuales y la cantidad de clientes por convenio.



### a. Clientes eventuales

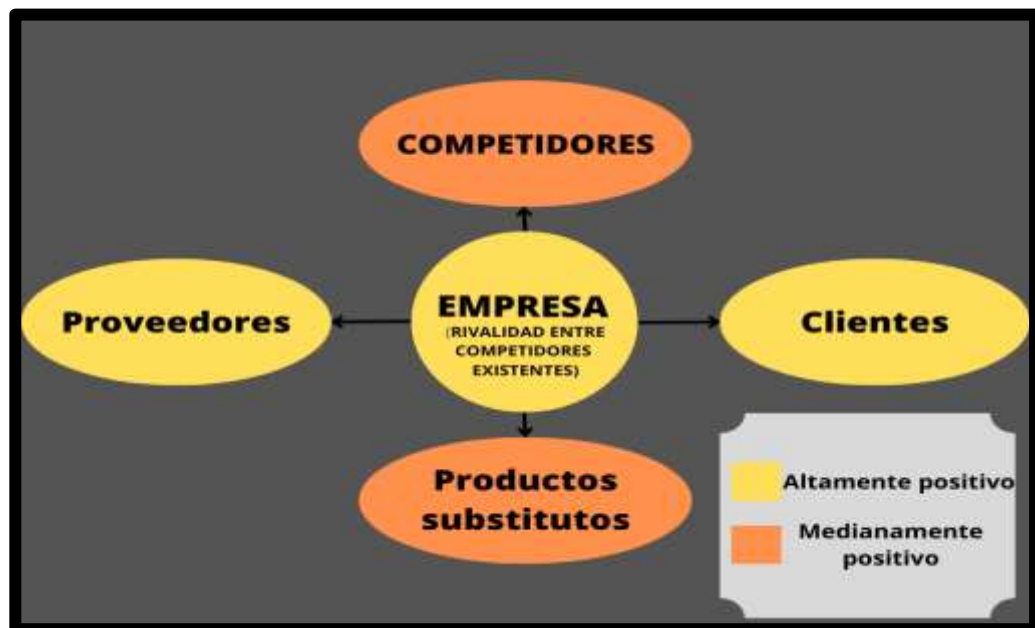
Estos clientes denominados también como clientes de diario, son los clientes potenciales que se captan diariamente en el establecimiento, su poder de negociación es menor.

### b. Clientes por convenio

Son los clientes captados con antelación por convenios y contratos realizados por la dirección de la empresa, su poder de negociación es inicial, posteriormente es de puro trámite.

**Figura 3**

*Fuerzas de Porter*



*Nota.* Imagen extraída de Google

**Comentario.** La cruz de Porter es una herramienta por medio del cual se analiza las fuerzas competitivas de una industria, dicho análisis

ayuda que las empresas desarrollen estrategias adaptadas al medio entorno y al contexto actual.

## **2.2. Análisis del macro entorno**

El análisis del macro entorno, se realiza por medio de la herramienta PEST, mediante el cual se identificará aquellos factores del entorno general que tienen influencia en la empresa, a partir del ámbito político y legal, económico, social y demográfico, y tecnológico, con la finalidad de elaborar la matriz de impacto en cada uno de dichos factores y demostrar de qué manera influye en la empresa Auto lavado “Los Rápidos” E.I.R.L.

### **2.2.1. Entorno político y legal**

En la actualidad nuestro país vive una situación política inestable, a causa de la corrupción que existe en las instituciones públicas y en los altos niveles de gobierno, a ello se suma las distintas huelgas y manifestaciones que se vienen produciendo en especial en el sur y norte del país, situaciones que lamentablemente han dejado muchos heridos y fallecidos, entre manifestantes y fuerzas del orden (policías y militares).

Estos hechos políticos y sociales tienen repercusión en el ámbito económico, generando grandes pérdidas económicas en razón que las

carreteras se bloquean constantemente, lo cual impide que los productos lleguen a su destino final, afectando además el turismo y comercio, lo que implica menor inversión privada, alejando a la inversión extranjera por tener una economía constantemente cambiante e inestable; cabe señalar que estos hechos se generaron por la corrupción existente y falta de apoyo y olvido del gobierno a la población más necesitada, estas situaciones también vienen afectando al rubro de lavado de autos, ya que muchas personas tienen miedo de salir a las calles con sus vehículos por temor a sufrir daños materiales en sus unidades móviles.

El Estado Peruano, exige ciertos requisitos y formalidades para la creación y funcionamiento de una empresa, debiendo para ello ser registrado en la Superintendencia Nacional de Registros Públicos (SUNARP), para tal fin se tiene que definir el nombre de la empresa, rubro, domicilio fiscal y tipo de empresa.

Las Municipalidades Distritales y/o Provinciales, dentro de su legislación, exigen que las empresas cumplan con ciertos requisitos para poder funcionar y atender al público, cuyos requisitos son los siguientes:

- Licencia de funcionamiento.
- Certificado de Inspección Técnica de seguridad de edificaciones - (Certificado ITSE).
- Licencia de construcción (de ser el caso).

Ante lo expuesto, la empresa Auto Lavado “Los Rápidos” E.I.R.L., será una empresa formal, debidamente inscrita en la SUNAT, que contará con todos los requisitos exigidos por la Municipalidad distrital de Chilca para la apertura de su local de operaciones; de este modo se contribuirá con la formalización de este tipo de negocios y no darle cabida a la informalidad que tanto daño le hace al país.

### **2.2.2. Entorno Económico**

Durante la presentación de la conferencia macro económico multianual 2023-2026, el Ministerio de economía y Finanzas, señalo que el consumo privado impulsará la inversión pública y que las exportaciones serán los principales factores que influirán en el crecimiento de 3,3% de la economía peruana, cuya proyección se mantendrá en los próximos años.

**Figura 4**

*Cuadro de proyecciones del PBI*



*Nota.* Extraído de la página web del MEF (2022)

**Comentario.** En la figura 4 se muestra que el PBI del Perú tendrá un crecimiento constante entre el 2022 al 2026, lo que refleja que la economía entre esos años se mantendrá estable.

Asimismo, se tiene que entre los años 2022 al 2026, la economía Peruana estará entre las economías de la región que tendrá un mayor crecimiento económico, con una tasa promedio de 3,3%, ello será gracias al producto de la implementación de medidas que contribuyan al gasto público y privado, mayor producción cuprífera que impulsará las exportaciones, reforzados por el plan nacional de competitividad e infraestructura y respuestas de acciones de política provenientes del trabajo en las mesas de dialogo existente, todo ello será funcional al logro

de una mayor confianza de los consumidores y empresarios que contribuirán en el crecimiento y estabilidad económica.

### Figura 5

*Cuadro de proyecciones del PBI a nivel Internacional*



*Nota.* Extraído de la página web del MEF (2022)

**Comentario.** El análisis del PBI en un país es una de los indicadores macroeconómicos en las cuales las organizaciones se basan para tomar decisiones de inversión en dicho país.

### 2.2.3. Entorno Social y demográfico

Se tiene que tener en consideración que el potencial de un negocio del rubro de lavado de vehículos, depende mucho del nivel socioeconómico de la zona donde estará ubicada el negocio, dado que

las personas de cada nivel socioeconómico tienen diferencias en el cuidado de sus vehículos. Las clases sociales que requieren comúnmente el servicio de lavado de vehículos, son los de nivel medio a medio alto, en razón que dicha clase social es la que tiene la mayor cantidad de vehículos en cada país y si se tiene en consideración el precio de sus vehículos, estos suelen invertir más en el cuidado de sus carros. Las personas de estas clases sociales por lo general buscan servicios económicos y de calidad.

En Latinoamérica, las zonas de nivel medio alto a alto, también representan una oportunidad para el negocio de lavado de vehículos, pero se debe tomar en cuenta que la mayoría de estas personas, suelen tener empleados que les realizan el servicio de lavado de sus vehículos en casa o en locales en donde se les brinde una atención profesional, rápida y de calidad. Por tal motivo es necesario brindar un servicio de lavado de vehículos de forma profesional y rápida, para poder captar este tipo de clientes, ya que estas personas generalmente buscan comodidad, rapidez y calidad del servicio.

Según los estudios de mercado efectuados en el país, demuestran que la probabilidad que un vehículo sea captado para ser lavado, está en promedio en 0.45% y 1%, lo que representa que entre 45 y 100 vehículos de cada 10000 que circulen por el frontis del negocio están buscando el servicio de lavado de carros, ingresando finalmente al local. Asimismo,

podemos decir que, en la ciudad de Huancayo, los lugares por donde circula mayor cantidad de vehículos son las avenidas Real, Huancavelica, y en el Distrito de Chilca se encuentra la avenida 9 de diciembre y Próceres (avenida donde se establecerá nuestro proyecto), por donde la mayor parte de vehículos que circulan son de uso particular, seguido de los vehículos de transporte público.

Actualmente, según el Ministerio de Transporte y Comunicaciones, se calcula que en el parque automotor nacional existe 1 vehículo por cada 8 habitantes y que estas cifras van en aumentado, lo cual es favorable para el rubro de lavado de autos, toda vez que mientras más vehículos exista en las calles, habrá más clientes que busquen hacer lavar sus vehículos.

**Figura 6**

*Crecimiento poblacional*



*Nota.* Basado en información recabada del INEI (2017)



**Comentario.** El análisis población es un indicador fundamental en todo plan de negocio, como se observa en la provincia de Huancayo el crecimiento de la población va en aumento, lo que indica mayor población para el mercado objetivo.

#### **2.2.4. Entorno Tecnológico**

La tecnología avanza constantemente, ofreciendo nuevos productos y servicios de buena calidad que facilitan a las personas realizar sus distintas actividades, existiendo en nuestro país empresas nacionales y extranjeras que ofrecen productos tecnológicos de última generación, es por ello que en la empresa auto lavado “Los Rápidos” E.I.R.L., se contará con equipos modernos, inicialmente semi automáticos para el lavado a presión, pulidoras, champuneras y aspiradora de mucha capacidad de absorción.

Asimismo, utilizaremos tecnologías de reconocidas marcas como “Bosch y Good Year” en el lavado de vehículos, para lo cual se adquirirá maquinaria como la hidrolavadora “GY1801PWH” que es de buena calidad y actualmente se viene comercializando en el país, por lo que tendríamos garantía y mantenimiento técnico al alcance en caso se necesite. Este tipo de maquinaria nos permitirá minimizar el tiempo en el lavado de vehículos, obteniendo una mejor calidad en su acabado, lo que

permitirá optimizar nuestra capacidad operativa, a fin de brindar un buen servicio.

### Figura 7

*Hidrolavadora marca “Good Year”*



*Nota.* Extraído de la página web de la empresa Good Year

**Comentario:** Como se muestra en la imagen, la hidrolavadora de la marca “Good Year”, es de buena calidad y actualmente se viene utilizando para el lavado de vehículos.

Actualmente, existen diversos equipos tecnológicos para el lavado de vehículos, como por ejemplo los túneles de lavado que comúnmente se suelen utilizar en Estados Unidos y países Europeos, que son maquinarias que reducen tiempo en el lavado y brindan un buen acabo,

pero sus costos de instalación son muy elevados, lo que representaría una mayor inversión; sin embargo, en la empresa Auto Lavado “Los Rápidos” E.I.R.L, contaremos con equipos de la marca Good Year y Bosch, con los cuales brindaremos un buen servicio con un excelente acabado, atención personalizada y a un precio accesible.

### **Figura 8**

*Pulidora “GPO 12 CE Bosch”*



*Nota.* Imagen extraída de Google

**Comentario:** La pulidora “GPO 12 CE Bosch” es una maquinaria indispensable para el buen pulido de los vehículos, el cual actualmente se viene comercializando en nuestro país.

## **CAPÍTULO III**

### **ESTUDIO DE MERCADO**

#### **3.1. Oferta**

##### **3.1.1. Análisis de competencia directa**

En el mercado local tenemos dos lavaderos de carros que se encuentran ubicados cerca al lugar donde se establecerá la empresa Auto Lavado “Los Rápidos” E.I.R.L, los cuales llegarían a ser los principales competidores directos con nuestro proyecto; del mismo modo existen

algunos negocios del rubro de lavado de carros que vienen funcionando de forma informal, estos establecimientos brindan precios bajos por sus servicios, lo que evidencia la deficiente calidad en el lavado de carros que ofrecen. Las empresas que representan una competencia para este proyecto son las que se detallan a continuación:

- Golden car wash
- Car wash Automax

Seguidamente, se presenta la descripción de las dos empresas que serían los principales competidores de la empresa Auto lavado “Los Rápidos” E.I.R.L, describiéndose el lugar donde están ubicados, presentación, factor de diferenciación y servicios que ofrecen:

## Tabla 5

### Descripción de la empresa Golden Car wash



**Ubicación:** Av. Francisca de la Calle N° 250 - Distrito El Tambo - Provincia de Huancayo - Departamento de Junín.

**Presentación:** Empresa dedicada al lavado de vehículos, ofreciendo un servicio profesional.

**Diferenciación:** La empresa cuenta con el desarrollo de puntualidad y utilización de productos no dañinos en el lavado de carros.

**Servicio prestado:** Utiliza máquinas especializadas para el lavado de vehículos, como: pulidoras, hidrolavadoras, aspiradoras, entre otras; también vienen utilizando productos importados para vehículos. Los servicios que ofrecen son: Lavado PRO 1 (servicio express), lavado PRO 2 (servicio básico), lavado PRO 3 (servicio completo), lavado de salón, lavado de motor, tratamiento de pintura, entre otros.

*Nota.* Extraído de la página de Facebook de la empresa Golden Car Wash

**Figura 9**

*Golden car wash premios y regalos.*



*Nota.* Extraído de la página de Facebook de la empresa Golden Car Wash

**Figura 10**

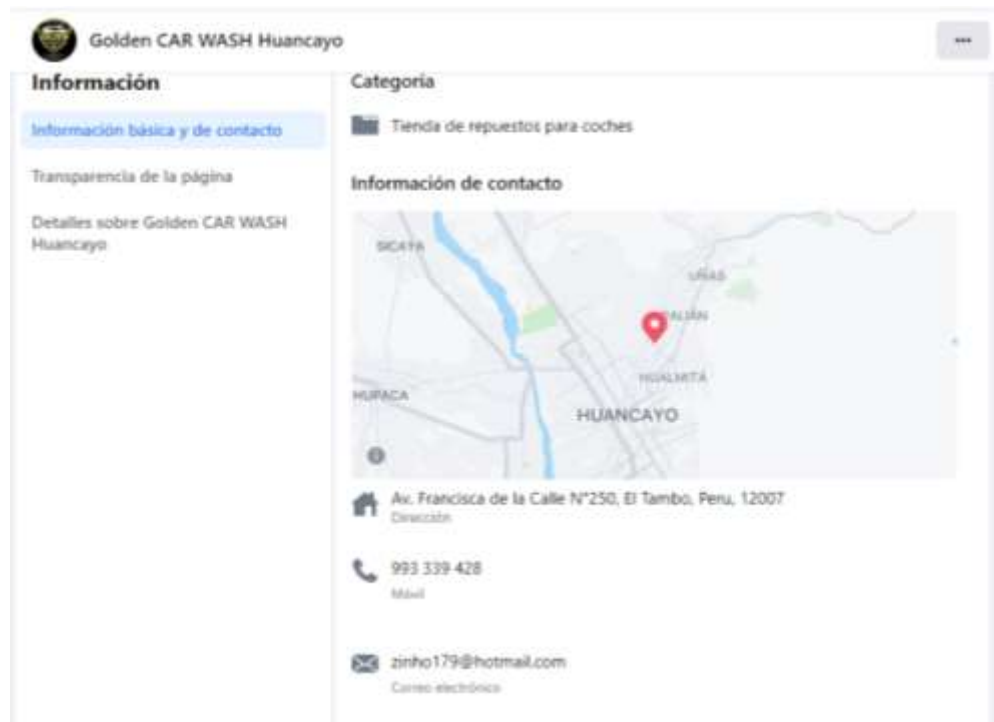
*Golden car wash servicio de lavado*



*Nota.* Extraído de la página de Facebook de la empresa Golden Car Wash

## Figura 11

*Directorio y ubicación de la empresa Golden car wash*



*Nota.* Extraído de la página de Facebook de la empresa Golden Car Wash

**Comentario:** La empresa Golden car wash, es un lavadero de carros formalizado que cuenta con un servicio especializado de lavado tanto externo e interno de los autos, así como el lavado de motor y pulido especializado. En la Figura 09 se observa las promociones y regalos que la empresa oferta a sus clientes; en la Figura 10 se observa el proceso de lavado de carro en los montacargas y en la Figura 11 podemos observar el mapa de ubicación de la empresa.



## Tabla 6

*Descripción de la empresa lavadero de carros Automax*



**Ubicación:** Avenida Circunvalación 412 - Distrito El Tambo - Provincia de Huancayo - Departamento de Junín.

**Presentación:** Empresa dedicada al lavado y detallado de vehículos, ofreciendo un servicio profesional.

**Diferenciación:** La empresa tiene como diferenciación los costos y personal con buena atención a los clientes.

**Servicio prestado:** La empresa desarrolla su proceso de lavado con productos importados para autos, los servicios que brindan son: Lavado básico, lavado superior, lavado ejecutivo, lavado ecológico, lavado y aspirado de salón, lavado motor, pulido y otros servicios.

*Nota.* Extraído de la página de Web de la empresa Automax

## Figura 12

*Proceso de lavado de la empresa Automax*



*Nota.* Extraído de la página web de la empresa Automax

## Figura 13

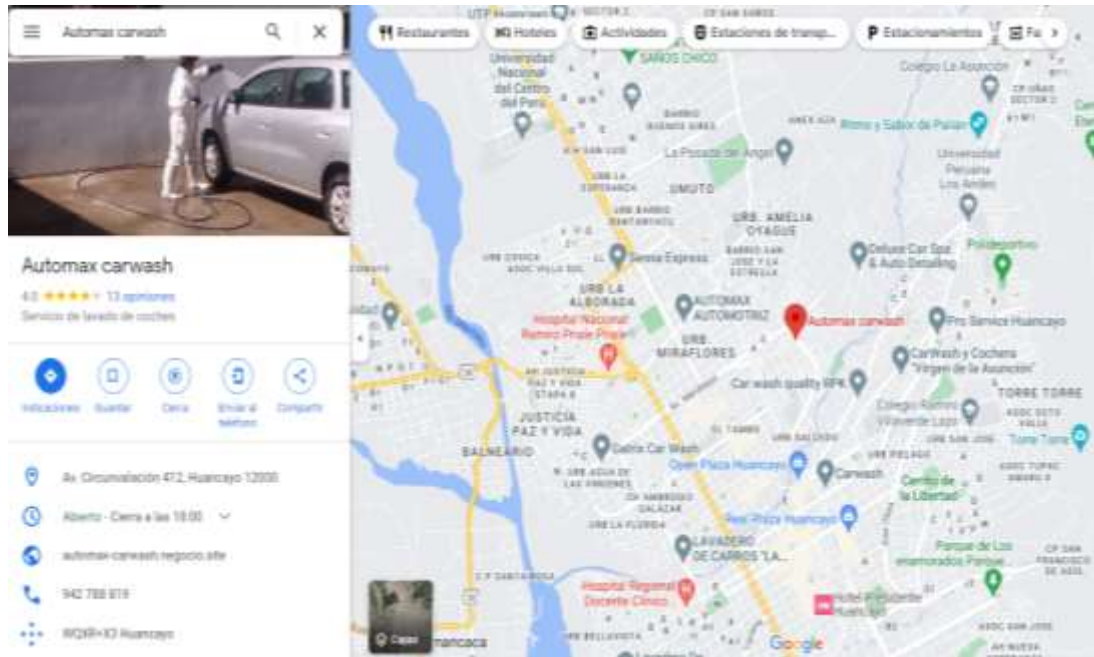
*Logo publicitario de la empresa Automax*



*Nota.* Extraído de la página web de la empresa Automax

**Figura 14**

*Directorio y ubicación de la empresa Automax*



*Nota.* Extraído de la página web de la empresa Automax

**Comentario:** La empresa Car wash Automax brinda el servicio de lavado de carros, sus clientes más concurridos son los vehículos que hacen el servicio de taxi, así como carros particulares, está debidamente formalizado y cuenta con un servicio especializado en el lavado de vehículos.

Cabe mencionar que los puntos más destacados que posee los dos principales competidores del proyecto, son los siguientes:

- Brindan un servicio especializado en cuanto al lavado de carros tanto particulares como taxis.
- Existe diversidad en los servicios de acuerdo a los costos y los diversos tipos de lavado.
- Manejan auspicios a competencias automovilísticas.

- Tienen años en negocio de lavado de carros, lo que les da la ventaja de tener experiencia en el rubro.
- No tienen un plan para el ahorro del insumo vital que es el agua.
- Los ambientes donde esperan los clientes mientras sus vehículos son lavados, están un poco descuidados y necesitan mejorar dichos espacios.

### **3.1.2. Análisis de competencia indirecta**

- Locales informales de lavado de carros: Dentro del rubro del negocio se encuentran varios lavaderos de autos informales, los cuales no cuentan con permisos municipales ni con registros ante la SUNAT, pero dichos lavaderos se convierten de una u otra forma en una competencia indirecta, ya que los costos de los servicios que ofrecen son muy bajos, pero a su vez la calidad del servicio no es la adecuada, así como los insumos con los que trabajan son de procedencia desconocida.
- El Instituto Peruano de Economía mencionó que, en el año 2020, el 95% de las personas pobres del departamento de Junín se encontraban laborando de forma informal. Asimismo, resaltó que el 62% de las personas pobres de la región Junín trabajan en la agricultura. También, existe relación entre la pobreza y el nivel

educativo alcanzado, ya que el 70% de personas pobres no llego a terminar la educación secundaria y solo el 9% alcanzó logro algún estudio superior (párr. 2). IPE (2021).

### **Figura 15**

*Ambientes de lavaderos informales*



*Nota.* Extraído de Google imágenes

### **Figura 16**

*Procesos informales de lavaderos de autos*



*Nota.* Extraído de Google imágenes

**Tabla 7***Matriz de perfil de competitividad*

Factores Críticos de Éxito	Peso	Golden Car Wash		Lavado Automax		Otros	
		Rating	Puntaje	Rating	Puntaje	Rating	Puntaje
Reputación de la marca	0.10	2	0.20	3	0.30	1	0.10
Nivel de integración del servicio	0.08	4	0.32	3	0.24	1	0.08
Atención al cliente	0.20	4	0.80	1	0.20	2	0.40
Calidad de insumos	0.04	3	0.12	3	0.12	3	0.12
Participación de mercado	0.13	2	0.26	4	0.52	1	0.13
Estructura de bajo costo	0.26	4	1.04	3	0.78	1	0.26
Capacidad tecnológica	0.11	3	0.33	4	0.44	4	0.44
Promociones	0.08	1	0.08	2	0.16	1	0.08
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>–</b>	<b>3.15</b>	<b>–</b>	<b>2.76</b>	<b>–</b>	<b>1.61</b>

**Comentario:** En el resultado obtenido en el matriz del perfil de competitividad, se visualiza que la empresa Golden Car wash se posiciona como el competidor con mayores fortalezas. Dentro de una evaluación global de estos dos competidores del proyecto, en lo general tiene características adecuadas para hacer frente a nuevos proyectos en el ingreso a dicho rubro.



## 3.2. Demanda

### 3.2.1. Perfil del cliente objetivo

**Figura 17**

*Perfil del cliente objetivo*



*Nota.* Tomado de estudio de mercado Arellano (2014)

**Comentario:** El servicio del lavado de carros está orientado principalmente a los propietarios de vehículos particulares, trabajadores de servicio de taxi y empresas de alquiler de carros, dicha selección del segmento se desarrolla a partir de las tendencias de mercado.

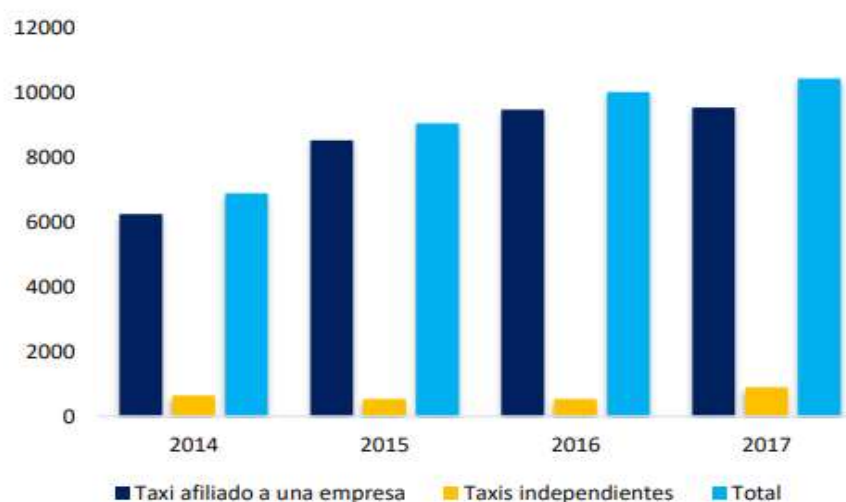
**Propietarios de vehículos particulares:** Este tipo de personas, destina su vehículo para su uso personal, desarrollando actividades particulares de acuerdo a su necesidad y conveniencia; asimismo, el uso más común es de forma independiente de cualquier incentivo económico.

**Trabajadores de servicio de taxi:** Son personas quienes con un vehículo particular y/o alquilado, realizan el servicio de taxi, transportando ciudadanos de un lugar a otro a cambio de un incentivo económico, comúnmente no tienen una ruta ni horario fijo de trabajo.

**Empresa de alquiler de vehículos:** Son empresas dedicadas al alquiler de unidades vehiculares por un determinado lapso de tiempo, a cambio de una suma de dinero, puede variar según los requerimientos y necesidades del cliente que utiliza este servicio.

**Figura 18**

*Crecimiento de servicio de taxis en la provincia de Huancayo*



*Nota.* Estudios de crecimiento urbano en Huancayo - CES - BID

**Comentario:** Como se muestra en la figura 18, según el programa de Ciudades Emergentes y Sostenibles del Banco Interamericano de Desarrollo (CES-BID), entre los años 2014 al 2017, en la ciudad de



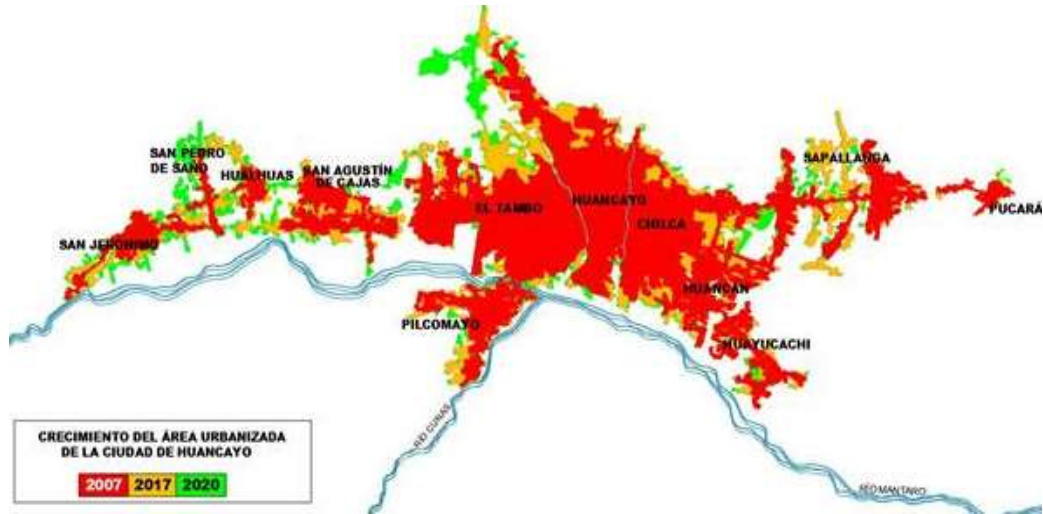
Huancayo los taxis independientes y afiliados a una empresa tuvieron un incremento, bordeando cerca de las 10000 unidades vehiculares.

La calidad y rapidez que se brinda en los servicios de lavado de carros, es muy importante, dado que las personas, entre ellas los que realizan el servicio de taxi, están dispuestos a trasladarse hasta un promedio de 1 a 2 kilómetros de distancia, a fin de recibir un buen servicio, eficaz y eficiente, de trato amable y a un costo accesible, si no encuentran este tipo de servicios dentro del radio de distancia en mención, la mayoría de los clientes potenciales, toman la opción de buscar alternativas al servicio, ya sea por medio de algún empleado en su casa o algún estacionamiento o cochera que ofrezca el servicio de lavado de carros mientras el cliente realiza otra actividad.

Los estudios de mercado confirman que los negocios de lavado de carros que son más concurridos por la clientela, son aquellas que se encuentran ubicados estratégicamente en lugares por donde circulan gran cantidad de vehículos o donde suelen haber conglomeración de personas en razón que se encuentran alrededor de algún centro comercial, recreacional, mercado u otros.

**Figura 19**

*Crecimiento urbanizado de la ciudad de Huancayo*



*Nota.* Imagen extraída de Google Earth

**Comentario:** El crecimiento urbano está íntimamente correlacionado con el crecimiento demográfico, que a su vez está sustancialmente influido por la dinámica económica en la ciudad de Huancayo, que se convierten en imanes migratorios con el resultado fundamental de la expansión de las zonas urbanizadas.

**Figura 20**

*Censo poblacional del distrito de Chilca*

DEPARTAMENTO DE JUNÍN									
CÓDIGO	CENTROS POBLADOS	REGIÓN NATURAL (según piso altitudinal)	ALTITUD (m.s.n.m.)	POBLACIÓN CENSADA			VIVIENDAS PARTICULARES		
				Total	Hombre	Mujer	Total	Ocupadas	Desocupadas
128197	DISTRITO CHILCA			91 851	43 611	48 240	25 204	23 809	1 395
0001	CHILCA	Quechuas	3 273	91 796	43 584	48 212	25 188	23 793	1 395

*Nota.* Censos de población y vivienda INEI (2017)

**Comentario:** En la figura 20 se muestra que según el censo de población y vivienda realizada el año 2017, por el Instituto Nacional de Estadística e Informática, el distrito de Chilca perteneciente a la Provincia de Huancayo y departamento de Junín, tenía 91851 habitantes.

### Figura 21

*Proyección de la población en la provincia de Huancayo al 2030*

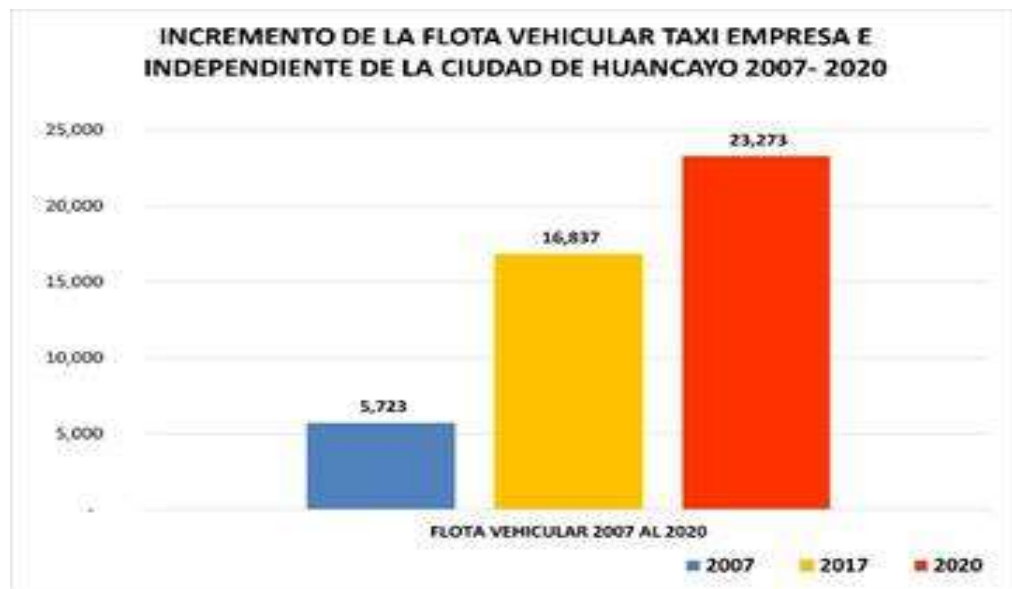


*Nota.* Censo Nacional de población y vivienda INEI (2017)

**Comentario:** Con relación al comportamiento de la población en el área urbana, en la figura 21, se muestra el crecimiento de la población en la ciudad de Huancayo, que se registró desde el 1993 con proyección al 2030, crecimiento que se relaciona con el inicio de la migración masiva, a causa del terrorismo de las zonas rurales a zonas urbanas.

## Figura 22

### *Crecimiento de flota vehicular en Huancayo*



*Nota.* Datos obtenidos de los archivos de la Gerencia de Tránsito y Transporte MPH (2021)

**Comentario:** En la figura 22 se puede observar que, en la ciudad de Huancayo, desde el año 2007 al 2020, la flota vehicular de taxis, se incrementó más del 150%, es por ello que se busca el desarrollo del proyecto, ya que una de las características de nuestros clientes son taxis y carros particulares, para los cuales se desarrollara un servicio de acuerdo a los ingresos de los mismos.

### 3.2.2. Determinación del tamaño de la muestra

Se utilizará la técnica de muestreo no probabilístico, en la categoría de muestreo por conveniencia, la cual será de tipo censal para lo cual se consideró a 100 encuestados, quienes serán taxistas y dueños de

vehículos particulares que circulen por el Distrito de Chilca; para el recojo de la información se tomará en cuenta mediante la realización de la técnica la encuesta mediante el instrumento el cuestionario.

### 3.2.3. Resultados

Luego de encuestar a 100 conductores de vehículos determinados como potenciales clientes, sobre el lavado de carros, se obtuvo los siguientes resultados:

**Tabla 8**

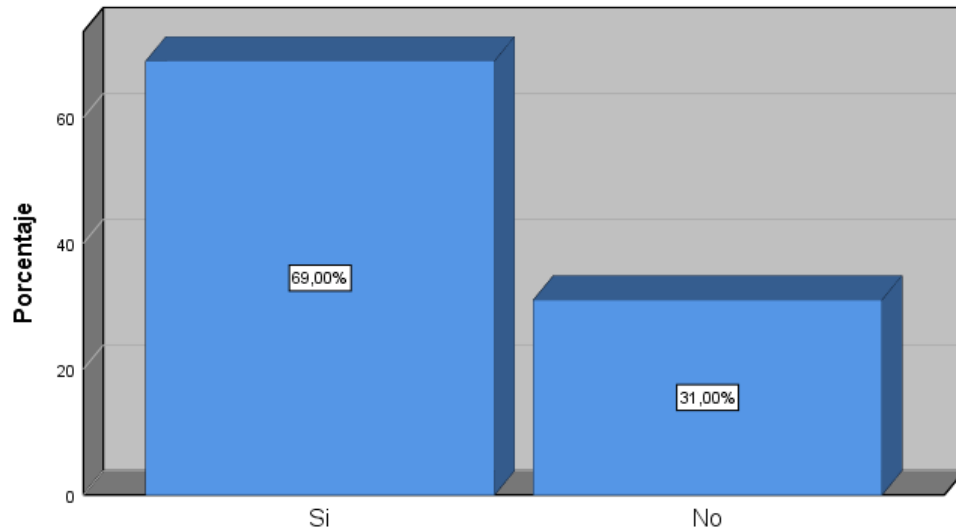
*Utilización del servicio de Car Wash*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Si	69	69.0	69.0	69.0
No	31	31.0	31.0	100.0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

*Nota.* Datos obtenidos del encuestado y procesados en SPSS versión 25

**Figura 23**

*Utilización del servicio de Car Wash*



*Nota.* Datos obtenidos del encuestado y procesados en SPSS versión 25

En la tabla 08, ante la pregunta realizada a los encuestados ¿Utiliza el servicio de Car Wash?, se denota que el 69.00% utiliza el servicio de lavado de carros y un 31.00% menciona que no utiliza dicho servicio.

**Tabla 9**

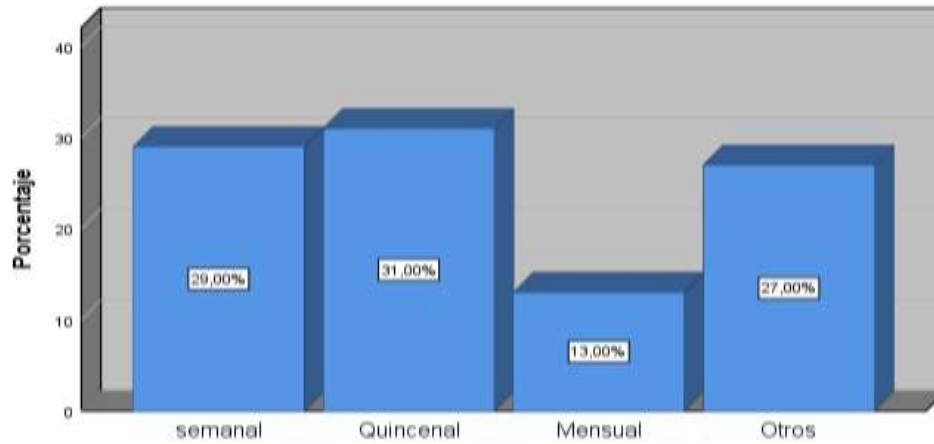
*Frecuencia de utilización del servicio de Car Wash*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Semanal	29	29.0	29.0	29.0
Quincenal	31	31.0	31.0	60.0
Mensual	13	13.0	13.0	73.0
Otros	27	27.0	27.0	100.0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

*Nota.* Datos obtenidos del encuestado y procesados en SPSS versión 25

**Figura 24**

*Frecuencia de utilización del servicio de Car Wash*



*Nota. Datos obtenidos del encuestado y procesados en SPSS versión 25*

En la tabla 9, ante la pregunta realizada a los encuestados ¿Con que frecuencia utiliza el servicio de Car Wash?, un 29.00% de ellos contestaron que utilizan el servicio semanalmente, un 31.00% menciona quincenalmente y un 13.00% mensualmente.

**Tabla 10**

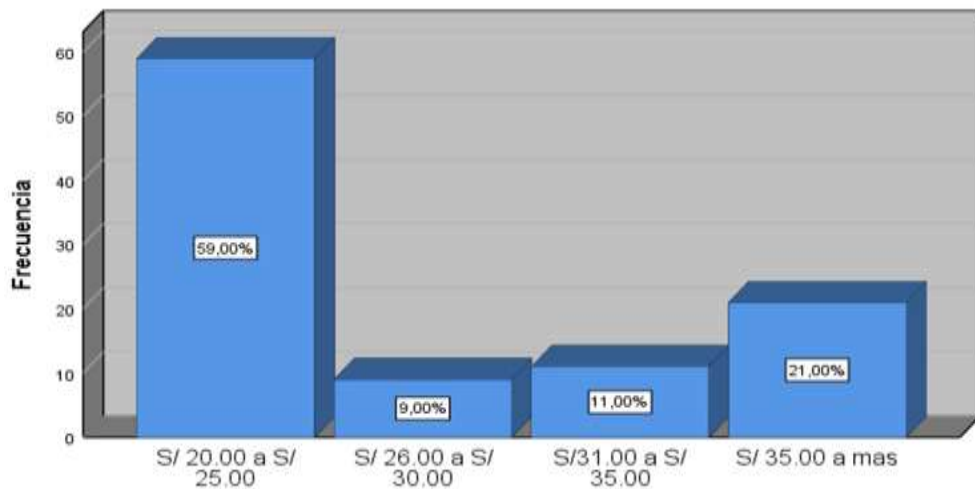
*Percepción de precio*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
S/ 20.00 a S/ 25.00	59	59.0	59.0	59.0
S/ 26.00 a S/ 30.00	9	9.0	9.0	68.0
S/ 31.00 a S/ 35.00	11	11.0	11.0	79.0
S/ 35.00 a más	21	21.0	21.0	100.0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

*Nota. Datos obtenidos del encuestado y procesados en SPSS versión 25*

**Figura 25**

*Percepción de precio*



*Nota.* Datos obtenidos del encuestado y procesados en SPSS versión 25

En la tabla 10, ante la pregunta realizada a los encuestados ¿Cuánto paga normalmente por el servicio de lavado de auto?, un 59.00% de ellos están de acuerdo en pagar entre 20 a 25 soles, mientras que un 21.00% pagaría más de 35 soles, dependiendo del tipo de servicio de lavado.

**Tabla 11**

*Tiempo de espera del servicio*

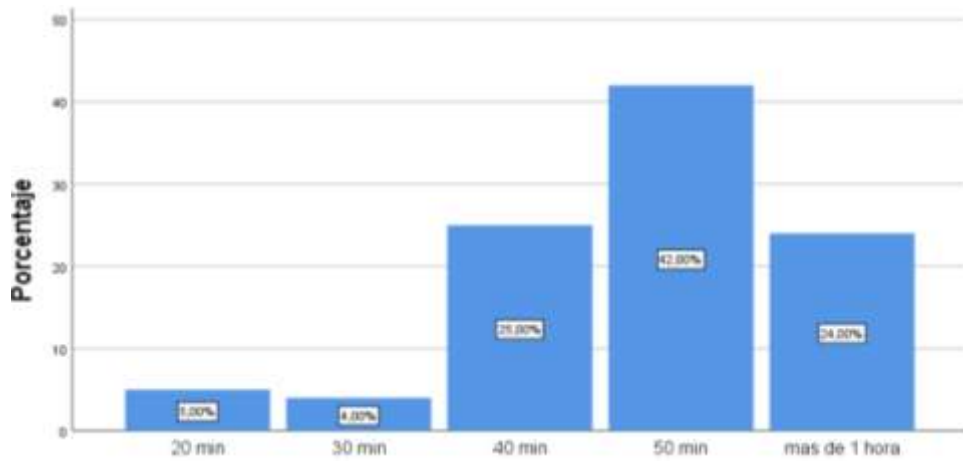
	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
20 min	5	5.0	5.0	5.0
30 min	4	4.0	4.0	9.0
40 min	25	25.0	25.0	34.0
50 min	42	42.0	42.0	76.0
más de 1 hora	24	24.0	24.0	100.0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

*Nota.* Datos obtenidos del encuestado y procesados en SPSS versión 25



**Figura 26**

*Tiempo de espera por el servicio*



*Nota.* Datos obtenidos del encuestado y procesados en SPSS versión 25

En la tabla 11, ante la pregunta realizada a los encuestados ¿Cuánto es el tiempo aproximado que suele esperar por el servicio de lavado de su vehículo?, un 5% refirió que suele esperar un aproximado de 20 minutos, el 4% espera un aproximado de 30 minutos, mientras que el 42% de los consultados manifestó esperar un promedio de 50 minutos por el servicio de lavado de su vehículo.

**Tabla 12**

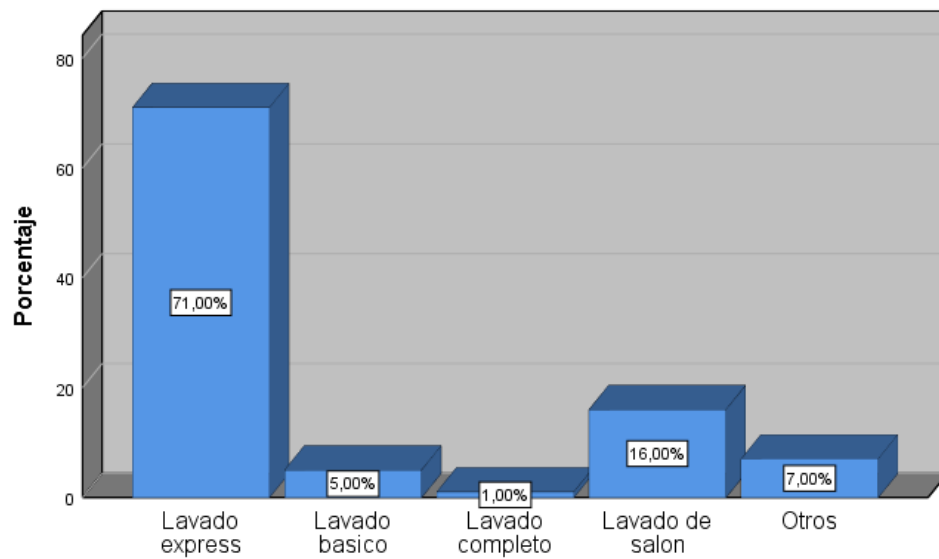
*Tipo de servicio más requerido*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Lavado express	71	71.0	71.0	71.0
Lavado básico	5	5.0	5.0	76.0
Lavado completo	1	1.0	1.0	77.0
Lavado de salón	16	16.0	16.0	93.0
Otros	7	7.0	7.0	100.0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

*Nota.* Datos obtenidos del encuestado y procesados en SPSS versión 25

**Figura 27**

*Tipo de servicio más requerido*



*Nota.* Datos obtenidos del encuestado y procesados en SPSS versión 25

En la Tabla 12, ante la pregunta ¿Qué servicio de lavado de autos suele requerir con frecuencia?, el 71,00% de los encuestados manifestaron que suelen requerir el servicio denominado lavado Express y solo el 1% indico que prefiere el servicio de lavado completo.

**Tabla 13**

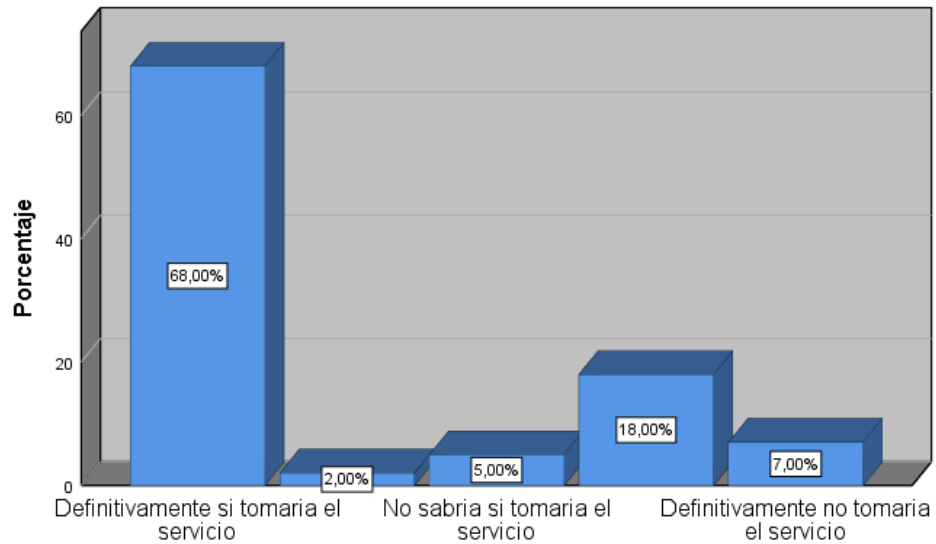
*Preferencia por la empresa Auto lavado “Los Rápidos” E.I.R.L*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Definitivamente si tomaría el servicio	68	68.0	68.0	68.0
Probablemente tomaría el servicio	2	2.0	2.0	70.0
No sabría si tomaría el servicio	5	5.0	5.0	75.0
Probablemente no tomaría el servicio	18	18.0	18.0	93.0
Definitivamente no tomaría el servicio	7	7.0	7.0	100.0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

*Nota.* Datos obtenidos del encuestado y procesados en SPSS versión 25

**Figura 28**

*Preferencia por la empresa Auto lavado “Los Rápidos” E.I.R.L*



*Nota.* Datos obtenidos del encuestado y procesados en SPSS versión 25

En la Tabla 13, ante la pregunta ¿En caso saliera al mercado la empresa Auto Lavado “Los Rápidos” E.I.R.L. usted concurrirá a su local para lavar su vehículo?, un 68.00% de los encuestados menciona que si concurriría a la empresa para hacer lavar su vehículo.

## **CAPÍTULO IV**

### **PLAN DE COMERCIALIZACIÓN**

#### **4.1. Mercado**

La empresa Auto lavado Los Rápidos E.I.R.L. tiene por rubro el lavado de carros, para tal análisis del plan de negocio se tomará en cuenta la segmentación geográfica, demográfica, socioeconómica y psicográfica, de esta manera se ubicará y se desarrollará estrategias de acuerdo a un conocimiento más cierto de las preferencias los clientes potenciales de la empresa.

#### 4.1.1. Segmentación geográfica

Teniendo en consideración la segmentación geográfica, las actividades de la empresa Auto lavado “Los Rápidos” E.I.R.L se ubicará en el país Perú en la región Junín, provincia de Huancayo, en el distrito de Chilca, lugar donde llevará acabo sus operaciones, es por ello que dicha segmentación geográfica ha sido detallada en la siguiente tabla.

**Tabla 14**

*Segmentación geográfica*

<b>Concepto</b>	<b>Ubicación</b>
País	Perú
Departamento	Junín
Provincia	Huancayo
Distrito	Chilca

#### 4.1.2. Segmentación demográfica

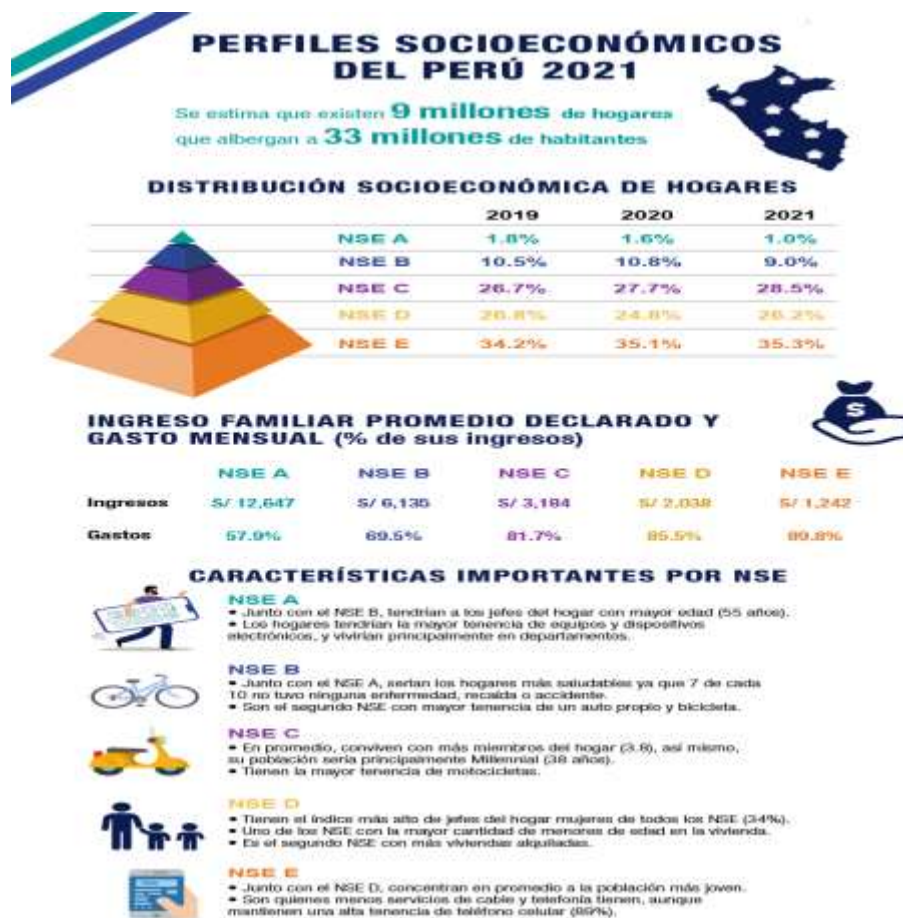
El público objetivo estará comprendido por personas de sexo masculino y femenino, que cuenten con mayoría de edad, dado que deberán de ser personas con licencia de conducir, asimismo en cuanto a las edades estarán en un rango de 18 a 75 años.

### 4.1.3. Segmentación socioeconómica

Con relación al nivel socioeconómico, la empresa Auto Lavado “Los Rápidos” E.I.R.L., brindará sus servicios de lavado de carros, a los conductores de vehículos particulares, taxistas o empresas que brinden alquiler de vehículos, en la cuales se puede definir que están considerados en las clases socioeconómicas dentro de la región B, C y D, como se detalla a continuación.

**Figura 29**

*Perfil socioeconómico*



*Nota.* Fuente censo económico INEI

#### **4.1.4. Segmentación psicográfica**

La empresa Auto lavado “Los Rápidos” E.I.R.L, brindará el servicio de lavado de carros de manera manual, para lo cual el personal (operarios y/o lavacoches) en un área previamente destinado, realizará la limpieza utilizando los equipos de lavado (hidrolavadora, aspiradoras y otros), así como trapos, baldes, champú, agua no potable, entre otros productos, el cual incluirá limpieza interior y exterior, del mismo modo la empresa ofrecerá a sus clientes el pulido de autos por medio de aditivos altamente confiables para el buen mantenimiento de los vehículos.

#### **4.1.5. Segmentación conductual**

Según segmentación conductual, se tomará en cuenta a las personas que gustan de movilizarse en un medio de transporte de forma particular, así como también en cuanto a las personas que se dedican a la conducción de taxis como una fuente de ingreso para su economía familiar, del mismo modo a personas aficionadas al deporte automovilístico como carrera de carros.



## **4.2. Marketing Mix**

Es indispensable emplear el Marketing Mix para los servicios que brindará la empresa Auto lavado “Los Rápidos” E.I.R.L., lo cual implica las 8 Ps: producto o servicio, precio, plaza, promoción, personal, procesos, physical evidence (evidencia física) y productividad.

### **4.2.1. Producto**

Teniendo como referencia los datos relacionados al producto de acuerdo a la encuesta realizadas en la región Junín, provincia de Huancayo, distrito de Chilca, se desarrolló las diversas estrategias respecto al producto del servicio de lavado de carros, los cuales se desarrollará desde la marca que juega un papel fundamental para la identificación de la empresa, del mismo modo la atención a los clientes, así como el proceso y los tipos de servicio que desarrolla la empresa.

Desarrollando una estrategia que beneficia al medio ambiente, la empresa se orientara en el enfoque verde, en donde el consumidor manifiesta su preocupación por el cuidado del medio ambiente, quienes constantemente están buscando productos y/o servicios que causen menor impacto negativo en el medio ambiente. Cabe señalar que el tema

del cuidado del medio ambiente, se verá reflejada en las instalaciones de la empresa Auto lavado “Los Rápidos” E.I.R.L, ya que se utilizará un proceso de reciclaje, así como la reutilización del agua.

Tendremos en cuenta que en la actualidad vivimos una etapa bajo el prisma del marketing de percepciones, sobresaliendo la marca más que el producto y/o servicio. Para estar presente siempre en la mente del cliente, la marca de nuestra empresa debe tener el mayor y mejor reconocimiento y posicionamiento en el rubro de lavado de carros.

#### **a. Servicio de lavado**

El servicio de lavado comprenderá desde el ingreso de los carros a la zona de espera para posteriormente pasar por el área donde se le aplicará champú, área de lavado a presión, finalmente por la zona de secado y limpieza del interior, donde se le echará silicona en el salón del carro, brindando así un servicio de calidad.

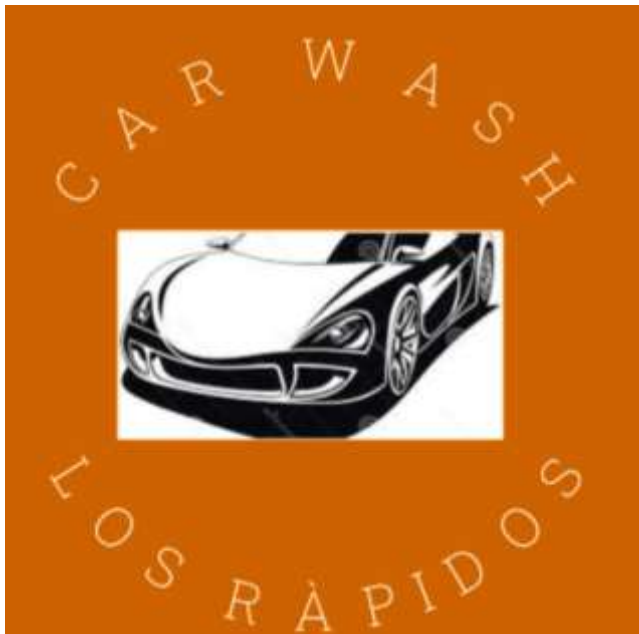
**Figura 30**

*La marca de la empresa*



**Figura 31**

*Logotipo de la empresa*



## Figura 32

*Eslogan de la empresa*



### b. Servicios ofrecidos

El lavadero de carros contara con diversos servicios los cuales se diferenciarán de acuerdo al precio, así como por las características propias del servicio, se detalla a continuación los diversos servicios de lavado que contara la empresa.

## Figura 33

*Servicio premium*

### **SERVICIO INCLUYE**

- Lavado interior y exterior
- Aspirado
- Secado
- Pulido
- Silicona
- Lavado de motor y chasis
- Abrillantador en las llantas
- Aromatizante



### Figura 34

*Servicio medio*

#### **SERVICIO INCLUYE**

- Lavado interior y exterior
- Aspirado
- Secado
- Pulido
- Silicona
- Abrillantador en las llantas



### Figura 35

*Servicio básico*

#### **SERVICIO INCLUYE**

- Lavado interior y exterior
- Aspirado
- Secado
- Silicona



### Figura 36

*Servicio lavado de motor y chasis*

#### **SERVICIO INCLUYE**

- Lavado de motor
- Lavado de chasis
- Lavado a presión
- Secado con aire
- Aplicación de silicona en partes del motor



### Figura 37

*Servicio lavado de salón*

#### **SERVICIO INCLUYE**

- Aspirado
- Lavado de techo
- Lavado de maletera
- Lavado de cinturón
- Lavado de asientos
- Lavado de alfombras
- Aplicación de silicona



#### **c. Proceso del servicio de lavado de carro**

Durante el lavado de vehículos, se desarrollará el siguiente proceso:

1. Una vez que el vehículo ingrese al local, se le designará el espacio en donde se realizará el lavado.
2. Preparación del vehículo para el lavado, se quita el polvo y lodo que

podiera tener en la carrocería, parabrisas y llantas de manera manual o sino con pistola de presión, puertas y parabrisas.

3. Se retira los tapetes (pisos) del interior del vehículo para lavarlos.
4. Se lavan los tapetes, los mismos que son secados apartados del área de lavado del vehículo.
5. Se aplica agua al exterior de la carrocería del vehículo para poder enjabonarlo.
6. El lavado externo del vehículo se realizará por áreas y/o secciones.
  - Se realiza el lavado de la carrocería del vehículo con paños con jabón, echándole agua con la pistola a presión.
  - Se lavan las llantas con cepillo y champú.
7. El secado del área externa del vehículo se realizará por áreas o secciones:
  - carrocería
  - parabrisas
  - parachoques delantero y posterior
8. La limpieza del interior del vehículo se realizará con aspiradora, procediéndose al lavado de la tapicería; asimismo, se aspirará la cajuela, limpiándose la parte interior del parabrisas, tablero y demás compartimentos internos del vehículo.
9. Se procederá a aplicar abrillantador a todas las llantas del vehículo.
10. Se pondrá los tapetes secos y limpios en el interior del vehículo.



11. Se realizará la inspección del vehículo, a fin de verificar que se haya hecho la limpieza correspondiente, dándole el visto bueno.

12. Se procederá entregar el vehículo a su dueño, realizándose el cobro por el servicio ofrecido.

### **Figura 38**

*Área de recepción de vehículos*



*Nota. Imagen extraída de Google*

### **Figura 39**

*Lavado de vehículos*



*Nota. Imagen extraída de Google*



## Figura 40

*Lavado a presión*



*Nota. Imagen extraída de Google*

## Figura 41

*Lavado interno del salón*



*Nota. Imagen extraída de Google*

**Figura 42**

*Secado del carro*



*Nota.* Imagen extraída de Google

**Figura 43**

*Entrega del carro*



*Nota.* Imagen extraída de Google

#### 4.2.2. Precio

Teniendo como referencia los datos obtenidos en la encuesta, con relación al precio de lavado de vehículos, para el presente proyecto se ha fijado que la empresa Auto Lavado “Los Rápidos” E.I.R.L, ofrecería los siguientes servicios y precios:

**Tabla 15**

*Precio de los principales servicios de lavado de carros*

<b>Servicio</b>	<b>Tipo</b>	<b>Precio (S/.)</b>
BÁSICO	Lavado interno y externo.	18.00
MEDIO	Lavado interno, externo, aspirado y pulido.	25.00
PREMIUM	Lavado interno, externo, de motor, chasis, aspirado y pulido.	50.00

#### 4.2.3. Plaza

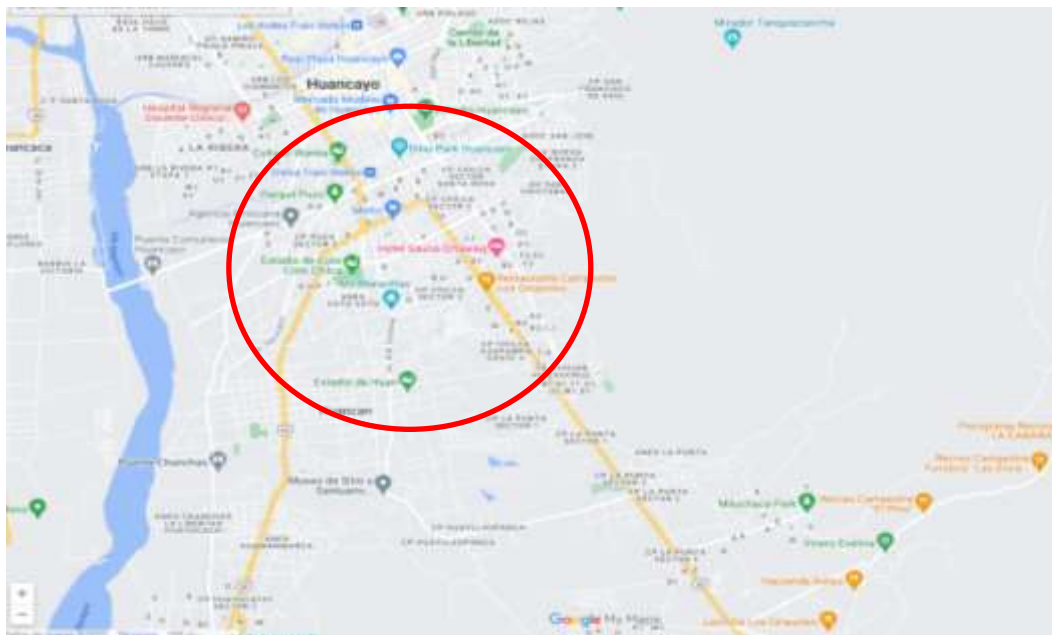
Teniendo como base los datos obtenidos del estudio realizado, la ubicación de la empresa será en el distrito de Chilca, donde se desarrollará el proceso de lavado, el cual contará con el espacio suficiente, así como la distribución adecuada de todos los procesos del lavado de vehículos.

Nuestro mercado objetivo es llegar a la mayor cantidad de clientes potenciales, automóviles y camionetas, por ello realizamos las estrategias de distribución intensiva y selectiva, en tan sentido se ha ubicado estratégicamente nuestro local en una zona de alta circulación de estos tipos de transportes.

Cerca del lugar donde se ubicará el local, existen empresas de colectivos que realizan servicio público, existen restaurantes donde los clientes de estos establecimientos de paso realizan el lavado de sus unidades, existen mecánicas automotrices que después de realizar sus servicios solicitan lavar los carros, además el alto tránsito de vehículos que son nuestro público objetivo.

#### **Figura 44**

*Ubicación del lavadero de carros*



*Nota.* Imagen extraída de Google Maps

#### 4.2.4. Promoción

La publicidad de la empresa Auto lavado “Los Rápidos” E.I.R.L., se realizará a través de la radio e internet, asimismo se brindará promociones a los clientes que concurran a nuestro centro de lavado.

##### a. Publicidad

- Se realizará publicidad por medio de la radio, toda vez que los conductores suelen en su mayoría escuchar alguna emisora radial mientras manejan su vehículo.

#### Figura 45

*Publicidad por medio de la radio*



*Nota.* <https://ads.spotify.com/es-ES/insights-y-noticias/radio-buyers-guide-to-spotify-ads>



- Asimismo, se utilizará las redes sociales como Facebook, Instagram, Telegram y otros, dado que en la actualidad son medios preferidos por parte del público objetivo en la ciudad de Huancayo, por ende, se utilizará dichas redes a fin de realizar la publicidad de la empresa auto lavado Los Rápidos E.I.R.L

**Figura 46**

*Redes sociales*



*Nota.* Imagen extraída de Google fotos

**Figura 47**

*Material publicitario banner para redes sociales*



### Figura 48

*Material publicitario de presentación*



*Nota. Imagen extraída de Google fotos*

### Figura 49

*Promociones en fechas especiales*



g

*Nota. Imagen extraída de Google fotos*

### **b. Relaciones públicas**

Las relaciones públicas son importantes para el crecimiento de las empresas, ya que nos ayuda a encontrar nuevos socios y clientes, por

ello en la empresa Auto lavado “Los Rápidos” E.I.R.L, se buscará alianzas estratégicas con empresas que requieran lavar sus vehículos, entre ellas se encuentran las empresas de transportes público “Taxi Archi” y “Taxi Speedy”, que actualmente vienen operando en la provincia de Huancayo.

### Figura 50

*Alianza estratégica con taxi archi*



*Nota.* Extraído de la página de Facebook de la empresa Taxi Archi

### Figura 51

*Alianza estratégica con taxi speedy*



*Nota.* Extraído de la página de Facebook de la empresa Taxi Speedy



#### 4.2.5. Personal

El personal que laborará en la empresa, será capacitado en la buena atención al cliente, quienes contarán con los equipos de protección personal para el trabajo que desarrollarán, la capacitación será de forma constante con la finalidad de mejorar la productividad en la empresa.

**Figura 52**

*Personal de lavado de carros con EPP*



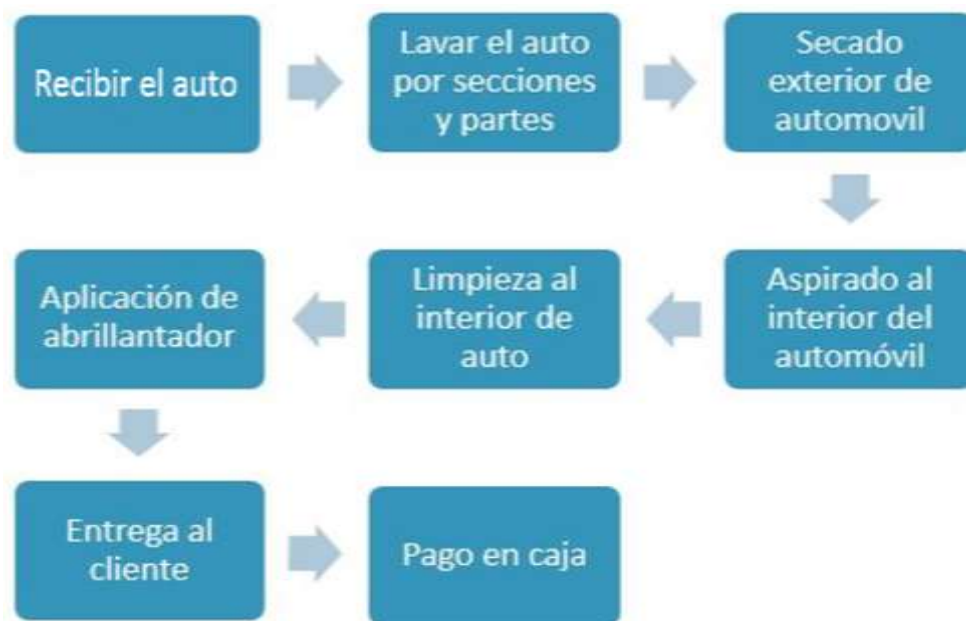
*Nota. Imagen extraída de Google*

#### 4.2.6. Procesos

La administración correcta de los procesos para el lavado de carros, es vital para este rubro, al seguir correctamente el proceso, se obtendrá buenos resultados, con acabados de calidad, por ello es necesario contar con una estructura ideal que permita brindar un buen servicio al cliente, a fin que éstos retornen a nuestras instalaciones por la calidad de servicio que se les brindará.

**Figura 53**

*Proceso del lavado de carros*



**Comentario:** En la figura 53 se muestra el proceso por el cual un vehículo tiene que pasar durante el lavado, a fin de obtener resultados óptimos y con buen acabado.

#### 4.2.7. Physical evidence (evidencia física).

La empresa Auto Lavado “Los Rápidos” E.I.R.L., contará con un ambiente adecuado, donde los clientes puedan permanecer mientras que se efectúa el lavado de sus carros.

##### a. Sala de espera:

- Ambiente pintado de color blanco, luces led.
- Puerta de madera y ventanas de aluminio.
- Maceteros con plantas.
- Sillones cómodos y televisor marca Sony de 45".
- Escritorio para sala de espera con su respectiva silla.
- Mesa de centro, sobre el cual habrá revistas y periódicos del día.

#### Figura 54

*Sala de espera*



Nota. <https://conocimientosweb.net/dcmt/ficha23124.html>

#### **b. Servicio higiénico:**

- Inodoro y lavadero marca Trébol.
- Paredes pintadas de color blanco.
- Puerta de madera.
- Espejo de 30 cm x 50 cm

#### **Figura 55**

*Servicios higiénicos*



*Nota.* <https://conocimientosweb.net/dcmt/ficha23124.html>

#### **4.2.8. Productividad**

La productividad alta de una empresa, nos permite minimizar costos y brindar un servicio de calidad, diferenciándonos de la competencia. Para ello, se puede evaluar un mejor desempeño de los trabajadores, así como medir el tiempo y estandarizar los tiempos de cada uno de los servicios que la empresa brindará.

## **CAPÍTULO V**

### **PLAN TÉCNICO**

#### **5.1. Localización de la empresa**

La localización del negocio de auto lavado “Los Rápidos” E.I.R.L, se desarrollará a partir del análisis de la macro y micro localización, con la finalidad de determinar la ubicación más estratégica del negocio en la cual se sustente mediante la rentabilidad, así como el mejor acceso para los clientes, del mismo modo se busca desarrollar un análisis en el cual se desarrolle a futuro una expansión de la empresa.

### 4.3.1. Macro localización

El análisis de la macro localización se llevará a cabo en el Distrito de Chilca - Provincia de Huancayo, la cual está ubicada en una zona estratégica como el centro del Perú. La provincia de Huancayo está comprendida por 28 distritos, siendo una de ellas el Distrito de Chilca; para el análisis de la macro localización se tomó en consideración diversas zonas que podrían ser las más factibles en cuanto a la ubicación del negocio para lo cual se tomó diversos factores para la elección de lugar adecuado, conforme se muestra en la siguiente tabla.

**Tabla 16**

*Análisis de macro localización*

FUERZAS MACROLOCACIONALES	PONDERACIÓN	PUNTAJE		
		CHILCA	CAJAS	AZAPAMPA
Flujo vehicular	0.25	22.5	20.0	15.0
Zona financiera	0.10	7.0	6.0	6.0
Pavimento	0.15	12.0	12.0	9.0
Alcantarillado	0.10	7.0	6.0	6.0
Línea telefónica	0.10	8.0	7.0	5.0
Agua potable	0.10	8.0	7.0	5.0
Recojo de basura	0.05	3.5	3.5	3.5
Concentración poblacional	0.15	12.0	9.0	9.0
<b>Total</b>	<b>1.00</b>	<b>80.0</b>	<b>70.5</b>	<b>58.5</b>

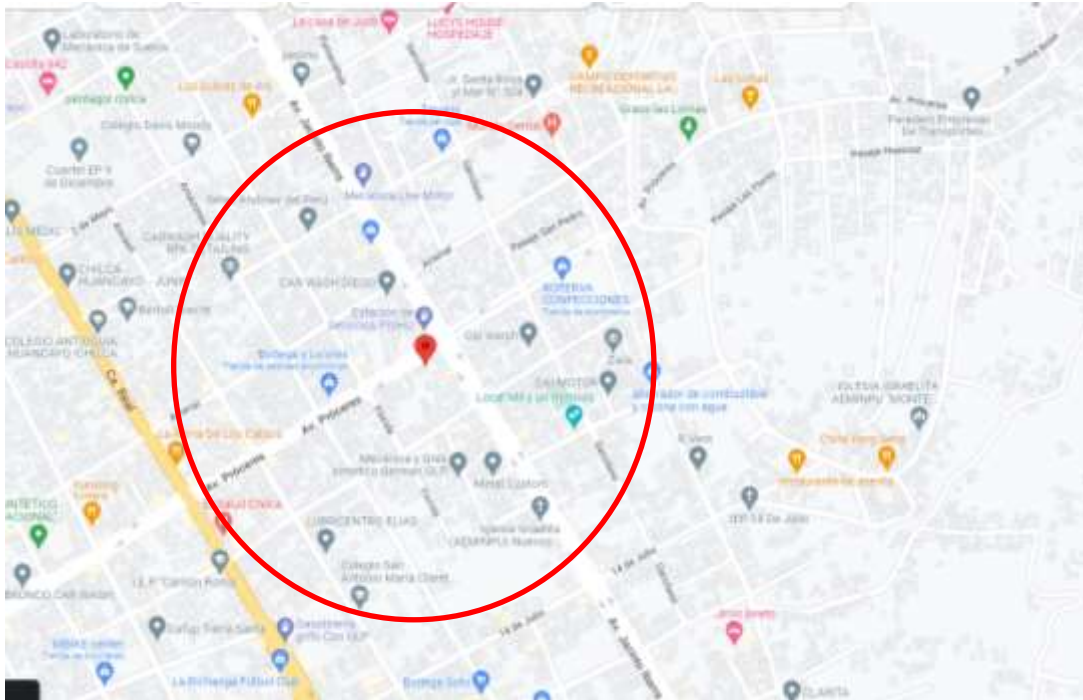
**Comentario:** Como se muestra en la tabla 16, los factores de evaluación fueron tomados de acuerdo a la importancia del negocio, para lo cual se pondero con indicadores a cada factor de acuerdo a la relevancia del negocio, del mismo modo se analizó cada zona dándole un puntaje de 0 a 100, esto multiplicado por el indicador del factor nos dio un puntaje por factor y la suma de ello un total. Es así que se determinó que la zona más adecuada para llevar a cabo el proyecto es el distrito de Chilca ya que reúne los mejores criterios para su elección y es el más viable para la rentabilidad del negocio.

#### **4.3.2. Micro localización**

La empresa Auto Lavado “Los Rápidos” E.I.R.L., se ubicará en un espacio de terreno aproximado de 200 m<sup>2</sup>, el cual se alquilará de acuerdo a las condiciones y los espacios necesarios para llevar a cabo el proceso de lavado, estará situado en la Av. Próceres N° 321 - Distrito de Chilca - Provincia de Huancayo - Junín.

## Figura 56

### Ubicación del local



Nota. Imagen extraída de Google maps

## 5.2. Tamaño del negocio

El tamaño del local para la implementación del servicio de lavado de carros, está determinado por las áreas en las cuales se dividirán según el proceso que se llevará a cabo, de tal modo se estableció un área de 200 metros cuadrados, según la tabla 17.



**Tabla 17***Áreas generales*

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Área (m<sup>2</sup>)</b>	<b>Área Total (m<sup>2</sup>)</b>
Sala de espera	1	10	10
Recepción	1	50	50
Servicio higiénico	1	5	5
Shampunera	1	50	50
Enjuague y pulido	1	60	60
Entrega	1	15	15
Área administrativa	1	10	10
<b>Auto Lavado “Los Rápidos” E.I.R.L</b>			<b>200</b>

**a. Sala de espera**

La sala de espera estará acondicionada con sillones, así como un televisor, el objetivo de dicha área será el descanso de los clientes mientras esperan por el servicio, se tomará en cuenta la rotación de los clientes, por día un aproximado de 30 carros. Se consideró que la atención del lavado de un carro durara 30 minutos aproximadamente, con un horario de trabajo de 8 horas al día y un total de tres operarios (personal encargado de lavar los carros).

**b. Recepción**

Esta área está diseñada exclusivamente para el tiempo en el cual un vehículo estará en espera para poder ingresar al área de shampunera, en esta área se aprovechará en tomar los datos del conductor, para poder llevar un registro de los clientes que ingresen a nuestro local.

## Figura 57

### Área de recepción



Nota. Imagen extraída de Google.

### c. Champunera

Es el área dedicada a la descontaminación de partículas mediante un compuesto químico elaborado de compuesto líquido para la limpieza de los vehículos, en esta área personal de la empresa (operarios) y con las indumentarias correctas aplicaran al vehículo el champú para poder quitar cualquier elemento del vehículo.

## Figura 58

### Área de champunería



*Nota.* Imagen extraída de Google

#### **d. Enjuague y pulido**

Es esta área se enjuagará el carro con chorro de agua a alta presión, utilizándose la hidrolavadora, para posteriormente ser secado; del mismo modo en dicha área se realizará el pulido de acuerdo al servicio contratado, para luego efectuarse la limpieza del salón y aplicar silicona en la parte interna del vehículo.

## Figura 59

### *Área de enjuague*



*Nota.* Imagen extraída de Google

## Figura 60

### *Limpieza del salón*



*Nota.* Imagen extraída de Google

### **e. Entrega**

En esta área se realiza la entrega del vehículo una vez que ya se ha culminado con el lavado, luego del cual el cliente se acercará a caja para realizar el pago respectivo por el servicio recibido.

**Figura 61**

*Área de entrega*



*Nota.* Imagen extraída de Google.

#### **f. Área administrativa**

Es el área que se encarga de hacer los cobros por el servicio brindado, coordina la recepción y entrega de los vehículos, y también ingresa los nombres de los clientes en la base de datos para futuras promociones y registro de índole estadísticos para la empresa.

### **5.3. Necesidades**

La empresa Auto Lavado “Los Rápidos” E.I.R.L., requiere insumos y materiales fundamentales para poder brindar eficientemente el servicio de lavado de vehículos. De esta manera, se presenta seguidamente los materiales básicos para el desarrollo del servicio.

**Tabla 18***Insumos y materiales*

<b>Descripción</b>	<b>Precio</b>
3M Paño de microfibra	S/ 53.70
3M Limpiador de cuero y vinil	S/ 92.70
3M Limpiador de aros y llantas	S/ 89.70
3M Pulidor	S/ 86.70
3M Champú para lavado	S/ 77.70
3M Cera Performance Finish	S/ 120.00
3M Silicona	S/ 60.00
3M Renovador	S/ 47.70
SONAX Esponja llantas/aros	S/ 68.70
SONAX Cepillo especial	S/ 172.02
SONAX Paño de microfibra exterior	S/ 41.28
SONAX Exterminador de olores	S/ 101.82

**Tabla 19***Maquinaria y equipos*

<b>Maquinaria y Equipos</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total (S/.)</b>
<b>Maquinaria para limpieza de autos</b>			<b>13,500.00</b>
- Lavadora de alta presión de agua fría profesional	2	S/ 3,500.00	S/ 7,000.00
- Aspiradora en seco / húmedo de uso profesional Modelo: Kärcher NT 35/1	2	S/ 2,200.00	S/ 4,400.00
- Pulidora GPO 12 CE marca Bosch	1	S/ 2,100.00	S/ 2,100.00

**Tabla 20***Activos intangibles*

<b>Inversión Intangible (S/.)</b>	<b>S/. 2,080.00</b>
Gastos de Constitución (S/.)	S/. 2,080.00
<u>Detalle</u>	<u>Total</u>
Constitución de la empresa	S/. 980.00
Licencia de funcionamiento	S/. 750.00
Tasa de inspección defensa civil	S/. 350.00

**Tabla 21***Personal administrativo y operaciones*

<b>Activos intangibles</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario (S/.)</b>	<b>Inversión Total (S/.)</b>
Administrador	1	1,025.00	1,025.00
Cajero	1	1,025.00	1,025.00
Operario	3	1,025.00	3,075.00

**5.4. Costos**

Los servicios que se ofrecerán en la empresa Auto Lavado “Los Rápidos” E.I.R.L, se han diseñado de acuerdo a las encuestas recogidas y el análisis de la oferta, así como los costos de insumos, estableciéndose que los servicios a brindarse son los siguientes:



**Tabla 22**

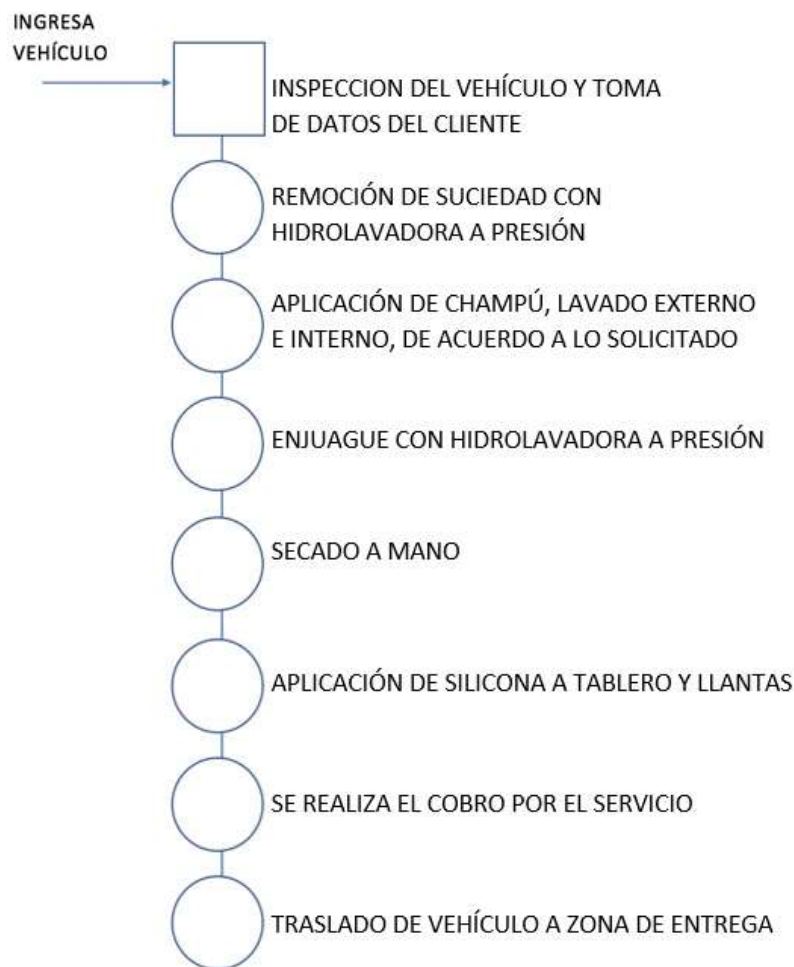
*Costos de servicio*

<b>COSTOS UNITARIOS</b>	<b>Soles</b>
Lavado básico	S/. 18.00
Lavado medio	S/. 25.00
Lavado Premium	S/. 50.00

### 5.5. Proceso de producción u operación

**Figura 62**

*Flujograma del servicio de lavado de carros*





## **5.6. Certificaciones necesarias**

En un inicio, la empresa necesitará la licencia de funcionamiento para el desarrollo de la actividad para lo cual se tomará en cuenta lo siguiente:

- La municipalidad Distrital de Chica, otorgará licencia de funcionamiento, la cual es requisito indispensable para la apertura del local comercial donde funcionará la empresa Auto Lavado “Los Rápidos” E.I.R.L., dicha autorización permite la realización de actividades económicas, legalmente permitidas, conforme a la planificación urbana y bajo condiciones de seguridad.
- El Certificado de defensa Civil es un requisito indispensable para el funcionamiento del local, ya que en ello se detallará si la infraestructura es adecuada para el funcionamiento de la empresa.
- Es necesario contar con el número de registro único de contribuyente (RUC), por cuanto es un requisito indispensable para el funcionamiento del negocio.

## **5.7. Impacto en el medio ambiente**

La empresa Auto Lavado “Los Rápidos” E.I.R.L., desarrollará un plan de impacto ambiental, con el fin de minimizar el consumo de agua, utilizando productos menos dañinos para el medio ambiente; asimismo, a largo plazo se piensa utilizar paneles solares a fin de suministrar mejor los recursos; en cuanto

a los residuos sólidos se implementará una cultura de reciclaje, seleccionando adecuadamente los desechos.

### Figura 63

*Reciclaje de desechos*



*Nota:* Imagen extraída de Google.

## 5.8. Plan organizacional y recursos humanos

Se contará con personal idóneo para poner en funcionamiento la empresa, siendo necesario contar con un administrador, un cajero y tres operarios (encargados de lavar los vehículos).

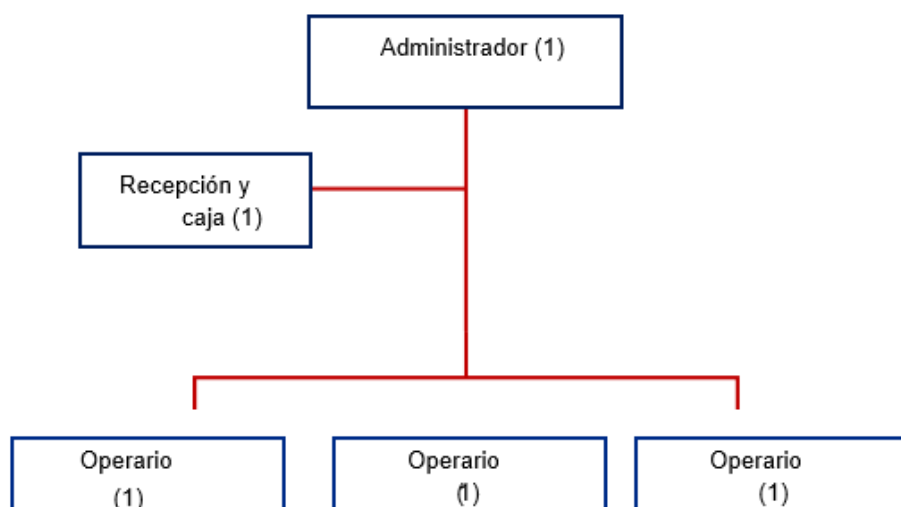
- **El administrador:** Es quien dirigirá la empresa Auto Lavado “Los Rápidos” E.I.R.L, sobre él recaerá la responsabilidad del manejo y control de los aspectos empresariales como la atención al cliente, pagos de planillas,

registro de asistencia, cobranzas, asignación de turnos y servicios. Encargándose también de realizar la publicidad del negocio, dando a conocer nuestro local de operaciones, servicios y promociones que se brindará por el lavado de carros.

- **Recepción y caja:** La persona encargada del área de recepción y caja tendrá como función la atención a las personas que requiera el servicio de lavado de su vehículo, así como el cobro respectivo por el servicio prestado.
- **Operario:** En esta área de operaciones, se encuentra el personal operativo de la empresa, encargada de realizar el lavado de los vehículos. Este grupo humano estará conformado inicialmente por tres personas, quienes dependerán directamente del administrador, quien les designará las actividades que deberán de realizar durante su jornada laboral, siendo estas el lavado, secado, encerado, pulido de vehículos, entre otros.

**Figura 64**

*Organigrama*



## **CAPÍTULO VI**

### **PLANIFICACIÓN FINANCIERA**

#### **6.1. Inversión**

- **Inversiones en activo fijo**

Las inversiones en equipos que la empresa tiene como referencia para el desarrollo de las operaciones fueron detalladas en la tabla 23. Para el área operativa se consideran dos lavadoras de alta presión y dos aspiradoras profesionales.

**Tabla 23***Inversión tangible del proyecto*

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
<b>INVERSION DE EQUIPOS</b>			<b>S/ 25,250.00</b>
Lavadora de alta presión de agua fría profesional	2	S/ 3,500.00	S/ 7,000.00
Aspiradora en seco / húmedo de uso profesional Modelo: Kärcher NT 35/1	2	S/ 2,200.00	S/ 4,400.00
Tanque de agua rotoplas	2	S/ 1,500.00	S/ 3,000.00
Pulidora GPO 12 CE marca Bosch	1	S/ 2,100.00	S/ 2,100.00
Televisor marca Sony de 45"	1	S/ 2,000.00	S/ 2,000.00
Sofá 2 cuerpos	1	S/ 1,550.00	S/ 1,550.00
Escritorio Tecnoficce 2 Cajones Imbuia - Mica	1	S/ 1,300.00	S/ 1,300.00
Escritorio Galaxia - Pisopak	1	S/ 800.00	S/ 800.00
Vitrina y mostrador de aluminio	1	S/ 600.00	S/ 600.00
Laptop marca HP Core i5	1	S/ 2,500.00	S/ 2,500.00
<b>OBRAS FISICAS Y TERRENOS</b>			<b>S/ 3,300.00</b>
Vaciado y nivelado de lozas de concreto (200 m2)	1	S/ 1,500.00	S/ 1,500.00
Pintado de oficinas interiores y fachada	1	S/ 1,000.00	S/ 1,000.00
Cableado e instalación eléctrica	1	S/ 800.00	S/ 800.00
<b>INVERSION TANGIBLE TOTAL S/.</b>			<b>S/ 28,550.00</b>

- **Inversiones en capital de trabajo**

En la tabla 24 podemos observar los montos que han sido considerados para el capital de trabajo. En primer lugar, observamos los gastos pre operativo y administrativo, los cuales incluyen útiles de oficina, telefonía, internet, cable, agua y luz.

**Tabla 24***Capital de trabajo*

DETALLE	TOTAL
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS Y PRE OPERATIVOS (S/.)</b>	<b>S/ 1,655.00</b>
Papelería y útiles de oficina	S/ 350.00
Telefonía, internet y cable mágico (3 meses)	S/ 300.00
Agua no potable (3 meses)	S/ 480.00
Luz (3 meses)	S/ 525.00
<b>ALQUILER (12 MESES) (S/. 800.00 por mes)</b>	<b>S/ 9,600.00</b>
<b>PLANILLA (S/.) (12 MESES)</b>	<b>S/ 61,500.00</b>
Administrador/ 1025.00	S/ 12,300.00
Caja/1025.00	S/ 12,300.00
Operarios (3) a 1025	S/ 36,900.00
<b>INSUMOS (S/.) (1 MES)</b>	<b>S/ 1,012.02</b>
3M Paño de microfibra	S/ 53.70
3M Limpiador de cuero y vinil	S/ 92.70
3M Limpiador de aros y llantas	S/ 89.70
3M Pulidor	S/ 86.70
3M Champú para lavado	S/ 77.70
3M Cera Performance Finish	S/ 120.00
3M Silicona	S/ 60.00
3M Renovador	S/ 47.70
SONAX Esponja llantas/aros	S/ 68.70
SONAX Cepillo especial	S/ 172.02
SONAX Paño de microfibra exterior	S/ 41.28
SONAX Exterminador de olores	S/ 101.82
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO (S/.)</b>	<b>S/ 73,767.02</b>

- **Inversiones en activos intangibles**

En la tabla 25 se muestra las inversiones que se efectuarán como activos intangibles. Para este plan de negocio se consideró los costos por constitución de la empresa, licencia de funcionamiento e inspección de defensa civil.

**Tabla 25**

*Inversión intangible del proyecto*

Gastos de Constitución (S/.)	S/ 2,080.00
<u>Detalle</u>	<u>Total</u>
Constitución de la empresa	S/ 980.00
Licencia de funcionamiento	S/ 750.00
Tasa de inspección defensa civil	S/ 350.00
<b>Inversión Intangible (S/.)</b>	<b>S/ 2,080.00</b>

En la tabla 26 se muestra la inversión total que tendrá el proyecto, considerando para ello la inversión tangible, capital de trabajo e inversión intangible.

**Tabla 26**

*Inversión total del proyecto*

<b>INVERSIÓN TOTAL</b>	<b>S/ 104,397.02</b>
Inversión tangible	S/ 28,550.00
Capital de trabajo	S/ 73,767.02
Inversión intangible	S/ 2,080.00

## 6.2. Ingresos y egresos

El estado de ingresos y egresos nos muestra el movimiento de las cuentas con la finalidad de ver si el resultado del ejercicio de cada periodo ha sido favorable o desfavorable representado por las utilidades netas obtenidas.



**Tabla 27***Estado de ingresos y egresos*

<b>PROYECCION DEL ESTADO DE RESULTADOS</b>						
		<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
<b>VENTAS NETAS</b>		281,240.00	295,302.00	310,076.10	325,579.90	341,858.90
<b>COSTO DE VENTAS</b>		-53,439.24	-53,439.24	-53,439.24	-53,439.24	-51,904.24
<b>UTILIDAD DE VENTAS</b>		227,800.76	241,862.76	256,636.86	272,140.66	289,954.66
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		-5,300.00	-5,600.00	-5,700.00	-5,800.00	-5,900.00
<b>GASTOS DE VENTAS</b>		-34,200.00	-34,200.00	-34,200.00	-34,200.00	-34,200.00
<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>		188,300.76	202,062.76	216,736.86	232,140.66	249,854.66
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS E INTERESES</b>		188,300.76	202,062.76	216,736.86	232,140.66	249,854.66
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>						
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>		188,300.76	202,062.76	216,736.86	232,140.66	249,854.66
<b>IMPUESTO A LA RENTA</b>						
	<b>10%</b>	<b>69,000.00</b>	6,900.00	6,900.00	6,900.00	6,900.00
	<b>29.50%</b>	<b>119,300.76</b>	35,193.72	39,253.51	43,582.37	53,352.12
<b>UTILIDAD NETA (S/.)</b>		<b>146,207.04</b>	<b>155,909.25</b>	<b>166,254.49</b>	<b>177,114.17</b>	<b>189,602.54</b>

### **6.3. Deuda**

Para el desarrollo del proyecto se tomará en cuenta como financiamiento los recursos propios del propietario el cual financiará la puesta en marcha del proyecto en su primer año, posteriormente de acuerdo a los acontecimientos y las situaciones del sector se evaluarán si se requiere de un financiamiento financiero.

### **6.4. Flujo de caja**

Se ha proyectado el flujo de caja para un horizonte de 5 años, se toma en cuenta un año que podemos llamar inicial o año 0, en este año tenemos toda la inversión y los gastos para que inicie el negocio.

**Tabla 28***Flujo de caja*

<b>PROYECCION ANUAL DEL FLUJO DE EFECTIVO</b>						
		<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>	<b>2027</b>
Saldo Inicial de Caja						
<b>Entradas de Caja:</b>						
<b>Ventas al Contado</b>		281,240.00	295,302.00	310,076.10	325,579.90	341,858.90
Total, de entradas de Caja		281,240.00	295,302.00	310,076.10	325,579.90	341,858.90
<b>Costo de ventas</b>		-53,439.24	-53,439.24	-53,439.24	-53,439.24	-51,904.24
<b>Depreciación</b>		4,395.00	4,395.00	4,395.00	4,395.00	2,860.00
<b>Subtotal de costo de ventas</b>		-49,044.24	-49,044.24	-49,044.24	-49,044.24	-49,044.24
<b>Pago de Gastos Administrativos</b>		-5,300.00	-5,600.00	-5,700.00	-5,800.00	-5,900.00
<b>Pago de Gastos de Ventas</b>		-34,200.00	-34,200.00	-34,200.00	-34,200.00	-34,200.00
<b>Impuesto a la Renta</b>		-42,093.72	-46,153.51	-50,482.37	-55,026.49	-60,252.12
<b>Capital de trabajo</b>	<b>-73,767.02</b>					
<b>Tangibles</b>	<b>-28,550.00</b>					
<b>Intangibles</b>	<b>-2,080.00</b>					
Total, Salidas de Caja	-104,397.02	-130,637.96	-134,997.75	-139,426.61	-144,070.73	-149,396.36
(Superavit o Déficit)	-104,397.02	150,602.04	160,304.25	170,649.49	181,509.17	192,462.54
<b>Financiación:</b>						
<b>Toma de Prestamos al Inicio del mes</b>						
<b>Reembolso al final de mes</b>						
<b>Interés %</b>						
<b>Efectos de financiación</b>		0				
<b>Saldo inicial de caja</b>		73,767.02	224,369.06	384,673.30	555,322.79	736,831.95
<b>SALDO FINAL DEL EFECTIVO Y EQUIVALENTE DE EFECTIVO</b>		224,369.06	384,673.30	555,322.79	736,831.95	929,294.49

## 6.5. Evaluación económica y financiera

Para realizar la evaluación financiera de rentabilidad, hemos utilizado el flujo de caja operativo, determinándose el VAN y TIR.

**Tabla 29**

*Análisis del VAN y TIR*

DATOS PARA EL ANÁLISIS						
<b>Inversión</b>	Importe					
	<b>104,397.02</b>					
		<b>Años</b>				
	Inversión	1	2	3	4	5
<b>Flujo de caja</b> (neto anual)	-104,397.02	150,602.04	160,304.25	170,649.49	181,509.17	192,462.54
<b>Cálculo del V.A.N. y la T.I.R.</b>						
<b>Tasa de descuento</b>	25.00%					
<b>V.A.N a cinco años</b>	<b>343,464.14</b>					
<b>T.I.R a cinco años</b>	<b>148.61%</b>					

Como se observa el proyecto es aceptado de acuerdo a la teoría ya que el VAN > 0 y la TIR es elevado y es más representativo a comparación de otros productos financieros.

Se consideró como formulas:

➤ **Formula del TIR**

$$TIR = \sum_{T=0}^n \frac{Fn}{(1+i)^n} = 0$$

En donde:

$F_n$  = Es el flujo de caja en el periodo  $n$ .

$n$  = Es el número de períodos.

$I$  = Es el valor de la inversión inicial.

- Si la TIR es  $< r$  se determina que el proyecto debe ser rechazado.
- Si la TIR es  $> r$  entonces el proyecto será viable y puede ser aprobado.
- En el caso de que la TIR = 0, el proyecto en principio debe ser rechazado. Es cierto, que desde el punto de vista estratégico puro, se podría decidir invertir, pero a nivel financiero no compensa asumir dicho riesgo.

#### ➤ **Formula del VAN**

$$VAN = -A + \frac{F_1}{(1+i)^1} + \frac{F_2}{(1+i)^2} + \frac{F_3}{(1+i)^3} + \frac{F_4}{(1+i)^4} + \dots$$

**A:** Es el desembolso inicial, es decir, el dinero pagado para adquirir el bien.

**F<sub>x</sub>:** El flujo de caja generado en cada período (normalmente anual).

**i:** Tasa de descuento o coste de oportunidad.

- VAN  $< 0$  el proyecto no es rentable.
- VAN = 0 el proyecto es rentable.
- VAN  $> 0$  el proyecto es rentable.

## **6.6. Estados financieros proyectados**

- **Depreciación de equipos**

La depreciación supone valorar un bien de forma racional y debe analizarse con mucho rigor, especialmente en aquella donde el valor de los activos es muy elevado, como por ejemplo los edificios, ya que una incorrecta dotación por depreciación de un activo puede perjudicar gravemente al balance de una empresa y puede hacer que la empresa llegue a quebrar dado que no ha contemplado una situación real del valor de sus activos en caso de que requiera de liquidez y tenga que venderlos, para el proyecto se consideró la depreciación como se aprecia en la tabla 30.

**Tabla 30***Depreciación de equipos en el proyecto*

DEPRECIACIONES	VALOR	Años Vida útil	% D. Anual	2023	2024	2025	2026	2027	Depreciación acumulada
- Lavadora de alta presión de agua fría profesional.	S/ 7,000.00	5	0.20	1400	1400	1400	1400	1400	S/ 7,000.00
- Aspiradora en seco / húmedo de uso profesional Modelo: Kärcher NT 35/1.	S/ 4,400.00	5	0.20	880	880	880	880	880	S/ 4,400.00
- Pulidora GPO 12 CE marca Bosch.	S/ 2,100.00	5	0.20	420	420	420	420	420	S/ 2,100.00
- Televisor marca Sony de 45"	S/ 2,000.00	4	0.25	500	500	500	500	-	S/ 2,000.00
- Escritorio Teccnoficce 2 Cajones Imbuia - Mica.	S/ 1,300.00	5	0.20	260	260	260	260	-	S/ 1,040.00
- Escritorio Galaxia - Pisopak.	S/ 800.00	4	0.20	160	160	160	160	160	S/ 800.00
- Vitrina y mostrador de aluminio	S/ 600.00	4	0.25	150	150	150	150	-	S/ 600.00
- Laptop marca HP Core i5	S/ 2,500.00	5	0.25	625	625	625	625	-	S/ 2,500.00
<b>TOTAL</b>	<b>S/ 20,700.00</b>			<b>4395</b>	<b>4395</b>	<b>4395</b>	<b>4395</b>	<b>2860</b>	<b>S/ 20,440.00</b>

**Tabla 31***Determinación de costos*

DETERMINACION DE LOS COSTOS	MENSUAL	2023	2024	2025	2026	2027
		ANUAL	ANUAL	ANUAL	ANUAL	ANUAL
MATERIALES - INSUMOS	1,012.02	12,144.24	12,144.24	12,144.24	12,144.24	12,144.24
MANO DE OBRA: 03 Operarios a S/. 1025.00 c/u	3,075.00	36,900.00	36,900.00	36,900.00	36,900.00	36,900.00
DEPRECIACIÓN	366.25	4,395.00	4,395.00	4,395.00	4,395.00	2,860.00
<b>TOTAL (S/.)</b>	<b>4,453.27</b>	<b>53,439.24</b>	<b>53,439.24</b>	<b>53,439.24</b>	<b>53,439.24</b>	<b>51,904.24</b>

- **Gastos administrativos proyectados**

Son todos aquellos vinculados con la gestión, organización y dirección de un negocio como consecuencia inmediata del funcionamiento organizacional. No están asociados con la fabricación del producto o emisión del servicio, sino que constituyen los gastos generales para operar las oficinas y el personal, así como cualquier costo de distribución.

**Tabla 32***Gastos administrativos proyectados*

GASTOS ADMINISTRATIVOS	2023	2024	2025	2026	2027	TOTAL
<b>DESCRIPCIÓN</b>						
- Energía eléctrica	S/ 2,100.00	S/ 2,100.00	S/ 2,100.00	S/ 2,100.00	S/ 2,100.00	S/ 10,500.00
- Agua potable	S/ 80.00	S/ 80.00	S/ 80.00	S/ 80.00	S/ 80.00	S/ 400.00
- Agua no potable	S/ 1,920.00	S/ 2,220.00	S/ 2,320.00	S/ 2,420.00	S/ 2,520.00	S/ 10,900.00
- Telefonía / Internet / Cable	S/ 1,200.00	S/ 1,200.00	S/ 1,200.00	S/ 1,200.00	S/ 1,200.00	S/ 6,000.00
<b>TOTAL</b>	<b>S/ 5,300.00</b>	<b>S/ 5,600.00</b>	<b>S/ 5,700.00</b>	<b>S/ 5,800.00</b>	<b>S/ 5,900.00</b>	<b>S/ 27,800.00</b>

- **Balance proyectado**

El balance proyectado tiene por objeto estimar la situación patrimonial de la empresa a la fecha de cierre del período o ejercicio de la proyección.



**Tabla 33***Balance general proyectado*

PERIODO	0	2023	2024	2025	2026	2027
<b>I. ACTIVO</b>						
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>						
*Disponible	73,767.02	224,369.06	384,673.30	555,322.79	736,831.95	929,294.49
*Existencias						
<b>ACTIVO DIFERIDO</b>						
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>						
A. Activo Fijo Tangible	28,550.00	24,155.00	19,760.00	15,365.00	10,970.00	8,110.00
B. Activo Fijo Intangible	2,080.00	2,080.00	2,080.00	2,080.00	2,080.00	2,080.00
<b>TOTAL, ACTIVO</b>	<b>104,397.02</b>	<b>250,604.06</b>	<b>406,513.30</b>	<b>572,767.79</b>	<b>749,881.95</b>	<b>939,484.49</b>
<b>II. PASIVO</b>						
<b>PASIVO CORRIENTE</b>						
*Tributos por pagar IGV						
*Tributos por pagar Imp. Rta						
*BBSS por pagar						
<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>						
A. Préstamos bancarios						
b. Intereses						
<b>II. PATRIMONIO</b>						
*Capital social	104,397.02	104,397.02	104,397.02	104,397.02	104,397.02	104,397.02
*Resultados acumulados			146,207.04	302,116.28	468,370.77	645,484.93
*Resultado del ejercicio		146,207.04	155,909.25	166,254.49	177,114.17	189,602.54
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO (S/.)</b>	<b>104,397.02</b>	<b>250,604.06</b>	<b>406,513.30</b>	<b>572,767.79</b>	<b>749,881.95</b>	<b>939,484.49</b>

**Tabla 34***Proyección de ventas 2023*

<b>CANTIDAD DE SERVICIOS BRINDADOS</b>						
	<b>Serv.</b>					
<b>Meses</b>	<b>Básico</b>	<b>Serv. Medio</b>	<b>Serv. Premium</b>	<b>Total de</b>		
	<b>(S/ 18.00)</b>	<b>(S/ 25.00)</b>	<b>(S/ 50.00)</b>	<b>servicios</b>		<b>TOTAL</b>
Enero	650	150	100	900	S/	20,450.00
Febrero	670	155	105	930	S/	21,185.00
Marzo	680	155	105	940	S/	21,365.00
Abril	670	155	105	930	S/	21,185.00
Mayo	670	155	105	930	S/	21,185.00
Junio	750	150	100	1000	S/	22,250.00
Julio	800	170	130	1100	S/	25,150.00
Agosto	820	200	80	1100	S/	23,760.00
Setiembre	800	170	100	1070	S/	23,650.00
Octubre	850	180	170	1200	S/	28,300.00
Noviembre	870	180	50	1100	S/	22,660.00
Diciembre	950	180	170	1300	S/	30,100.00
<b>Total</b>	<b>9180</b>	<b>2000</b>	<b>1320</b>	<b>12500</b>	<b>S/</b>	<b>281,240.00</b>

## CAPÍTULO VII

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 7.1. Conclusiones

**Primera** : Se identificaron las oportunidades y amenazas del entorno empresarial del sector, mediante el análisis situacional bajo la herramienta FODA; asimismo, se identificó las fuerzas restrictivas del sector mediante el análisis de cruz de Porter.

**Segunda** : Se determinó en el análisis del macro y micro ambiente, que el negocio de lavado de carros “Los Rápidos” E.I.R.L., tiene grandes oportunidades para su ejecución y viabilidad.

- Tercera** : Se determinó que la empresa Auto Lavado “Los Rápidos” E.I.R.L, tendrá dos empresas del mismo rubro que serán los principales competidores, pese a ello, la demanda es alta, lo que hace que el negocio sea rentable; asimismo, se tiene la encuesta donde se aprecia que el 68% de las personas, están dispuestos a adquirir el servicio de lavado de carros que brindará la empresa.
- Cuarta** : Se determinó que la empresa Auto lavado “Los Rápidos” E.I.R.L, es comercialmente viable en el Distrito de Chilca - Provincia de Huancayo - Junín, luego de haber hecho el estudio de las 8 PS.
- Quinta** : Se determinó que la empresa de lavado de carros “Los Rápidos” E.I.R.L., desarrollará un plan técnico acorde a las normativas y eficiencia de ahorro en cuanto al consumo de agua con procesos de calidad.
- Sexta** : Se determinó a través del Valor Actual Neto (S/. 343,464.14) y la Tasa Interna de Retorno (148.61%) que la empresa Auto Lavado “Los Rápidos” E.I.R.L., es financieramente viable.

## 7.2. Recomendaciones

Se recomienda a la gerencia de la empresa Auto Lavado “Los Rápidos” E.I.R.L:

- Primera** : Elaborar un plan operativo anualmente, con la finalidad de tener actualizado el análisis situacional de las nuevas tendencias del mercado.

- Segunda** : Desarrollar actividades de inteligencia comercial con la finalidad de mantener actualizados el análisis del macro y micro ambiente.
- Tercera** : Desarrollar un estudio de mercado periódicamente, mediante nuevas plataformas virtuales y que sean más interactivas para los clientes.
- Cuarta** : Realizar un sistema de fidelización de clientes con la finalidad de mantener un servicio personalizado y ofertas para aquellos clientes asiduos al negocio, con el fin de mitigar a la competencia directa.
- Quinta** : Evaluar nuevos procesos y tecnologías (maquinarias y equipos) que puedan remplazar a los actuales, a fin de obtener un ahorro en cuanto a los costos.
- Sexta** : Mantenerse informado sobre los cambios que se pudieran dar constantemente en el ámbito financiero, a fin de tomar las mejores decisiones para la empresa.