

Plan de Negocios

“El Dorado”

Lavado móvil de autos

1. Naturaleza de la empresa, nombre del proyecto y objetivos:

a. Naturaleza de la empresa:

La empresa está ubicada en el sector servicios ya que consiste en el lavado de autos a domicilio y con menor cantidad de agua, además de productos especializados.

b. Antecedentes de la empresa o proyecto:

La empresa nació por la idea de Omar Zapién, un joven emprendedor interesado por el ahorro del agua, y al notar que el lavar autos es uno de los motivos más grandes para desperdiciar agua, se interesó en crear una alternativa viable que además fuera un negocio para él y su familia.

c. La idea:

La idea del negocio es brindar el servicio de lavado de autos ofreciendo un servicio preocupado por el medio ambiente, que cuente con productos especializados en cada proceso del lavado y llevar el servicio a donde el cliente lo solicite. La empresa en un principio será pequeña pero con miras a crecer en el corto plazo.

d. ¿Por qué?

La idea surge debido a preocupación del emprendedor por la escasez de agua y por a necesidad de tener un negocio que le permita obtener ingresos dado un servicio innovador y profesional.

El negocio se considera viable debido a que se ya se puede realizar puesto que ya se cuenta con la maquinaria base de la empresa para dar un servicio profesional, además, se sabe que se vende puesto que algunos clientes ya empiezan a solicitar el servicio de forma regular por la falta de tiempo para lavar su auto o no querer salir de su domicilio para hacerlo. También el negocio tiene una gran rentabilidad puesto que los costos para dar el servicio son bajos y el precio que maneja el mercado por el lavado de autos es alto.

e. Visión

Ser la primera opción de lavado de autos ofreciendo un servicio de completo que cubra las expectativas de nuestros clientes siendo siempre una empresa líder en su ramo.

f. Misión

Nuestra misión es ofrecer un servicio completo de lavado de autos que satisfaga totalmente las expectativas de nuestros clientes, utilizando los insumos y el tiempo de la manera más eficiente para que el cliente, la empresa y el medio ambiente sean beneficiados.

g. Objetivos

- Objetivo a corto plazo: Contar con 4 máquinas y 2 automóviles para atender 100 autos a la semana.
- Objetivo a mediano plazo: atender cerca de la cuarta parte del mercado parralense e incluir más servicios como pulido, lavado de vestiduras, etc.
- Objetivo a largo plazo: ser la mejor opción en lavado de autos de la ciudad, aumentar las utilidades de la empresa y tener la oportunidad de renovar el equipo para dar el mejor servicio.

h. Planes de la empresa

Los planes de la empresa a corto plazo se vinculan con los pronósticos a la largo plazo por el hecho de que se debe aumentar la maquinaria y perfeccionar el servicio a corto plazo, de esta manera se logrará captar clientes e iniciar con un buen posicionamiento en la ciudad de Parral.

2. Descripción del entorno

a. Cuáles son las principales tendencias macroeconómicas y financieras que repercuten en su negocio

- El PIB, este es un dato clave para cualquier negocio ya refleja, en general, el estado actual de la economía mexicana, si la economía crece, mejora de la renta per cápita, y en definitiva a la capacidad de consumo de bienes y servicios normales.
- El nivel general de precios (IPC), ya que el negocio debe mantenerse en los estándares que maneja el índice y en los precios de los competidores para mantener competitividad en el mercado.
- El nivel de desempleo puesto que afecta directamente al consumo evolucionando ambos de forma inversa.
- El Tipo de interés porque sus variaciones tienen efectos inmediatos sobre la inflación y sobre la renta disponible. Si el tipo de interés baja, aumenta la demanda de las empresas y de los consumidores privados.

b. Cuáles son las principales variables sociales, políticas, ambientales, fitosanitarias y culturales que inciden en el desarrollo del negocio

Algunas de las principales variables que influyen en el negocio son:

- El auge que está tomando el cuidado del agua en los últimos años, y la propia necesidad de hacerlo para años posteriores.

- La importancia que se difunde actualmente a la conciencia social de cuidar el medio ambiente.
 - El notable incremento de vehículos en la ciudad de Parral, Chihuahua que para principios del año 2011 asciende a 43,332 vehículos registrados.
 - El tiempo, ya que las personas cada vez disponen de menos tiempo para algunas actividades y lavar el auto es una de ellas.
 - La inseguridad, ya que al estar en un medio inseguro las personas prefieren que no salir y que una empresa confiable vaya a su domicilio a lavar su automóvil.
 - La imagen de la ciudad, ya que ésta se beneficia si hay las personas que lavan los autos son formales y con una mejor presentación
 - algunos factores legales ya que es indispensable estar al corriente de las reglamentaciones emitidas por el gobierno, como permisos y autorizaciones.
- c. Describa brevemente la atractividad de la industria o situación competitiva de ésta, cómo se encuentra el sector donde opera u operará el negocio, cuál es la tecnología actual que se utiliza en el sector, y si su empresa utiliza o utilizará tecnología de punta o novedosa respecto a las demás empresas del sector.

En la ciudad de Hidalgo del Parral Chihuahua existen actualmente 43,332 vehículos registrados, lo que significa que hay un mercado meta bastante amplio que se divide entre algunos competidores.

3. Análisis del producto y su mercado

a. Producto: Visión General

En el negocio existen tres únicos servicios que se le ofrecen al cliente, los cuales son:

- Lavado completo del automóvil: este servicio incluye lavado de exteriores e interiores que consta de limpieza, aspirado, pulido, encerado, limpieza profunda de tapicería, etc.
- Lavado de exteriores: solo incluye la limpieza externa del automóvil como limpieza de vidrios, carrocería y llantas.
- Lavado de interiores: limpieza de tapicería y general interior, aspirado, etc.

b. Fortalezas y Ventajas

Las fortalezas del negocio son:

- El auge que está teniendo la cultura ambientalista y el interés por cuidar el agua.
- El impacto favorable y buena aceptación de los consumidores que tienen actualmente las empresas socialmente responsables y ecológicas que se preocupan por el cuidado del agua.
- El poco tiempo del que disponen las personas para lavar su automóvil.
- La inseguridad que obliga a la sociedad a buscar lavados confiables que laven el auto a domicilio.

Las ventajas son:

- El uso de materiales especializados para la limpieza de cada parte del auto.
- El ofrecer un servicio a domicilio que la mayor parte de la competencia fuerte no puede ofrecer.
- La innovación de ser un servicio móvil y que además ahorre agua y tiempo.

c. El cliente

El servicio está destinado principalmente a las personas que disponen de poco tiempo para lavar el auto o para aquellos que prefieren tener la comodidad de que alguien lo lave en su propio domicilio, además para las personas que están interesadas en cuidar el medio ambiente, ya que este lavado es ecológico y gasta entre 6 y 20 litros de agua por auto lavado completamente.

d. El mercado potencial

El mercado potencial del lavado son los a 40,576 vehículos registrados, que posteriormente irán aumentando conforme aumente la población y se expanda el mercado a otras ciudades y municipios.

e. Competitividad

El negocio es competitivo por la atraktividad que causa debido al enfoque ecológico que tiene, además es llamativo al cliente por ser a domicilio y ser un servicio completo, lo que provoca reacciones favorables en los clientes.

4. Estrategia de Mercadotecnia

a. Mercadotecnia

Los medios que se utilizarán para realizar la propaganda son principalmente:

- Difusión por redes sociales: el beneficio de utilizar este método es que no se incurre en costos de propaganda, solo es necesario difundir la imagen y las promociones que se realicen. Otra ventaja es que este método las redes sociales son altamente utilizadas y son medios importantes de difusión, por ejemplo

“Facebook” llega directamente a un segmento de la empresa que son los jóvenes y estudiantes. Otra red que se utilizará será “Twitter”, ya que tiene las mismas ventajas que la anterior.

Además de la propaganda, se harán concursos, ofertas, promociones y descuentos en las que el mercado actuará de manera interactiva, lo que aporta una imagen dinámica y le da un plus a la empresa.

- Anuncios en el periódico: Para iniciar solo se promoverá a la empresa mediante el periódico “El Sol de Parral”, por medio de este ejemplar se regalarán cortesías y promociones mediante cupones recortables, la ventaja de este método es que es de alta difusión en el segmento de empresas y personas empleadas, y además no se incurre en costos tan elevados. Los anuncios en el periódico no serán diarios, serán reservados para la época de promociones y descuentos
- Radio y Televisión: se realizarán spots de radio y televisión para ser difundidos en la etapa de lanzamiento del servicio de la empresa, con la finalidad de dar a conocer al mercado el servicio a otorgar. En una etapa posterior se utilizaran estos medios de difusión para avisar de promociones y descuentos, sin embargo, también será utilizado eventualmente (anuncios los fines de semana) para mantener la imagen presente en el mercado.
- Volantaje: en este caso se realizarán volantes llamativos con la imagen de la empresa, los servicios que ofrece, un mensaje para el cliente, los datos del lavado y en ocasiones con algunas promociones vigentes, que serán canjeables por el volante. Los volantes serán repartidos en escuelas, estacionamientos y avenidas principales. Además se depositarán en las agencias para dar a conocer a nuevos clientes del servicio ofrecido, aplicando descuentos especiales para estos nuevos clientes.

Los volantes que se manejarán en cualquier medio publicitario son los siguientes:



b. Política del producto y/o servicio y atención al cliente

A los clientes se les ofrecerá la garantía de satisfacción total, y esta se manejará mediante un check list. El método es el siguiente:

Después de lavar el auto, el encargado de hacerlo debe repasar el check list de la empresa, para verificar que todas las áreas hayan sido lavadas. Después de esto le corresponde al cliente verificar, en el momento, si el auto quedó a su completa satisfacción, de no ser así, el cliente evidenciará la falta cometida y no se le cobrará el lavado del auto, y además, se le otorgará un vale por otro lavado gratis o con algún descuento.



c. Política de precios promociones y descuentos

La empresa ofrecerá distintos descuentos, tales como:

Nombre	Promoción
Estudiantes	Lunes 2 x 1 en lavado a estudiantes
Empresas	Martes 2 x 1 a empresas
Cumpleaños	1 Lavado exterior gratis
Acumulativo	Al haber lavado 10 veces el auto con "El Dorado Car Wash" obtiene un lavado completo gratis
Cupones	Recortables en el periódico, presentando el volante promocional, imprimiendo el cupon de una red social, etc. Se aplicará el descuento correspondiente
Concursos	Participación en las redes sociales y ganan descuento en algún tipo de lavado, o promoción vigente

Estos son algunos de los descuentos que se aplicarán, las promociones aumentarán o cambiarán de acuerdo a la época y situación presente en el momento.

d. Política de post-venta y seguimiento a clientes

La empresa se basa en mantener la satisfacción completa del cliente, y es por ello que al lavar el auto de un cliente nuevo se realizará un pequeño registro con algunos datos, tales como: Nombre del cliente, fecha de nacimiento, dirección, teléfono, correo electrónico, etc. De esta manera se podrá mantener contacto directo con el cliente, y enviarle algunas promociones o volantes informativos de la empresa, además se hará acreedor al registro de lavados acumulables y otras promociones. También se le hará una pequeña encuesta al terminar de lavar el auto, para conocer su opinión de la empresa. De esta manera el cliente se sentirá importante y contará su opinión.

5. Plan de Ventas

a. Estrategia de ventas

Existen diferentes estrategias de ventas, las principales son:

- Acudir a agencias de automóviles para crear convenios de promoción: este punto consiste en que la agencia otorgará volantes a los nuevos clientes y visitantes para promocionar el lavado, a cambio de descuentos importantes en el lavado de los autos propios de la agencia o trabajadores de la misma. En los promocionales otorgados a los clientes se incluirán descuentos e información del lavado.
- Convenios con empresas: acudir a empresas a ofrecer el servicio del lavado, promoviendo algunos descuentos y tarifas especiales si se convierte en cliente frecuente del lavado.
- Visitas a escuelas: se seguirá la misma mecánica que en las empresas y se promoverá el lavado de vehículos propios de la institución, de los maestros y alumnos, con respectivos descuentos por convertirse en cliente.
- Volantes, cupones, etc.: se darán promocionales con descuentos y tarifas especiales a las personas consideradas clientes frecuentes, para garantizar la permanencia.

La persona que realizará todas las actividades de promoción y venta, es el propio administrador del negocio, quien requiere de aptitudes como labor de convencimiento, presencia, hábil en ventas, etc.

- b. Defina las políticas de crédito y cobranza que tiene su empresa, e indique la razón de la política de cobranza y cómo instrumenta sus ventas a crédito (pagaré, letra de cambio, crédito en libros, etc.).

Se prevé que las ventas que se realicen serán cobradas de contado, por no ser costos elevados y para evitar gastos de cobranza posterior. En el caso de empresas que encomienden flotillas de autos, se negociara el pago, al momento de la contratación. Hasta el momento se mantiene la política de pagos de riguroso contado.

6. Plan de operaciones del proyecto

a. Proceso de producción de sus productos/servicios:

- Recibir la llamada del cliente: se solicita el lavado, se agenda para el día acordado y se toman los datos del cliente (2 min).

- Acudir al vehículo: en el momento de la llegada, el encargado se presenta con el cliente, se le pide al mismo que verifica si existen objetos de valor o que puedan salir perjudicados durante el lavado, llenarla orden de servicio y se le indica el tiempo en el que se tendrá listo el auto, (3 min).

Se inicia con el lavado del automóvil, mediante los siguientes pasos:

- ✓ Limpiar y aspirar tapetes
- ✓ Llantas y rines
- ✓ Lavar carrocería
- ✓ Secado del automóvil
- ✓ Secado de vidrios (Interior y exterior)
- ✓ Detallado de interiores (marcos de las puertas, tablero, etc.)
- ✓ Limpieza exterior (brillo a las llantas, pulido de carrocería, detallado de rines, etc.)
- Inspección y check list (ocasionalmente en este punto se le aplicará una encuesta de satisfacción al cliente)

- Entrega del vehículo al cliente

b. Distribución y capacidad instalada del negocio.

Manteniendo un promedio de 40 minutos por auto, y contando 8 horas diarias de trabajo. Se obtiene que por cada equipo de lavado, (auto de lavado y personal) se pueden lavar 12 autos diarios, si la planta cuenta con 4 autos de lavado se prevé que la capacidad máxima de la empresa será de 4 autos a la vez y 48 por día.

c. Logística de suministro de insumos.

Todos los insumos serán adquiridos de un mismo proveedor, el cual se sabe que tardará alrededor de 2 días en surtir el pedido. De cualquier manera se mantendrá una reserva de inventario de los insumos de 15 días, para evitar contingencias. Al proveedor se le pagará al momento de realizar el pedido, para que pueda enviar la mercancía.

Insumo	Nombre Proveedor	Ubicación	Tiempo en llegar	Nivel de inventario
Agua	JMAS	Local	Inmediato	40 lts.
Brillo, cera, limpia vidrios, aroma, desengrasante, shampoo, microfibra, etc.	Química especializada	Local	Inmediato	20 litros c/u

d. Calidad de los insumos.

La inspección de calidad de los insumos se realizará mediante el lavado de un vehículo, el cual será un vehículo de confianza con la finalidad de evitar inconvenientes en caso de que el producto no cumpla con las condiciones para su uso.

El sistema de control de inventario se realizará por un método físico, el cual consistirá en que se mantengan 20 litros de cada producto en el inventario, una reserva de un tanque

de 1000 litros de agua, y en otros materiales una reserva del producto que equivalga a 15 días de uso.

e. Adquisición de mercancías o insumos, almacén y distribución.

Los insumos serán comprados preferentemente con distribuidores locales debido a que no se comprarán grandes volúmenes de mercancías y por esta razón no es conveniente pagar altos fletes por el traslado. Los distribuidores serán los mencionados en el punto c de este apartado.

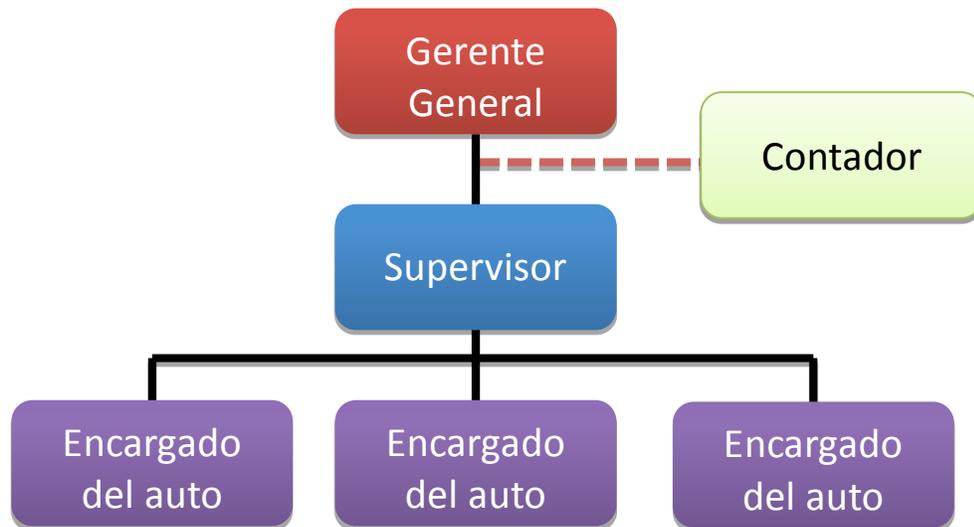
Los insumos no requieren de grandes almacenes puesto que son pocos los elementos que se utilizan para el lavado, por esta razón el único requisito de almacén es que sea un lugar limpio y seco, y que se mantengan lejos del calor para evitar daños.

f. Crédito de los proveedores.

Se prevé pagar los insumos de riguroso contado o máximo en un plazo de 15 días (los quince días considerados para el mantenimiento de inventario), en el caso del crédito no se cobrarán interés adicionales por solicitar esta forma de pago, pero tampoco se harán descuentos adicionales, a diferencia de los pagos de contado.

7. Recursos Humanos

a. Organización funcional.



Descripción de funciones:

- Gerente General: Encargado de Ventas, servicio post venta, promociones y convenios. Es la autoridad máxima de la empresa y de él dependen todos los empleados, fungirá como administrador del negocio y organizará las actividades del mismo. Las habilidades y conocimientos son totalmente relacionados con las ventas, publicidad y relaciones sociales.

- Supervisor: Está a cargo de manejar el check list, tener el control de registros de clientes, Informe diario de actividades y a cargo del resto del personal. También entre sus obligaciones se encuentra el mantener el calendario de actividades y la planeación y rutas diarias. Es el número 2 en el organigrama, el personal que está a su cargo son los conductores de los vehículos y ayudantes de lavado. Las habilidades que requiere para el puesto son:
 - ✓ Liderazgo
 - ✓ Facilidad de palabra
 - ✓ Buenas relaciones sociales
 - ✓ Tolerante

- ✓ Proactivo
- ✓ Disponibilidad de tiempo y servicio

Además debe tener amplio conocimiento de la ciudad y tener por lo menos preparatoria terminada. Los esfuerzos a realizar son tanto mentales como físicos. Debe ser mayor de edad.

- Conductores: habrá 2 responsables de los automóviles para el traslado de los lavadores, estos conductores serán responsables del manejo de la unidad, de mantener el buen estado de la misma, recoger y entregar la máquina de lavado, además de encargarse del lavado interior y exterior de los vehículos clientes. Su ubicación en el organigrama es el tercer lugar y tendrá de personal a su cargo los ayudantes de lavado. Debe tener conocimientos amplios de la ciudad y por lo menos tener secundaria terminada. Es requisito básico tener licencia de conducir vigente y ser mayor de edad.
- Auxiliar de lavado: este puesto está a consideración de los conductores, ya que este último determinará si requiere de un ayudante para sus funciones. Las tareas que llegaría a realizar es únicamente el lavado del automóvil. Se requiere disposición de trabajar, buena presentación y conocimientos de lavado de autos.
- Contador: este puesto no se cuenta dentro del personal de la empresa, ya que es un auxiliar externo, sin embargo se determinará mensualmente un pago para esta persona. El contador no recibirá prestaciones ni otros beneficios que la empresa otorgue a sus trabajadores.

b. Principales políticas sobre Recursos Humanos

Las políticas se basarán en las leyes mexicanas, básicamente en la ley federal del trabajo, además se tendrá un reglamento interno de trabajo en el que se especificarán funciones, acciones, comportamiento y bases para cumplir con el trabajo de la mejor manera.

Algunas determinaciones y reglas para el trabajador se encuentran citadas en el punto anterior, en donde se mencionan algunas especificaciones para el puesto.

c. Condiciones de trabajo y remunerativas.

CANT.	PUESTO	SALARIO	COMISIONES	REMUNERACIÓN SEMANAL	TOTAL MENSUAL POR EMPLEADO	TOTAL POR PUESTOS
1	Gerente General	\$81.74	60%	\$ 572.18	\$2,288.72	\$2,288.72
1	Supervisor	\$81.74	20%	\$ 572.18	\$2,288.72	\$2,288.72
3	Chofer y Lavadores	\$56.75	20%	\$ 397.25	\$1,589.00	\$4,767.00
1	Contador	-	-	-	\$500.00	\$500.00
TOTAL						\$9,844.44

Cuadro con las condiciones remunerativas y de trabajo del personal, así como prestaciones.

d. Plan de Recursos Humanos.

Los principales incentivos serán las comisiones por venta que se manejan con los empleados, ya que su ingreso estará determinado por la habilidad, la productividad y la promoción que hagan del negocio, ya que de acuerdo a los autos que laven serán los ingresos percibidos.

8. Aspectos legales

a. La sociedad

No aplica ya que se trata de una persona física

b. Licencias y Derechos

El lavado requiere de permisos para trabajar en vía pública emitidos por la presidencia municipal de Hidalgo del Parral, Chihuahua. Además, un permiso de la Comisión Nacional del Agua en donde conste que se está autorizado el uso y aprovechamiento de las aguas.

c. Obligaciones Legales

Las obligaciones serán básicamente fiscales, ya que debe cubrir el porcentaje marcado por ley del pago de los diversos impuestos como ISR, IETU, etc. Además deberá cubrir las demás obligaciones que aparezcan en el transcurso del negocio y actualizar los datos en las licencias cada vez que se requiera. También se requiere el cumplimiento oportuno del pago del Seguro Social para los trabajadores y la aportación en INFONAVIT.

d. Permisos y Limitaciones

Los permisos y licencias se especifican en el apartado b. No se encuentran limitaciones en el momento ya que en la localidad se pueden tramitar la mayoría de los permisos, en caso contrario hay oficinas en Chihuahua capital, lo que facilita los trámites.

9. Planes de Lanzamiento

a. Plan de Lanzamiento

En la etapa de arranque se prevé destinar \$6,000 para la publicidad y \$4,000 para promociones, es por ello que en esta etapa se requiere planear las estrategias que darán a conocer el negocio, algunas de ellas son las siguientes:

- Spots de Radio en horas favorables
- Anuncios en el periódico que valgan como cupones de descuento
- Volantes en las avenidas más transitadas y en los sectores a los que pertenezcan los principales segmentos del negocio



Entre otras ofertas y promociones, todas ellas destinadas a dar a conocer el negocio y considerar estos gastos como inversiones a futuro.