



FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE INGENIERIA EN ADMINISTRACION DE VENTAS

**Innovación en el negocio de  
Lavado de Autos  
CAMISETITAS CAR WASH**

INTEGRANTES:

Mauricio Manuel Avalos Rodríguez

Richard Orlando Macías León

Gabriel Fernando Romero Vera

María Belén Serrano Lombeida

Jorge Eduardo Velásquez Torres

2009 - 2010

## INDICE

1. ANTECEDENTES .....	- 5 -
2. PROBLEMÁTICA ACTUAL EN GUAYAQUIL .....	- 6 -
2.1 LAVADORAS INFORMALES.....	- 7 -
2.2 LAVADORAS FORMALES TIPO 1 .....	- 8 -
2.3 LAVADORAS FORMALES TIPO 2 .....	- 10 -
3. PROPUESTA CAMISETITAS CAR WASH.....	- 22 -
4. PLAN DE MERCADEO .....	- 29 -
4.1 FUERZAS COMPETITIVAS .....	- 29 -
4.2 FODA .....	- 31 -
4.2.1 FORTALEZAS .....	- 31 -
4.2.2 OPORTUNIDADES .....	- 31 -
4.2.3 DEBILIDADES .....	- 32 -
4.2.4 AMENAZAS.....	- 32 -
4.3 OBJETIVOS ESTRATEGICOS .....	- 33 -
4.4 MISIÓN .....	- 35 -
4.5 VISIÓN .....	- 35 -
4.6 ESTRATEGIAS .....	- 36 -
4.7 MARKETING MIX.....	- 43 -
4.8 PROGRAMACIÓN Y PRESUPUESTACIÓN.....	- 49 -
4.8.1 CADENA DE VALOR.....	- 49 -
4.8.1.1 ACTIVIDADES DE APOYO .....	- 49 -
4.8.1.2 ACTIVIDADES PRIMARIAS.....	- 49 -
4.8.1.3 PERSONAL .....	- 49 -
4.8.1.4 UNIFORMES DEL PERSONAL .....	- 50 -
4.8.1.5 TARIFAS Y HORARIOS.....	- 50 -

4.8.1.6	HORARIOS .....	- 50 -
4.8.1.7	IMPLEMENTOS .....	- 51 -
4.8.2	PRESUPUESTO .....	- 51 -
4.8.2.1	COSTOS GENERALES .....	- 51 -
4.8.2.2	COSTOS VARIABLES .....	- 52 -
4.8.2.3	COSTOS FIJOS .....	- 53 -
4.8.2.4	SUELDOS Y SALARIOS .....	- 53 -
4.8.2.5	INVERSION .....	- 54 -
4.8.2.6	ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS .....	- 54 -
4.8.2.7	TABLA DE AMORTIZACIÓN .....	- 55 -
5.	CONCLUSIONES.....	- 56 -
6.	BIBLIOGRAFÍA .....	- 57 -
7.	ANEXOS .....	- 57 -

### AGRADECIMIENTO

Nuestros más sinceros agradecimientos, a Dios por las bendiciones que depositó sobre cada uno de nosotros, al permitirnos culminar esta presentación, a nuestros padres, matrimonios, hijos, por el tiempo que no pudieron compartir junto a nosotros, y por la gran comprensión y tolerancia brindada, a nuestros profesores, por su generosidad de compartir sus experiencias y conocimientos al igual que nuestros 32 compañeros ya que de cada uno adquirimos experiencias nuevas y muy positivas.

### 1. ANTECEDENTES

En Ecuador existe la modalidad de lavadoras de autos todas ofreciendo el mismo servicio, el lavado simple de su auto donde lo único atractivo para el consumidor es la posibilidad de que su auto sea bien lavado.

El concepto conocido como HOT CAR WASH no existe en el país y no es otra cosa que el lavado de autos ejecutado por atractivas mujeres, es decir que el despertador de interés para el cliente no es el servicio del lavado si no atractivas mujeres.

El principal paradigma que se rompe en este negocio es el de creer que el lavado y mantenimiento básico de vehículos solo puede ser ejecutado por personal masculino, la innovación consiste en que todos los trabajos serán realizados por personal femenino convirtiendo a este personal en el despertador de interés para el cliente.

#### Ventas de carros en el Ecuador en los últimos 3 años

AÑO	UNIDADES VENDIDAS	CAMIONES Y BUSES 20%	AUTOMOVILES 39%	SUBURBAN Y CAMIONETAS 41%	Total
2007	85000	17000	33150	34850	
2008	115000	23000	44850	47150	
2009	95000	19000	37050	38950	
Números en Guayas			115050	120950	236000

68440	GUAYAS	→ 60%
41064	HOMBRES	

Fuente: AEADE (Asociación de empresas automotrices del Ecuador)

Después de una encuesta se comprobó que nuestra idiosincrasia permite que el personal utilice indumentaria sugestiva mientras se realizan los trabajos.



Fig 1. Chicas en una lavadora de auto recibiendo al cliente

## 2. PROBLEMÁTICA ACTUAL EN GUAYAQUIL

Actualmente existen negocios de lavado de autos que se pueden clasificar en distintas categorías:

LAVADORAS DE AUTO		Tipo de servicio		
		Lavado y Servicios Adicionales (opcionales)	Lubricación, Lavado y Servicios Adicionales (opcionales)	Lavado, Servicios Adicionales (opcionales) y Valores Agregados
Categorías	Informales	x		
	Formales 1	x	x	
	formales 2	x		x

## 2.1 LAVADORAS INFORMALES



Lavadora Ubicada en Colinas de la Alborada

- **Aspectos generales.-** Este tipo de negocio no tiene permiso de funcionamiento, los trabajadores son en su mayoría menores de edad sin compromisos contractuales ni beneficios de ley.
- **Servicios.-** Lo que este tipo de negocio ofrece es el lavado simple del auto, opcionalmente ofrecen la encerada del vehículo.
- **Horarios.-** El horario promedio oscila entre las 8H00 hasta las 18H00 de lunes a domingo.
- **Implementos de lavado.-** Los implementos utilizados (jabones, esponjas, franelas, etc.) no prestan garantías, pueden resultar dañinos para los exteriores e interiores del auto.
- **Servicios básicos.-** Fuera del desperdicio de agua y energía eléctrica, ocasionalmente estos servicios son obtenidos ilegalmente (electricidad tomada del alumbrado público y tomas de agua antes del medidor)
- **Tiempos.-** El tiempo de espera es relativo y generalmente es superior a una hora.
- **Seguridad.-** No existe seguridad para la integridad física del cliente ni del vehículo.

- **Valores agregados.-** No existen valores agregados al servicio ofrecido, el cliente no tiene comodidades mientras espera que se concluya el lavado.
- **Precios.-** El precio promedio es de \$2.00, ocasionalmente cobran \$1,00 más si ofrecen la encerada del vehículo.
- **Ubicación.-** La ubicación es generalmente en calles o avenidas principales ocupando la vía pública, resultando inconveniente para la circulación normal de vehículos, fuera del caos e insalubridad originados por el agua utilizada en el lavado.
- **Fidelidad del cliente.-** Estaría relacionada con del servicio aparentemente personalizado, por la alta rotación de personal (por no existir compromisos contractuales ni beneficios de ley para el personal) es difícil lograr la fidelidad del cliente.
- **Sustento del negocio.-** El negocio está sustentado por su actividad principal, el lavado de autos, no existen fuentes de ingreso paralelas.

## 2.2 LAVADORAS FORMALES TIPO 1



Lavadora Jova / Ubicada en Sauces 9

- **Aspectos generales.-** Este tipo de negocio tiene permiso de funcionamiento, los trabajadores están legalmente contratados y reciben beneficios de ley.
- **Servicios.-** Lo que este tipo de negocio ofrece es lubricación como servicio principal, el lavado simple del auto y la encerada del vehículo son opcionales.
- **Horarios.-** El horario promedio oscila entre las 8H00 hasta las 18H00 de lunes a sábado.
- **Implementos de lavado.-** Los implementos utilizados (jabones, esponjas, franelas, etc.) prestan garantías, son los apropiados, no afectan los interiores y exteriores del auto.
- **Servicios básicos.-** Se trata de regular las cantidades de agua y energía eléctrica, para los propietarios el consumo de estos servicios son parte de sus costos fijos.
- **Tiempos.-** El tiempo de espera es relativo y generalmente es superior a una hora.
- **Seguridad.-** Existe seguridad para la integridad física del cliente ni del vehículo de manera parcial, no es una prioridad para los propietarios del negocio.
- **Valores agregados.-** En la mayoría de los casos no existen valores agregados al servicio ofrecido, el cliente no tiene comodidades mientras espera que se concluya el lavado.
- **Precios.-** El precio promedio es de \$6.00, ocasionalmente cobran \$2,00 más si ofrecen la encerada del vehículo, los precios de lubricación ocasionalmente incluyen parte del precio del lavado.
- **Ubicación.-** La ubicación es generalmente en calles o avenidas principales sin ocupar la vía pública pero por razones de espacio resulta complicado tener vehículos en fila de espera, no existe inconveniente

para la circulación normal de vehículos y en la mayoría de los casos no contaminan lugares aledaños.

- **Fidelidad del cliente.-** Estaría relacionada con del servicio personalizado, por la baja rotación de personal es mas fácil difícil lograr la fidelidad del cliente, el personal no es de tan alta rotación.
- **Sustento del negocio.-** El negocio está sustentado por su actividad principal, lubricación de motores, los ingresos se derivan de la venta de filtros y lubricantes el lavado de autos es una fuente de ingreso paralela.

### 2.3 LAVADORAS FORMALES TIPO 2

- **Aspectos generales.-** Este tipo de negocio tiene permiso de funcionamiento, los trabajadores no siempre están legalmente contratados y reciben beneficios de ley.



Lavadora Sebastián / Ubicada en Saucés 9

- **Servicios.-** Lo que este tipo de negocio ofrece es el lavado simple del auto, de manera opcional se ofrece la encerada del vehículo. **Horarios.-** El horario promedio oscila entre las 8H00 hasta las 18H00 de lunes a domingo.

- **Implementos de lavado.-** Los implementos utilizados (jabones, esponjas, franelas, etc.) prestan garantías, son los apropiados, no afectan los interiores y exteriores del auto.
- **Servicios básicos.-** Se trata de regular las cantidades de agua y energía eléctrica, para los propietarios el consumo de estos servicios son parte de sus costos fijos.



**Lavadora Luchets / ubicada en Sauces 9**

- **Tiempos.-** El tiempo de espera es relativo y generalmente es de una hora.
- **Seguridad.-** Existe seguridad para la integridad física del cliente ni del vehículo de manera parcial, no es una prioridad para los propietarios del negocio.
- **Valores agregados.-** Se brinda comodidad de manera parcial durante la espera y se venden snacks, no existen servicios adicionales.
- **Precios.-** El precio promedio es de \$4.00, ocasionalmente cobran \$2,00 más si ofrecen la encerada del vehículo.



**Lavadora y Lubricadora Willi / ubicada en Sauces 9**

- **Ubicación.-** La ubicación es generalmente en calles o avenidas principales sin ocupar la vía pública pero por razones de espacio resulta complicado tener vehículos en fila de espera, no existe inconveniente para la circulación normal de vehículos y en la mayoría de los casos no contaminan lugares aledaños.



**Lavadora Montanero / Ubicada en Cdla. La Garzota**

- **Fidelidad del cliente.-** Estaría relacionada con del servicio personalizado, por la baja rotación de personal es más fácil difícil lograr la fidelidad del cliente, el personal no es de tan alta rotación.
- **Sustento del negocio.-** El negocio está sustentado por su actividad principal, el lavado de autos.

Existen fuentes de ingreso paralelas (venta de snacks) pero no sustentan la operación, más bien funciona como enganche para atraer clientes.

- **2.4 CASOS PARTICULARES**

**AUTOCLEAN**



**AutoClean / Ubicado en Centro Comercial Mall del Sol**

En el centro comercial MALL DEL SOL existe una lavadora lubricadora que presta servicios de manera oportuna a los usuarios del centro comercial, este local es único en la ciudad.

- **Aspectos generales.-** Este tipo de negocio tiene permiso de funcionamiento, los trabajadores están legalmente contratados y reciben beneficios de ley.
- **Servicios.-** Lo que este tipo de negocio ofrece es el lavado completo del auto y/o el servicio de lubricación.



**Fig. Ilustra al personal lavando autos con equipos modernos**

- **Horarios.-** El horario promedio oscila entre las 8H00 hasta las 18H00 de lunes a domingo.
- **Implementos de lavado.-** Los implementos utilizados (jabones, esponjas, franelas, etc.) prestan garantías, son los apropiados, no afectan los interiores y exteriores del auto.
- **Servicios básicos.-** Se trata de regular las cantidades de agua y energía eléctrica, para los propietarios el consumo de estos servicios son parte de sus costos fijos.



- **Tiempos.-** El tiempo de espera no es determinante para el cliente, es relativo al tiempo que el cliente demora efectuando sus diligencias en el centro comercial.
- **Seguridad.-** Existe seguridad para la integridad física del cliente y del vehículo de acuerdo a las normas de seguridad del centro comercial, la seguridad si es una prioridad para el propietario del negocio.



**AutoClean / Congestión de clientes en la lavadora**

- **Valores agregados.-** Le permite al cliente utilizar el tiempo muerto del lavado de su auto, el cual lo puede efectuar en días laborables y en horarios de trabajo mientras este efectúa diligencias.
- **Precios.-** El precio promedio del lavado es de \$12.60, incluye la encerada del vehículo.

- **Ubicación.-** Esta ubicada en el parqueadero del CENTRO COMERCIAL MALL DEL SOL no contamina lugares aledaños.



**AutoClean / Doble fila para el servicio de lavado**

- **Fidelidad del cliente.-** Esta relacionada con la actividad que el cliente realice de manera eventual en el centro comercial.
- **Sustento del negocio.-** El negocio está sustentado por su actividad principal, el lavado y/o lubricación, no existen fuentes de ingreso paralelas pero tiene una clientela segura y en algunos casos cautiva (usuarios regulares del centro comercial y personal de las empresas que ahí funcionan).



**Personal realizando aspirada del vehículo**

### LAVILUB

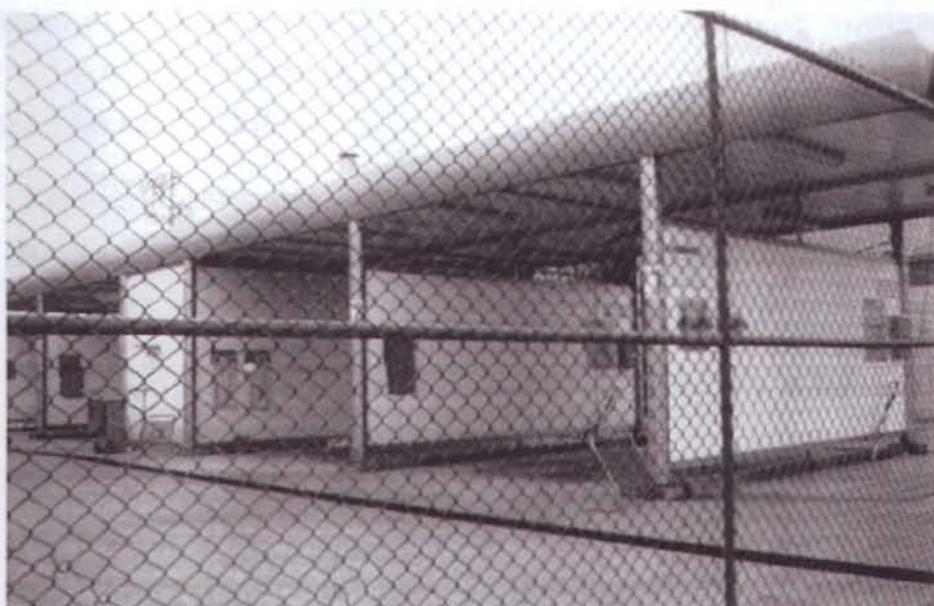
En Guayaquil existe una lavadora que brinda el servicio de lavado completo bajo un sistema distinto a los observados anteriormente.



LAVILUB/ Ubicado en la Av. De las Américas

- **Aspectos generales.-** Este tipo de negocio tiene permiso de funcionamiento, los trabajadores están legalmente contratados y reciben beneficios de ley.
- **Servicios.-** Lo que este tipo de negocio ofrece es el lavado completo del auto mediante dos sistemas:
  - Lavado completo (ejecutado por empleados de LAVILUB).
  - Auto lavado (ejecutado por el propietario del vehículo).
- **Horarios.-** El horario promedio oscila entre las 8H00 hasta las 20H00 de lunes a domingo.
- **Implementos de lavado.-** Los implementos utilizados (jabones, esponjas, franelas, etc.) prestan garantías, son los apropiados, no afectan los interiores y exteriores del auto y poseen un sistema automatizado tanto para el lavado como para la aspirada interior.

- **Servicios básicos.**- Se trata de regular las cantidades de agua y energía eléctrica, para los propietarios el consumo de estos servicios son parte de sus costos fijos.
- **Tiempos.**- El tiempo de espera es de 30 minutos pero los días lunes en horas pico la espera se puede alargar a 2 horas.
- **Seguridad.**- Existe seguridad para la integridad física del cliente y del vehículo de acuerdo a las normas de seguridad del local, la seguridad si es una prioridad para el propietario del negocio.



Toma lateral de LAVILUB

- **Valores agregados.**- no existe un área de espera pero el lavado exterior del auto se lo realizan con el conductor dentro del auto.
- El sistema de auto lavado se lo realiza mediante la obtención de una ficha que funciona con un dispositivo de tiempo, esta ubica el costo de la lavada dependiendo del tiempo utilizado.
- **Precios.**- El precio del lavado es de \$5.80 y el auto lavado dependiendo del tiempo utilizado puede llegar a \$3.00 (precio de \$1.00 por ficha).
- **Ubicación.**- Está ubicada la Av. de las Américas y Plaza Dañín el funcionamiento del negocio no contamina lugares aledaños.

- **Fidelidad del cliente.**- Esta relacionada con el servicio opcional del auto lavado y el servicio de alta calidad del lavado completo cuando este se completa en 30 minutos.
- **Sustento del negocio.**- El negocio está sustentado por su actividad principal, el lavado de autos, no existen fuentes de ingreso paralelas pero tiene una clientela segura.

### **ESTACION DE SERVICIO, LUBRICADORAS Y LAVADORAS PRIMAX**

Este tipo de negocio ofrece un mix entre la venta de combustibles, la lubricación completa y como valor agregado el lavado del vehículo pero esta involucra un costo adicional, se explota la imagen de marca de estaciones de servicio PRIMAX y lubricantes SHELL.

- **Aspectos generales.**- Este tipo de negocio tiene permiso de funcionamiento, los trabajadores están legalmente contratados y reciben beneficios de ley.
- **Servicios.**- Este tipo de negocio ofrece la lubricación y la lavada como valor agregado.



**Gasolinera Primax con servicio de lavado / Ubicada en la Av. Francisco de Orellana diagonal al Centro Comercial San Marino**

- **Horarios.-** El horario promedio oscila entre las 8H00 hasta las 17H00 de lunes a sábado.
- **Implementos de lavado.-** Los implementos utilizados (jabones, esponjas, franelas, etc.) prestan garantías, son los apropiados, no afectan los interiores y exteriores del auto y poseen un sistema automatizado tanto para el lavado como para la aspirada interior.
- **Servicios básicos.-** Se trata de regular las cantidades de agua y energía eléctrica, para los propietarios el consumo de estos servicios son parte de sus costos fijos.
- **Tiempos.-** El tiempo de espera es de una hora mínimo, la espera se puede alargar a 2 horas.
- **Seguridad.-** Existe seguridad para la integridad física del cliente y del vehículo de manera parcial de acuerdo a las normas de seguridad de la estación de servicio.



Local Swett&Coffe ubicado en los autoservicios Listo de Primax

- **Valores agregados.-** existe un área de espera que esta junto a la estación de servicio (CAFETERIA LISTO), cuenta con un franquiciado SWEET & COFFEE dentro del área de cafetería.

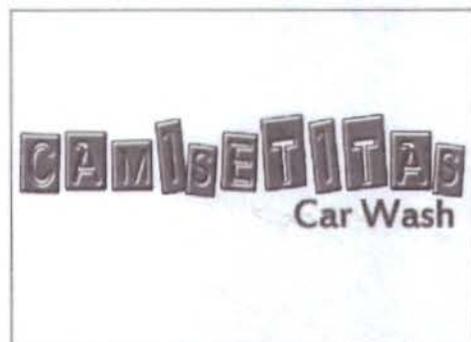
- **Precios.-** El precio de la lubricación y lavado es de \$23.
- **Ubicación.-** No todas las estaciones PRIMAX dan es servicio de lubricación y lavado, solo ofrecen el servicio las que están ubicadas en zonas residenciales
- **Fidelidad del cliente.-** Esta relacionada con la imagen de marca PRIMAX y lubricantes SHELL.
- **Sustento del negocio.-** El negocio está sustentado por su actividad principal: venta de combustibles, la lubricación, el lavado de autos, la cafetería y el canon de arrendamiento pagados por el franquiciado SWEET & COFEE son ingresos secundarios, no existen otras fuentes de ingreso a las descritas.



Cafetería Listo ubicadas en algunas gasolineras Primax

### 3. PROPUESTA CAMISETITAS CAR WASH

A continuación observaremos los principales aspectos de una propuesta innovadora en relación al formato del negocio del lavado de autos, enfocaremos los diferenciadores en la ejecución del servicio, veremos que la propuesta involucra actividades paralelas que proporcionan ingresos adicionales a los originados por la actividad principal, describiremos como debe evolucionar el negocio considerando las etapas de un producto y los competidores, evaluaremos cifras desde la inversión inicial hasta la utilidad neta y la recuperación de la inversión.



**Personal Colaborador de Camisetitas y Logo del Negocio**

Para evaluar la propuesta realizaremos un análisis con el mismo enfoque efectuado a los servicios existentes en el mercado actual.

- **Aspectos generales.-** La propuesta es formal en todos los aspectos, tanto legales a nivel de ordenanzas y laborales en toda lo que esto implica (empleados legalmente contratados y que reciben beneficios de ley.

- **Servicios.-** Lo que este tipo de negocio ofrece es el lavado del auto y la encerada del vehículo, servicio ejecutado por personal femenino.
- **Horarios.-** El horario promedio oscila entre las 8H00 hasta las 18H00 de lunes a sábado.
- **Implementos de lavado.-** Los implementos utilizados (jabones, esponjas, franelas, etc.) prestan garantías, son los apropiados, no afectan los interiores y exteriores del auto.
- **Servicios básicos.-** Se trata de regular las cantidades de agua y energía eléctrica, para los propietarios el consumo de estos servicios son parte de sus costos fijos.
- **Tiempos.-** El tiempo de espera desde que comienza el lavado no excede los 45 minutos.
- **Seguridad.-** Existe seguridad para la integridad física del cliente y del vehículo de directa es una de las prioridades para los propietarios del negocio.
- **Valores agregados.-** *En la mayoría de los casos no existen valores agregados al servicio ofrecido, el cliente no tiene comodidades mientras espera que se concluya el lavado, la propuesta incluye los siguientes diferenciadores:*
  - *Sala de espera (observatorio) con A/C y servicio de cafetería*
  - *Zona WI-FI*
  - *Televisión por cable.*
- **Precios.-** El precio promedio es de \$7.00, por el servicio de lavado y encerado.

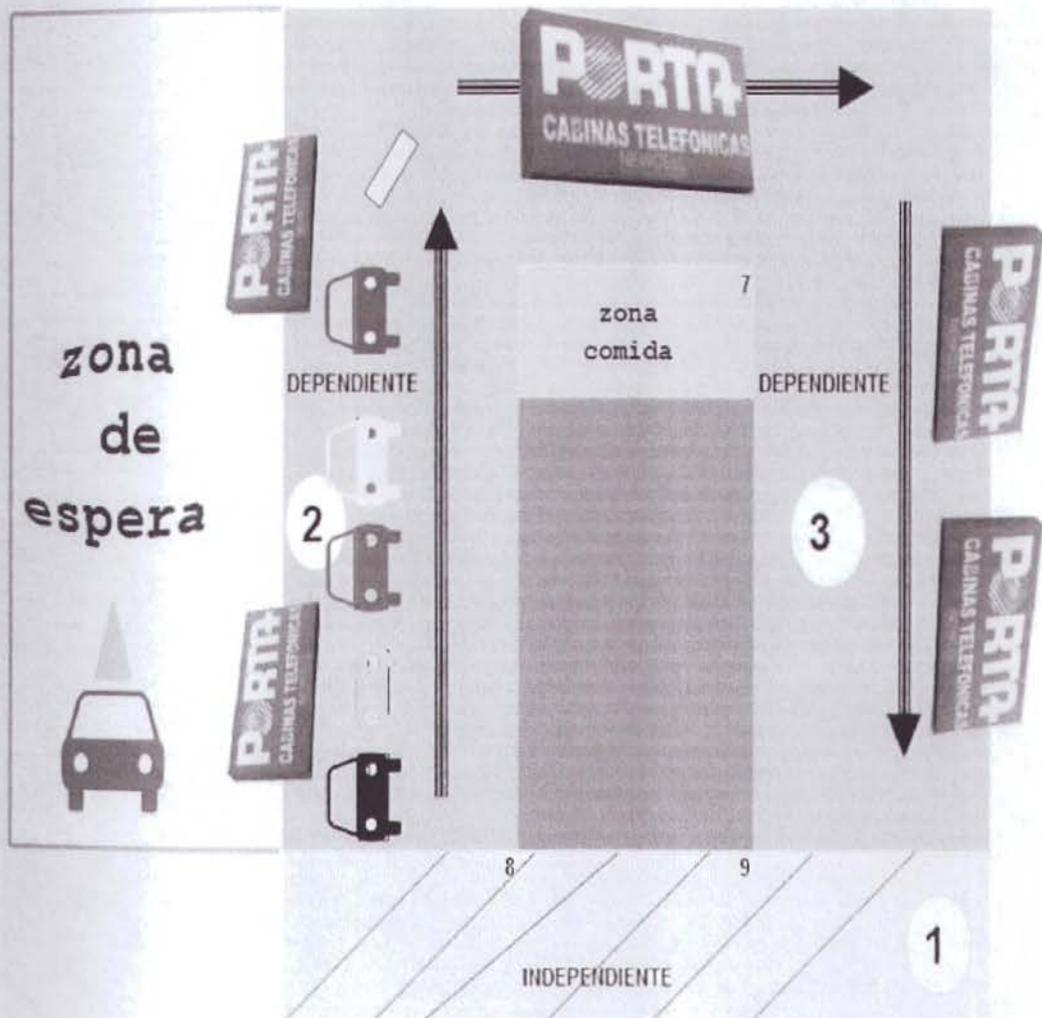
- **Ubicación.-** La ubicación debe ser en una zona residencial del norte de la ciudad, donde no existan competidores directos o indirectos en un radio de 3000 m.



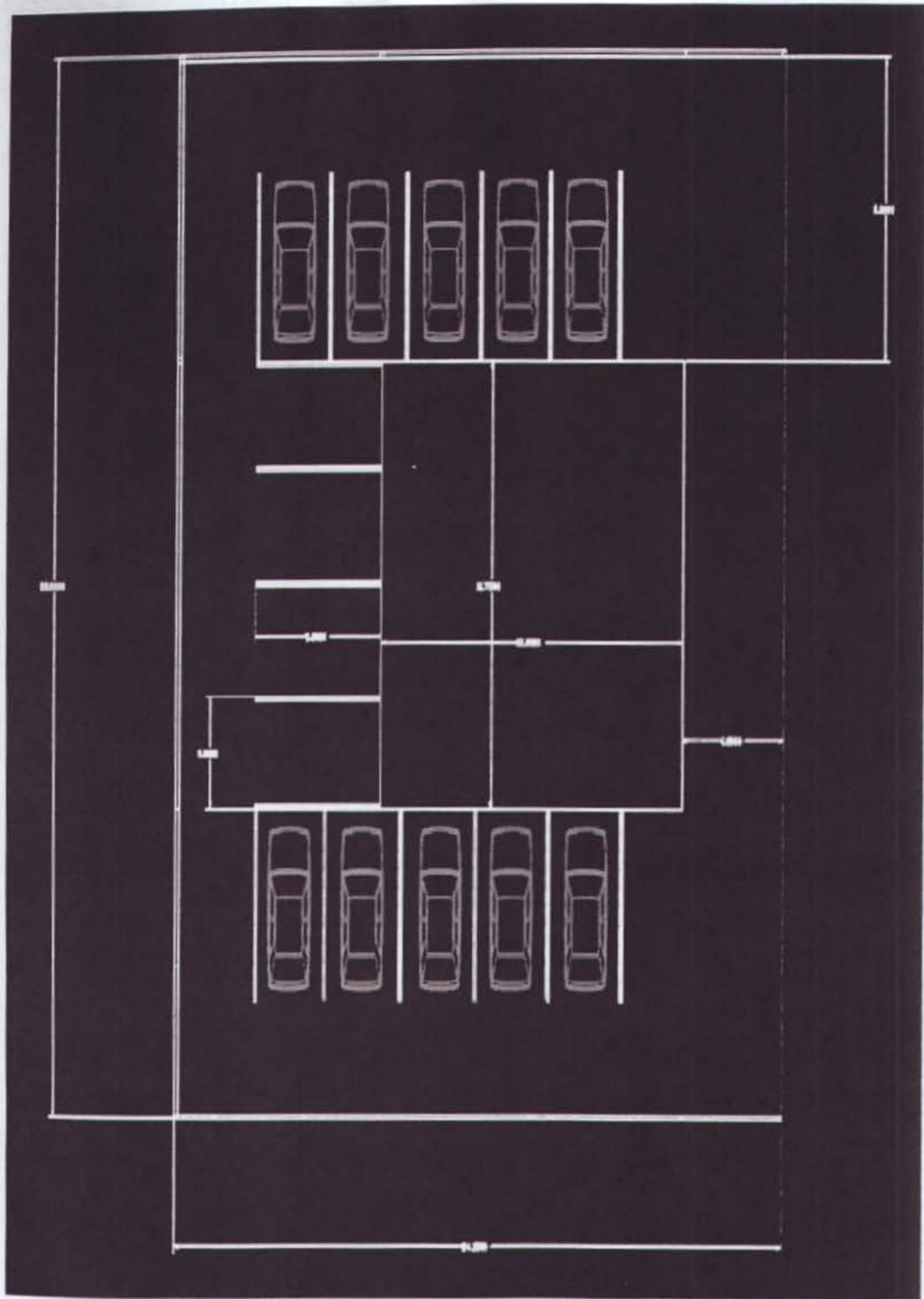
**Personal Colaborador de Camisetitas**

- **Fidelidad del cliente.-** Estaría relacionada con varios aspectos de la propuesta:
  - El despertador de interés, el personal femenino que realiza los trabajos.
  - La zona de espera y los servicios adicionales (bar, zona WI-FI, televisión etc.)
- **Sustento del negocio.-** El negocio está sustentado por varias actividades que describiremos a continuación y analizaremos en detalle en el desarrollo del proyecto:
  - -Lavado y encerado de autos
  - -Renta de avisos publicitarios.
  - -Canon de arrendamiento bar cafetería.
  - -Venta de membresías.

- **Formato del Negocio.-** El formato del negocio permite al cliente tener un ambiente de espera acorde a sus necesidades y una sala de estar con visibilidad hacia nuestro despertador de interés que son las mujeres lavando los autos en trajes sexys, rodeados de un ambiente de cordialidad respeto y seguridad.
- Como ingreso proyectado para la etapa de crecimiento tenemos el producido por la venta de la marca CAMISETITAS (franquicia), también veremos un detalle de lo mencionado.



Esquema funcional del negocio



Diseño de Plano Arquitectónico elaborado en Autocad

**Formato de Encuesta de Negocio**

**Encuesta para obtener sustentación de negio o proyecto**

Genero	Edad aproximada			
M	<u>20 a 30</u>	<u>30 a 40</u>	<u>40 a 50</u>	<u>60 o mas</u>
F				
1.-cuantas veces a la semana lava su auto				
<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>
2.-en que horario de lunes a domingo le gustaria lavar su auto				
<u>mañana</u>	<u>medio dia</u>	<u>tarde</u>	<u>noche</u>	
3.-que persona lleva su auto a la lavadora				
<u>usted</u>	<u>hijos</u>	<u>esposo</u>	<u>empleado</u>	<u>otros</u>
4.-cualdeberia ser el tiempo de espera mientras lavan su auto				
<u>30 min</u>	<u>45 min</u>	<u>1 hora</u>		
5.-que tipo de alimentos le gustaria consumir mientras espera el lavado de su auto				
<u>snacks</u>	<u>comida rapida</u>	<u>comida conveccional</u>		
6.-que tipo de bebida le gustaria consumir mientras espera el lavado de su auto				
<u>cola</u>	<u>agua</u>	<u>cerveza</u>	<u>jugos</u>	
7.-que impresión le causaria que una mujer lave su auto				
<u>buena</u>	<u>mala</u>	<u>indiferente</u>		
8.-llevaria su auto a una lavadora donde el personal femenino utiliza ropa corta				
	<u>si</u>	<u>no</u>		
9.-le gustaria recibir un servicio adicional al lavado de su auto como lubricacion o enllantaje				
	<u>si</u>	<u>no</u>		

De acuerdo a las encuestas realizadas camisetitas se pronostica factibilidad del negocio.

<b>TABULACION DE ENCUESTAS</b>	
<b>GENERO</b>	
	El 56% de los encuestados fueron de género masculino.
<b>GENERO</b>	
	El 44% de los encuestados fueron de género femenino.
<b>EDAD PROMEDIO</b>	
	El 44% de los clientes que frecuentarían nuestro negocio está en edad promedio entre 20-30 Años, el 26% de 30-40 Años, el 24% de 40-50 Años y el 7% más de 60Años
<b>CUANTAS VECES A LA SEMANA LAVARÍA SU AUTO</b>	
	El 83% de los encuestados lavan su auto 1 vez por semana
<b>EN QUE HORARIO PREFIERE LAVAR SU AUTO</b>	
	El 42% de los encuestados prefieren lavar su auto por la mañana
<b>QUE PERSONA LLEVA A LAVAR SU AUTO</b>	
	El 81% de los encuestados llevan ellos mismos a lavar su auto
<b>TIEMPO DE ESPERA MIENTRAS LAVAN SU AUTO</b>	
	El 54% de los encuestados esperan mínimo 1 hora por el lavado de su auto
<b>TIPO DE ALIMENTO QUE LE GUSTARIA CONSUMIR</b>	
	El 52% de los encuestados prefiere consumir snacks mientras espera que su auto sea lavado
<b>TIPO DE BEBIDA QUE LE GUSTARIA CONSUMIR</b>	
	El 54% de los encuestados prefiere consumir como bebida refrescante (cola) mientras espera por el lavado de su auto
<b>QUE IMPRESIÓN LE CAUSARIA QUE UNA MUJER LAVE SU AUTO</b>	
	Al 80% de los encuestados les causo buena impresión el personal que realizaría el trabajo
<b>LLEVARÍA SU AUTO A UNA LAVADORA DONDE EL PERSONAL FEMENINO UTILIZA ROPA CORTA</b>	
	El 84% de los encuestados está de acuerdo con la vestimenta corta de las personas que realizarían el lavado de su auto
<b>LE GUSTARÍA RECIBIR UN SERVICIO ADICIONAL AL LAVADO DE SU AUTO COMO LUBRICACIÓN O ENLLANTAJE</b>	
	Al 91 % de los encuestados le gustaría recibir un servicio adicional al lavado de su auto (lubricación del auto, etc.)

#### 4. PLAN DE MERCADEO

##### 4.1 FUERZAS COMPETITIVAS

En un mundo donde la demanda de vehículos ha aumentado en las últimas décadas considerablemente, y debido a que es usual para una lavadora de automóviles servir a más de 100.000 clientes al año ha comenzado un nuevo despegue donde la competencia está creciendo a pasos firmes provocando que los factores determinantes, la tecnología y el modelo del negocio se tengan que innovar constantemente en una lavadora de carros.

La competencia mejora la calidad de sus servicios y amplía el rango de elección de la demanda.



Directorio Ejecutivo y Personal de Camisetitas

Una lubricadora y lavadora de autos, en promedio, factura alrededor de 160 dólares diarios y ocupa a cuatro personas. En la ciudad funcionan 977 locales de servicios automotrices (Fuente Municipio de Guayaquil).

Según sus dueños, el negocio es rentable, Pero no son los únicos segmentos: hay 247 locales para estacionamiento de vehículos autorizados por el Municipio, el 70% en el centro de la ciudad. El costo por aparcar un carro en uno de esos locales, que están en el subsuelo o primeros pisos de los edificios o en solares desocupados, es de un dólar la hora o fracción, en promedio.

Otro negocio que ofrece servicios automotrices es el de lubricadoras. El Municipio registra 122 de estos locales en la ciudad y otros 283 donde dan servicio de lavado, engrasada y pulverizada.

Los costos de cambio de aceite varían entre 20 y 50 dólares, dependiendo del tipo de fluido (20/50 ó 40), la marca o la procedencia (nacional o importada). La frecuencia de clientes va entre 5 y 10 vehículos diarios por local. La venta de neumáticos, enlantaje y vulcanizada de ruedas de carros también ha crecido; el Cabildo registra 279 locales y según Cecilia de Sáenz, administradora del almacén de llantas Christian Sáenz, en la avenida Carlos Luis Plaza Dañín, en los últimos años aumentó la demanda, pero también la competencia, "ahora, en la zona, hay casi el doble de llanteras que hace unos seis años", refiere.

En el negocio de los servicios automotrices, la venta de accesorios también genera empleo, especialmente el de vidrios, espejos y cristales, de los cuales hay 46 locales. Para ellos la mejor época es en el mes de diciembre, cuando vence el plazo de matricular los vehículos y deben someterse a revisión en la Comisión de Tránsito del Guayas.

Según investigaciones realizadas podemos indicar que el negocio formal de las lavadas de auto está creciendo en el norte.

Quienes han invertido en la instalación de lavadoras de carros advierten que a la informalidad afecta sus ingresos. Sin embargo, la rentabilidad es aun atractiva: cada local recibe entre 2 y 30 clientes promedio.

El número de microempresarios que se dedican al negocio del lavado de automotores, a bajos precios, se ha incrementado en Guayaquil en los últimos tres años, pero bajo ciertas dificultades.

## 4.2 FODA

### 4.2.1 FORTALEZAS

- Estilo no convencional (innovador).-

Como ya se ha dicho anteriormente este negocio rompe los esquemas tradicionales el cual es ver a una mujer atractiva lavar el auto siendo así este proyecto creativo e innovador.

- Despertador de interés (Atractivas mujeres).-

Es algo obvio que al ver una mujer atractiva, con ropa corta lavar nuestro auto va a ver un despertador de interés a un nivel máximo lo que conllevaría a la asistencia masiva de clientes al negocio.

- Formato de negocio (Ambiente Agradable).-

EL cliente a parte de recibir una calidad de servicio en el negocio tendría varias alternativas para disfrutar su tiempo mientras espera que su vehículo sea lavado como por ejemplo: bebidas, comidas, etc.

- Horarios accesibles (Noches).-

Para una mejor atención al cliente el negocio atendería hasta las 20:00pm satisfacción así por completo las necesidades de que el cliente tenga su vehículo lavado.

- Mercado potencial bastante amplio.-

Como innovadores de este negocio tendríamos un potencial amplio para poderlo explotar

### 4.2.2 OPORTUNIDADES

- Constante crecimiento del mercado potencial
- Gran captación de clientes al inicio del negocio por expectativa
- Innovación al formato inicial (adicionar servicios)
- Convertir marca en franquicia
- Posibilidad de alianzas con empresas relacionadas al sector automotriz (fines publicitarios)
- Estilo No Convencional ( innovador)
- Gran despertador de interés para los clientes potenciales

- Formato del Negocio en horarios accesibles



#### 4.2.3 DEBILIDADES

- Escaso uso del servicio por público femenino.-

Obviamente en todo negocio nos encontramos con clientes que no están de acuerdo con la apertura del mismo y en este caso el público femenino sería el target del mercado que usaría muy poco este servicio sin que puedan gozar de la calidad de servicio que Camisetitas Car Wash quiere brindarle a todo cliente sea masculino o femenino, ya que para nosotros el cliente es primero.

- Idiosincrasia del medio poco acostumbrada el estilo del negocio.-

Claro está que este negocio va a ser el primero en instalarse y funcionar en el Ecuador por ende como todo producto nuevo e innovador va a existir por parte de los clientes idiosincrasia ya que en el medio estamos pocos acostumbrados a este tipo de negocio.

#### 4.2.4 AMENAZAS

- Que la idea sea copiada.
- Todo negocio es un riesgo pero si uno no arriesga no seríamos nada en la vida y por eso a pesar de todo corremos contra el tiempo, es verdad que tememos a la copia de la idea pero nadie nos quitara de la gloria el saber que Camisetitas Car Wash fue nuestra idea y que de esa idea salió un proyecto.
- Que se confunda el propósito del negocio por el estilo de trabajo.-

El propósito del negocio nosotros lo tenemos claro sabemos a dónde queremos llegar y a que target del mercado queremos cubrir, no obstante corremos el peligro que se confunda o se mal interprete el propósito del mismo, decayendo así el negocio.

- Que se afecte el prestigio del negocio por comentarios acerca del personal.-

Las políticas y normas del negocio están totalmente claras habiendo una norma de conducta de primera por parte del personal que ejercería las funciones del lavado pero no faltaría un grupo de personas que dañen el prestigio del negocio teniendo una visión errada del personal, llegando así comentarios que afectaría la integridad del equipo humano.



**Que Cambien el esquema las lavadoras tradicionales llegaría a ser una amenaza latente**

#### **4.3 OBJETIVOS ESTRATEGICOS**

El objetivo de este proyecto es cambiar la imagen o percepción de los clientes en general hacia la lavada de autos. Con este proyecto daremos un giro extremo a las labores diarias que hace una mujer ecuatoriana ya que la esencia del mismo se basa en que el servicio de la lavada será realizado por una mujer, mas no por un hombre que es lo que normalmente se encuentra hoy en día en una lavadora de carros.



Prueba de mercado



Podemos confirmar que nuestros objetivos son específicos ya que podrían aumentar la productividad debido a que se puede comparar con los objetivos fáciles de lograr.

Otro objetivo específico es dar un excelente servicio de calidad al cliente por el lado del recurso humano que incluye la atención, respeto, motivación, conocimiento de la labor a realizar y obviamente las alternativas de distracción que podría tener el cliente dentro del local mientras espera su lavado con servicios complementarios es decir servirse un café o una comida rápida.

Obviamente en base de lo antes expuesto para que pueda ser realizado con éxito el proyecto tenemos que contar para la selección del personal con un proceso altamente calificativo ya que en manos del personal calificado quedaría el desarrollo del negocio. A si mismo se escogerá en base a un proceso de selección basados en encontrar las personas correctas para desarrollar las funciones específicas ligadas al propósito del negocio.

Para las innovaciones a realizar en la etapa de crecimiento este personal deberá ser entrenado para poder realizar trabajos de mantenimientos básicos y preventivos, y correctivos.

#### **4.4 MISIÓN**

Ofrecer al público en general y con especial énfasis al target de género masculino el servicio completo de limpieza del vehículo con alta calidad, y que al mismo tiempo ofrezca distracción a nuestros clientes en un ambiente agradable, observando siempre normas de conducta acorde con los principios de nuestra sociedad.

#### **4.5 VISIÓN**

Liderar el mercado dándole un giro al negocio adicionando servicios complementarios, comercializar la marca "camisetitas" como franquicia, crecer en este ámbito e internacionalizar la idea con el mismo prestigio desarrollado en nuestro país.

#### 4.6 ESTRATEGIAS

- 1) **IMPLEMENTACION DE SERVICIO.-** En la etapa de crecimiento se implementará el servicio de lubricación, trabajo que será realizado por personal femenino que es la esencia del negocio;

Para lograr este objetivo capacitaremos al personal en las siguientes aéreas:

- Mecánica Básica
- Atención al cliente
- Ética y buenas costumbres

- 2) **VENTA DE LA MARCA.-** En la etapa de madurez se comercializará la marca CAMISETITAS como franquicia, el objetivo es que nuestros compradores obtengan en un solo paquete inclusive los auspiciantes y el beneficio que involucran.

Las ubicaciones de los locales franquiciados debe ser estratégica en relación de los competidores directos o posibles imitadores del negocio.

- 3) **BLINDAJES LEGALES.-** Se cumplirá con todo lo establecido en la ley de propiedad intelectual y se dejará establecido bajo contrato de exclusividad todo lo relacionado a los auspiciantes.



### ESTRATEGIAS DERIVADAS DE LA PRESENTE VENTAJA COMPETITIVA:

- Publicidad alrededor del área en donde están las chicas dando el mantenimiento y lavando al auto de los clientes.
- Estrategia de diferenciación con las otras lavadoras. (Por más dinero que tengan los dueños de otras lavadoras se les va a hacer difícil conseguir a dichas chicas con la preparación adecuada), al menos deberán esperar 2 años. Y por lo tanto ya habremos tomado la ventaja suficiente.
- Estrategias de imagen en la cual nos podremos enfocar a un grupo exclusivo de clientes con suficientes recursos.

### ESTRATEGIAS DEL NEGOCIO

Realizar encuestas para medir el nivel de servicio y satisfacción del cliente el que nos permitirá crecer como empresa y de esa forma asegurar la fidelidad del mismo y a su vez crear recomendadores indirectos de los beneficios que ofrece la empresa obteniendo de esa manera a un factor multiplicador y crecimiento de la marca del servicio.

Como estrategia para crear fidelidad en el personal se maneja un código de conducta que será una ventaja competitiva o diferenciador, adjuntamos el formato de código de conducta desarrollado en conjunto con la Abogada Elaine Chiliza Rodríguez Reg. C.A.G. 13775, la misma que se enmarca en varios aspectos tanto éticos como legales, preservando el bienestar de la empresa y de sus colaboradores.

#### CÓDIGO DE CONDUCTA DE "CAMISETITAS CAR WASH"

"Camisetitas Car Wash" siempre ha reconocido que sus propios intereses a largo plazo y los de quienes detentan un interés en la compañía dependen del cumplimiento de los más elevados estándares de conducta ética y de la ley aplicable. El Código de Conducta ha sido aprobado por el Consejo Ejecutivo del Grupo "Camisetitas Car Wash" y se presenta y fomenta entre los empleados de "Camisetitas Car Wash" tanto en las fases de iniciación y formación como en las comunicaciones internas. Los valores de "Camisetitas Car Wash" se incluyen en

este código y se espera que todos los empleados de "Camisetitas Car Wash" se comporten, tanto a nivel personal como profesional, sin excepción, de acuerdo con este código. Para ciertas regiones o países, puede resultar conveniente establecer directrices más estrictas o instrucciones más detalladas, pero éstas no deben contradecir el presente código.

"Camisetitas Car Wash" revisa este código de forma periódica y se ha comprometido a modificar su contenido y su aplicación cuando los cambios en las circunstancias o las necesidades lo requieran.

La ética y las leyes: "Camisetitas Car Wash" está completamente comprometida con los más altos estándares de conducta ética y con el cumplimiento total de las leyes nacionales e internacionales aplicables. Esto incluye, por ejemplo, las que se refieren a impedir monopolios y promover la competencia justa, los regímenes corporativos; la prevención de sobornos, pagos ilícitos y corrupción; los valores bursátiles que cotizan en bolsa, la seguridad en el uso al que están destinados los productos y servicios que ofrece "Camisetitas Car Wash" a los clientes, las leyes y prácticas laborales, el medio ambiente, las leyes en materia de derechos humanos y estándares reconocidos internacionalmente y la protección de los derechos de autor, los activos de la compañía y otras formas de propiedad intelectual.

El objetivo de "Camisetitas Car Wash" no es simplemente el cumplimiento legal mínimo, sino más bien, como líder en la industria, estar entre los mejores del mundo en cuando a responsabilidad corporativa, con prácticas corporativas cívicas correctas dondequiera que desempeñe sus negocios.

"Camisetitas Car Wash" respeta la privacidad e integridad de quienes tienen intereses en su compañía y se esforzará en adherirse a estándares estrictos a la hora de procesar datos personales e información de productos. Todos los datos personales que obtenga y conserve "Camisetitas Car Wash" serán procesados adecuadamente, con cautela y de acuerdo con lo dispuesto por las leyes, de manera que se proteja la privacidad de los individuos.

**Derechos humanos:** "Camisetitas Car Wash" respetará y promoverá los derechos humanos. "Camisetitas Car Wash" reconoce, con la comunidad

internacional, que ciertos derechos humanos deben considerarse fundamentales y universales, según leyes y prácticas aceptadas a nivel internacional, tales como los de la Declaración Universal de los Derechos Humanos de las Naciones Unidas, la Organización Internacional del Trabajo y los principios del Pacto Mundial.

Entre aquellos derechos que "Camisetitas Car Wash" considera fundamentales están: el derecho a la no discriminación por raza, credo, color, nacionalidad, origen étnico, edad, religión, sexo, cambio de sexo, orientación sexual, estado marital, conexiones con una minoría nacional, minusvalía u otro estado; el derecho a no sufrir detención arbitraria, ejecución o tortura; la libertad de reunión pacífica y asociación; la libertad de pensamiento, conciencia y religión; y la libertad de opinión y expresión.

"Camisetitas Car Wash" no utilizará mano de obra infantil o forzada. "Camisetitas Car Wash" no tolerará condiciones o tratamientos laborales que estén en conflicto con las leyes y prácticas internacionales.

**Conflictos de Intereses, Regalos y Sobornos:** Los empleados de "Camisetitas Car Wash" deben evitar cualquier actividad que pueda llevar a un conflicto de intereses. Esto incluye, entre otros, ofrecer o aceptar hospitalidad o regalos personales de terceros o a terceros que tengan intereses en "Camisetitas Car Wash", con la excepción de regalos de valor nominal o de razonable hospitalidad que se ofrezcan como parte del transcurso normal de los negocios.

Debe evitarse cualquier acuerdo o intercambio de favores o beneficios como consecuencia del intercambio de tales regalos. Los regalos que excedan del valor nominal no podrán aceptarse sin informar detalladamente al supervisor del empleado y recibir previamente la correspondiente autorización.

"Camisetitas Car Wash" y sus empleados no pagarán ni ofrecerán sobornos, ni harán pagos ilícitos a funcionarios gubernamentales o candidatos, u otras partes, con el fin de obtener o conservar relaciones de negocios. "Camisetitas Car Wash" no ofrece apoyo financiero a partidos políticos u otros grupos políticos.

Los empleados de "Camisetitas Car Wash" no se beneficiarán ni ayudarán a otros a beneficiarse de oportunidades descubiertas por el uso de su cargo o información corporativa. Los empleados de "Camisetitas Car Wash" no deberán usar los activos de la compañía para otros fines que no sean los legítimos o autorizados. Los empleados de "Camisetitas Car Wash" tampoco deberán competir con la compañía.

**Prácticas en el Lugar de Trabajo:** Los empleados de "Camisetitas Car Wash" deben respetar y apoyar los Valores de "Camisetitas Car Wash" en el trabajo, promoviendo el trabajo en equipo, la responsabilidad individual y la fuerza que proviene de la diversidad. "Camisetitas Car Wash" buscará pagar una compensación justa y ofrecer a sus empleados un lugar de trabajo seguro y saludable. "Camisetitas Car Wash" está comprometida con la igualdad de oportunidades en todas sus prácticas de empleo, políticas y procedimientos.

Cuando se reúnan los requisitos para un puesto, ningún empleado o empleado potencial recibirá, por lo tanto, un tratamiento menos favorable por su raza, credo, color, nacionalidad, origen étnico, edad, religión, sexo, cambio de sexo, orientación sexual, estado marital, conexiones con una minoría nacional, opinión, minusvalía, pertenencia o no pertenencia a un sindicato.

"Camisetitas Car Wash" continuará invirtiendo en el aprendizaje personal y profesional y el crecimiento de los empleados de "Camisetitas Car Wash". "Camisetitas Car Wash" alentará a sus empleados a llevar vidas personales y profesionales equilibradas.

**Medio ambiente:** Las actividades medioambientales de "Camisetitas Car Wash" se basan en el concepto de ciclo de vida. El objetivo es reducir los efectos sobre el medio ambiente.

"Camisetitas Car Wash" no utiliza especies en peligro de extinción para ningún propósito comercial y, además, solicita que sus proveedores eviten comprar materias primas de orígenes donde existan indicios claros de abusos a los derechos humanos o animales, o cuando el método de compra o distribución sea ilegal. En su publicidad y otras actividades de la compañía, "Camisetitas Car Wash" mostrará a los animales de una manera digna.

**Proveedores:** "Camisetitas Car Wash" hará todo lo posible por contratar sólo a subcontratistas y proveedores que se adhieran a las leyes y prácticas medioambientales y de derechos humanos internacionales. "Camisetitas Car Wash" se compromete a supervisar el comportamiento ético de sus proveedores y a tomar medidas exhaustivas inmediatas en los casos en que se cuestione el comportamiento ético de sus proveedores.

**Aplicación:** El compromiso de cumplimiento con lo dispuesto en el código se extiende a todos los asuntos, incluyendo decisiones relativas al comercio, inversión, subcontratación, abastecimiento, desarrollo empresarial y en todas las demás relaciones laborales y de negocios. El enfoque de "Camisetitas Car Wash" en torno a la aplicación del Código de Conducta será activo, abierto y adecuado desde el punto de vista ético.

Aunque puedan surgir cuestiones difíciles en cuanto a su interpretación en situaciones específicas, especialmente respecto a la necesidad de mantener un equilibrio sensato entre las costumbres locales y los requerimientos de estándares y directrices globales.

"Camisetitas Car Wash" reconoce que dicho compromiso significa que "Camisetitas Car Wash" hará todo lo posible por resolver los problemas éticos, legales, medioambientales, laborales y de derechos humanos de manera coherente con el Código de Conducta.

Es responsabilidad de cada uno de los empleados de "Camisetitas Car Wash" promover el código. Debe informarse a los superiores de todos los problemas que surjan en cuanto a la aplicación o el significado de cualquiera de las disposiciones del código, así como de sus posibles violaciones. El superior deberá hacer una valoración inicial de la naturaleza y gravedad de cualquier supuesta violación de la que se informe.

En caso de acusaciones serias relacionadas con posibles violaciones del código que no carezcan de fundamento de forma obvia y evidente, el superior más cercano al problema llevará a cabo una investigación completa e imparcial con la ayuda de importantes funciones corporativas de asistencia. Si la investigación por parte de un superior o sus representantes pudiera considerarse conflictiva o inadecuada, deberá notificarse a otros superiores administrativos o directivos globales para que supervisen dicha investigación.

Si una posible violación del código pudiera tener un impacto económico significativo, se informará al Gerente General. Se llevará a cabo una investigación completa e imparcial con importante asistencia interna y/o externa y se informará del asunto al Comité de auditoría.

Todas las investigaciones relacionadas con supuestas violaciones del código deberán llevarse a cabo según los principios establecidos en los procedimientos de investigación interna de la compañía.

El Consejo de administración ha establecido un canal electrónico así como una dirección de correo física, ambos disponibles en el sitio web de la compañía, a través de los cuales se puede informar de estos problemas de forma confidencial y anónima al Consejo, a sus miembros no ejecutivos o a sus subcomités. Los problemas relacionados con asuntos de contabilidad, controles internos o auditorios deberán presentarse al Comité de auditoría.

Las conductas que no se ajusten al código deben corregirse tan pronto como sea posible y están sujetas a acciones disciplinarias correctivas que pueden incluir la terminación de la relación laboral. "Camisetitas Car Wash" tomará las medidas necesarias para garantizar que no habrá consecuencias adversas relacionadas con el trabajo cuando un empleado presente una queja por violaciones del código.

#### 4.7 MARKETING MIX

##### Producto

El producto a ofrecer es el servicio integral de lavado de autos en el cual se ofrece a los clientes un servicio de calidad de lavado de sus vehículos por parte de un personal femenino en el cual el despertador de interés y la variante en el esquema del negocio son no solo las mujeres en trajes sensuales sino también el confort para el cliente.

El negocio cuenta con espacios y ambiente agradable permitiendo brindarle un lugar agradable que ayudara a que el cliente vuelva al local por el nivel de servicio y atención que se le brinda al cliente, en el cual además de observar la eficiencia del lavado de autos por parte del personal femenino, un lugar confortable.

También tendremos un servicio de cafetería o sección de comidas similar a los que se encuentran en las gasolineras Primax en el cual encontraremos un local abierto las 24 horas de swett & cofee.

Hemos considerado un espacio destinado para este servicio el mismo que puede generar a su vez un canon de arrendamiento lo cual ayudara a sostener el esquema de ingreso y flujo de efectivo mensual para el negocio por lo que se asegura la liquidez en ciertos rubros como pago de empleados,

Adicional a ello por el esquema de tráfico de personas que generara el negocio y al estar en boga se podrá comercializar espacios publicitarios (vallas) a proveedores de productos afines así como también para proveedores de productos complementarios o de interés en pautar en este esquema de negocio.

Los espacios para vallas publicitarias que se alquilarán bajo contrato con renovaciones periódicas con paquetes que pueden ser:



Valla publicitaria Xenon

- ✓ Mensuales
- ✓ Bimensuales
- ✓ Trimestrales
- ✓ Semestrales
- ✓ Anuales



Valla publicitaria Heineken

### Precio

El precio promedio será de \$7.00 (tarifa diferenciada por el tipo de trabajo y de vehículo) considerando que tenemos una competencia en el ámbito del esquema presentado como lo damos a notar en la justificación del tema.



Hemos definido este precio considerando que las lavadoras tradicionales que tienen un costo promedio de \$3,00 no cuentan con las comodidades necesarias para que el cliente pueda esperar su vehículo de una manera decente, y si nos proyectamos al otro extremo de precios el de la Lavadora de Mall del Sol y de la av. De las Américas tienen un costo mucho mayor sin embargo aunque brindan un servicio de calidad, no competiría con el factor detonante y diferenciador como es el esquema que estamos presentando en nuestro proyecto.



Si tomamos en cuenta el precio a cobrar y en base al estudio de mercado y la proyección del business plan en cuanto al presupuesto elaborado tentativo de automóviles lavados llegamos a tener claro cuál es nuestro punto de equilibrio y la proyección de ingreso de flujo de efectivo para el negocio en lo que respecta únicamente a lavado de autos, sin considerar los ingresos por venta de publicidad (vallas) y tomando en consideración los costos involucrados en el negocio.

Debemos adicionar y recordar lo indicado anteriormente que a esto hay que sumar el ingreso por alquiler de espacio para un franquiciador de servicio de comida como puede ser un Juan Valdez o un Swett & Cofee al estilo de las gasolineras Primax.

## Promoción

Como parte de la promoción y publicidad se realizaran activaciones tipo BTL que servirán como despertador de interés y crearan expectativas en nuestro publico objetivo masculino, estas constaran de algunas actividades que detallamos a continuación:



- Activación en semáforos de alto tráfico de vehículos con mujeres dando el servicio de limpieza de parabrisas, y realizando sampleo a los vehículos entregando volantes con ubicación de la lavadora.
- Activación en sectores de alto tráfico de vehículos con mujeres vestidas de vigilantes entregando citaciones por tener el



Marketing callejero

- Sampleo dentro del sector de influencia con human banners indicando donde nos encontramos e invitándonos a ir.
- Elaboración de campaña de marketing boca a boca gracias a los clientes que realicen sus primeros lavados, adicional de crear el concepto de lleva un amigo y obtén el 50% de descuento en tu servicio de lavado completo.



- Creación de Personaje que represente al negocio el mismo que servirá para crear recordación de marca y que en un futuro construya los beneficios de la misma para de esa forma apuntar a la venta del negocio como franquicia.
- Vender el servicio completo mediante una comunicación efectiva, lo realizaremos usando una estrategia de servicio oportuno de calidad y efectividad para ello lo que haremos es algo parecido a lo que sucedió en una de las escenas de la película Taxi.
- Lo que haremos es aprovechar en un semáforo de alto tráfico para que pase el carro sucio el cual tendrá es un forro de vinyl dando esa apariencia a su vez ingresan nuestro personal arrancando el vinyl sucio dejando el carro completamente limpio, para ello podemos aprovechar la ocasión y vender espacios de publicidad en el carro como recordación de marca, para ello de manera conjunta se esperan realizar trabajos con empresas que utilicen nuestro personal como catapulta de publicidad para ofrecer sus productos, como por ejemplo:

Podemos citar empresas que podría pautar con nosotros con el fin de dar a conocer su marca es en ese instante donde nuestro negocio a más de generar un ingreso puntual por lavada carros generaremos un ingreso por rubro de venta de publicidad en sitio una de estas empresas puede ser volcán, redbull, entre otras.

## Plaza

La plaza o mercado al que apuntamos es al sector masculino, como lo mencionamos anteriormente en la introducción, del gran parque automotor que tenemos y que sigue en aumento en la ciudad de Guayaquil esperamos contar con un promedio de atención sobre los 1000 autos mes. Si bien es cierto y nuestro despertador de interés son las mujeres en un futuro cercano.

Esperamos innovar y brindar el servicio de lavado también con un despertador de interés para el target femenino (tal como podemos apreciar en la grafica).



De esa manera podremos generar estrategias diferenciadoras y sustentables en el tiempo que nos permitirán estar preparados ante el ingreso de competidores bajo el mismo esquema de negocio, esto es de vital importancia al momento de establecer las estrategias del negocio por cuanto deben ser originales y cambiantes acorde al dinamismo del mercado así como buscar blindar en lo que más se pueda el ingreso de capitalista que quieran invertir en un negocio similar lo que sería perjudicial para el desarrollo de la marca Camisetitas como franquicia, ya que comenzaría un desprestigio al esquema de negocio de hot car wash.



Street Marketing

## 4.8 PROGRAMACIÓN Y PRESUPUESTACIÓN

### 4.8.1 CADENA DE VALOR

#### 4.8.1.1 ACTIVIDADES DE APOYO

- Infraestructura
- Selección de personal
- Código de conducta
- Equipos de lavado

#### 4.8.1.2 ACTIVIDADES PRIMARIAS

- Proveedores material de limpieza
- Equipo de trabajo
- Desarrollo de imagen
- Ventas y publicidad
- Calidad de servicio

#### 4.8.1.3 PERSONAL

Se escogerá en base a un proceso de selección basado en encontrar las personas correctas para desarrollar las funciones específicas ligadas al propósito del negocio.

Para las innovaciones a realizar en la etapa de crecimiento este personal deberá ser entrenado para poder realizar trabajos de mantenimientos básicos y preventivos, y correctivos.



#### 4.8.1.4 UNIFORMES DEL PERSONAL

- Blusas cortas tipo body
- Short licra
- Zapatos tipo surf o deportivo



#### 4.8.1.5 TARIFAS Y HORARIOS

**AUTOS:**       \$ 7.00 lavada y aspirada  
                  \$ 9.00 lavada, aspirada y encerada

**CAMIONETAS:**   \$ 8 .00 lavada y aspirada  
                      \$ 10.00 lavada, aspirada y encerada

**FURGONETAS:**   \$ 9.00 lavada y aspirada  
                      \$ 12.00 lavada, aspirada y encerada

#### 4.8.1.6 HORARIOS

De lunes a viernes de 12h00 a 20h00

Sábados y domingos de 10h00 a 20h00

#### 4.8.1.7 IMPLEMENTOS

- Tanque de presión
- Aspiradoras
- Líquidos ambientales
- Esponjas
- Paños anti-rallas
- Líquido para vidrios
- Líquido para paneles con protección UV
- Shampoo para autos

#### 4.8.2 PRESUPUESTO

##### 4.8.2.1 COSTOS GENERALES

COSTOS GENERALES			
ARTICULO	COSTO	CONTENIDO ML	V. UNITARIO
Shampoo + cera	4,00	4546	0,0009
Aditivos para lavado	1,50	150	0,0100
Limpia vidrios	1,50	150	0,0100
Líquido para llanta	12,00	4546	0,0026
Amor all	14,00	4546	0,0031
Ambientador Líquido	5,50	4546	0,0012
Líquido para alfombra	1,50	150	0,0100
ARTICULO		UNIDADES	
Esponjas	0,25	1	0,2500
Papel alfombra	0,01	1	0,0100
Fundas de basura	0,05	1	0,0500
Pañitos para carro	0,20	1	0,2000
Funda de regalo (basura)	0,05	1	0,0500
Ambientador regalo	0,20	1	0,2000
Camisetas	1,50	1	1,5000
Lycras	2,00	1	2,0000
Cepillos para limpieza	1,50	1	1,5000
Franelas	2,00	1	2,0000
Franela especial (cambrella)	2,00	1	2,0000
			<b>9,7978</b>

4.8.2.2 COSTOS VARIABLES

	HORAS/DIA	CARROS	ESPACIOS	TOTAL
LUNES A VIERNES	11	11	6	40
LUNES A VIERNES				200
SABADOS	9	9	6	54
DOMINGOS	4	4	6	24
TOTAL	TOTAL CARROS SEM.			278
	MENSUAL			1112

SECADO-ENCERADO				
Limpia vidrios	Variable	10	0,0100	0,1000
Papel alfombra	Variable	1	0,0100	0,0100
Liquido para llanta	Variable	10	0,0026	0,0264
Amor all	Variable	15	0,0031	0,0462
				0,18

Franelas	Fijo	1	2,00	2,0000
----------	------	---	------	--------

Aspirada (Interno)				
Fundas de basura	Variable	1	0,05	0,0500
Ambientador Líquido	Variable	5	0,00	0,0060
Pañitos para carro	Variable	1	0,20	0,2000
Liquido para alfombra	Variable	10	0,01	0,1000
Funda de regalo (basura)	Variable	1	0,05	0,0500
Ambientador regalo	Variable	1	0,20	0,2000
				0,61

Franela especial (cambrella)	Fijo	1	2,00	2,0000
------------------------------	------	---	------	--------

COSTOS VARIABLES	
Lavado	0,49
Secado - Encerado	0,18
Aspirado	0,61
	1,28

4.8.2.3 COSTOS FIJOS

COSTOS FIJOS	FRECUENCIA	SEMA	MEN		AN	
Agua	Mensual		500,00	12	6.000,00	RECURRENTE
Alquiler	Mensual		2.000,00	12	24.000,00	RECURRENTE
Electricidad	Mensual		300,00	12	3.600,00	RECURRENTE
Mangueras 30 mt	Mensual		150,00	2	300,00	RECURRENTE
Filtro para aspiradora	Semanal	90,00	360,00	12	4.320,00	RECURRENTE
Mantenimiento Compresor	Trimestral		600,00	1	600,00	RECURRENTE
Balde	Semestral		30,00	2	60,00	RECURRENTE
Zapatillas Especiales para baño	Semestral		480,00	2	960,00	RECURRENTE
Gorras	Anual		40,00	1	40,00	RECURRENTE
Combo Uniforme (Camiseta + lycra)	Semestral		120,00	2	240,00	RECURRENTE
Cepillos para limpieza	Mensual		12,00	12	144,00	RECURRENTE
Franelas	Mensual		3,00	12	36,00	RECURRENTE
Franela especial (cambrella)	Mensual		8,00	12	96,00	RECURRENTE
Teléfono	Mensual		30,00	12	360,00	RECURRENTE
Suministros de Oficina	Mensual		100,00	12	1.200,00	RECURRENTE
Internet Banda Ancha	Mensual		25,00	12	300,00	RECURRENTE
Mantenimiento Local	Mensual		100,00	12	1.200,00	RECURRENTE
Seguridad y Vigilancia	Mensual		300,00	12	3.600,00	RECURRENTE
Seguros Siniestros	Mensual				600,00	RECURRENTE
Sueldos y Salarios	Mensual		3.873,12	12	46.477,48	RECURRENTE
<b>TOTAL</b>					<b>94.133,48</b>	
<b>MENSUAL</b>					<b>7844,46</b>	

4.8.2.4 SUELDOS Y SALARIOS

				9,35%				
		SUELDO		AP. PERS.	NETO	TOTAL		
PERSONAS	8	300	360	33,66	266,34	2400	337,772388	2702,1791
ADMINISTRADOR	1	600	720	67,32	532,68	600	675,544776	675,544776
ASISTENTE 1	1	220	264	24,684	195,316	220	247,699751	247,699751
ASISTENTE 2	1	220	264	24,684	195,316	220	247,699751	247,699751
						<b>\$ 3.440</b>		<b>\$ 3.873,12</b>

4.8.2.5 INVERSION

INVERSION	FRECUENCIA	MENSUAL		ANUAL
Aspiradoras 6 unidades	Semestral	900,00	2	1.800,00
Compresor	Anual	800,00	1	800,00
Computadora	Anual	500,00	1	500,00
Sistema administrativo	Anual	50,00	1	50,00
Compra de Dominio - IP	Anual	50,00	1	50,00
Diseño de Página web	Anual	500,00	1	500,00
Adecuaciones y Mejoras	Anual			10.000,00
Garantía de alquiler	Anual	2.000,00	2	4.000,00
<b>Total</b>				<b>17.700,00</b>
				<b>Infraestructura 12.300,00</b>
				<b>Total 30.000,00</b>

CONCESION				
Cafetería (Unidad de Negocio)	ANUAL	5.000,00	1	5.000,00

4.8.2.6 ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS

ESTADO PERDIDAS Y GANANCIAS				
VENTAS				19.884,00
INGRESOS POR MEMBRESIA	8	2.000,00		
INGRESOS POR OTROS SERVICIOS		5.000,00		
INGRESOS POR SUVENIERS		800,00		
SERVICIO LAVADO COMPLETO		7.784,00		
OTROS INGRESOS		600,00		
CANON ARRENDAMIENTO FOOD SERVICES		2.500,00		
INGRESO POR PUBLICIDAD VALLAS (6)		1.200,00		
COSTO VARIABLE				5.779,46
COSTO VARIABLE LAVADO		1.426,29		
COSTO VARIABLE MEMBRESÍA		293,17		
COSTO VARIABLE 10 PUNTOS		3.500,00		
COSTO VARIABLE SUVENIERS		560,00		
CONTRIBUCION MARGINAL				14.104,54 70,93%
COSTOS FIJOS				7.844,46
AMORTIZACION BANCARIA				641,75
<b>UTILIDAD NETA</b>				<b>5.618,33 28,26%</b>

4.8.2.7 TABLA DE AMORTIZACIÓN

CAPITAL	18000	MESES
INTERES	17%	
TIEMPO	36	
FORMA	PAGO FIJO	

Nº	SALDO	CAPITAL	INTERES	DIVIDENDO	SALDO
0					18000
1	18000	\$ 386.75	\$ 255.00	\$ 641.75	\$ 17,613.25
2	\$ 17,613.25	\$ 392.23	\$ 249.52	\$ 641.75	\$ 17,221.02
3	\$ 17,221.02	\$ 397.78	\$ 243.96	\$ 641.75	\$ 16,823.24
4	\$ 16,823.24	\$ 403.42	\$ 238.33	\$ 641.75	\$ 16,419.82
5	\$ 16,419.82	\$ 409.14	\$ 232.61	\$ 641.75	\$ 16,010.68
6	\$ 16,010.68	\$ 414.93	\$ 226.82	\$ 641.75	\$ 15,595.75
7	\$ 15,595.75	\$ 420.81	\$ 220.94	\$ 641.75	\$ 15,174.94
8	\$ 15,174.94	\$ 426.77	\$ 214.98	\$ 641.75	\$ 14,748.17
9	\$ 14,748.17	\$ 432.82	\$ 208.93	\$ 641.75	\$ 14,315.36
10	\$ 14,315.36	\$ 438.95	\$ 202.80	\$ 641.75	\$ 13,876.41
11	\$ 13,876.41	\$ 445.17	\$ 196.58	\$ 641.75	\$ 13,431.24
12	\$ 13,431.24	\$ 451.47	\$ 190.28	\$ 641.75	\$ 12,979.77
13	\$ 12,979.77	\$ 457.87	\$ 183.88	\$ 641.75	\$ 12,521.90
14	\$ 12,521.90	\$ 464.36	\$ 177.39	\$ 641.75	\$ 12,057.54
15	\$ 12,057.54	\$ 470.93	\$ 170.82	\$ 641.75	\$ 11,586.61
16	\$ 11,586.61	\$ 477.61	\$ 164.14	\$ 641.75	\$ 11,109.00
17	\$ 11,109.00	\$ 484.37	\$ 157.38	\$ 641.75	\$ 10,624.63
18	\$ 10,624.63	\$ 491.23	\$ 150.52	\$ 641.75	\$ 10,133.40
19	\$ 10,133.40	\$ 498.19	\$ 143.56	\$ 641.75	\$ 9,635.21
20	\$ 9,635.21	\$ 505.25	\$ 136.50	\$ 641.75	\$ 9,129.96
21	\$ 9,129.96	\$ 512.41	\$ 129.34	\$ 641.75	\$ 8,617.55
22	\$ 8,617.55	\$ 519.67	\$ 122.08	\$ 641.75	\$ 8,097.88
23	\$ 8,097.88	\$ 527.03	\$ 114.72	\$ 641.75	\$ 7,570.85
24	\$ 7,570.85	\$ 534.50	\$ 107.25	\$ 641.75	\$ 7,036.36
25	\$ 7,036.36	\$ 542.07	\$ 99.68	\$ 641.75	\$ 6,494.29
26	\$ 6,494.29	\$ 549.75	\$ 92.00	\$ 641.75	\$ 5,944.54
27	\$ 5,944.54	\$ 557.53	\$ 84.21	\$ 641.75	\$ 5,387.01
28	\$ 5,387.01	\$ 565.43	\$ 76.32	\$ 641.75	\$ 4,821.57
29	\$ 4,821.57	\$ 573.44	\$ 68.31	\$ 641.75	\$ 4,248.13
30	\$ 4,248.13	\$ 581.57	\$ 60.18	\$ 641.75	\$ 3,666.56
31	\$ 3,666.56	\$ 589.81	\$ 51.94	\$ 641.75	\$ 3,076.76
32	\$ 3,076.76	\$ 598.16	\$ 43.59	\$ 641.75	\$ 2,478.60
33	\$ 2,478.60	\$ 606.64	\$ 35.11	\$ 641.75	\$ 1,871.96
34	\$ 1,871.96	\$ 615.23	\$ 26.52	\$ 641.75	\$ 1,256.73
35	\$ 1,256.73	\$ 623.95	\$ 17.80	\$ 641.75	\$ 632.78
36	\$ 632.78	\$ 632.78	\$ 8.96	\$ 641.75	\$ -0.00
		<b>\$ 18,000.00</b>	<b>\$ 5,102.97</b>		

## 5. CONCLUSIONES

Una vez evaluado el proyecto en todos sus aspectos podemos establecer que el sustento del negocio no solo depende de su actividad principal (El lavado de autos), la intención es llegar al punto de equilibrio con el lavado de autos.

La utilidad se obtendría de las actividades paralelas que consisten en la renta de publicidad dentro del local y el canon de arrendamiento de la franquicia de comidas que ubiquemos en el área de espera.

Considerando el mercado potencial y el tipo de servicio ofertado la posible afectación de competidores dependería de la ubicación que se le dé al negocio, el PVP necesario para alcanzar el punto de equilibrio (cubrir costos fijos y variables) nos permite estar por debajo de los precios de algunos negocios existentes.

No es posible ejecutar una estrategia que impida que el negocio sea copiado en su totalidad sobre todo porque no se trata de una inversión extremadamente grande, esa es una debilidad que se puede convertir en amenaza.

Lo que podemos ejecutar es una estrategia de implementación de servicios a partir de la etapa de crecimiento (servicios de lubricación) y de enllantaje pero ejecutados por personal femenino para no perder la esencia del negocio, adicionalmente esto nos permitiría mejorar los ingresos, a los tres años cuando terminemos con las obligaciones financieras estos ingresos se incrementarían.

La venta de la marca (franquicia) debería de servir para recuperar la inversión inicial, esto debería de ejecutarse en la etapa de madurez cuando tengamos todos los servicios disponibles para el mercado y tengamos un estudio estadístico de tráfico de vehículos en el local lo que serían clientes fijos y aumento de los mismos mediante la campañas de marketing a ejecutar tener definido el esquema de venta de publicidad con los proveedores para de esta manera presentar el estudio del negocio a futuros inversionistas que quieran adquirir la franquicia tanto del negocio como de la marca..

La permanencia del negocio en todas las etapas de un producto depende de una ejecución planificada y puntual de todas las estrategias descritas en el proyecto.

**6. BIBLIOGRAFÍA**

Como bibliografía podemos definir que se realizaron investigaciones de campo tal como se puede demostrar en la parte de antecedentes de la investigación en la cual se desarrollo una investigación exhaustiva del diferente tipo de formatos

**7. ANEXOS**

