

**MODELO DE NEGOCIOS PARA UNA EMPRESA QUE OFRECE SERVICIOS DE  
ESTACIONAMIENTO Y LAVADO DE VEHICULOS POR FRACCION Y TIEMPO  
COMPLETO EN LA CIUDAD DE CARTAGENA**

**OSWALDO ANTONIO RAMOS POSSO  
DANIELA ARENAS SALGADO**

**\*FREDDY JESUS MESTRE GOMEZ.**

**UNIVERSIDAD DEL SINU ELIAS BECHARA ZAINUM, SECCIONAL CARTAGENA.**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES.**

**ESCUELA DE CONTADURIA PÚBLICA.**

**CARTAGENA DE INDIAS, D.T Y C DE LA H.**

**2019.**

**MODELO DE NEGOCIOS PARA UNA EMPRESA QUE OFRECE SERVICIOS DE  
ESTACIONAMIENTO Y LAVADO DE VEHICULOS POR FRACCION Y TIEMPO  
COMPLETO EN LA CIUDAD DE CARTAGENA**

**OSWALDO ANTONIO RAMOS POSSO  
DANIELA ARENAS SALGADO**

**Esta investigación se realiza con el propósito de optar al título de Contador Público.**

**\*FREDDY JESUS MESTRE GOMEZ.**

**UNIVERSIDAD DEL SINU ELIAS BECHARA ZAINUM, SECCIONAL CARTAGENA.**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES.**

**ESCUELA DE CONTADURIA PÚBLICA.**

**CARTAGENA DE INDIAS, D.T Y C DE LA H.**

**2019.**

## **DEDICATORIA**

A Dios.

Por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme provisto de todo lo necesario para lograr mis objetivos, metas y sueños, por haber colocado en mi vida talentos y dones valiosos, y preparar para mi vida propósitos y planes de éxito, además de su infinita bondad, amor, misericordia y gracia sobre mi vida

A mis profesores.

Por instruirme en conocimientos teóricos y prácticos, por dedicar todos sus esfuerzos, pasión, y amor al arte de enseñar, por tener toda la paciencia del mundo para depositar de sus conocimientos y experiencias en mí como alumna, pero sobre todo por confiar y apoyarme a lo largo de todo este transcurso.

A mi madre Nelly.

Por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por su amor.

A mi padre Oswaldo.

Por los ejemplos de perseverancia y constancia que lo caracterizan y que me ha infundado siempre, por el valor mostrado para salir adelante y por su amor.

Oswaldo Ramos Posso.

**DEDICATORIA**

A Dios.

Por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme provisto de todo lo necesario para lograr mis objetivos, metas y sueños, por haber colocado en mi vida talentos y dones valiosos, y preparar para mi vida propósitos y planes de éxito, además de su infinita bondad, amor, misericordia y gracia sobre mi vida

A mis profesores.

Por instruirme en conocimientos teóricos y prácticos, por dedicar todos sus esfuerzos, pasión, y amor al arte de enseñar, por tener toda la paciencia del mundo para depositar de sus conocimientos y experiencias en mí como alumna, pero sobre todo por confiar y apoyarme a lo largo de todo este transcurso.

Daniela Arenas Salgado

**CONTENIDO**

**RESUMEN .....8**

**ABSTRACT .....9**

**INTRODUCCION .....11**

**1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....13**

**1.1. Descripción del problema. ....13**

**1.2. Formulación del problema .....17**

**2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION.....18**

**2.1. Objetivo general .....18**

**2.2. Objetivos específicos .....18**

**3. JUSTIFICACION. ....19**

**4. MARCO DE REFERENCIA .....22**

**4.1. Antecedentes de la Investigación.....22**

**4.2. Marco Teórico.....23**

**4.3. Marco conceptual .....29**

**5. DISEÑO METODOLÓGICO .....32**

**5.1. Tipo de investigación .....32**

**5.2. Población y muestra .....32**

**5.3. Técnicas de recolección de la información. ....32**

**6. ASPECTOS DE CONTROL Y ADMINISTRACION DEL PROYECTO.....34**

6.1. Cronograma .....	34
6.2. Presupuesto .....	35
7. ANÁLISIS DE RESULTADOS .....	36
8. PROPUESTA DE VALOR CLAVE LA INICIATIVA EMPRESARIAL THE PERIQUITOS PARKING WASH.....	37
8.1. Descripción del Servicio.....	37
8.2. Aspectos diferenciales del producto.....	38
8.3. Características del Servicio. ....	38
8.3. Portafolio del servicio.....	39
8.4. Estrategia de Precios.....	48
8.5. Estrategia de ventas .....	50
8.6. Estrategias de publicidad y promoción. ....	51
8.7. Publicidad y promoción en redes sociales .....	51
8.8. Publicidad BTL .....	51
8.9. Segmentación del mercado. ....	52
8.10. Fuentes de ingreso de la iniciativa empresarial THE PERIQUITOS PARKING WASH. 52	
8.10.1. Atención personal.....	53
8.10.2. Atención personal dedicada.....	54
8.10.3. Canales.....	54

8.10.3.1. Directos.....	54
8.10.3.2. Propios .....	54
8.11. Segmentación y tamaño del mercado. ....	55
8.12. Estructura de costo que necesita la empresa o iniciativa <b>THE PERIQUITOS PARKING WASH</b> en la ciudad de Cartagena. ....	55
8.13. Descripción del proceso de servicio. ....	57
8.14. Local Propio.....	59
9. CONCLUSIONES.....	61
10. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS. ....	63
11. ANEXOS .....	64
11.1. Proyección de Ventas. ....	64
11.2. Proyección de Gastos de Ventas.....	65
11.3. Proyección de Gastos Administrativos.....	67
11.4. Proyección de Gastos Financieros. ....	68
11.5. Depreciación. ....	68
11.6. Proyección de Costos.....	69
11.7. Estado de resultado proyectado. ....	71

## **RESUMEN**

Atendiendo al incremento vehicular que se ha venido presentado en la ciudad de Cartagena, se genera la necesidad de incrementar el comercio que se crea alrededor de esta gran industria para satisfacer las necesidades de, venta de auto partes, talleres de reparación mecánica, lavaderos parqueaderos etcétera; es de considerar el hecho que alrededor de esta se genera una gran fuente de ingresos, he aquí donde ***THE PERIQUITOS PARKING WASH*** es un excelente modelo de negocios, sencillo y accesible a todo público, ya que con nuestro modelo de negocio ofreceremos un servicio asequibles abarcando la gran gama de necesidades que presenta el sector automotor. Tenemos en cuenta que ya existen empresas que se dedican a la prestación de este tipo de servicios, sin embargo nuestro plan de negocio va en la búsqueda de organizar la creación de una empresa que vaya adaptando a las fluctuaciones del mercado, utilizando el modelo **Canvas** como base preliminar para poner en marcha dichos cambios, de igual forma será la guía en la creación de alianzas estratégicas con grupos empresariales de nuestra línea de negocio para poder llevarle a nuestros clientes un abanico de posibilidades con respecto al servicio donde el valor diferencial del proyecto con respecto a la competencia, son los precios accesibles y amplia gama de posibilidades para el cuidado de su vehículo.

Nuestro modelo de negocio busca romper esquemas referente a la industrialización del lavado y parqueadero de carros que es nuestro enfoque principal, queremos innovación y actualización constante que vayan a la vanguardia de las nuevas tecnologías conforme a las disposiciones legales y de protección del medio ambiente, puesto que es bien sabido que el calentamiento global es hoy por hoy uno de los más grandes problemas a nivel mundial, así como el hacinamiento vehicular en las ciudades, nuestra plan de negocios contribuye a la adaptación y a minimizar el desgaste de los recursos naturales.



El valor diferencial del proyecto con respecto a la competencia, son los precios accesibles que se ofrecen al mercado y su ubicación estratégica, actualmente **THE PERIQUITOS PARKING WASH** se encuentra en la fase de desarrollo inicial y se espera llegar en el 2021 a la fase de inicio e introducción del servicio.

***Palabras clave:***

*Incremento vehicular, Satisfacer necesidades, asequible, modelo Canvas, vanguardia, innovación, ecológico.*

**ABSTRACT**

In response to the vehicular increase that has been presented in the city of Cartagena, the need is generated to increase the commerce that is created around this great industry to meet the needs of, sale of auto parts, mechanical repair shops, parking laundries and so on. ; It is to consider the fact that around this a great source of income is generated, this is where **THE PERIQUITOS PARKING WASH** is an excellent business model, simple and accessible to all public, since with our business model we will offer an affordable service covering the wide range of needs presented by the automotive sector. We take into account that there are already companies that are dedicated to the provision of this type of services, however our business plan seeks to organize the creation of a company that adapts to market fluctuations, using the **Canvas** model as Preliminary basis to implement these changes, in the same way the Cluster methodology will be the guide in the creation of strategic alliances with business groups of our business line to be able to take our clients a range of possibilities with respect to the service where the differential value of the project with respect to the competition, are the accessible prices and wide range of possibilities for the care of your vehicle.

Our business model seeks to break schemes regarding the industrialization of car wash and parking that is our main focus, we want innovation and constant updating that are at the forefront of new technologies in accordance with legal provisions and environmental protection, put It is well known that global warming is today one of the biggest problems worldwide, as well as vehicular overcrowding in cities, our business plan contributes to adaptation and minimizing the wear and tear of natural resources.

The differential value of the project with respect to the competition, are the accessible prices that are offered to the market and its strategic location, currently ***THE PERIQUITOS PARKING WASH*** is in the initial development phase and it is expected to reach the start phase in 2021 and service introduction

## **INTRODUCCION**

La Asociación Nacional de Movilidad Sostenible (ANDEMOS), publicó el informe de ventas de vehículos correspondiente al mes de abril de 2019. En este, se evidencia que el sector automotor tuvo un acenso de 2,1%; Esto quiere decir que en el cuarto mes del año 2019 se registraron las ventas de 19.788 unidades, y en lo que va del año la cifra total alcanza las 74.423 unidades, lo que representa un aumento de 0,2% con respecto al primer cuatrimestre el año 2018.

En los últimos años estas empresas dedicadas al cuidado, mantenimiento y tenencia en custodia de vehículos han tenido un auge, por los incrementos en las tarifas y la adquisición de vehículos, dichas tarifas en el parqueo, ha generado un sin número de inconvenientes dentro del sistema e inconformismo en los usuarios y como se mencionaba anteriormente, el incremento en los vehículos ha sido notorio durante los últimos periodos lo cual aumenta la demanda en este sector, haciendo que este tipo de negocio sea lucrativo para sus dueños.

Cómo grupo de trabajo visualizamos una oportunidad de negocio en una industria que va en crecimiento.

Después del análisis y de investigar pronósticos que auguran buenos tiempos económicos, y a sabiendas que este Mercado ofrece un gran número de posibilidades en cuando a la creación de empresas, de igual manera se nos generó la duda de cuál sería nuestro enfoque y más aún cuando el presupuesto está limitado a \$40.000.000 millones. He aquí que un parqueadero en donde la inversión es mínima y a consideración que uno de los miembros del grupo cuenta con un lote de grandes dimensiones, se convirtió en la mejor opción de inversión.

De acuerdo a nuestras expectativas direccionamos nuestro plan de negocio bajo la metodología Canvas que de acuerdo a su plan de acción se enfoca en nueve puntos diferentes con los que abordamos de forma estratégica nuestro plan de negocios buscando enfatizar en cada uno de los aspectos más relevantes al momento de ejecutar un plan empresarial que nos posicione de forma radical y permanente atendiendo a los cambios que se pudieran presentar.

La innovación dentro the periquito parking wash es una eje que trazará la puesta en marcha de la compañía, es significativo en cuanto a que nuestros empresa hace uso de uno de los recursos naturales más importantes de la naturaleza, contrarrestamos esto prestando el servicio de lavado en seco con productos que encapsulan la mugre del vehículo dándole un acabo de limpieza y protegiendo la pintura, sin dejar de lado el lavado tradicional para los vehículos más sucios u a preferencia del cliente, siempre de la mano de productos ecológicos prestando un servicio de lavado integral

## **1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.**

### **1.1.Descripción del problema.**

Hoy por hoy en la sociedad existen muchos problemas de hacinamiento vehicular, quizás en un porcentaje mayor que hace unos años atrás “El mercado automotor mostró un comportamiento positivo en julio. Según el informe de Andemos, durante este mes se registraron 22.904 vehículos nuevos en el país, lo que representa un incremento del 18,3% frente al mismo periodo del 2018” esto ha causado que la mayoría de los parqueaderos del país y de la ciudad de Cartagena aprovechen este aumento de la demanda para incrementar los precios de este servicio. En los últimos años los precios de la tarifa en los parqueaderos han incrementado hasta en un 11%, en el último año paso de \$105 pesos por minuto a costar \$110 pesos por minutos, este incremento es 4,2% de un año a otro.

Según la Revista Dinero, en promedio el incremento es de 4,2% en la tarifa de parqueo fuera de vía para vehículos livianos y pesados y de 4,4% para motocicletas. El parqueo de bicicletas no tiene incremento y se mantiene en \$10 el minuto y \$600 la hora. En 2016, cerca de la mitad de los parqueaderos de la ciudad de Cartagena en su mayoría los centros comerciales de la ciudad colocaron dentro de sus parqueaderos sistema de cobro automático, buscando más ingresos y sacando los vehículos que parqueaban por horas dentro de sus instalaciones y aprovechándose de esto.

Hace varios años atrás el parqueo en estos lugares, como lo eran los centros comerciales entre otros, eran parqueos completamente gratuitos, aunque fueron creados para los clientes, sin ningún

problema, cualquier persona podía parquear dentro de estas instalaciones sin problema alguno y no tener que pagar este servicio.

Esta fue una de las razones necesarias por las cuales se necesitó la creación de un nuevo servicio, donde se pueda prestar un excelente servicio con los precios más bajos del mercado y agregando el lavado de vehículos a un excelente precio a nuestros usuarios más frecuentes.

Toda esta problemática, se ha venido generando por la cantidad de vehículos nuevos adquiridos en los últimos años y los problemas de movilidad que genera el parquear en lugares no permitidos, sin duda esta idea de negocio **THE PERIQUITOS PARKING WASH** llegara a la comunidad para impactar positivamente a la ciudad de Cartagena, buscando eliminar las inconformidades de nuestros usuarios.

El modelo **CANVAS** será una de las guías para el desarrollo de este trabajo, este modelo **CANVAS** ofrece un lienzo que brinda estructura y organización de ideas al modelo de negocio que se quiera emprender, en el caso este trabajo se desarrollará el modelo de negocio del emprendimiento ***THE PERIQUITOS PARKING WASH*** en Cartagena, brinda de manera provechosa la identificación de la propuesta de valor, la relación con los clientes, el reconocimiento del segmento de mercado.

Este trabajo pretende diseñar un modelo de negocios para una empresa que ofrezca servicios de parqueadero en la ciudad de Cartagena aplicando la metodología **CANVAS** con el fin de clarificar la iniciativa empresarial de ese sector. Con esta iniciativa empresarial se busca solventar algunas de las necesidades de mejora en la comodidad en los precios del parqueo pagado por los cartageneros, mejorando las condiciones en materia de movilidad de una parte de la población que tiene problemas muy serios por el poco espacio existente.

La industria automotriz es una de las industrias más grandes y sólidas del mundo, pues abarca una de las necesidades del ser humano de transportarse, por tanto, está en constante crecimiento, aun cuando su crecimiento dependa de factores de mercado y crecimiento económico de un país, " en Colombia en el año inmediatamente anterior incremento sus ventas en 238.238 unidades a 256.662, lo que equivale a un crecimiento del 7,7 %, de acuerdo con cifras de la Asociación Nacional de Movilidad Sostenible (ANDEMOS).",

"El mercado automotor mostró un comportamiento positivo en julio del 2019. Según el informe de ANDEMOS, durante este mes se registraron 22.904 vehículos nuevos en el país, lo que representa un incremento del 18,3% frente al mismo periodo del 2018. Este se convierte en el mejor mes del 2019 para el mercado, que continúa consolidando un crecimiento del 4,7% en el primer semestre de este año, con un acumulado de 139.114 registros. Renault, Toyota y Volkswagen siguen siendo las marcas líderes del mercado y camiones pesados registra el mayor crecimiento durante el mes con un 52,5%, seguido por taxi y vehículos de pasajeros. Por su parte, la Andi y Fenalco revelaron cifras muy similares del sector automotor (crecimiento del 18,4%), destacando que en lo corrido del año los segmentos automóviles y utilitarios registraron los números de matrículas más altos con 68.309 y 45.208 unidades, respectivamente."

En cuanto a Cartagena El informe de Calidad de Vida de Cartagena Cómo Vamos reveló que en 2018 el parque automotor de la ciudad sumó más de 3 mil nuevos vehículos, con un crecimiento del 3% frente a 2017. En total, de los 118.562 vehículos matriculados en Cartagena, 39% son carros particulares, mientras que el 57% son motos, es decir, en la ciudad hay más de 67 mil motos matriculada, No es un secreto que esté aumento de vehículos trae consigo un sin número de problemas e inconvenientes para la movilidad y la contaminación ambiental, sin embargo, contribuye económicamente al crecimiento de la ciudad.

Ciertamente se abre un nicho económico donde hay participación de diferentes entes económicos que ayudan a la generación de empleo en la ciudad, puesto que son muchos los servicios que requiere el cuidado mantenimiento y funcionamiento de un vehículo, desde la gasolina hasta el cambio de aceite, teniendo en cuenta que estamos en una ciudad turística al rededor del mar es aún más frecuente el ingreso vehicular en las diferentes temporadas incrementando la demanda de servicios.

El afán y la necesidad de encontrar un local que brinde diferentes servicios para el cuidado y estacionamiento de los vehículos es muy difícil de encontrar y aún más que sea asequible para cualquier tipo de vehículos y que sea eficiente, cumpla con las disposiciones legales y además contribuya a satisfacer las necesidades de sus clientes sin afectar de manera significativa el medio ambiente.

He aquí donde nace la idea de generar un plan de negocios que pueda abarcar y dar solución a las necesidades vehiculares, donde el propietario del bien pueda encontrar una gran gama de servicios para el cuidado y preservación del inmueble. ***THE PERIQUITOS PARKING WASH*** llegara a la comunidad para impactar positivamente a la ciudad de Cartagena, buscando eliminar las inconformidades de nuestros usuarios. Siempre apuntando a la generación de un equilibrio ambiental haciendo uso de las nuevas herramientas tecnológicas, y vanguardistas que favorezcan la reutilización y renovación de las aguas residuales y la maximización en el consumo de agua limpia donde nos comprometemos a buscar las innovaciones más vanguardistas que ayuden a maximizar el uso de los recursos hídricos.



## **1.2. Formulación del problema**

¿De acuerdo al modelo CANVAS cuáles serían las características principales para un modelo de negocio que ofrece servicio de parqueo y lavado en la ciudad Cartagena?

## **2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION.**

### **2.1. Objetivo general**

Diseñar un modelo de negocios para una empresa que ofrezca servicios de parqueo y lavado en la ciudad de Cartagena, aplicando la metodología CANVAS, con el fin de clarificar oportunidad de negocio para esta iniciativa empresarial.

### **2.2. Objetivos específicos**

a) Definir la propuesta de valor clave para la iniciativa empresarial THE PERIQUITOS PARKING WASH en la ciudad de Cartagena por medio de la aplicación de las preguntas claves que menciona el modelo CANVAS.

b) Establecer la estructura de costos que necesita la iniciativa empresarial THE PERIQUITOS PARKING WASH en la ciudad de Cartagena aplicando como herramienta guía el modelo CANVAS

c) Identificar la fuente de ingresos y el origen de los mismos para el modelo de negocios THE PERIQUITOS PARKING WASH en la ciudad de Cartagena utilizando como base el modelo CANVAS

### **3. JUSTIFICACION.**

Es un hecho que el incremento de vehículos en la ciudad genera la necesidad de solicitar servicios tanto de lavado como de parqueaderos; ciertamente la ciudad hoy por hoy se ve afectada por el hacinamiento vehicular en las calles, si bien es cierto las autoridades ejercen control que no impacta de manera significativa la invasión del espacio público, se crea la necesidad de generar espacios donde se puedan congregar una gran cantidad de auto contribuyendo positivamente al despeje de las calles. Esta propuesta de negocio, nace de esta necesidad que a través de la metodología de Canvas busca formalizar un modelo integral donde en la marcha de este pueda adecuarse al cambio brindándole a sus clientes satisfacer las diferentes necesidades que los dueños de vehículos pudiesen presentar.

De esta manera nuestra idea por medio del modelo de negocio ***THE PERIQUITOS PARKING WASH*** ayudará a nuestros clientes a tener mucha más tranquilidad al momento de pensar en su bolsillo, porque sabrá con detalles los precios de nuestros servicios y la cantidad de beneficios por parquear su automóvil en nuestras instalaciones, y los beneficios para el lavado y encerado de su vehículo. Esto dependerá de la cantidad de su tiempo y el convenio que exista con el usuario, entre más tiempo por semana exista mayor será los descuentos.

El lavado de los vehículos dependerá del tiempo del parqueo, esto no quiere decir que si usted tiene su vehículo puede ir a utilizar nuestros servicios de lavado, dándole la facilidad de utilizar solo este servicio si es requerido.

Además de lavado existe el encerado que este tendrá un costo adicional pero no muy representativo en el total, dándole un toque más brillante a su vehículo.

Otro servicio será el aplicar el anticorrosivo, sabiendo que estamos en una ciudad donde el nivel de sal es muy alto por las playas, es necesario que los vehículos sean protegidos con eso, a raíz que la salinidad ayuda a que los vehículos se oxiden de manera más rápida de lo normal.

Para el desarrollo del proyecto es necesario hacer un proceso de investigación y desarrollo de la composición de cada uno de los productos a ofrecer, buscando lograr los mejores precios del mercado.

La innovación, uno de los puntos fundamentales que se debe asegurar en el desarrollo del negocio, tiene que ver con penetrar el mercado de forma evidente, para que la propuesta sea acogida, difundida y logre el mayor nivel de aceptación en el mercado, esto tiene que ver con una estrategia clara de penetración.

Este negocio será exitoso en la medida en que los usuarios acepten, consuman y promuevan nuestros productos, logrando esto por medio de campañas importantes de publicidad y evento como el de lanzamiento y otros en los cuales se ofrecerá servicios gratuitos a los clientes. Para el desarrollo del proyecto se requerirán fuentes de financiación que en principio se pretende que sean aportes de los socios y de potenciales inversionistas que, una vez terminado el plan de negocio, puedan mostrarse las bondades del concepto del mercado.

Observaremos y examinaremos todos los Pilares fundamentales para el éxito de esta empresa, estos pilares a analizar son:

1) Análisis del Mercado: En este capítulo se busca determinar el análisis del sector, del mercado propiamente dicho y desarrollar el plan de mercadeo para interactuar en dicho mercado.

2) Análisis Técnico y Operativo: En este capítulo se busca analizar el producto, las facilidades con relación a las instalaciones físicas, los equipos y los sistemas de control.

3) **Análisis Administrativo:** En este capítulo se busca definir las principales características para el personal ejecutivo, la organización, los empleados y las organizaciones de apoyo.

4) **Análisis Legal y Social:** En este capítulo se busca determinar los aspectos legales y de legislación urbana, el análisis ambiental y el análisis social.

5) **Análisis Económico:** En este capítulo se busca determinar las características económicas del proyecto desde el punto de vista de la inversión en activos fijos, capital de trabajo, presupuesto de ingresos, análisis de costos, presupuesto de personal, otros gastos y deducciones tributarias.

6) **Análisis de Valores Personales:** En este capítulo se busca determinar la adecuación de la posición personal del empresario y del equipo en aspectos éticos y morales.

7) **Análisis Financiero:** En este capítulo se busca determinar y detallar las necesidades de los recursos financieros donde se tendrán en cuenta el análisis del flujo de caja, el estado de resultados y los balances.

8) **Análisis de Riesgos e Intangibles:** En este capítulo se busca determinar riesgos del mercado, técnicos, económicos y financieros.

## **4. MARCO DE REFERENCIA**

### **4.1. Antecedentes de la Investigación.**

La industria del lavadero y parqueaderos de autos en Colombia saborea un buen momento. Para comenzar, en el en lo que va corrido del año llevan una buena cantidad de dinero recaudado, de acuerdo con un estudio que hizo la revista dinero. La industria de lava-autos y parqueo saborea un buen momento. Para la Asociación Colombiana de la Industria de Auto lavados. A esto se suma que para EL en el 2018, el número de vehículos nuevos matriculados en el departamento de Bolívar creció 8,3% en comparación con 2017.

De acuerdo con el DATT, hoy el 8,3% de esos vehículos colombianos corresponde a la tenencia de 2 vehículos por familia. Esto incluye, además, que en el sector hay tendencias hacia la formalización y a mejoras en la concepción de los negocios dedicado a la lavandería y parqueo de autos. Hoy se encuentran empresas más profesionales, con estructuras más fuertes que han permitido el desarrollo de cadenas e inversiones millonarias. Los lava-autos-parqueadero son un negocio que requiere capitales mínimos, según confirman empresarios del sector. Montar un lava-autos y parqueo de primer nivel en Bogotá puede costar entre 20 y 35 millones de pesos.

En las zonas donde se concentran, el metro cuadrado tiene altos precios; en la zona G de Bogotá, por ejemplo, el arriendo de una casa de 250 metros cuadrados cuesta más de 30 millones de pesos mensuales. El metro cuadrado en el parque Lleras de Medellín cuesta entre 3,5 y 5 millones de pesos, mientras que, en la carretera de Las Palmas, entre 5 y 7 millones. En Cali, en sectores como Ciudad Jardín y Granada, estos arriendos oscilan entre 2 y 3 millones y en Cartagena, en la ciudad amurallada, entre 7 y 9 millones de pesos. En la actividad de lava-autos y servicio de parqueo,

En los últimos años al sector de AUTOLAVADOS no han llegado inversionistas jóvenes.

"Salir a lavar tu auto o buscar en donde parquear se volvió cotidiano, dejó de ser algo para celebrar. En las grandes ciudades del país, la gente trabaja lejos de sus casas y encuentra en el Parqueadero un buen lugar en donde pueden dejar sus vehículos con toda confianza y seguridad.

#### **4.2. Marco Teórico.**

La metodología de CANVAS de Alexander Osterwalder, es una herramienta que mediante un sencillo esquema permite analizar desde diferentes puntos el negocio; convirtiéndose en el eje fundamental que guiará nuestro modelo de negocio, teniendo en cuenta cómo está enmarcada conceptos técnicos y los aborda de tal manera que facilita encaminar el emprendimiento y la innovación de las ideas; permitiendo desarrollar un modelo de negocio atractivo tanto para clientes como para inversionistas.

La visión de la metodología CANVAS que le brinda un nuevo sentido a la proposición de ideas que estén ligadas una empresa o la creación de un negocio desde cero, siempre teniendo en cuenta, diferentes aspectos que combinados buscan alcanzar el éxito, rompiendo con esquemas obsoletos, intentando ser innovadores, generando valor a los productos/servicios en los que esté relacionado el negocio o empresa,

Esta metodología, representa los objetivos que se quieren alcanzar con el planteamiento de la idea inicial de donde se desprende este proyecto, ya que de acuerdo a sus lineamientos estructurados se visualiza la viabilidad y desarrollo de la idea de negocio.

La metodología de CANVAS sugiere la división de actividades en nueve módulos, los cuales cubren cuatro áreas principales de un negocio: cliente, oferta, infraestructura y viabilidad económica. “El modelo de negocio es una especie de anteproyecto de una estrategia que se aplicara en las estructuras, procesos y sistemas de una empresa “Para el trabajo, se ha pensado en la división de los módulos de la metodología CANVAS en tres grandes estructuras; una es la definición de la propuesta de valor, que es el centro de la investigación para formular cual será el atractivo del modelo de negocio para con los clientes y los posibles inversores.

La otra estructura de definiciones y de desarrollo es la que define la estructura de costos donde se han de tener en cuenta los aspectos relacionados a los socios, recursos actividades clave y la estructura de los costos en el que se han de incurrir para el desarrollo del modelo a la vista de la investigación. Por último, la estructura de fuentes de ingreso donde se agrupan los módulos de segmento de mercado, canales de distribución, relación con los clientes y la definición de las fuentes de ingreso del modelo. A continuación, una descripción breve de los nueve módulos de construcción de un modelo basado en la metodología CANVAS:

➤ ***Segmento de clientes o de mercado:*** El objetivo es la identificación de segmentos de clientes definidos y agrupados por la necesidad o necesidades que se han identificado y por la cual se emprende el desarrollo del modelo, Según la definición de ***Osterwalder y Pigneur*** (2006), “los clientes son el centro de cualquier modelo de negocio.

➤ ***Respuesta:*** Segmento de clientes o de mercado : de acuerdo a las especificaciones del emprendimiento ***THE PERIQUITOS PARKING WAHS*** , vamos a prestar nuestro óptimo servicio a un nicho de mercado, puesto que va dirigido directamente a los dueños de vehículo del sector donde se desarrolla el local que tenga la necesidad de parquear de forma segura, limpiar su



auto contribuyendo de manera efectiva al medio ambiente , teniendo la plena confianza en que los servicios son prestados bajo estrictas medidas de control y sobre todo a un muy buen precio

Existen varios segmentos de mercado expuestos por la metodología, he aquí una descripción breve de cada uno:

- ***Mercado de Masas***: es un modelo de negocio que no hace distinción, mejor dicho, generaliza la segmentación en un gran número de futuros clientes con necesidades similares. Según la metodología, este es el modelo que se utiliza en el sector de la electrónica de gran consumo.
- ***Nicho de Mercado***: Los modelos de negocio que orientan sus actividades a este tipo de segmentación, atienden a clientes específicos y especializados; la oferta es a una fracción del mercado.
- ***Mercado segmentado***: Es la división del público objetivo de la empresa en grupos o subgrupos. Mediante la segmentación de mercado, la empresa puede adaptar sus campañas de ventas y sus estrategias de marketing con el fin de que estén dirigidas específicamente a los segmentos identificados
- ***Mercado diversificado***: las empresas que aplican este tipo de identificación de su mercado, atienden a clientes con intereses diferentes y con necesidades diferentes, las cuales no están relacionadas entre sí por ningún aspecto. Lo anterior denota que la empresa que ofrece dichos servicios o que implementa dicho modelo de negocio, debe poseer una estructura fuerte puesto que el satisfacer distintas demandas significa el tener que sustentar diferentes propuestas de valor y todos los aspectos relacionados con estas actividades.

- **Novedad:** Algunas propuestas de valor satisfacen necesidades nuevas en el segmento de clientes, quienes aún no la perciben puesto que es una oferta nueva en el mercado. “Por lo general, aunque no siempre, este tipo de valor está relacionado con la tecnología. Los teléfonos móviles, por ejemplo, han creado una industria completamente nueva alrededor de las telecomunicaciones móviles.

- **Mejora del rendimiento:** antes la mejora en los alimentos producto era plus para la creación de una mejor propuesta de valor. Sin embargo, el mayor rendimiento tiene sus límites. Lo anterior puede describirse con el caso de los computadores de mesa los cuales, a pesar de la mejora de sus características como mayor capacidad de almacenamiento, mayor capacidad de procesamiento, entre otras, no es sinónimo de mayor demanda en el mercado.

- **Personalización:** los productos que satisfacen necesidades específicas de los clientes generan valor a la empresa. La personalización masiva y la relación con el cliente con respecto a la clínica reacción de nuevos productos y servicios han sido aspectos importantes en los últimos años.

- **Trabajo Hecho:** El realizar actividades o trabajos que contribuyan al desarrollo de los clientes, también puede ser una forma de crear valor. Mientras que se le brindan estos servicios, el cliente puede desempeñarse en otras actividades productivas, aumentando así el vínculo de confianza para con la empresa.

- **Información:** Como se da a conocer los servicios de la empresa.

- **Evaluación:** Ayudar al cliente a evaluar la propuesta de valor.

- **Autoservicio:** En esta relación con el cliente, el contacto no es directo, sin embargo, la empresa pone a disposición todos los medios necesarios para que el cliente se sirva el mismo.
- **Servicios Automáticos:** Es una combinación entre la relación anterior y procesos automatizados. En este, los procesos automatizados son capaces de diferenciar entre perfiles de clientes y pueden llegar a sugerir opciones de productos/servicios basados en dichos perfiles.
- **Comunidades:** La creación de grupos de clientes con los mismos gustos en cuanto a productos/servicios ofrecidos por la empresa es una forma de relación colectiva; esto permite el intercambio de opiniones con respecto a los mismos permitiendo la retroalimentación por parte de la empresa y la difusión de las experiencias a otros posibles clientes. Otro ejemplo que se puede citar del libro de, es el siguiente: “El gigante farmacéutico GlaxoSmithKline creó una comunidad en línea privada cuando comercializó Allí, un nuevo producto de adelgazamiento que se vende sin receta. GlaxoSmithKline quería comprender mejor los retos a los que se enfrentan los adultos con sobrepeso y, de esta manera, mejorar la gestión de sus expectativas” cómo.
- **Fuentes de ingreso:** Una vez identificados los sectores o segmentos de mercado, se debe establecer el nivel de inversión en los productos/servicios del negocio y con respecto a en que se está invirtiendo más, para saber a qué segmento de mercado se le debe invertir más.
- **Publicidad:** Esta fuente de ingresos se desprende de las cuotas por publicidad de productos o servicios. “Es sabido que la industria multimedia y los organizadores de eventos dependen sobre todo de los ingresos generados por la publicidad”. Con respecto a la manera de fijar los precios existen dos mecanismos principales:

- **Fijos:** Los precios definidos se basan en variables estáticas. Se pueden definir las variables dependiendo de las características del producto, segmento del mercado y volumen de producto adquirido.
- **Dinámicos:** Los precios cambien de acuerdo con el movimiento del mercado. Las variables que intervienen en estos mecanismos se mueven dependiendo de la gestión de rentabilidad, es decir, depende del inventario y del momento de compra, en función de la oferta y la demanda y de subastas de productos/servicios.
- **Recursos clave:** Se describen los activos más importantes para el funcionamiento del modelo de negocio. Estos recursos van a permitir a la empresa crear y fortalecer la propuesta de valor, llegar con fuerza a él/los segmentos de mercado, establecer las relaciones con los clientes situados en esos segmentos y percibir los ingresos derivados de la oferta de los productos/servicios. “Los recursos clave pueden ser físicos, económicos, intelectuales o humanos. Además, la empresa puede tenerlos en propiedad, alquilarlos u obtenerlos de sus socios clave”
- **Recursos Físicos:** Se incluye en esta categoría los locales, maquinas, vehículos, etc.
- **Intelectuales:** Los recursos intelectuales como marcas, patentes, derechos de autor, son más valorados en estos tiempos como recursos valiosos en los modelos de negocios actuales.
- **Humanos:** Toda empresa necesita recursos humanos, algunos más que otros, además del nivel académico que debe tener dicho personal. Esto depende de las actividades a desarrollar en la empresa.

- **Económicos:** Es bien sabido que la en los proyectos comerciales y de inversión, la materia prima es el dinero que se invierta para la puesta en marcha de las actividades comerciales propuestas por el modelo de negocio.

Los conceptos anteriores concuerdan con las opiniones expresadas dentro de la descripción del problema, en cuanto a los cambios tecnológicos vertiginosos y la influencia opuesta de este fenómeno en los países desarrollados y subdesarrollados. Todo lo anterior contribuirá a lograr el objetivo del trabajo a realizar que es diseñar un modelo de negocio para comercialización de tecnología de última generación en liquidación o usada, aplicando el modelo **CANVAS**, con el fin de aprovechar las condiciones y características favorables de la oferta y demanda actuales del producto.

### **4.3. Marco conceptual**

**Modelo de Negocio:** describe la forma lógica de cómo se crea una empresa, se ofrece y se captura valor con la misma. La construcción del modelo en desarrollo se basa en la aplicación de la metodología CANVAS.

Metodología CANVAS basada en el desarrollo de actividades ligadas a nueve bloques de construcción los cuales son: segmentación del mercado, propuesta de valor, canales de distribución, relación con el cliente, fuentes de ingresos.

Se divide en nueve módulos, la parte derecha es la que hace referencia a los aspectos externos a la empresa, al mercado, al entorno.

***La parte derecha del modelo de negocio CANVAS*** se compone de los siguientes bloques:

segmento de mercado, propuesta de valor, canales, relación con clientes y fuentes de ingresos;

En la parte izquierda del lienzo de negocios, se reflejan los aspectos internos de la empresa como asociaciones clave, actividades y recursos clave, y estructura de costes.

***Emprendimiento Económico:*** Iniciativa que toma un individuo o grupo de individuos para asumir un riesgo económico invirtiendo en una idea que surge de una necesidad u oportunidad que se presenta en el mercado. Este concepto está muy ligado a las actividades y al desarrollo de la metodología seleccionada. Se refiere a la formulación de ideas interesantes e innovadoras que puedan romper con los paradigmas creados en torno al comercio y la oferta de productos y servicios, basándolos en la investigación actual, en la economía local y la demanda de la electrónica de consumo. La buena aplicación de este concepto puede garantizar o demeritar la propuesta de valor que se le quiere imprimir al modelo de negocio en desarrollo.

***Innovación:*** El concepto se asocia a la generación de nuevas propuestas dentro de un mercado ya existente o exponerlas como novedad dentro de un mercado económico (concepto ligado a modelos de negocio o proyectos de carácter económico)

***Estructura de costos:*** Definición estructurada de las inversiones a realizar para la puesta en marcha del modelo de negocio. Dentro de la metodología CANVAS, la definición de este concepto se basa en el desglose de los módulos de asociaciones clave, en el cual se han de especificar cuáles son las alianzas que se deben dar para que el modelo de negocio se pueda poner en marcha teniendo en cuenta la cadena de valor y la relación de sus eslabones y sus actividades, recursos clave que son de los que se ha de valer la empresa (personal, tangibles e intangibles) para la puesta en marcha de las actividades clave, actividades clave que son aquellas

que se han de poner en práctica junto con las estrategias para conseguir los objetivos trazados, y el módulo de estructura de costos que describe las inversiones que se deben hacer para la obtención de la materia prima y de lo asociado a la puesta en marcha del negocio.

***Fuentes de Ingreso:*** Definición estructurada de los ingresos a alcanzar con la puesta en marcha del modelo de negocio, incluyendo la definición de los clientes y los precios que se han de establecer para los productos/servicios ofertados. Dentro de la metodología seleccionada

## **5. DISEÑO METODOLÓGICO**

### **5.1. Tipo de investigación**

La investigación es de tipo descriptiva la cual tiene como propósito la delimitación de los hechos que conforman el problema de investigación.

Este tipo de estudio identifica características del universo de investigación, señala formas de conducta y actitudes del universo investigado, establece comportamientos concretos y descubre y comprueba la asociación entre variables de investigación. De acuerdo con los objetivos planteados, el investigador señala el tipo de descripción que se propone realizar.

Este trabajo es descriptivo pues pretende diseñar un modelo de negocios para una empresa que ofrezca batidos naturales en la ciudad de Cartagena, aplicando la metodología CANVAS, con el fin de clarificar oportunidad de negocio para esta iniciativa empresarial.

### **5.2. Población y muestra**

Para efectos de esta investigación, no se realiza muestreo estadístico, ya que se realizará estudio de caso al modelo de negocios para una empresa que ofrezca los servicios de PARQUE Y AUTO-LAVADO en la ciudad de Cartagena, aplicando la metodología CANVAS, con el fin de clarificar oportunidad de negocio para esta iniciativa empresarial

### **5.3. Técnicas de recolección de la información.**

Considerando Que la recolección de datos se define como el conjunto de procedimientos y herramientas para recoger y analizar la información necesaria que permita lograr los objetivos de la investigación. Se utilizará para la recolección de la información del modelo conceptual de la iniciativa empresarial del modelo de negocios *THE PERIQUITOS PARKING WASH* en la ciudad de Cartagena, las fuentes de información y la respectiva técnica. Cabe resaltar que las fuentes de información es todo aquello (documento, persona, objeto) a los que acude el



investigador los cuales nos proporciona datos para el análisis y tratamiento del problema de investigación planteado

**6. ASPECTOS DE CONTROL Y ADMINISTRACION DEL PROYECTO.**

**6.1. Cronograma.**

Fecha Actividad.	Febr ero	Marz o	Abril	May o	Juni o	Ju lio	Ago.	Se p.	O ct.
Descripción del problema									
Marco referencial									
Diseño metodológico									
Trabajo de campo									
Análisis de información									
Presentación de resultados									

**Tabla 1, cronograma del proyecto *THE PERIQUITOS PARKING WASH***

**6.2. Presupuesto**

<b>EGRESOS</b>		<b>INGRESOS</b>
LIBROS	\$ 6.000	FINANCIACION PROPIA \$ 2.350.000
FOTOCOPIAS	\$ 4.000	
REFRIGERIOS	\$ 30.000	
TRANSPORTES	\$ 120.000	
PAPELERIA	\$ 30.000	
IMPREVISTOS	\$ 40.000	
INTERNET	\$ 120.000	
PC	\$2.000.000	TOTAL \$ 2.350.000
TOTAL \$ 2.350.000		

**Tabla 2, presupuesto para el modelo de negocio *THE PERIQUITOS PARKING WASH***

7. ANÁLISIS DE RESULTADOS

Aliados Clave	Actividades	Propuesta	Relación	Segmentos de
<p>                     &gt; Talleres de autos                      &gt; Tiendas de accesorios para autos                      &gt; Mecánicos                      &gt; Empresas                      &gt; Proveedor Alianzas con los proveedores para generar exclusividad                 </p>	<p> <b>Clave</b>                      Optimizar la rentabilidad de la empresa a través del ofrecimiento eficiente de nuestra carta de servicios                 </p> <hr/> <p> <b>Recursos Clave</b>                      -Maquinaria                      -Empleados                      -tecnicamente preparados                 </p>	<p> <b>de Valor</b>                      Brindamos un servicio de cuidado y protección del vehículo a un muy buen precio y una alta calidad utilizando productos 100% ecológicos                 </p>	<p> <b>con el Cliente</b>                      Página web                      Instagram                      Facebook  <del>whatsapp</del> </p> <hr/> <p> <b>Canales</b>  <del>Página web</del>                      Instagram                      Facebook  <del>Whatsapp</del> </p>	<p> <b>Cientes</b>                      Está compuesto por todas aquellas personas mayores de edad propietarias de vehículos que deseen salvaguardar, proteger y cuidar su vehículo a los mejores precios del mercado sin discriminar ningunos de los estratos socioeconómicos de la ciudad de Cartagena                 </p>
<p><b>Estructura de Costes</b></p> <p>Sueldos , Alquiler de local , Mantenimiento de maquinaria</p>		<p><b>Estructura de Ingresos</b></p> <p>Nuestros clientes estan dispuestos apagar nuestro servicios por la calidad que ofrecemos ya que contribuye al cuidado y proteccion del vehiculo y es amigable con el medio ambiente</p>		

Tabla 3, figura 3, modelo Canvas para aplicación del modelo de negocio

Tabla 3, modelo aplicación del modelo *THE PERIQUITOS PARKING WASH*

## **8. PROPUESTA DE VALOR CLAVE LA INICIATIVA EMPRESARIAL *THE PERIQUITOS PARKING WASH***

### **8.1. Descripción del Servicio**

Mantener y cuidar su vehículo se ha convertido en una necesidad, más que en una tendencia, y una de los inconvenientes de las personas para descuidar su vehículo son los excesivos costos de lavado y estacionamiento que se encuentran o en su defecto la escases de encontrar un sitio que ofrezca los dos servicios al mismo tiempo ***THE PERIQUITOS PARKING WASH***

logro identificar a través de la observación del entorno y análisis detallados las falencias principales de este tipo de negocios con respecto a la prestación de estos servicios.

Uno de los principales factores del no cuidado de su vehículo es el precio y la mala atención de muchos de esos lugares en donde influye también la higiene que se maneje en este tipo sitios ***THE PERIQUITOS PARKING WASH*** derriba por completo estos mitos y factores ya que la propuesta de negocio está enfocada al manejo de productos ecológicos de alta calidad que brindan y garantizan al cliente un óptimo resultado al más bajo costo del mercado , por tal razones ***THE PERIQUITOS PARKING WASH*** pretende posicionarse en la industria con precios competitivos que permitan penetrarse y generar un posicionamiento de sí mismo ofreciendo servicios por valores accesibles, a la misma vez que cubra la necesidad identificada que existe en la industria y que las personas puedan tener la oportunidad de opinar sobre cambios en el servicio , por esto ***THE PERIQUITOS PARKING WASH*** no solo ofrece accesibilidad en precios , también ofrece una línea de servicios , rápida , eficaz y eficiente ofreciendo así sus servicios de tenencia en custodia del vehículo con un valor agregado Que es la limpieza del vehículo con productos amigables con el ambiente lo cual reduce los costos tanto de producción ,

ejecución del lavado ; sabiendo del compromiso moral y social que tenemos todos de preservar el medio ambiente , siendo responsables de uso adecuado de los recursos naturales.

## **8.2. Aspectos diferenciales del producto**

En el proceso de y búsquedas de la ejecución de un plan de trabajo que busque satisfacer una necesidad localizada como lo es la puesta en marcha de the periquito parking wash, nos hemos lanzado a observar qué parte de la ciudad con un afluente concurrido de movilidad no cuenta con un parqueadero, que preste una serie de servicios integrales al parque auto motor que circula en el sector de piedra Bolivar, barrio España, cuatro vientos consulado; a través de la observación pudimos concluir que es una zona que cuenta con diversas sedes educativas que aún que cuentan con parqueaderos estos se quedan. Totalmente cortos al momento de prestar el servicio de forma que cubra la necesidad de salvaguardar el vehículo y brinde los cuidados para la limpieza de los automóviles con productos ecológicos y a un muy buen precio.

## **8.3. Características del Servicio.**

Sin duda alguna *THE PERIQUITOS PARKIG WASH* se destacará en el mercado por brindar un servicio excepcional siendo:

- Responsables honrando fielmente nuestra publicidad, primeramente
- Como segunda medida estaremos abiertos y dispuestos a escuchar al cliente referente a la sugerencias, quejas o reclamos brindándoles una solución que se adapte a las necesidades
- Cumpliendo con las necesidades buscando siempre la construcción de la confianza del cliente
- Desarrollar vínculos para generar confianza sobre nuestros clientes y puedan recomendarnos.

8.3. Portafolio del servicio

	<p>Ficha Técnica ESTACIONAMIENTO</p>
	<p>THE PERIQUITOS PARKING WAHS</p>
<p>NOMBRE DEL PRODUCTO:</p>	
	<p>ESTACIONAMIENTO</p>
<p>DESCRIPCION DEL SERVICIO:</p>	<p>ESTACIONAMIENTO POR TIEMPOS Y FRACCIONES DE TIEMPO</p>
<p>PRODUCTOS:</p>	

Tabla 4, figura 4, Ficha Técnica ESTACIONAMIENTO


	<p>Ficha Técnica LAVADO QUEST</p>
<p>NOMBRE DEL PRODUCTO:</p>	<p>THE PERIQUITOS PARKING WAHS</p>
<p>DESCRIPCION DEL SERVICIO:</p>	<p>WashKing sencillo Quest</p>
<p>PRODUCTOS:</p>	<p>Lavado en seco</p>
<p>PRODUCTOS:</p>	<p>Champú, Ecológico, Espuma Ecológica , Esponjas Biodegradable , Telas de Fibras</p>

Tabla 5, figura 5, Ficha Técnica LAVADO QUEST, WashKing sencillo Quest




Ficha Técnica LAVADO QUEST	
	THE PERIQUITOS PARKING WAHS
NOMBRE DEL PRODUCTO:	WashKing completo Quest
DESCRIPCION DEL SERVICIO:	Lavado externo y por debajo
PRODUCTOS:	Champú Ecológico , Espuma Ecológica , Esponjas Biodegradable , Telas de Fibras

Tabla 6, figura 6, Ficha Técnica LAVADO QUEST, WashKing completo Quest


Ficha Técnica LAVADO QUEST	
	THE PERIQUITOS PARKING WAHS
NOMBRE DEL PRODUCTO:	WashKing ultrafress Quest
DESCRIPCION DEL SERVICIO:	lavado externo, por debajo y cogineria + Pulido de farolas gratuito
PRODUCTOS:	Champú Ecológico , Espuma Ecológica , Esponjas Biodegradable , Telas de Fibras

Tabla 7, figura 7, Ficha Técnica LAVADO QUEST, WashKing ultrafress Quest



	<p>Ficha Técnica LAVADO QUEST</p>
<p>NOMBRE DEL PRODUCTO:</p>	<p>THE PERIQUITOS PARKING WAHS</p>
<p>DESCRIPCION DEL SERVICIO:</p>	<p><b>WashKing interno Quest</b></p>
<p>PRODUCTOS:</p>	<p><b>lavado interno en seco</b></p>
	<p><b>Champú Ecológico , Espuma Ecológica , Esponjas Biodegradable , Telas de Fibras , Aspiradora</b></p>

Tabla 8, figura 8, Ficha Técnica LAVADO QUEST, WashKing interno Quest

	<p>Ficha Técnica LAVADO PREMIUM</p>
	<p>THE PERIQUITOS PARKING WAHS</p>
<p>NOMBRE DEL PRODUCTO:</p>	<p><b>ParkingWash sencillo Premium</b></p>
<p>DESCRIPCION DEL SERVICIO:</p>	<p><b>las 2 horas de estacionamiento incluyen lavado sencillo</b></p>
<p>PRODUCTOS:</p>	<p><b>Champú Ecológico , Espuma Ecológica , Esponjas Biodegradable , Telas de Fibras</b></p>

**Tabla 9, figura 9, Ficha Técnica LAVADO PREMIUM, ParkingWash sencillo Premium**



	<p>Ficha Técnica LAVADO PREMIUM</p>
<p>NOMBRE DEL PRODUCTO:</p>	<p>THE PERIQUITOS PARKING WAHS</p>
<p>DESCRIPCION DEL SERVICIO:</p>	<p><b>ParkingWash competo Premium</b></p>
<p>PRODUCTOS:</p>	<p><b>las 4 horas de estacionamiento incluyen lavado externo y por debajo</b></p>
	<p><b>Champú Ecológico , Espuma Ecológica , Esponjas Biodegradable , Telas de Fibras</b></p>

Tabla 10, figura 10, Ficha Técnica LAVADO PREMIUM, ParkingWash competo Premium

	<b>Ficha Técnica LAVADO PREMIUM</b>
<b>NOMBRE DEL PRODUCTO:</b>	<b>THE PERIQUITOS PARKING WAHS</b>
<b>DESCRIPCION DEL SERVICIO:</b>	<b>ParkingWash interno Premium</b>
<b>PRODUCTOS:</b>	<b>las 6 horas de estacionamiento incluyen lavado externo y de cogineria</b>
	<b>Champú Ecológico , Espuma Ecológica , Esponjas Biodegradable , Telas de Fibras</b>

**Tabla 11, figura 11, Ficha Técnica LAVADO PREMIUM, ParkingWash interno Premium**


	<p>Ficha Técnica LAVADO PREMIUM</p>
<p>NOMBRE DEL PRODUCTO:</p>	<p>THE PERIQUITOS PARKING WAHS</p>
<p>DESCRIPCION DEL SERVICIO:</p>	<p><b>ParkingWash ultrafress Premium</b></p>
<p>PRODUCTOS:</p>	<p><b>Las 8 horas de estacionamiento incluyen lavado externo, por debajo y cogineria + Pulido de farolas gratuito</b></p>
	<p><b>Champú Ecológico , Espuma Ecológica , Esponjas Biodegradable , Telas de Fibras</b></p>

Tabla 12, figura 12, Ficha Técnica LAVADO PREMIUM, ParkingWash ultrafress

Premium

#### **8.4. Estrategia de Precios**

**THE PERIQUITOS PARKIGN WAHS** está enfocado en posicionarse como uno de los principales parqueados del barrio ARMENIA y entra a competir ofreciendo precios por debajo de los establecidos en el mercado, por ende, nuestra estrategia de precios está orientada hacia la Penetración del mercado

Esta es otra estrategia de precios aplicable a productos nuevos, pero totalmente opuestos al descremado de precios. Según Kotler, Armstrong, cámara y Cruz, consiste en fijar un precio inicial bajo para conseguir una penetración de mercado rápida y eficaz, es decir, para atraer rápidamente a un gran número de consumidores y conseguir una gran cuota de mercado. El elevado volumen de ventas reduce los costes de producción, lo que permite a la empresa bajar aún más sus precios.

Un clásico ejemplo de este tipo de estrategia de precios es el caso de Dell, que penetró en el mercado de computadoras personales con precios bajos, distribuyendo sus productos a través de canales directos que reducían su nivel de costes.

La estrategia de precios de penetración tiene como principales objetivos: Penetrar de inmediato en el mercado masivo, generar un volumen sustancial de ventas, lograr una gran participación en el mercado meta, desalentar a otras empresas de introducir productos competidores y atraer nuevos clientes o clientes adicionales que son sensibles al precio.

Esta estrategia de precios es conveniente en las siguientes condiciones:

- 1) El tamaño del mercado es amplio y la demanda es elástica al precio,
- 2) los costes de fabricación y de distribución se pueden disminuir a medida que aumenta el volumen de ventas,



3) ya existe una feroz competencia en el mercado por ese producto o se espera que se presente poco después de que se introduzca el producto.

## **8.5. Estrategia de ventas**

“La parte sencilla de vender es pensar que alguien necesita de tu producto o servicio y que está dispuesto a comprarlo. En caso contrario, no existirías, pues empresa que no vende, se extingue. La parte complicada es elaborar una estrategia. Para ello, hay que partir de la premisa de que todos los integrantes de la organización tienen que estar enfocados en esta tarea, no sólo los miembros del departamento comercial” Germán Sánchez Hernández.

Partiendo de esta premisa nuestra estrategia de venta será sencilla enfocada en 6 pasos:

1) Ser Efectivo: Nos enfocaremos en brindarle la tensión a quienes deseen cuidar su vehículo con la más alta calidad de productos.

2) conocer más a fondo sus proyectos: Definiremos claramente las características de nuestros futuros clientes, perfilándolos de acuerdo al tipo de Consumo que estos deseen.

3) Poner atención en los detalles: En este identificaremos cuales son las necesidades de nuestros clientes con respecto a la prestación de nuestros servicios para así brindarles la atención adecuada y oportuna.

4) Cumplir siempre lo que prometemos: Nos enfocaremos en cumplir a cabalidad con los servicios propuesto con intención de cumplir las expectativas de nuestros clientes.

5) Diversificación: Siempre nos enfocaremos en ampliar nuestro portafolio de servicios para brindarle opciones a los diferentes consumidores.

6) Mercadotecnia: Existen diferentes herramientas tecnológicas que nos facilitaran el reconocimiento a través de medios digitales, Tales como (INSTAGRAM, FACEBOOK, WHATSAPP, TWITTER)

### **8.6. Estrategias de publicidad y promoción.**

La principal estrategia de publicidad y promoción al que le apunta THE PERIQUITOS PARKING WASH a largo plazo y cuando está ya esté en funcionamiento es cumplir con la satisfacción de los clientes y que estos puedan realizar una sugerencia "boca a boca"

### **8.7. Publicidad y promoción en redes sociales**

La estrategia de publicidad y promoción en la fase de introducción de THE PERIQUITOS PARKING WASH se realizará aprovechando las herramientas de las redes sociales específicamente Instagram y WhatsApp donde será realizará la mayor parte de publicidad y promoción, y a través de WhatsApp difundir mediante Grupos como in drive, Uber las promociones del cada día donde se pueda crear un vínculo o relación con los clientes mucho más fuerte

### **8.8. Publicidad BTL**

Atendiendo que este método de publicidad es mucho más local y se transmite a grupo de personas más específicos va acorde al Objetivo de captar clientes específicos (personas con vehículo) y se aplicara de la siguiente manera: creando publicidad y repartiéndolas en almacenes de autopartes, cooperativas de taxi, universidades; llevaremos esta publicidad a parqueaderos y semáforos con la intención de captar clientes

### **8.9. Segmentación del mercado.**

El Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., define un segmento de mercado como "un conjunto de individuos o empresas que poseen características homogéneas y distintas, que permiten diferenciarlo claramente de los otros grupos, y que además, pueden responder a un programa de actividades de marketing específicamente diseñado para ellos, con rentabilidad para la empresa que lo practica".

Está compuesto por todas aquellas personas mayores de edad propietarias de vehículos que deseen salvaguardar, proteger y cuidar su vehículo a los mejores precios del mercado sin discriminar ningunos de los estratos socioeconómicos de la ciudad de Cartagena.

### **8.10. Fuentes de ingreso de la iniciativa empresarial THE PERIQUITOS PARKING WASH.**

En Cartagena según el DANE hay una población de 1.036.134 habitantes, y de acuerdo al departamento de tránsito y transporte hay 109.822 carros circulando diariamente en la ciudad, de acuerdo a estas cifras podemos deducir que por cada diez habitantes hay un vehículo. Atendiendo a esta situación y en la búsqueda de establecer a cuantas personas le brindaremos nuestro servicio, el cual está centralizado en la población circundante a la localidad uno y dos; y de acuerdo a la posición geográfica del establecimiento (barrio Armenia) que está rodeado por los siguientes barrios, Boston, castillete, Rafael Núñez, costa linda, El Cairo, Diecinueve de abril, piedra Bolívar, España que de acuerdo a la distribución poblacional hay 21.252 habitantes; lo que se estima que en el barrio hay una circulación diaria de 2125 carros.

The periquitos parking wash con su propuesta de valor en el primer año busca acaparar por lo menos un 5% (106.22) del parque automotor, en el servicio de lavado, teniendo en cuenta que

estamos incursionando en el mercado y nuestra competencia directa se encuentra a 2 km del establecimiento comercial, en consecuencia buscamos recibir en el primer año el 45% de nuestra inversión inicial. (Véase tabla n\* anexo)

Nuestro establecimiento estará ubicado en una zona universitaria, que no cuentan con los parqueaderos suficiente para acaparar la demanda de parqueo q son un aproximado de 225 carros y aproximadamente 500 motos que solicitan este servicio diariamente, entre los centros educativos q están por el sector, lo que buscamos sin duda alguna es atender por lo menos el 30% de esta población en periodos de 8 horas que corresponde a una jornada laboral.

Se atenderá aproximadamente 28,5 carros por hora lo que da un ingreso operativo de \$84.360 por hora, por jornada estaríamos recibiendo 684.000, lo que anualmente representa un ingreso 274.040.000.\*(véase tabla de presupuesto de ventas en anexos).

En la ejecución de the periquitos parking wash en la ejecución y puesta en marcha del ejercicio incurre en gastos administrativos 53.471.383 de ventas 74.982.286 y de operaciones 38.160.000 que están discriminándose por la prestación servicio (anexo imágenes) lo que arroja como resultado una utilidad del ejercicio estimada en 20% y 30 % por año, esto indica que se estima la recuperación de la inversión máxima en 4 años.

En consecuencia, el análisis financiero arroja un proyecto totalmente viable que de acuerdo a su propuesta de negocio la inversión estimaría una empresa totalmente rentable

#### **8.10.1. Atención personal.**

La atención personal realizada por parte de *THE PERIQUITOS PARKING WASH* se llevará a cabo cuando esta tenga lugares propios como local propio, con el objetivo de hacer sentir

importantes y exclusivos a los clientes, además de incluirles una identidad y un estilo de cuidado de su vehículo diferente, para **THE PERIQUITOS PARKING WASH** el cliente siempre será prioridad.

### **8.10.2. Atención personal dedicada.**

La atención personal dedicada será a través de las redes sociales, tales como, Instagram, Facebook y WhatsApp, que ayudará para atender de manera efectiva y rápida todas las inquietudes, sugerencias

### **8.10.3. Canales**

#### **8.10.3.1. Directos**

THE PERIQUITOS PARKING WASH siempre les ofrecerá a sus clientes el buen cuidado de su vehículo, de la mano de la misma hasta ellos, de manera segura y confiable, ahorrándole así costos, gastos y tiempo a ambas partes. Con varias estrategias para captar y fidelizar a través de este servicio a los clientes potenciales de su mercado objetivo.

#### **8.10.3.2. Propios**

Los canales de comunicación como lo son las redes sociales, tales como Facebook, Instagram y WhatsApp, además de la página web de **THE PERIQUITOS PARKING WASH** y de una idea que se ejecutara cuando **THE PERIQUITOS PARKING WASH** haya alcanzado un posicionamiento en el mercado de una app que les permita a los clientes diferentes formas de pago. Todos estos canales de comunicación le permitirán a **THE PERIQUITOS PARKING WASH** de construir relaciones mucho más fuertes con sus clientes.

**8.11. Segmentación y tamaño del mercado.**

*THE PERIQUITOS PARKING WASH*, está enfocado en todas las personas que desean salvaguardar su bien dándole el más óptimo cuidado con servicios profesionales y adecuados, es importante tener en cuenta que más del 70% de las personas con vehículos tienen la tendencia de acudir a servicios de auto-lavado más cercanos a su casa, dependiendo de la velocidad y calidad de los servicios disponibles, así es como el cliente estará dispuesto a acudir a su car-wash de su preferencia.

La mayoría de la clientela potencial buscan la prestación de un servicio alternativo, nuestra empresa pretende darle solución a todos los clientes que tienen la necesidad tanto de estacionar el vehículo como la de lavar por fracciones de tiempo.

Los estudios de mercado recientemente confirman que los negocios de auto-lavado más concurridos son los estratégicamente ubicados en las arterias principales que dan acceso a diferentes puntos comerciales *THE PERIQUITOS PARKING WASH* estará ubicado en un lugar céntrico y de fácil acceso, rodeado de diferentes entidades estudiantiles, comerciales y ventas de autopartes.

**8.12. Estructura de costo que necesita la empresa o iniciativa THE PERIQUITOS PARKING WASH en la ciudad de Cartagena.**

SOCIOS ESTRATEGI-COS	PROVEEDO-RES	RECURSOS CLAVES
Tiendas de auto-partes	Auto lujos del caribe	Maquinaria
		-Gatos hidráulicos
Talleres Automotriz	Acrílicos Cartagena	-Tanques para almacenar agua
		-Secadoras
		-Aspiradoras
Tienda de Lujos para	Alda Auto repuestos	-Conos
autos		-Moto
		bombas
	Taller san Benito	-Máquinas de espuma
Mecánicos	latonería	-Cámaras de seguridad
		Insumos
		-champú Ecológico
		-Espuma Ecológica



-Esponjas biodegradable

-Telas de fibra

### **8.13. Descripción del proceso de servicio.**

El proceso de lavado ecológico lo realizaremos bajo la tecnología de lavado de microencapsulación que encierra las partículas de mugre dentro de una micro cápsula y permite retirarlo de una forma segura sin rayar el vehículo, al tiempo que lo brilla y lo protege.

El proceso que realizamos lo hacemos con un producto especial que encapsula la mugre y con un trapo de microfibra la quitamos del vehículo. Somos ecológicos, porque a diferencia del sistema tradicional que puede gastar entre 50 a 70 litros de agua en cada vehículo, nuestro sistema nos permite trabajar con tan solo un litro.

El proceso de estacionamiento lo realizaremos bajo la metodología de Fracciones y Tiempo completo el cual consiste en un tiempo limitado como 2 horas, 4 horas , 6 horas , 8 horas o jornada continua , el proceso de Tiempo completo es un servicio que consiste en el cuidado y custodia del vehículo durante un periodo de 8 horas.

El proceso de lavado General lo realizaremos bajo un estudio.

Lo primero que se hará para prestar el servicio de lavado a un vehículo es evaluar las condiciones en las que llega el carro: la pintura, y el grado de acumulación de barro por debajo de la carrocería.

El lavado Tanto en el enjuagado como en el general, lo primero que se hace es aplicarle bastante agua en el exterior. Luego, se aplica por partes un champú ecológico suave que contenga una muy baja concentración de desengrasante. Es importante no dejarlo mucho tiempo porque puede dañar la pintura. Se aplica e inmediatamente se remueve con bastante agua. Al final, se seca con telas de fibras,

El lavado general incluye el lavado del chasis, la carrocería por debajo con cepillo, el polichado Las técnicas del polichado han avanzado con la tecnología. Ahora, en la mayoría de los lavaderos, se utilizan máquinas para aplicar la cera y para sacar el brillo de la pintura. Antes de iniciar el proceso, los operarios evalúan el estado del vehículo y le aconsejan al propietario qué clase de cera usar. A veces se requiere de un producto abrasivo que elimine rayas dejadas por el barro. El trabajo consiste en desmanchar la pintura, emparejarla y, luego, sacar el brillo. El tiempo es de 30 minutos, según el estado del vehículo. La forma de aplicar el polichado se hace primero por las partes planas del carro y luego a los lados. Por lo general, a los pocos minutos se da el brillo.

El proceso limpieza interior lo realizaremos bajo un cuidado especial.

El primer paso de la limpieza interna de un carro es aspirar la alfombra. Luego se quita el polvo del tablero y de la guantera. Para embellecer esas partes, por lo general se utiliza silicona que restaura su brillo en el caso de deterioro.

El caso de la tapicería es más complicado. Para ello, se desarma totalmente: se sacan los asientos y la alfombra, si es necesario. Se tiene en cuenta la clase de tapizado: paño, vinilo (cuero) e entrepaño. Según el material, se aplica un producto con cepillo para desmancharlo totalmente

Para secar la tapicería, se usa aire comprimido. Todo el proceso demora entre cinco y seis horas. Más complicado es ese proceso, cuando un carro ha caído en uno de los huecos de Cartagena y ha quedado completamente inundado. Se lava todo completamente. Por lo general, es un proceso que dura dos días y medio.

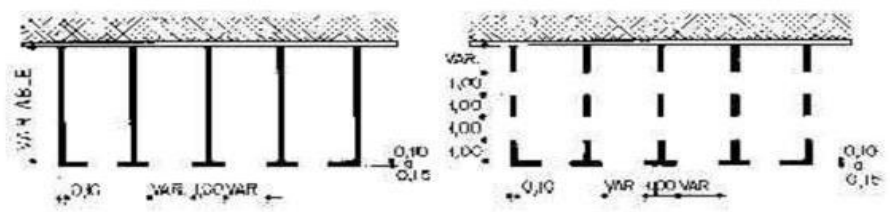
El proceso de anticorrosión se realizará bajo la metodología de POLIAMIDA: pintura epoxica de tipo marino, formula con pigmentos inhibidores de la corrosión atóxica y ambiental amigable, que provee altas propiedades de protección anticorrosiva para metales, logrando capas de buena flexibilidad y adherencia.

#### **8.14. Local Propio**

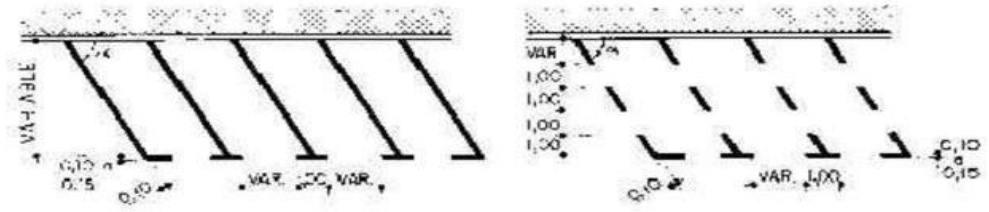
En la fase de inicio del proyecto, optaremos por arrendar un lote, ubicado en el barrio Armenia el cual adecuaremos de acuerdo a las normas generales o establecidas por la ley.

ESTACIONAMIENTO EN BATERIA

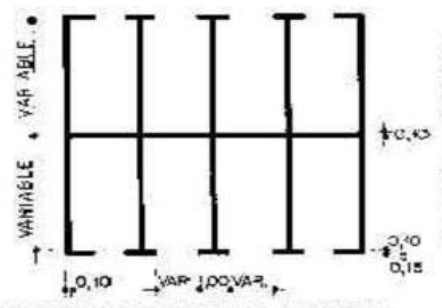
S V. 8.2



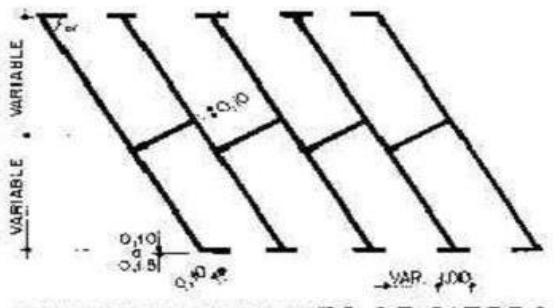
a) BATERIA RECTA



b) BATERIA OBLICUA



DOBLE BATERIA RECTA



BATERIA EN DIENTE DE SIERRA

Cotas en metros

Ingrese un texto

## **9. CONCLUSIONES.**

La propuesta de negocio *The perikitos parking wash*, a través del modelo de negocio Canvas y su estructura resultan ser un negocio muy lucrativo, ya que la propuesta de valor está encaminada a la innovación y las cubrir unas necesidades del sector automovilístico como lo son: la custodia, lavado y cuidado estético del vehículo. generado un impacto positivo en los sectores “Barrio España, Piedra de Bolívar, Amberes, Armenia, 4 Vientos, Zaragozilla” que beneficia e incentiva el comercio en esta zona, puesto que es un sector que no cuenta con un servicio completo de cuidado estético y custodia del vehículo.

La movilidad en estos sectores es muy concurrida ya que a su alrededor se encuentran centros educativos que no cuentan con la infraestructura adecuada para parquear vehículos y esto genera caos y estancamiento. *The Perikitos Parking Wash* con su propuesta innovadora de lavado en seco, busca contribuir al uso adecuado del recurso vital del agua, ya que este es uno de los problemas que encierra el tipo de negocios que estamos proponiendo, de acuerdo a estudios realizados los lavaderos de autos tradicionalmente gastan alrededor de 90 a 70 litros de agua en un carro de manera tradicional y 200 o 300 litros de agua en túneles de lavado.

Nuestra propuesta de negocio trae consigo una innovación en cuanto a la utilización de productos que micro encapsulan y encierran las partículas de mugre lo que permite retirarlo de una manera segura sin rayar el vehículo al tiempo que lo brilla y lo protege sin la necesidad de utilizar agua, lo que reduce el precio al público de la prestación del servicio, convirtiéndose esto en uno de los principales atractivos para generar ingresos en nuestra empresa, ya que el mantenimiento vehicular es bastante costoso.

Habiendo realizado un análisis financiero de los aspectos cuantitativos y cualitativos de la empresa la meta de generar valor y recuperación del capital se logra en muy poco tiempo; siguiendo con la metodología Canvas de manera literal se puede alcanzar eficiencia y eficacia de los recursos dando una rentabilidad por encima de las expectativas trazadas, de cierta manera esta propuesta de negocio es generadora de grandes ingresos tanto a corto como a largo plazo ya que en su puesta en marcha tiene lineamientos que atribuyen a la buena utilización de los recursos tanto financieros como estructurales.

The Perikitos Parking Wash haciendo uso de la metodología Canvas a largo plazo puede incorporar nuevas propuestas de valor que nutran tanto la fuente de ingresos como la experiencia de los clientes al momento de encontrar un lugar que preste servicios integrales para el cuidado del vehículo.

## **10. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.**

Asociación Nacional de Movilidad Sostenible (2019). Cifras y estadísticas. Recuperado de:

<https://www.andemos.org/index.php/cifras-y-estadisticas-version-2/>

Cartagena Como Vamos (2018). Informe de calidad de vida. Recuperado de:

<http://www.cartagenacomovamos.org/nuevo/ecv/>

Dadis Cartagena (s.f.). Listado de Unidades Comuneras de Gobierno. Recuperado de:

[https://dadiscartagena.gov.co/images/docs/crue/localidades/listado\\_presidentes\\_jac\\_12.pdf](https://dadiscartagena.gov.co/images/docs/crue/localidades/listado_presidentes_jac_12.pdf)

ESAN Business (2016). El modelo Canvas: Una Metodología para el éxito del negocio.

Recuperado de: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/07/el-modelo-canvas-una-metodologia-para-el-exito-del-negocio/>

La Republica (2019) Calcule lo que cuesta mantener un automóvil al año según el tipo de auto que tenga. Recuperado de:

La Republica (2018) Conozca las iniciativas ambientales de algunos lavaderos de carros en el país. Recuperado de: <https://www.google.com/amp/s/amp.larepublica.co/responsabilidad-social/las-iniciativas-ambientales-de-algunos-lavaderos-de-carros-2767532>

Policía Nacional de Colombia (2017) Policia Nacional realiza controles ambientales a lavaderos de carros y motos. Recuperado de: <https://www.policia.gov.co/noticia/polic%C3%AD-nacional-realiza-control-ambiental-lavaderos-de-carros-y-motos>

## 11. ANEXOS

### 11.1. Proyección de Ventas.

PARQUEADERO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PRECIO XFRACCION DE TIEM	\$ 3.000,00	\$ 3.104,40	\$ 3.211,50	\$ 3.321,98	\$ 3.435,59
IPC		3,5%	3,5%	3,4%	3,4%
DEMANDA xhora	29	30	33	38	45
INCREMENTO		5,0%	10,0%	15,0%	20,0%
atencion x hora	\$ 85.500	\$ 92.899	\$ 105.715	\$ 125.754	\$ 156.066
8	\$ 684.000	\$ 743.193	\$ 845.717	\$ 1.006.031	\$ 1.248.525
mensual	\$ 20.520.000	\$ 22.295.801	\$ 25.371.507	\$ 30.180.929	\$ 37.455.740
anual	\$ 246.240.000	\$ 267.549.610	\$ 304.458.078	\$ 362.171.152	\$ 449.468.886
LAVADO ECOLOGICO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PRECIO	\$ 5.000,00	\$ 5.174,00	\$ 5.352,50	\$ 5.536,63	\$ 5.725,98
IPC		3,5%	3,5%	3,4%	3,4%
DEMANDA	86,25	95	109	131	164
INCREMENTO		10,0%	15,0%	20,0%	25,0%
semanal	\$ 431.250,00	\$ 490.883,25	\$ 583.991,53	\$ 724.897,01	\$ 937.110,61
4	\$ 1.725.000,00	\$ 1.963.533,00	\$ 2.335.966,12	\$ 2.899.588,03	\$ 3.748.442,42
12	\$ 20.700.000,00	\$ 23.562.396,00	\$ 28.031.593,46	\$ 34.795.056,33	\$ 44.981.309,07

PARQUEADERO MOTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PRECIO XFRACCION DE TIEM	\$ 1.000,00	\$ 1.034,80	\$ 1.070,50	\$ 1.107,33	\$ 1.145,20
IPC		3,5%	3,5%	3,4%	3,4%
DEMANDA xhora	10	11	12	13	16
INCREMENTO		5,0%	10,0%	15,0%	20,0%
atencion x hora	\$ 10.000,00	\$ 10.865,40	\$ 12.364,28	\$ 14.708,06	\$ 18.253,28
8	\$ 80.000,00	\$ 86.923,20	\$ 98.914,26	\$ 117.664,44	\$ 146.026,28
mensual	\$ 2.400.000,00	\$ 2.607.696,00	\$ 2.967.427,66	\$ 3.529.933,25	\$ 4.380.788,36
anual	\$ 28.800.000,00	\$ 31.292.352,00	\$ 35.609.131,96	\$ 42.359.199,01	\$ 52.569.460,34

LAVADO ESPECIALIZADO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PRECIO	\$ 30.000,00	\$ 31.044,00	\$ 32.115,02	\$ 33.219,77	\$ 34.355,89
IPC		3,5%	3,5%	3,4%	3,4%
DEMANDA	10	11	13	15	19
INCREMENTO		10,0%	15,0%	20,0%	25,0%
semanal	\$ 300.000,00	\$ 341.484,00	\$ 406.254,98	\$ 504.276,18	\$ 651.903,03
4	\$ 1.200.000,00	\$ 1.365.936,00	\$ 1.625.019,91	\$ 2.017.104,71	\$ 2.607.612,12
12	\$ 14.400.000,00	\$ 16.391.232,00	\$ 19.500.238,93	\$ 24.205.256,58	\$ 31.291.345,44

LAVADO ESTANDAR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PRECIO	\$ 7.000,00	\$ 7.243,60	\$ 7.493,50	\$ 7.751,28	\$ 8.016,37
IPC		3,5%	3,5%	3,4%	3,4%
DEMANDA	20	22	25	30	38
INCREMENTO		10,0%	15,0%	20,0%	25,0%
semanal	\$ 140.000,00	\$ 159.359,20	\$ 189.585,66	\$ 235.328,88	\$ 304.221,41
4	\$ 560.000,00	\$ 637.436,80	\$ 758.342,63	\$ 941.315,53	\$ 1.216.885,66
12	\$ 6.720.000,00	\$ 7.649.241,60	\$ 9.100.111,50	\$ 11.295.786,40	\$ 14.602.627,87

LAVADO MOTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PRECIO	\$ 3.000,00	\$ 3.104,40	\$ 3.211,50	\$ 3.321,98	\$ 3.435,59
IPC		3,5%	3,5%	3,4%	3,4%
DEMANDA	30,00	33	38	46	57
INCREMENTO		10,0%	15,0%	20,0%	25,0%
semanal	\$ 90.000,00	\$ 102.445,20	\$ 121.876,49	\$ 151.282,85	\$ 195.570,91
4	\$ 360.000,00	\$ 409.780,80	\$ 487.505,97	\$ 605.131,41	\$ 782.283,64
12	\$ 4.320.000,00	\$ 4.917.369,60	\$ 5.850.071,68	\$ 7.261.576,97	\$ 9.387.403,63



The Periquitos Parking Wash 65

VENTAS AÑO	\$ 321.180.000	\$ 351.362.201	\$ 402.549.226	\$ 482.088.027	\$ 602.301.032
		AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
TOTAL VENTAS PARQUEADERO	\$ 275.040.000	\$ 298.841.962	\$ 340.067.210	\$ 404.530.351	\$ 502.038.346
TOTAL VENTAS LAVADERO	\$ 74.940.000	\$ 52.520.239	\$ 70.794.213	\$ 77.557.676	\$ 100.262.686

11.2. Proyección de Gastos de Ventas.

	\$ 828.116	\$ 93.032		12%	1%	0,52%
	SUELDOS	AUX. DE TPTE.	T. DEVENGADO	PENSIÓN	FSP	ARL
ventas						
<b>GASTOS DE VENTAS</b>						
<b>vigilante</b>	\$ 828.116	\$ 97.032	\$ 925.148	\$ 111.018	\$ -	\$ 4.829
<b>PUBLICIDAD</b>	\$ 500.000,00					
	\$ -		3,90%	3,80%	3,50%	3,50%
<b>OTROS</b>	\$ -					

4%	0,083333333	1%	0,083333333	0,041666667			
<b>CAJA COMP.</b>	<b>TOTAL SEG. SOCIAL</b>	<b>CESANTIAS</b>	<b>INT. CES.</b>	<b>PRIMAS</b>	<b>VACACIONES</b>	<b>TOTAL PRT. SOC.</b>	<b>TOTAL GTO.</b>
\$ 37.006	\$ 152.853	\$ 77.096	\$ 771	\$ 77.096	\$ 34.505	\$ 189.467	\$ 1.267.468
0,52%	4%	0,083333333	1%	0,083333333	0,041666667		

PERIODOS	SUELDOS	AUX. DE TPTE.	COMISION	T. DEVENGADO	PENSIÓN	FSP
<b>AÑO 1</b>	\$ 828.116,00	\$ 97.032,00	\$ -	\$ 925.148,00	\$ 111.017,76	\$ -
<b>AÑO 2</b>	\$ 860.412,52	\$ 86.382,46	\$ -	\$ 946.794,98	\$ 113.615,40	\$ -
<b>AÑO 3</b>	\$ 893.108,20	\$ 89.664,99	\$ -	\$ 982.773,19	\$ 117.932,78	\$ -
<b>AÑO 4</b>	\$ 924.366,99	\$ 93.072,26	\$ -	\$ 1.017.439,25	\$ 122.092,71	\$ -
<b>AÑO 5</b>	\$ 956.719,83	\$ 96.609,01	\$ -	\$ 1.053.328,84	\$ 126.399,46	\$ -
				4.925.484		

The Periquitos Parking Wash 66

ARL	CAJA COMP.	TOTAL SEG. SOCIAL	CESANTIAS	INT. CES.	PRIMAS	VACACIONES	TOTAL PRT. SOC.	TOTAL GTO.	TOTAL GASTO ANUAL
\$ 4.829,27	\$ 37.005,92	\$ 41.835,19	\$ 77.095,67	\$ 9.251,48	\$ 77.095,67	\$ 38.547,83	\$ 201.990,65	\$ 1.168.973,84	\$ 14.027.686,07
\$ 4.942,27	\$ 37.871,80	\$ 42.814,07	\$ 78.899,58	\$ 9.467,95	\$ 78.899,58	\$ 39.449,79	\$ 206.716,90	\$ 1.196.325,96	\$ 14.355.911,50
\$ 5.130,08	\$ 39.310,93	\$ 44.441,00	\$ 81.897,77	\$ 9.827,73	\$ 81.897,77	\$ 40.948,88	\$ 214.572,15	\$ 1.241.786,34	\$ 14.901.436,13
\$ 5.311,03	\$ 40.697,57	\$ 46.008,60	\$ 84.786,60	\$ 10.174,39	\$ 84.786,60	\$ 42.393,30	\$ 222.140,90	\$ 1.285.588,76	\$ 15.427.065,07
\$ 5.498,38	\$ 42.133,15	\$ 47.631,53	\$ 87.777,40	\$ 10.533,29	\$ 87.777,40	\$ 43.888,70	\$ 229.976,80	\$ 1.330.937,17	\$ 15.971.246,01

<b>comisiones sobre las ventas sin el margen de ganancia</b>						
0	año1	año2	año3	año4	año5	
<b>vantas</b>	\$ 265.146.000	\$ 289.762.834	\$ 331.637.243	\$ 396.764.498	\$ 495.207.967	
<b>comisiones</b>	\$ 26.514.600	\$ 28.976.283	\$ 33.163.724	\$ 39.676.450	\$ 49.520.797	
		<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>GASTOS DE VENTAS</b>		\$ 34.401.768	\$ 14.355.911	\$ 14.901.436	\$ 15.427.065	\$ 15.971.246
			<b>3,90%</b>	<b>3,80%</b>	<b>3,50%</b>	<b>3,50%</b>
<b>GASTOS</b>		<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>PUBLICIDAD</b>	\$ 1.250.000	\$ 15.000.000	\$ 15.585.000	\$ 16.177.230	\$ 16.743.433	\$ 17.329.453
<b>TELEFONO</b>	\$ 120.000	\$ 1.440.000	\$ 1.496.160	\$ 1.553.014	\$ 1.607.370	\$ 1.663.628
<b>OTROS</b>	\$ 1.500.000	\$ 18.000.000	\$ 18.702.000	\$ 19.412.676	\$ 20.092.120	\$ 20.795.344
<b>TOTAL GTOS. VTAS.</b>	\$ 2.870.000	\$ 34.440.000	\$ 35.783.160	\$ 37.142.920	\$ 38.442.922	\$ 39.788.425
TOTAL COSTO DE VENTA	\$ 74.982.286					
TOTAL COSTO DE VENTA AÑO 2	\$ 64.759.443					
TOTAL COSTO DE VENTA AÑO 3	\$ 70.306.644					
TOTAL COSTO DE VENTA AÑO 4	\$ 78.119.372					
TOTAL COSTO DE VENTA AÑO 5	\$ 89.309.221					

**11.3. Proyección de Gastos Administrativos.**

	\$ 828.116	\$ 97.032		12%	1%	0,52%
	<b>SUELDOS</b>	<b>AUX. DE TPTE.</b>	<b>T. DEVENGADO</b>	<b>PENSIÓN</b>	<b>FSP</b>	<b>ARL</b>
Administrador	\$ 828.116	\$ 97.032	\$ 925.148	\$ 111.018	\$ -	\$ 4.829
TOTAL salarios	\$ 828.116	\$ 97.032	\$ 925.148	\$ 111.018	\$ -	\$ 4.829

4%		0,083333333	1%	0,083333333	0,041666667		
<b>CAJA COMP.</b>	<b>TOTAL SEG.</b>	<b>CESANTIAS</b>	<b>INT. CES.</b>	<b>PRIMAS</b>	<b>VACACIONES</b>	<b>TOTAL PRT. SOC.</b>	<b>TOTAL GTO.</b>
\$ 37.006	\$ 152.853	\$ 77.096	\$ 9.251	\$ 77.096	\$ 34.505	\$ 197.948	\$ 1.275.949
\$ 37.006	\$ 152.853	\$ 77.096	\$ 9.251	\$ 77.096	\$ 34.505	\$ 197.948	\$ 1.275.949

			3,90%	3,80%	3,50%	3,50%
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>GASTOS DE PERSONAL (OPERATIVO)</b>		\$ 15.311.383	\$ 15.908.527	\$ 16.513.051	\$ 17.091.008	\$ 17.689.193
<b>GASTOS DE FUNCIONAMIENTO (MENSUAL)</b>						
<b>INSUMOS</b>	\$ 1.000.000	\$ 12.000.000	\$ 12.468.000	\$ 12.941.784	\$ 13.394.746	\$ 13.863.563
<b>SERVICIOS PÚBLICOS</b>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>AGUA</b>	\$ 800.000	\$ 9.600.000	\$ 9.974.400	\$ 10.353.427	\$ 10.715.797	\$ 11.090.850
<b>LUZ</b>	\$ 1.000.000	\$ 12.000.000	\$ 12.468.000	\$ 12.941.784	\$ 13.394.746	\$ 13.863.563
<b>TELEFONO</b>	\$ 80.000	\$ 960.000	\$ 997.440	\$ 1.035.343	\$ 1.071.580	\$ 1.109.085
		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>OTROS GASTOS</b>	\$ 300.000	\$ 3.600.000	\$ 3.740.400	\$ 3.882.535	\$ 4.018.424	\$ 4.159.069
<b>TOTAL GTOS. DE FUNCIONAMIENTO</b>		\$ 38.160.000	\$ 39.648.240	\$ 41.154.873	\$ 42.595.294	\$ 44.086.129
		\$ 53.471.383	\$ 55.556.767	\$ 57.667.924	\$ 59.686.302	\$ 61.775.322

<b>COSTOS DE VENTA</b>	\$ 4.105.148,00
<b>AÑO 1</b>	\$ 38.160.000,00
<b>AÑO 2</b>	\$ 39.648.240,00
<b>AÑO 3</b>	\$ 41.154.873,12
<b>AÑO 4</b>	\$ 42.595.293,68
<b>AÑO 5</b>	\$ 44.086.128,96

11.4. Proyección de Gastos Financieros.

<b>INVERSIÓN TOTAL</b>	<b>\$</b>	<b>142.217.897</b>
INV. ACTIVOS FIJOS	\$	122.899.000
CAPITAL DE TRABAJO	\$	19.318.897

COSTOS AÑO 1	<b>\$</b>	<b>28.002.000</b>
GASTOS ADMON AÑO 1	\$	53.471.383
GASTOS VTAS. AÑO 1	\$	34.440.000
<b>TOTAL COSTOS Y GASTOS</b>	<b>\$</b>	<b>115.913.383</b>
<b>EQUIVALENTE 60 DÍAS</b>	<b>\$</b>	<b>19.318.897</b>

11.5. Depreciación.

ADQUISICION MAQUINARIA		VIDA ÚTIL
TERRENO	\$ 100.000.000	0
MAQUINARIAS	\$ 19.399.000	10
	\$ -	5
MUEBLES Y ENSERES	\$ 2.000.000	10
EQUIPOS DE COMPUTO	\$ 1.500.000	3
<b>TOTAL INVERSION ACTIVOS FIJOS</b>	<b>\$ 122.899.000</b>	

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL DEPR.
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
\$ 1.939.900	\$ 1.939.900	\$ 1.939.900	\$ 1.939.900	\$ 1.939.900	\$ 9.699.500
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 1.000.000
\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ -	\$ -	\$ 1.500.000
\$ 2.639.900	\$ 2.639.900	\$ 2.639.900	\$ 2.139.900	\$ 2.139.900	\$ 12.199.500

**11.6. Proyección de Costos.**

<b>COSTO VENTA UNITARIO PARQUEADERO</b>		<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
MATERIALES DIRECTOS UNIT	1.000	\$ 2.100	\$ 2.173	\$ 2.248	\$ 2.325	\$ 2.405
MANO DE OBRA UNIT	\$ 600,00	600	621	642	664	687
CIF	600	7200	7451	7708	7973	8245
	2.200					
	63.800					
OFERTA	29					
IPC			0	0	0	0
COSTOS MENSUALES		\$ 1.914.000	\$ 1.980.607	\$ 2.048.938	\$ 2.119.422	\$ 2.191.906
COSTOS ANUELAES		\$ 22.968.000	\$ 23.767.286	\$ 24.587.258	\$ 25.433.059	\$ 26.302.870
<b>NUMEROS DE PARQUEADEROS</b>	<b>50</b>					

<b>COSTO VENTA UNITARIO LAVADO ECOLOGICO</b>		<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
MATERIALES DIRECTOS UNIT	2.000	\$ 2.000	\$ 2.000	\$ 2.000	\$ 2.000	\$ 2.000
MANO DE OBRA UNIT	\$ 700,00	700	700	700	700	700
CIF	800	800	800	800	800	800
OFERTA	4					
	3200					
IPC			0	0	0	0
COSTO MENSUALES		\$ 96.000	\$ 99.341	\$ 102.768	\$ 106.303	\$ 109.939
COSTO ANUALES		\$ 1.152.000	\$ 1.192.090	\$ 1.233.217	\$ 1.275.639	\$ 1.319.266

<b>COSTO VENTA UNITARIO PARQUEADERO MOTOS</b>		<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
MATERIALES DIRECTOS UNIT	500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500	\$ 500
MANO DE OBRA UNIT	\$ 300,00	30000,0%	30000,0%	30000,0%	30000,0%	30000%
CIF	200	200	200	200	200	200
OFERTA	3					
	600					
IPC			3,48%	3,45%	3,44%	3,42%
COSTO MENSUALES		\$ 18.000	\$ 18.626	\$ 19.269	\$ 19.932	\$ 20.614
COSTO ANUALES		\$ 216.000	\$ 223.517	\$ 231.228	\$ 239.182	\$ 247.362

The Periquitos Parking Wash 70

COSTO VENTA UNITARIO LAVADO ESPECIALIZADO		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MATERIALES DIRECTOS UNIT	18.000	\$ 18.000	\$ 18.000	\$ 18.000	\$ 18.000	\$ 18.000
MANO DE OBRA UNIT	\$ 2.800	280000,0%	280000,0%	280000,0%	280000,0%	280000%
CIF	200	200	200	200	200	200
OFERTA	3					
	600					
IPC			3,48%	3,45%	3,44%	3,42%
COSTO MENSUALES		\$ 18.000	\$ 18.626	\$ 19.269	\$ 19.932	\$ 20.614
COSTO ANUALES		\$ 216.000	\$ 223.517	\$ 231.228	\$ 239.182	\$ 247.362

COSTO VENTA UNITARIO LAVADO ESTANDAR		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MATERIALES DIRECTOS UNIT	7.000	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 7.000
MANO DE OBRA UNIT	\$ 700,00	70000,0%	70000,0%	70000,0%	70000,0%	70000%
CIF	600	600	600	600	600	600
OFERTA	3					
	\$ 1.800					
IPC			3,48%	3,45%	3,44%	3,42%
COSTO MENSUALES		\$ 54.000	\$ 55.879	\$ 57.807	\$ 59.796	\$ 61.841
COSTO ANUALES		\$ 648.000	\$ 670.550	\$ 693.684	\$ 717.547	\$ 742.087

COSTO VENTA UNITARIO LAVADO MOTOS		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MATERIALES DIRECTOS UNIT	1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000
MANO DE OBRA UNIT	\$ 1.000,00	100000,0%	100000,0%	100000,0%	100000,0%	100000%
CIF	600	600	600	600	600	600
OFERTA	3					
	\$ 1.800					
IPC			3,48%	3,45%	3,44%	3,42%
COSTOS MENSUALES		\$ 54.000	\$ 55.879	\$ 57.807	\$ 59.796	\$ 61.841
COSTOS ANUALES		\$ 648.000	\$ 670.550	\$ 693.684	\$ 717.547	\$ 742.087

		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
			3,48%	3,45%	3,44%	3,42%
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION	\$ 3.000	\$ 90.000	\$ 3.132	\$ 3.240	\$ 3.352	\$ 3.466
		\$ 1.080.000	\$ 1.117.584	\$ 1.156.141	\$ 1.195.912	\$ 1.236.812
	COSTOS AÑO 1	\$ 28.002.000	\$ 28.976.470	\$ 29.976.158	\$ 31.007.338	\$ 32.067.789

**11.7. Estado de resultado proyectado.**

	<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>				
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
INGRESOS	\$ 321.180.000,00	\$ 351.362.200,80	\$ 402.549.225,77	\$ 482.088.026,86	\$ 602.301.032,29
COSTOS DE VENTAS	\$ 28.002.000	<b>28.976.470</b>	<b>29.976.158</b>	\$ 31.007.338	\$ 32.067.789
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$ 293.178.000,00</b>	<b>\$ 322.385.730,80</b>	<b>\$ 372.573.067,77</b>	<b>\$ 403.968.654,86</b>	<b>\$ 512.991.811,29</b>
GASTOS OPER	\$ 38.160.000	\$ 39.648.240,00	\$ 41.154.873	\$ 42.595.294	\$ 44.086.129,00
ADMINISTRACIÓN	\$ 53.471.383,19	\$ 55.556.767,14	\$ 57.667.924,29	\$ 59.686.301,64	\$ 61.775.322,19
VENTAS	\$ 74.982.286	\$ 64.759.443	\$ 70.306.644	\$ 78.119.372	\$ 89.309.221
DEPRECIACIÓN	\$ 2.639.900,00	\$ 2.639.900,00	\$ 2.639.900,00	\$ 2.139.900,00	\$ 2.139.900,00
TOTAL GASTOS OPER	\$ 131.093.569,19	\$ 122.956.110,14	\$ 130.614.468,29	\$ 139.945.573,64	\$ 153.224.443,19
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>\$ 162.084.430,81</b>	<b>\$ 199.429.620,66</b>	<b>\$ 241.958.599,49</b>	<b>\$ 264.023.081,22</b>	<b>\$ 359.767.368,10</b>
<b>EBITDA</b>	<b>\$ 164.724.330,81</b>	<b>\$ 202.069.520,66</b>	<b>\$ 244.598.499,49</b>	<b>\$ 266.162.981,22</b>	<b>\$ 361.907.268,10</b>
<b>MARGEN EBITDA</b>	<b>51,29%</b>	<b>57,51%</b>	<b>60,76%</b>	<b>55,21%</b>	<b>60,09%</b>
GASTOS NO OPERACIONALES					
UAI	\$ 164.724.330,81	\$ 202.069.520,66	\$ 244.598.499,49	\$ 266.162.981,22	\$ 361.907.268,10
IMPUESTOS 35%	\$ 57.653.515,78	\$ 70.724.332,23	\$ 85.609.474,82	\$ 93.157.043,43	\$ 126.667.543,83
<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>	<b>\$ 107.070.815,03</b>	<b>\$ 131.345.188,43</b>	<b>\$ 158.989.024,67</b>	<b>\$ 173.005.937,79</b>	<b>\$ 235.239.724,26</b>