

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE CIENCIAS DEL
ADMINISTRACIÓN

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD: LAVADORA DE
VEHÍCULOS EN EL CANTON GUALACEO”

ALUMNOS:

CHRISTIAN LÓPEZ MOLINA
FABIAN LUZURIAGA ULLOA

TUTOR:

ECONOMISTA CARLOS JARAMILLO

COMENTARIO INTRODUCTORIO

El presente trabajo esta realizado en pos al estudio de la factibilidad para la creación de una lavadora de carros ubicada en el Cantón Gualaceo a 36 Km. de la Ciudad de Cuenca, cuyo objetivo principal es la prestación de servicios integrales en la rama de la limpieza de automotores, al mercado de dicho Cantón, quien al momento no cuenta con este tipo de servicios, es decir presenta una demanda creciente e insatisfecha. El proyecto analizado a continuación esta fundamentado en la estrategia de ofrecer servicios innovadores de calidad y a precios competitivos con respecto a la oferta existente.

La Evaluación expuesta emplea un estudio de mercado mediante el método de Encuestas, las cuales aportan con la información sobre la demanda potencial con la que se realiza la proyección de los cálculos de ingresos y gastos del futuro negocio, para ello se realizará el calculo de los ingresos, costos y gastos, además del calculo de las depreciaciones, las amortizaciones sobre el capital ajeno que se utilizara, la tasa promedio ponderada, la tasa libre de riesgo, el calculo del capital de trabajo que será necesario para ejecutar de manera correcta el negocio, el análisis de sensibilidad que tendrá el proyecto y los flujos de beneficio, para finalmente llegar al estudio económico, todo ello con un horizonte de 7 año.

A partir del estudio y la evaluación de las variables que componen el proyecto podemos concluir que su ejecución es viable, su materialización esta apoyada en los resultados positivos obtenidos del calculo proyectado de las utilidades y la recuperación de la inversión.

TITULO I

Análisis del Negocio

Descripción del proyecto y Justificación del tema

PROYECTO:

INSTALACIÓN DE UNA LAVADORA DE CARROS EN EL CANTÓN GUALACEO

INTRODUCCIÓN

Nuestro proyecto está enfocado para prestar un servicio en el cuidado y aseo vehicular en el cantón Gualaceo, ofreciendo servicios como lavado a vapor, pulverizada, encerado, cambio de aceites, filtros, mantenimiento de líquidos del vehículo, aspirado, lavado de interiores, abrillantado y pulido, venta de accesorios.

Contamos con espacio físico de ochocientos metros cuadrados, ubicado en la Avenida Roldós; nuestra infraestructura estará adecuada para la eliminación de desechos causados por el trabajo diario en los vehículos.

Nuestro principal objetivo es el de captar el segmento de mercado de los clientes insatisfechos por la falta de

atención, espacio y por la poca variedad de servicios que ofrecen las lavadoras en Gualaceo.

Antecedentes

Por experiencia personal, se ha notado la necesidad de ofrecer a Gualaceo una lavadora con tecnología nueva ya que las lavadoras existentes utilizan un sistema de lavado deficiente y productos de baja calidad, creando un descontento en el servicio al cliente.

Presentación del proyecto

La idea de este negocio se comenzó a analizar tres años atrás, luego de una muy buena experiencia que uno de los analistas obtuvo en el extranjero aproximadamente cinco años atrás, donde se observó servicios innovadores, y una nueva gama de productos que no se ofrecen en nuestros mercados, en el transcurso de estos años se ha realizado pruebas piloto de productos, servicios, encuestas observando gran aceptación de la población de Gualaceo.

Gualaceo Car Wash, estará ubicada en una zona urbana, la cual verá la necesidad de ofrecer un servicio de calidad en una ciudad cada vez más grande, debido a factores como la migración, que nos obliga a entrar en el mercado con un servicio innovador y novedoso, algo a lo que no está acostumbrada la población, con una atención personalizada, de la mano con la comunidad, es decir, con un alto grado de preocupación ambiental.

Al realizar un estudio sobre las diferentes lavadoras de autos existentes en Gualaceo hemos llegado a diferentes

conclusiones: existe una muy buena demanda por parte de la ciudadanía, pero se presentan problemas como esperar demasiado para poder retirar el vehículo, el servicio de aspirado no es muy bueno, entre otros, que al momento en que retiran su automóvil estos se acumulan de polvo rápidamente ya que estas lavadoras están ubicadas a orillas del río Santa Bárbara.

ESTUDIO DEL SECTOR

Estudio del Mercado:

El mercado de Gualaceo Car Wash está enfocado a satisfacer las necesidades de los clientes en el cuidado y mantenimiento de los vehículos ya que hemos visto la

necesidad de una lavadora con tecnología y servicios de calidad. El presente estudio de mercado ha sido realizado en el cantón Gualaceo, para la caracterización de sus potenciales usuarios. Para la determinación de la demanda se realizó un muestreo de 125 encuestas, y según nuestro análisis de las encuestas realizadas, existe una demanda insatisfecha hacia el servicio por factores como demora y variedad en los servicios.

El tamaño actual del mercado según datos proporcionados por la sub- Jefatura de tránsito de Gualaceo en el año 2005 nos informa que se matricularon alrededor de 11.500 vehículos de los cuales los 1.600 pertenecen a Gualaceo, los demás a los Cantones aledaños inclusive de Cuenca y Azogues.

Segmentación del mercado

Nuestra limitación estratégica sería Gualaceo, con un interés a mediano plazo de realizar convenios con entidades tales como el municipio, Sindicato de Chóferes, etc. Con miras a mercados futuros como son: Chordeleg y a largo plazo entrar en Paute con una nueva estación de servicio.

COSUMIDOR

Nuestro objetivo con el estudio de mercado es identificar nuestros posibles clientes, por lo cual realizaremos una encuesta dirigida a todas las personas que sean propietarios de un vehículo, tanto particulares como de alquiler para tener una idea de que porcentaje demanda

servicios de lavado y de este numero cuantos están satisfechos con los servicios que reciben actualmente.

Lo que en general buscan todo cliente es satisfacer necesidades que no pudo encontrar en otros establecimientos mas aún en Gualaceo donde no existe una lavadora con tecnología moderna ni servicios adicionales que el cliente exige, lo que el cliente espera de nosotros es que le brindemos satisfacción total, al ser nosotros los pioneros con estos servicios nuestro compromiso es mayor ya que todos esperan lo mejor de Gualaceo Car Wash

HABITOS DE COMPRA:

Al tratarse de una empresa de servicios las necesidades de nuestros clientes son adquiridas, en nuestro caso especifico dependiendo el tipo de cliente tenemos por mantenimiento, necesidad o simplemente la satisfacción de tener un carro limpio

ESTUDIO DE PREFERENCIAS:

El cliente que, evidentemente, tiene sus preferencias, se basa en la idea que tiene del fabricante u oferente del servicio, es trascendental la imagen que este ha creado, por esta razón Gualaceo car wash siempre proyectará una excelente imagen al público, con un local siempre limpio, ofreciendo productos y servicios de calidad.

Los compradores emplean imágenes, sugeridas por distintas fuentes, mediante las cuales se atribuyen al producto determinadas cualidades que no siempre responden a las verdaderas. Esta simplificación mental

de los compradores, no siempre consciente, es una necesidad psicológica.

Se debe cuidar todos los aspectos de su negocio que influyen en la creación de una imagen ante el comprador. Para lograr este fin, debe tener en cuenta hasta los menores detalles.

Sin lugar a dudas, el hecho de disponer de un ambiente donde esperar cómodamente, mirando televisión, escuchando música, leyendo un periódico o una revista son agregados que cualquiera de los clientes potenciales van a preferir.

INCIDENCIA DEL PRECIO EN LA DECISIÓN DE COMPRA:

Según la teoría económica, en un sistema de mercado el precio del producto determina la cantidad que se demanda de ese producto. Esta sencilla relación supone, sin embargo, que permanece constante una serie de factores que influyen también sobre la demanda, entre ellos: el número de compradores, las expectativas sobre ingresos y precios futuros que tienen esos compradores, la adopción de los gustos del momento, un solo factor influye muy poco, son los demás factores o circunstancias individuales.

Si bien el precio puede ser una barrera insalvable, en ciertos casos, para que un consumidor compre un producto, en general, el precio le merece una atención diferente según la clase de compra que se realice. En las compras urgentes no le presta atención, pues lo que pretende es el producto o el servicio, en las cotidianas por el contrario, el precio si es determinante mientras que en las compras intermitentes el precio representa un papel

secundario y, en general, las suntuarias se concretan a precios convencionalmente altos.

Antes que el precio entra en juego una serie de consideraciones sobre la calidad del producto o la satisfacción de sus necesidades. Una vez considerados estos factores, se establece la comparación entre el beneficio que espera obtener del producto y su precio.

Se han hecho experimentos para determinar los límites del precio a partir de los cuales el consumidor considera un producto o servicio demasiado caro o demasiado barato, como dato curioso, el resultado fue que entre dichos precios máximos y mínimos no cambia la cantidad vendida de modo sustancial. Esto indica que el vendedor puede aumentar el precio en una cantidad moderada sin sufrir disminución en las ventas, esto no se da en todos los artículos: es más frecuente en los bienes que el comprador adquiere de modo ocasional, en las compras intermitentes donde el comprador no presta demasiada atención al precio ni lo recuerda de una vez para otra

En el artículo suntuario, un precio demasiado bajo puede ser contraproducente para las ventas. Este comportamiento atípico respecto de las leyes de mercado no se produce en el caso de artículos de compra cotidiana, ya que en ellos la intensidad de la demanda es bastante alta, puesto que componen el grueso del gasto de muchas familias, pero al mismo tiempo existen muchos vendedores. Es decir, estamos en el caso de poder aplicar la ley de la oferta y la demanda, la cual supone un número indefinido de oferentes y de consumidores, que entran o salen del mercado según sus propias conveniencias.

Podemos decir que el precio de un artículo tiene importancia cuando se trata de un consumo permanente, pero que, en los otros casos, predomina como determinante de la compra la motivación principal, basada en las necesidades del individuo y en su carácter. El precio pasaría a su segundo término en cuanto a factor de compra siempre que no se le considere excesivo.

Concluimos con este análisis de precios diciendo que Gualaceo car wash, aunque ofrecerá un servicio claramente diferenciado ingresará al mercado con precios similares a los de la competencia en servicios similares, para no crear un impacto negativo en los clientes, de manera que cuando sea una empresa conocida por la calidad del servicio, se incrementara los precios es decir un precio justo. Es importante ganarse una reputación comercial que propicie una clientela segura y en expansión.

DETERMINACIÓN DEL MERCADO ACTUAL

Hemos considerado para determinar nuestra demanda actual una aproximación de los automotores que circulan en Gualaceo. Según datos de la Sub Jefatura de tránsito, el número de autos que corresponde a este sector es de 1.600 que sería nuestro mercado potencial sin contar Chordeleg ni Paute. De estos 1.600 debemos reducir un 25% como margen de error por las personas que no usen servicios de una lavadora o que acuden a otras, o que lavan esporádicamente, porcentaje que representa 400 Vehículos, de manera que nuestro mercado potencial sería de 1.200 vehículos.

Según datos proporcionados por lavadoras de Cuenca con una tecnología buena (no excelente), su promedio diario es de 38 autos, laborando seis días a la semana. No así uno de nuestros mejores días sería el domingo por lo que trabajaríamos siete días a la semana. Realizando un análisis según el resultado obtenido en la pregunta número dos referente a la frecuencia con que lava el vehículo, obtuvimos los siguientes datos:

Frecuencia	Porcentajes	Equivalente	Total lavado (mes)
Cuatro veces al mes	16,80%	202	808
Dos veces al mes	27,20%	326	652
Una vez al mes	44%	528	528
Otros	12%	144	144
Total	100,00%	1200	2.132

Con este resultado de 2.132 es total de lavados por mes si consideramos que existen tres lavadoras en el sector obtenemos que a cada una corresponde 710 lavados por mes, supongamos que la capacidad instalada es de 38 lavadas por día multiplicado por 30 días laborables obtenemos 1140 lavadas al mes.

Tomando en cuenta la existencia actual de tres lavadoras de proceso tradicional que ofertan la cantidad de 16 lavadas diarias un total de 48 por los treinta días laborables nos revelan la cantidad ofertada por la competencia de 1440.

La oferta real con la nueva lavadora en el mercado de Gualaceo nos da la suma de la oferta actual mas la oferta del proyecto que es 2580 lavadas por mes.

La diferencia existente actualmente sin la implementación del proyecto, entre oferta y demanda es de 2132 menos 1440 resultando 692 como demanda no cubierta.

A más de la brecha deficitaria entre oferta y demanda, si incorporamos el grado de insatisfacción del cliente con el actual servicio que brindan las lavadoras tradicionales, a la hora de cuantificar la demanda insatisfecha, ésta resulta muy superior al déficit señalado de 692 lavadas por mes, lo que nos permite calificar la factibilidad del proyecto desde el punto de vista del mercado, y a su vez, proyectar las cifras de ingresos y resultados en tres escenarios posibles:

Pesimista: en el que se cubriría el déficit de demanda de 692 lavadas por mes, situación que se lograría con un porcentaje de utilización del 60% de la capacidad instalada del proyecto.

Posible: Con un porcentaje de utilización del 75% de la capacidad instalada, equivalente a 855 lavadas /por mes.

Optimista: Con un porcentaje de utilización del 90% de la capacidad instalada, equivalente a 1.026 lavadas/por mes.

ESTUDIO TECNICO:

Dentro del estudio de factibilidad tenemos que puntualizar el siguiente estudio :

Un patio de 360 metros cuadrados para el tránsito y estacionamiento vehicular, un cuarto para máquinas donde se ubicará vestidores y baño para obreros, un galpón de 100

metros cuadrados dividido en tres sectores para el pulido con capacidad para un vehículo, para el lavado de interiores para uno, y finalmente el área de secado y aspirado con capacidad de tres vehículos., una oficina de 19 metros cuadrados equipada con baño para clientes, además para el lavado es necesario la construcción de dos fosas que requiere de una construcción de 22.8 metros cuadrados, a continuación detallaremos la inversión necesaria.

OFICINA

GALPON

PATIO

FOSAS

PERSONAL Y DELEGACIÓN DE FUNCIONES:

LAVADO:

En esta área serán necesario dos personas una para cada fosa que trabajarán de acuerdo a cada orden de trabajo, que básicamente consiste en lavado, enjuague, lavado a vapor motor y carrocería, pulverizado, engrasado., Además estarán encargados de los cambios de aceites y líquidos.

TIPOS DE LAVADO:

Lavado Exterior:

Lavado y enjuague de pintura, aros y guardalodos.

Lavado Ejecutivo:

Lavado a presión "vapor "

Motor, Chasis

Engrasado

Lavado de Moquetas

Súper lavado:

Lavado a presión "vapor "
Motor, Chasis
Engrasado y pulverizado
Lavado de moquetas

EQUIPO NECESARIO:

1. Bomba de agua capacidad:
2. 3 pistolas de presión para las mangueras
3. 2 pares de botas.
4. Trajes impermeables para lavadores
5. Juego de herramientas
6. Pistola para pulverizar
7. Recipiente para recoger aceite usados
8. Recipiente para shampoo

LAVADO DE INTERIORES:

Para este servicio será necesario de una persona encargada de desarmar, lavar, lubricar, armar cada vehículo.

De acuerdo a la condición y el estado de la alfombra se procederá o no a desarmar los asientos y consolas.

LAVADO DE INTERIORES AL VAPOR

- Lavado de alfombras y tapetes
- Lavado de asientos
- Lavado de paneles de puertas y cielo

- Lavado de consolas
- Lavado de tablero
- Armorall en todo lo que es plástico y vinil.
- Limpieza de ventanas

EQUIPO NECESARIO:

- Máquina de vapor (mono vap)
- Compresor de 2hp 100 lbs de presión
- Aspiradora de dos motores AT&E
- Mascarilla 3m
- Overol
- Juego de herramientas snap - on
- Un dispensador

PROCESO:

El primer paso en el lavado de interiores es desocupar el interior del vehículo, luego aspirar y soplar a presión lugares difíciles como las rejillas de aire, luego se procede a rociar con desengrasante los lugares mas percutidos.

Es necesario contar en el carro de la máquina de vapor con suficiente toallas, un rociador lleno de desengrasante, espumas, amor all, para evitar pérdidas de tiempo.

El primer lugar a limpiar es el cielo, ya que es preferible mantener los asientos secos para poder realizar la limpieza de tablero y consola, luego se lava la mitad del tablero sección conductor continuando con la puerta y el asiento, pasando luego al asiento y puerta posterior, continuando el trabajo así hasta terminar con el asiento delantero del copiloto, la alfombra en caso de no ser necesario desarmar se lo deja para el último ya que se utilizara espuma y

vapor, luego se aspira todo el interior y se aplica amorall a plásticos y vinil y en caso de estar equipado con cuero acondicionador de cuero.

Luego se procede a inspeccionar con una lista donde indica compartimentos y todas las partes del vehículo.

PULIDO:

En la apertura tendremos un operario y de acuerdo al crecimiento se analizará la opción de contar con una persona más.

EQUIPO NECESARIO:

- Compresor de 2hp 100lbs de presión
- 2 Máquinas de pulir marca DEWALT
- 1 Abrillantadora Black & Decker (doble acción)
- Mascarilla 3m
- Overol
- Juego de acoples
- Juego de motas
- Recipientes para pulimentos

PROCESO:

El primer paso es abrir todas las puertas, rociar desengrasante, y luego mandar a lavar el vehículo, de la rampa se traslada al galpón de pulido donde se lo limpia con Clay Auto Magic, removiendo toda imperfección de la pintura como residuos de brea, pintura etc.,

Luego se procede a secar, se cubre el parabrisas con papel para evitar que el pulimento se adhiera a las plumas.

Se inspecciona la pintura para poder aplicar el pulimento adecuado o abrillantamiento necesario, al terminar se lo

envía a lavar solo exterior, se lo seca y se procede a limpiar todo las molduras, pasar amor all, para luego pasar la cera que es el último paso que inicia en la parte delantera del conductor para dar la vuelta en toda la superficie, enseguida se saca la cera con una toalla de fibra y se limpia todo los residuos con una brocha fina para evitar rayar la pintura.

Se realiza una inspección final afuera del galpón para con la luz solar apreciar cualquier imperfección en la pintura.

AREA DE SECADO Y ASPIRADO:

Aquí contaremos con tres obreros para el proceso de secado, aspirado y terminado de vehículos que compren los servicios de lavado.

EQUIPO NECESARIO:

- DOS ASPIRADORAS DE DOS MOTORES
- TRES OVEROLES
- DISPENSADOR DE AMBIENTALES
- TRES ROCIADORES DE LIMPIA VENTANAS
- TOALLAS
- CEPILLOS
- ROCIADOR CON DESENGRASANTE
- JUEGO DE GILLETES

PROCESO:

Al terminar el lavado se pasa al galpón de secado y aspirado, donde en primer lugar se divide el trabajo mientras una persona seca el otro aspira todo el interior inclusive las moquetas para que se sequen con facilidad, mientras la otra persona pasa amor all al interior como al exterior dependiendo el tipo de lavado dejando para el último la limpieza de ventas debido al residuo que normalmente deja el amor all, antes de trasladar el auto al área de terminado se rocía con ambiental, se regresan las moquetas, sobre las cuales se pone un papel con nuestra publicidad y agradecimiento por usar nuestros servicios.

FODA

Fortalezas:

- Conocimiento y experiencia en servicio.
- Tecnología avanzada.
- Espacio físico amplio.
- Productos adecuados para cada vehículo.
- Atención personalizada.
- Productos de calidad.
- Reutilización de agua.

Debilidades:

- Negocio Nuevo.
- No tener posicionamiento en el mercado.

Oportunidades:

- Primera en el área de influencia con servicios diferenciados.
- Congelamiento en los servicios básicos como es la luz.

Amenazas:

- Relativas facilidades para la entrada de nuevos competidores.

- Dificultades de conseguir mano de obra dispuesta a trabajar con la tabla de salarios que rige para el sector.
- Regulaciones municipales; no obstante, de las características especiales del nuevo negocio, no estaría exento del riesgo que representan eventuales regulaciones municipales, particularmente en términos de reubicación de este tipo de servicios.

TITULO II

PROYECCIÓN:

ANALISIS FINANCIERO DE LA PROYECCIÓN

Dentro del Estudio de Factibilidad es indispensable el análisis de diferentes variables claves que llevaran a la toma de decisión en cuanto a continuar con el proyecto o no, para poder evaluar de mejor manera encontramos indispensable analizar las siguientes herramientas de proyección que serán la guía para la toma de decisiones con respecto a sí es factible o no la ejecución del negocio.

Precios:

Los precios se fijaran de acuerdo a nuestros costos, margen de utilidad, de manera de ser atractivo tanto en el mercado como para nuestros accionistas.

Se dará énfasis a promociones con la finalidad de tener clientes todo el año buscando fidelidad y lealtad como con programas de lavado semestral, anual. Combos en pulidos con lavados de interiores.

Se podría pensar en algo como el lunes gualaceño donde se pueda ofrecer el súper lavado a precio de ejecutivo.

En lo referente a la forma de pago utilizaremos contado-efectivo, pudiendo también aceptar pagos con tarjeta de crédito, especialmente para los servicios de lavado de interiores y pulido o por servicios combinados superiores a \$ 10.

Precios de Venta

SERVICIO	PRECIO
Lavado Exterior	5 dólares
Lavado Ejecutivo	7 dólares
Súper lavado	7.5 dólares
Lavado de Interiores	25 dólares
Pulido	30 dólares

INVERSIÓN

El primer peldaño en el proceso de la evaluación económica financiera del proyecto es el calculo de la inversión, para ello tenemos que investigar cuales serán los gastos necesarios en la adquisición de activos para poner en marcha el negocio, Anexo 2, además se tiene que especificar cual es la cantidad de capital propio a invertir y cual es el monto del capital financiado.

Anexo3

TASAS

Como siguiente paso especificaremos cuales son las tasas con las que se van a trabajar la proyección del negocio como son la inflación y su incremento a lo largo del periodo, además la tasa de crecimiento, los datos en unidades anuales en numero de prestaciones del servicio y los precios promedios son de vital importancia para el calculo.

Anexo 4

INGRESOS

Conocidos los datos para la proyección, como la demanda proyectada y los precios promedio, continuamos con el calculo de los ingresos del negocio por la venta de los servicios. Anexo 5

ROL DE PAGOS

Dentro del estudio económico financiero, es de vital importancia los datos de los roles de pago para el personal que ejecutara las labores.

Anexo 6

COSTOS DE LA PRODUCCIÓN

El siguiente peldaño es el calculo de los costos que generará la prestación de los servicios, para ello nos ayudamos de la demanda proyectada y de los costos de los diferentes insumos necesarios para que se genere la actividad.

Anexo 7

COSTO DE VENTAS

Otro de los datos que involucran para el estudio del proyecto es el costo de ventas, para ello se especifica otros rubros que involucra el proceso de la venta del servicio como la publicidad y los gastos administrativos.

Anexo 8

NECESIDAD DE CAPITAL DE TRABAJO

Dentro del calculo de la necesidad del capital de trabajo que requiere el negocio podemos concluir que no se genera cantidad alguna, ya que el proceso de ingresos por venta es en efectivo y al momento de su generación, al mismo tiempo los artículos necesarios para la prestación de el mismo serán financiados y el momento de la cancelación se los hará con recursos ya ingresados.

Anexo 9

DEPRECIACIONES

Dado que el proyecto cuenta con una infraestructura, además de los terrenos las maquinarias y los equipos de estimara las proyecciones del calculo de su depreciación.

Anexo 10

AMORTIZACIÓN DEL CAPITAL AJENO

Dentro del presupuesto de inversión en cuanto al capital inicial que el negocio obtendrá es mediante al financiamiento con un capital ajeno de 10740.29 dólares, el

mismo que será amortizado a 5 años con pagos trimestrales a un interés anual del 11.08 %.

Anexo 11

BALANCE GENERAL PROYECTADO

La evaluación del presente negocio además cuenta con los balances generales proyectados para el periodo de los 7 años, mediante los cuales podemos apreciar de manera mas directa los diferentes rubros como activos, pasivos y patrimonios.

Anexo 12

FLUJO DE CAJA PROYECTADO

De igual manera se cuenta con la proyección de los flujos de caja, que detallan los ingresos y los gastos que se generaran al momento de llevar a la marcha el negocio, este mismo ayudará de manera clara la búsqueda de inversión para el excedente del capital al final de cada periodo o para la búsqueda de financiamiento en el caso que los resultados sean negativos.

Anexo 13

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

El calculo de las variables anteriores nos llevan a la proyección de los estados de perdidas y ganancias los cuales se proyectan para os 7 años que es el horizonte, con esta información podemos evaluar la utilidad neta operacional, la utilidad neta del ejercicio y la utilidad liquida que generara el negocio, siendo estos datos los principales indicadores de si es o no conveniente la materialización del supuesto, los resultados obtenidos

expulsan cantidades positivas que animan a la conclusión del negocio de manera optimista.

Anexo 14

VAN, TIR

El calculo del valor neto actual VAN, nos indica la rentabilidad que tendrá el presente proyecto, expresado en el monto monetario, relacionando a la mejor alternativa de inversión que en este caso es el sistema Bancario, mediante la comparación de una alternativa real que es del total de la inversión del proyecto 101.480,57 un monto financiado 10.740,29 y además del supuesto de no haber inversión 101.480,57., La tasa interna del retorno TIR, nos indica porcentualmente la rentabilidad que tiene el presente negocio, evaluándola con la tasa de descuento que se calcula para el caso.

Anexo 15

PUNTO DE EQUILIBRIO

La proyección del negocio crea la necesidad de encontrar cual es el punto de equilibrio estimado para cubrir los gastos fijos, debido a que la cartera de servicios ofertada es de varios tipos, nos enfocamos en el numero de lavadas por vehículo al mes, que es el rubro principal de ingresos que obtendría el proyecto, el calculo se lo realizara en unidades de lavadas por año.

Anexo 16

INFRAESTRUCTURA

Dado que el proyecto requiere de la adecuación de un terreno y ayudados por el estudio técnico presentamos un plano proyectado de la infraestructura sede del negocio.

Anexo 17

POLÍTICA DE MARKETING

POLÍTICA DE PRODUCTOS:

Productos actuales

- Lavado a presión "vapor".
- Engrasado.
- Lubricado, Cambio de aceite.
- Pulido y abrillantado.
- Lavado a vapor de interiores.
- Encerado.
- Venta de accesorios para auto.

Lavado Exterior:

- Lavado a presión "vapor"
- Limpieza de ventanas

Lavado Ejecutivo:

- Lavado a presión "vapor "
- Motor, Chasis
- Engrasado
- Lavado de Moquetas

- Aspirado
- Limpieza de plásticos y Vinil
- Limpieza de ventanas

Súper lavado:

- Lavado a presión "vapor "
- Motor, Chasis
- Engrasado y pulverizado
- Lavado de moquetas
- Aspirado
- Limpieza de plásticos y vinil
- Limpieza de ventanas
- Armorall en el interior
- Armorall en las llantas
- Aromatizador a elección

Lavado de interiores al vapor

- Lavado de alfombras y tapetes
- Lavado de asientos
- Lavado de paneles de puertas y cielo
- Lavado de consolas
- Lavado de tablero
- Armorall en todo lo que es plástico y vinil.
- Limpieza de ventanas

Pulido

- Limpieza manual de la pintura.
- Lavado de entrepuertas y tapa de gasolina.
- Empastado a máquina para eliminar ralladuras.
- Abrillantado a máquina.
- Encerado manual.
- Limpieza de las ventanas

Períodos

En el caso de nuestro servicio, no existirán períodos cíclicos o estacionales, pues se caracteriza por ser permanente, especialmente los días viernes, sábados, domingos, y lunes.

COMUNICACIÓN:

Las acciones de publicidad y de promoción que va a tomar Gualaceo Car Wash para darse a conocer son las siguientes:

1. Diario semanal "El Pueblo" (envío de cupones, anuncio de ofertas)
2. Radio "Santiago" y FM 88.5
3. Distribución de hojas volantes en las diferentes estaciones de servicio de la zona y en el peaje de las orillas.

La publicidad es muy importante en el arranque de la lavadora y posteriormente en su ciclo de vida donde se

introducirá promociones, descuentos, anuncios de nuevos servicios, etc.

Objetivos del mercadeo:

- Hacernos conocer mediante publicidad en medios como la radio "Radio Santiago 89.3 en Gualaceo, Prensa "diario El Pueblo. "
- Atraer y mantener nueva clientela.
- Incrementar la utilidad a través de promociones y descuentos.

OBJETIVOS DE INGRESOS

CARTERA DE PRODUCTOS:

Los productos/servicios que va a ofrecer nuestra empresa se han agrupado dentro de los siguientes:

Grupo A: "Lavados "; en este grupo se incluyen lavado exterior, ejecutivo, súper lavado.

Grupo B: "interiores"; en este grupo se incluyen todos los trabajos para el reacondicionamiento del interior del vehículo.

Grupo C: "pulidos "; aquí tenemos abrillantado, pulido, encerado, pulido de piezas cromadas.

Grupo D: "lubricación", aceites, filtros, líquidos, bujías.

RECURSOS HUMANOS

Nuestra empresa en sus inicios contará con el siguiente número de obreros:

- Dos personas en el área de lavado
- Tres personas en el área de secado y aspirado
- Una persona en lavado de interiores
- Una persona en pulido y abrillantado
- Un supervisor
- Una secretaria, recepcionista

TITULO III

INFORME FINAL

EVALUACIÓN ECONOMICA

Dado la opción de los tres escenarios posibles nos permitimos evaluar el escenario pesimista que oferta la cantidad de 692 vehículos por mes, en el rubro de lavados, obteniendo así el siguiente análisis:

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

VIDA ÚTIL (AÑOS)	INVERSIÓN 101.480,57	UTILIDAD
1		33.583,9
2		37.504,1
3		42.078,5
4		43.701,4
5		45.354,3
6		47.021,0
7		48.646,5
TOTAL		297.889,8
UTILIDAD PROMEDIO		42.555,7

Período de Recuperación:

$$\begin{array}{rclcl} \text{Inversión Total} & / & \text{Utilidad prom. anual} & = & \\ 101480.57 & / & 42555.7 & = & 2.38 \text{ años} \end{array}$$

Período de Recuperación =

2 años

0,38 x 12 meses = 4.56 meses

0,56 x 30 días = 16 días

Período de Recuperación = 2 años, 4 meses, 16 días

RENDIMIENTO SOBRE LA INVERSIÓN (ROI)

Fórmula 1:

ROI = (Utilidad anual - (Inversión / Vida probable)) / Inversión

$$ROI = (297.889,7 - (101.480,57 / 7)) / 101.480,57$$

ROI = 2,79 = 279%

Fórmula 2:

ROI = (Ventas / Inversión) x (Utilidad / Ventas)

$$ROI = (895.232,34 / 101.480,57) \times (297.889,7 / 895.232,34)$$

ROI = 2,94 = 294%

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- Se conseguirá elevar el nivel tecnológico en el proceso de mantenimiento de vehículos con relación al existente en la zona, utilizando bienes de capital, equipos y maquinaria, lo que nos permitirá establecer una buena rentabilidad, pero manteniéndonos dentro de los límites de la pequeña industria en cuanto a inversión se refiere.
- Para nuestra tecnología usaremos materia prima de alta calidad y un cierto porcentaje de ellos serán importados, para garantizar el resultado de nuestro trabajo.
- Hemos determinado que existe una gran aceptación hacia nuestra nueva opción de servicio de lavado vehicular en la zona de Gualaceo, especialmente de público de clase media y alta, quienes requerirán de nuestro servicio no solo en el tradicional lavado del vehículo, sino también servicios adicionales representando un paquete atractivo hacia nuestros clientes.
- Nuestro proceso se introducirá sin mucha dificultad en el mercado, para lo cual la empresa tiene la capacidad de competir, y mediante en el estudio de la oferta queda establecido que si lo podemos lograr a través de una política precios adaptables al bolsillo y necesidad del cliente y cubrir una demanda insatisfecha.

- El proceso de tecnología apropiado se procurará innovarlo constantemente para poder satisfacer las necesidades de la gente.

- **EVALUACIÓN ECONÓMICA**

- El proyecto está ampliamente justificado desde el punto de vista empresarial, ya que tiene una rentabilidad del 279% después de que se recupera la inversión al cabo de 2 años, 4 meses, 16 días. El VAN es de 254.036,42 dólares, en el escenario pesimista, lo que significa que es recomendable realizar el proyecto ya que el VAN es positivo y se obtiene con una tasa de interés del 11,08% (que es la tasa de interés con la que obtuvimos el crédito y nos sirve como parámetro de referencia).
- La TIR, es decir, la tasa a la cual el VAN es Cero, donde es indiferente invertir o no el proyecto, es del 93%, lo que significa que tenemos las condiciones a favor.
- Todos estos parámetros económicos-financieros, que nos ha permitido evaluar este proyecto nos llevan a la conclusión de que el proyecto es recomendable para ejecutar, porque con él, los inversionistas obtendrán de su inversión, beneficios mayores que ubicando su dinero en libretas de ahorro (tasa de interés del 11,08%) y otros papeles fiduciarios negociables y no negociables.

- En general, el análisis de un proyecto consiste en verificar que éste se encuentre definido en su totalidad, y que todas las decisiones adoptadas con respecto a sus características básicas están fundamentadas, si revisamos el cuerpo de este proyecto vemos que cumple con estos requisitos. Sin embargo, todo proyecto lleva implícito un riesgo que debe ser ponderado cuidadosamente no solo por las consecuencias directas para el inversionista, sino también por los efectos indirectos, en este caso por la rama de servicios y en la economía del país, y por tanto estamos convencidos de que este proyecto ayudará a que el país tenga mayores ingresos y adelantos en lo referente al servicio de mantenimiento de vehículos.
- El riesgo que conlleva es que los parámetros de evaluación han sido calculados bajo el supuesto de una tasa de inflación del 3,60%, y que en caso de subir la misma erosionará los beneficios económicos reales del proyecto, sin embargo se presenta un análisis de sensibilidad que hace posible tener una buena herramienta para que definitivamente nos decidamos a invertir en nuestro proyecto que hace falta a la zona de Gualaceo.

